

กลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์



นายวิษณุ วัฒน้อย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMUNICATION STRATEGIES OF ONLINE FOOTBALL GAMBLING SITES



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) Program in Communication

Arts

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2017

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์

โดย

นายวิษณุ ศิลาน้อย

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

อาจารย์ ดร. เจษฎา ศาลาทอง

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(ศาสตราจารย์ ดร. ปาวิชาติ สถาปิตานนท์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร. ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมม่อน)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(อาจารย์ ดร. เจษฎา ศาลาทอง)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. นवलน้อย ตรีรัตน์)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(อาจารย์ ดร. มานะ ตรีรยาภิวัฒน์)

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

วิชชญา ศิลาณ้อย : กลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์ (COMMUNICATION STRATEGIES OF ONLINE FOOTBALL GAMBLING SITES) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อ. ดร. เจษฎา ศาลาทอง, 141 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย คือ ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล และศึกษาการสื่อสาร และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสังเกตการณ์ (Obsevation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ คือ นักวิชาการ 3 คน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล 2 คน และผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งหมด 8 คน

ผลการวิจัยพบว่าแนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล คือ การจัดการระบบของเว็บไซต์ให้เข้าถึงง่าย รูปแบบของเว็บไซต์ไม่ซับซ้อน และสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ซึ่งมีเทคนิคเฉพาะในการดึงดูดผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ คือ การสร้างรูปแบบการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่หลากหลาย เพิ่มทางเลือกการพนันชนิดอื่น ๆ คำนึงถึงความปลอดภัยด้วยการลบบริบทการวางเดิมพันการพนัน การสร้างเว็บไซต์บันเทิง อื่น ๆ ในการเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และวิธีการค้นหากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารด้วยวิธีต่าง ๆ อีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญ การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลในปัจจุบัน คือ การใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ กลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิดเหล่านี้จะใช้ความใกล้ชิดกับผู้ติดตาม และความน่าเชื่อถือของตนเองเป็นเครื่องมือสำคัญ ซึ่งกลยุทธ์นี้มีข้อดีคือสามารถวัดผลจากสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดได้

การศึกษาผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่ามีการสื่อสารกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลในช่องทางต่าง ๆ ดังนี้ ช่องสนทนาหน้าเว็บไซต์ เบอร์โทรศัพท์ และแอปพลิเคชันไลน์ โดยการสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลด้วยกันในสื่อสังคมออนไลน์เป็นที่นิยมอย่างมาก และการสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ในกลุ่มสังคมที่ใกล้ชิดโดยเฉพาะเพื่อน มีเหตุผลหลัก คือการแลกเปลี่ยนการวิเคราะห์ผลฟุตบอลร่วมกัน ซึ่งสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากกว่าสื่ออื่น ๆ อย่างสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ นอกจากนี้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดยังมีผลต่อการตัดสินใจ และเป็นข้อมูลสำคัญในการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์อีกด้วย

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์

ปีการศึกษา 2560

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5984687228 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORDS: COMMUNICATION STRATEGIES / ONLINE FOOTBALL GAMBLERS / FOOTBALL GAMBLING WEBSITES

WISCHAYA SILANOI: COMMUNICATION STRATEGIES OF ONLINE FOOTBALL GAMBLING SITES. ADVISOR: JESSADA SALATHONG, Ph.D., 141 pp.

This research aims to study communication strategies used to persuade online football gamblers in football gambling websites as well as to study the communication and media sensitivity of vocational students in Phra Nakhon Sri Ayutthaya province. This is a Qualitative research using the method of Purposive Sampling which the data will be obtained by Observation and In-depth Interviews. The samples are consisted of 3 academics, 2 football gambling website associates and 8 vocational students.

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.

Studying vocational students in Phra Nakhon Sri Ayutthaya, we have found that they communicate with football gambling websites through the following platforms : online chat messenger on websites, cellphone number and Line application. The communication between football gamblers through online social media is very popular especially between close friends. The main purpose of this exchange is for friends to share their football matches' analysis and predictions. The form of online social media is more popular than other media such as television, radio and print media. Moreover, Influencers play a big part in gamblers' decision making processes in the way that they are the source of information and reliability.

Field of Study: Communication Arts

Student's Signature

Academic Year: 2017

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความเมตตา กรุณา ให้ความช่วยเหลือ คำปรึกษา และคำแนะนำทุกอย่างจากท่านอาจารย์ ดร.เจษฎา ศาลาทอง นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ฐิตินัน บัญญาพ คอมมอน ซึ่งกรุณาสละเวลามาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์รวมทั้งอาจารย์ ดร.มานะ ตีรียาภวิวัฒน์ และรองศาสตราจารย์ ดร.นवलน้อย ตีรรัตน์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้คำแนะนำในการจัดทำวิทยานิพนธ์ ทำให้การศึกษาระดับมหาบัณฑิตสำเร็จด้วยความเรียบร้อย

ขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน รวมทั้งเพื่อน ๆ ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่สละเวลามาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่การวิจัยครั้งนี้ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นคำถามที่ผู้วิจัยสงสัย ช่วยแนะนำ ให้คำปรึกษา ช่วยเหลือเป็นอย่างดี ซึ่งทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ในที่สุด

ขอบคุณนายวีรภัทร บุญมา รุ่นพี่สาขาวิชา และพี่ ๆ บัณฑิตศึกษาชั้น 7 ที่คอยให้คำแนะนำ คำปรึกษา ให้ความช่วยเหลือในการจัดทำวิทยานิพนธ์ เพื่อน ๆ หลักสูตร MA นิเทศศาสตร์ จุฬาฯ รุ่นที่ 7 ทุกคน และเพื่อน ๆ อื่นหลายคน ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้กำลังใจ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จ

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อเพชร ศิลาน้อย คุณแม่กสิณผกา ศิลาน้อย และน้องชาย นายธนภัทร ศิลาน้อย ที่ให้การสนับสนุนทุกอย่าง และให้กำลังใจ จนทำให้ผู้วิจัยมีวันนี้ได้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญรูปภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	6
ปัญหาคำถามวิจัย.....	6
ขอบเขตการศึกษา.....	6
นิยามศัพท์.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Approach).....	9
2. แนวคิดการตัดสินใจและขั้นตอนการตัดสินใจ.....	12
3. ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technological Determinism).....	17
4. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy).....	22
5. ทฤษฎีเทคโนโลยีสารสนเทศทุนนิยม (Cybernetic Capitalism).....	25
6. แนวคิดเกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer).....	27
7. แนวคิดเรื่องการพนัน.....	30
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	38

ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	38
ขั้นตอนในการทำวิจัย.....	39
สร้างเครื่องมือและตรวจสอบข้อมูลเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	40
การวิเคราะห์ข้อมูล	40
การนำเสนอข้อมูล	40
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	41
ข้อมูลประวัติของกลุ่มตัวอย่าง	41
ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล	43
4.1 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์	50
4.1.1 มุมมองของนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการพนันฟุตบอลต่อกลยุทธ์การ สื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล	50
4.1.2 มุมมองของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล	61
4.2 การสื่อสาร และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์.....	74
4.2.1 ประสบการณ์ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์	74
4.2.2 ช่องทางในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์.....	76
4.2.3 การสื่อสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์	77
4.2.4 แหล่งข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเพื่อใช้ในการเล่นการพนันฟุตบอล ออนไลน์.....	85
4.2.5 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์	90
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	99
สรุปผลการวิจัย.....	99
5.1 กลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์.....	99

5.1.1	แนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล.....	99
5.1.2	เทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล.....	101
5.1.3	ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์.....	104
5.2	การสื่อสาร และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์.....	108
5.2.1	ประสบการณ์ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์	108
5.2.2	ช่องทางในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์.....	109
5.2.3	การสื่อสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์.....	110
5.2.4	แหล่งข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเพื่อใช้ในการเล่นการพนันฟุตบอล ออนไลน์.....	112
5.2.5	ผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอล	113
	อภิปรายผลการวิจัย.....	114
5.3	กลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์.....	114
5.3.1	แนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล.....	114
5.3.2	เทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล.....	116
5.3.3	ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์.....	120
5.4	การสื่อสาร และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์.....	121
5.4.1	ประสบการณ์ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์	121
5.4.2	ช่องทางในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์.....	122
5.4.3	การสื่อสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์.....	123
5.4.4	แหล่งข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเพื่อใช้ในการเล่นการพนันฟุตบอล ออนไลน์.....	124
5.4.5	ผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์.....	126

5.5 ข้อเสนอแนะทั่วไป	128
5.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	129
รายการอ้างอิง	130
ภาคผนวก.....	137
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	141



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์โดย Maslow.....	10
ภาพที่ 2 หน้าแรกของเว็บไซต์ Sboxxx.ca.....	45
ภาพที่ 3 หน้าแรกของเว็บไซต์ Fifaxxx.com	46
ภาพที่ 4 หน้าแรกของเว็บไซต์ Mxx.COM.....	47
ภาพที่ 5 วิธีการสมัครสมาชิกกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล.....	48
ภาพที่ 6 ช่องทางสื่อสารกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล.....	49
ภาพที่ 7 แนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล.....	101
ภาพที่ 8 เทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล.....	104
ภาพที่ 9 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์.....	108
ภาพที่ 10 การสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล.....	111

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

การพนันเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแทบทุกวัฒนธรรม และทุกระยะเวลาของประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมคือวิถีชีวิตของมนุษย์ ซึ่งวัฒนธรรมสามารถแสดงออกทางด้านความเชื่อ การแสดง การละเล่น จนกระทั่งถึงการพนัน แต่ข้อแตกต่างระหว่างการละเล่นกับการพนันก็คือ การละเล่นจะเน้นไปที่ความบันเทิง ส่วนการพนันนอกจากจะได้ความบันเทิงแล้ว ยังมีเรื่องของ การเดิมพันเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย (สังคิต พิริยะรังสรรค์ ,2546) ในสังคมไทยการพนันเป็นสิ่งที่พบเห็นได้ทั่วไป และอยู่คู่กับคนไทยมานาน เช่น พนันไก่ชน พนันมวย พนันแข่งม้า หวยใต้ดิน หรือแม้แต่การพนันฟุตบอล ซึ่งการพนันส่วนใหญ่ที่กล่าวมาก็ยังไม่ได้รับอนุญาตให้กระทำโดยถูกกฎหมาย

มีงานศึกษาเรื่องธุรกิจนอกกฎหมายและนโยบายสาธารณะในประเทศไทยช่วงปี ค.ศ. 1993-1995 คณะวิจัยศึกษาธุรกิจการพนัน 3 ประเภท คือ หวยใต้ดิน พนันฟุตบอล และธุรกิจบ่อนกาสิโน การประมาณการของงานวิจัยนี้พบว่า ธุรกิจการพนันทั้ง 3 ประเภทนี้สร้างรายได้ ถึงปีละ 138-277 ล้านบาทต่อปี (ผาสุก พงษ์ไพจิตร, 2543) จากสถิติดังกล่าวทำให้มองเห็นถึงมูลค่าธุรกิจการพนันในประเทศไทยที่สูงมาก และยังคงแสดงให้เห็นว่าคนไทยยังให้ความสำคัญกับการพนันมาก การพนันเป็นธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่มีการแลกเปลี่ยนเงินหรือทรัพย์สินจำนวนมาก เป็นธุรกิจระดับนานาชาติ โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2011 ตลาดการพนันโลกมีการเติบโตอย่างมาก และยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วงปี ค.ศ. 2012-2014 แต่ในปี ค.ศ. 2015 ตลาดการพนันของโลกเริ่มมีการชะลอตัวเป็นครั้งแรกในรอบทศวรรษ จากการที่รัฐบาลจีนใช้นโยบายควบคุมการเดินทางและการนำเงินออกนอกประเทศเพื่อปราบปรามการคอร์รัปชันและการฟอกเงิน (ศูนย์ปรึกษาปัญหาการพนัน, 2559)

จากการสำรวจประเภทการพนันที่คนไทยนิยมเล่นในปี 2558 การพนันทายผลฟุตบอลอยู่เป็นอันดับสาม รองมาจาก สลากกินแบ่งรัฐบาล และหวยใต้ดินตามลำดับ ถึงแม้ว่าการพนันฟุตบอลจะเป็นนิยามของนักพนันในประเทศไทยเป็นอันดับสาม แต่ถ้ามองถึงมูลค่าเม็ดเงินที่หมุนเวียนในวงการพนันฟุตบอลถือได้ว่ามากเป็นอันดับหนึ่ง ด้วยมูลค่ากว่า 136,125 ล้านบาท โดยผลสำรวจแสดงให้เห็นว่านักพนันส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงาน ส่วนเยาวชนที่อยู่ในวัยมัธยมตอนปลายและอุดมศึกษาเล่นพนันฟุตบอลมากถึง 3.72 แสนคน และเด็กอายุ 15-18ปี มีจำนวนถึง 1.64 แสนคน (ศูนย์ปรึกษาปัญหาการพนัน, 2559) โดยส่วนใหญ่ผู้เล่นในกลุ่มที่เป็นนักเรียน นักศึกษา มักจะเล่นการพนันประเภททายผลกีฬา มากกว่าการพนันประเภทอื่น ๆ เพราะการพนันประเภททายผลกีฬามีโอกาสที่

จะทลายถูกมากกว่า สถานที่ที่นักพนันมักจะเล่นก็คือ ศูนย์คอมพิวเตอร์ของสถาบันการศึกษาในช่วงว่างจากการเรียนหรืออาจเล่นตามร้านที่มีบริการอินเทอร์เน็ต (วิชญ วงศ์สินศิริกุล, 2546)

ในยุคการสื่อสารไร้พรมแดนในปัจจุบัน การพนันออนไลน์เป็นอีกหนึ่งทางเลือกใหม่ที่น่าสนใจสำหรับนักพนันทุกคน ธุรกิจเหล่านี้ได้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยสามารถเล่นข้ามประเทศผ่านระบบออนไลน์ได้ ซึ่งบางประเทศยังไม่ได้มีกฎหมายที่ยอมรับให้การพนันเป็นสิ่งที่ถูกกฎหมาย และกำลังประสบปัญหาเรื่องการพนันภายในประเทศของตนอยู่แล้ว เมื่อมีการพนันออนไลน์เข้ามา ถือได้ว่าเป็นภัยคุกคามของธุรกิจการพนันข้ามชาติ ที่ยากจะควบคุม รวมถึงเรื่องการเข้ามามีส่วนแบ่งในเรื่องของผลประโยชน์ของประเทศตนอีกด้วย (วิชญ วงศ์สินศิริกุล, 2546)

โครงสร้างการพนันรูปแบบนี้มีระบบที่ไม่ซับซ้อน เพียงแค่ผู้เล่นการพนันมีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ ที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ก็สามารถนำผู้เล่นเข้าไปในเว็บไซต์เกี่ยวกับการพนันที่ต้องการเล่นการพนันได้แล้ว

การพนันทางอินเทอร์เน็ต สามารถจำแนกได้ 4 ประเภท คือ (วิชญ วงศ์สินศิริกุล, 2546)

1. ประเภทการทายผลลอตเตอรี่ออนไลน์
2. ประเภททายผลกีฬา ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ
 - ประเภททายผลและคิดผลได้ หมายถึง เสียทันทีที่การแข่งขันสิ้นสุด
 - ประเภททายผลเพื่อสะสมคะแนนและคิดผลได้ หมายถึง เสียตามรอบระยะเวลาที่กำหนด
3. ประเภททายผลเกมพนันตามอย่างในบ่อนคาสิโน
4. ประเภททายผลการแข่งขันทั่ว ๆ ไป

การพนันออนไลน์เป็นการเล่นการพนันผ่านอินเทอร์เน็ต มีทิศทางเพิ่มขึ้นแบบต่อเนื่อง โดยอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยในช่วงปี ค.ศ. 2010-2014 อยู่ที่ร้อยละ 8 ต่อปี และมีคาดการณ์ว่าจะขยายตัวเฉลี่ยที่ร้อยละ 10.7 ในช่วงปี ค.ศ. 2015-2020 การเติบโตของตลาดอินเทอร์เน็ต มีผลให้ประเทศต่าง ๆ ประมาณ 85 ประเทศได้ออกกฎหมายให้การพนันออนไลน์เป็นการพนันที่ถูกกฎหมาย อย่างไรก็ตาม สำหรับสหรัฐอเมริกา มีเพียง 3 รัฐเท่านั้นที่ให้การพนันออนไลน์เป็นการพนันที่ถูกกฎหมายได้แก่ เนวาดา นิวเจอร์ซีย์ เดลาแวร์ (ศูนย์ปรึกษาปัญหาการพนัน, 2559) โดยในปีค.ศ. 1998 เว็บไซต์รับพนันทั่วโลกมีเพียง 190 เว็บไซต์ แต่ในปีค.ศ. 2002 ตัวเลขพุ่งสูงเกือบร้อยเท่าเป็น 1,800 เว็บไซต์ และทะยานขึ้นเป็น 2,500 เว็บไซต์ ในปีค.ศ. 2006 ตัวเลขนี้สะท้อนการเติบโตของอุตสาหกรรมพนันออนไลน์ได้เป็นอย่างดี ส่วนตัวเลขรายได้ของผู้ประกอบการ พบว่า ปีค.ศ. 1998 ธุรกิจการพนันออนไลน์ สร้างรายได้ 651 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเกือบ 20,000 ล้านบาท ซึ่งถือว่าเพิ่มขึ้นมากกว่าเท่าตัวจากปีค.ศ.1997 และตัวเลขนี้ยังสูงขึ้นเรื่อยๆ ปีค.ศ. 2004 หรือ 6 ปี

ต่อมา รายได้สูงขึ้นมากกว่า 10 เท่าหรือประมาณ 7,500 ล้านบาทเหรียญสหรัฐ คิดเป็นเงินไทยประมาณ 2.25 แสนล้านบาท พอถึงปีค.ศ. 2006 รายได้จากธุรกิจการพนันออนไลน์ก็พุ่งขึ้นเป็น 12,000-15,000 ล้านบาทเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 3.6-4.5 แสนล้านบาท (กฤษฎา ศุภวรรธนะกุล, 2557)

ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวส่งเสริมการพนันทางอินเทอร์เน็ตให้เป็นที่แพร่หลาย มีอยู่อย่างน้อย 3 ประการ คือ (วิษณุ วงศ์สินศิริกุล, 2546)

1. ความเชื่อมั่น
2. ความสะดวกรวดเร็ว ความแน่นอนของข้อมูลพนันทางอินเทอร์เน็ต
3. ความสะดวกรวดเร็ว ความแน่นอนในขั้นตอนการแทงพนัน

นอกจากนี้ยังมีอีกหลากหลายปัจจัย เกี่ยวกับระบบความปลอดภัยที่ทางบริษัทรับประกันไว้ รองรับผู้เล่นการพนัน เช่น ระบบการเปลี่ยนแปลงข้อมูลของผู้เล่นการพนันหลังจากได้เดิมพันไปแล้ว เพื่อเพิ่มความแน่นอนและความไว้วางใจว่าทั้งบริษัทหรือเว็บไซต์ที่รับเดิมพัน รวมถึงผู้เล่นการพนัน ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลได้หลังจากที่ผู้เล่นการพนันได้รับการยืนยันจากบริษัทหรือเว็บไซต์ที่รับเดิมพันแล้ว รวมถึงเรื่องของภาษาที่รองรับผู้เล่นการพนันหลากหลายประเทศ เป็นการขยายการตลาดของธุรกิจประเภทนี้ได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภค

การพนันฟุตบอลเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมมากในการพนันออนไลน์ เป็นกิจกรรมที่มีทั้งได้และเสียทุนทรัพย์ จากการทำนายผลการแข่งขันฟุตบอลของกลุ่มเล่นการพนัน ซึ่งโดยพื้นฐานต้องเกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อติดตามเกมการแข่งขัน การบริโภคข่าวสาร ที่เกี่ยวข้องกับแวดวงกีฬาและการพนันฟุตบอล ทั้งผ่านสื่อสมัยใหม่ หรือการพูดคุยแลกเปลี่ยนในกลุ่มเพื่อน หรือการเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ เช่น แฟนคลับสโมสรฟุตบอล เป็นต้น หรือกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ ตามพื้นที่บันเทิง ซึ่งจะเกิดขึ้นในยามค่ำคืนช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ รวมไปถึงจนถึงชุดความสัมพันธ์ต่าง ๆ ระหว่างแฟนบอล ผู้เล่นการพนันฟุตบอลด้วยตนเอง และเครือข่ายความสัมพันธ์ที่มีวางอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อใจ รวมไปถึง นักเลง นักธุรกิจการเมืองท้องถิ่น และเจ้าหน้าที่รัฐ ที่เข้ามาพัวพันกับธุรกิจการพนันชนิดนี้ (วสันต์ ปัญญาแก้วและคณะ, 2557)

ปัจจุบันรูปการเล่นการพนันฟุตบอลได้มีวิวัฒนาการ เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จากเดิมที่เล่นผ่านโต๊ะบอล หรือเด็กเดินโหย ซึ่งโดยส่วนมากโต๊ะบอลเหล่านั้นจะตั้งปะปนหรือเป็นส่วนหนึ่งของการพนันและการเล่นเกมชนิดอื่น ๆ โดยเฉพาะสนุกเกอร์ กระทั่งพัฒนามาเป็นร้านเกมส์ บริการอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ โดยที่เกิดการแพร่กระจายของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ง่ายตาย ทำให้นักพนันบางกลุ่มปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเล่นการพนันฟุตบอลรูปแบบเดิม เปลี่ยนมาเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มากขึ้น (วสันต์ ปัญญาแก้วและคณะ, 2557) ดังจะเห็นได้จากสื่อมวลชนได้มีการ

นำเสนอเกี่ยวกับการจับกุมการพนันฟุตบอลออนไลน์เสมอ ผู้กระทำผิดในการพนันฟุตบอลที่ถูกจับกุมในระยะ 2 ปีมานี้มีทั้ง บ่อนรับการพนัน โຕะรับพนัน นายทุนใหญ่ และนักพนัน เป็นต้น

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าปัจจุบันการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ได้ขยายตัวและเพิ่มขึ้น ไม่เพียงแคในกรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่ขยายไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ โดยส่วนหนึ่งมีนายทุนจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในไทย และเพิ่มฐานลูกค้าของไทยให้มากยิ่งขึ้น โดยใช้ฐานลูกค้าจากผู้ที่เล่นการพนันฟุตบอลแบบดั้งเดิมที่เป็นโຕะบอลอยู่แล้ว หรือเจ้าของโຕะบอลเดิม มีการปรับกลยุทธ์การรับพนันฟุตบอลโดยภายในโຕะบอลมีให้ลูกค้าเลือกว่าจะเลือกแบบโပยบอล หรือเล่นแบบออนไลน์

ในสถานการณ์ปัจจุบันยังรัฐบาลมีความเข้มงวดเพื่อปราบปรามมากเพียงใด ยังเป็นการกระตุ้นธุรกิจให้เจริญเติบโตมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเจ้าหน้าที่รัฐไม่มีอำนาจในการจับกุมบริษัทรับแทงพนันข้ามชาติหรือสั่งปิดเว็บไซต์การพนันเหล่านี้ได้เลย หากบริษัทเหล่านั้นใช้วิธีเปิดทำการในประเทศที่อนุญาตให้มีการดำเนินธุรกิจการพนันทางอินเทอร์เน็ตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย (วิชฌ วงศ์สินศิริกุล, 2546)

การพนันฟุตบอลออนไลน์ถือว่าเป็นธุรกิจที่ได้รับการพัฒนาและมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง สำหรับคนไทยมีความนิยมในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ขยายตัวรวดเร็วเช่นเดียวกับต่างประเทศ โดยผ่านช่องทางการเข้าถึงข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (Social Network) สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุสื่อสารกีฬาต่างๆ เป็นต้น เว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์มีอยู่เป็นจำนวนมาก เป็นช่องทางสำหรับผู้เล่นการพนัน ที่สามารถเล่นการพนันได้ทุกชนิดกีฬา เช่น ฟุตบอล, บาสเกตบอล, เทนนิส, กอล์ฟ, กีฬาแข่งม้า เป็นต้น รวมทั้งให้สมาชิกได้เลือกเล่นอีกหลากหลายเกมส์การแข่งขัน เช่น ไฟ่ บา คาร่า แบล็คแจ็ค รูเล็ต เป็นต้น เมื่อเว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์มีอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ละเว็บไซต์จึงมีกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการทำให้เว็บไซต์ของตนเองประสบความสำเร็จ มีสมาชิกในเว็บไซต์เป็นจำนวนมาก เป็นที่รู้จัก และได้รับความนิยมของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ทุกคน

กลยุทธ์การสื่อสาร ถือเป็นหนึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์ เว็บไซต์ที่มีการสื่อสารไปยังผู้เล่นการพนันได้ดี ย่อมทำให้เว็บไซต์ได้รับความนิยม นอกจากนั้นการเข้าถึงเว็บไซต์ได้ง่าย เป็นสิ่งที่สำคัญ หน้าเว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์โดยทั่วไป จะมีลิงค์ที่สามารถเชื่อมโยงไปหน้าที่ใช้ดูข้อมูลต่าง ๆ ที่จัดขึ้นอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ผู้ใช้เข้าใจง่าย และเนื่องจากการวางเดิมพันด้วยเงินจริง ทางเว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์ จึงต้องวางระบบเป็นอย่างดี ได้มาตรฐานและปลอดภัย และสิ่งสุดท้ายคือเรื่องการประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์ต้องคำนึงถึง ข้อมูล ข่าวสารต้องครบถ้วนและอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้คนที่สนใจเข้าไปชม รวมถึงแข่งขันกับเว็บไซต์ที่มีลักษณะบริการแบบเดียวกันเว็บไซต์อื่น ๆ อีกด้วย

ในส่วนของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ พบผลสำรวจพฤติกรรมการรับชมและการเล่นพนันทายผลฟุตบอลโลก 2014 ในกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายและอาชีวศึกษา ของนวนล้อย ตริรัตน์ พบว่านักเรียนสายอาชีพมีสัดส่วนผู้เล่นพนันสูงกว่าสายสามัญ และสัดส่วนผู้เล่นพนันจะเพิ่มขึ้นตามอายุที่เพิ่มขึ้น

จากข้อมูลจำนวนนักพนันที่เป็นผู้เรียนถือได้ว่าเป็นสัดส่วนที่สูง เมื่อเทียบกับนักพนันทั้งหมด โดยเฉพาะผู้เรียนสายอาชีพ หรืออาชีวศึกษาที่มีสัดส่วนการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่มากขึ้น

โดยงานวิจัยการศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบการใช้สื่อออนไลน์ต่อการเล่นพนันของเยาวชนในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ปีพ.ศ. ๒๕๖๑) พบว่าเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีพื้นที่อยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร เป็นจังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก วัยรุ่นส่วนใหญ่มีการอพยพย้ายถิ่นฐานตามผู้ปกครองมาจากหลายจังหวัด วัยรุ่นกลุ่มนี้จึงได้รับอิทธิพลของความเป็นเมืองหลวงทำให้เกิดปรากฏการณ์ทางสังคมที่วัยรุ่นมักมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่าสื่ออื่น ๆ โดยเฉพาะการใช้สื่อออนไลน์เพื่อเข้าถึงการเล่นการพนัน

อีกทั้งสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาได้แบ่งสถาบันศึกษาที่เป็นกลุ่มเสี่ยงในเรื่องของพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมเป็น 7 กลุ่ม โดยมีกลุ่มหนึ่งที่น่าสนใจคือ กลุ่มที่ 6 กลุ่มกรุงเก่า เพราะในกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่มีสถาบันการศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทั้งหมด ได้แก่

1. วิทยาลัยเทคนิคพระนครศรีอยุธยา
2. วิทยาลัยเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมการต่อเรือพระนครศรีอยุธยา
3. วิทยาลัยเทคโนโลยีอยุธยา
4. วิทยาลัยเทคโนโลยีพาณิชยการอยุธยา

โดยสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาเล็งเห็นว่ากลุ่มสถาบันดังกล่าวมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และมีความเสี่ยงต่อปัญหาอื่น ๆ ได้แก่ ยาเสพติด สื่อลามกอนาจาร การทะเลาะวิวาท และการพนัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญตามนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการที่กำหนดให้สถานศึกษาทุกแห่ง ดำเนินงานโครงการสถานศึกษาสีขาว ปลอดภัยจากยาเสพติดและอบายมุข และการพนันเป็นหนึ่งในอบายมุขที่ทางคณะกรรมการการอาชีวศึกษาเร่งรณรงค์กับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อีกทั้งนายสุเทพ ชิตยวงษ์ เลขาธิการคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ยังกล่าวในการประชุมนโยบายมาตรการเฝ้าระวังและแก้ไขปัญหาการทะเลาะวิวาท มาตรการป้องกันยาเสพติด และมาตรการป้องกันการพนันฟุตบอลในช่วงฟุตบอลโลก 2018 เพื่อเตรียมการเฝ้าระวังก่อนเปิดภาคเรียนปีการศึกษา 2561 ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ว่า “ในช่วงสัปดาห์แรกของการเปิดภาคเรียน ขอให้วิทยาลัยอาชีวศึกษาที่เป็นกลุ่มเสี่ยง เข้มงวดดูแลนักศึกษาไม่ให้เกิด

การช่งสู่ม ขณะเดียวกันเฝ้าระวังไม่ให้มีการเล่นพนันฟุตบอล โดยเฉพาะในช่วงเดือนมิถุนายนที่จะมีการแข่งขันฟุตบอลโลก ขอให้วิทยาลัยอาชีวศึกษาต่าง ๆ หามาตรการกำกับดูแลไม่ให้มีการเล่นพนัน”

จากสภาพปัญหาทั้งหมด งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์ ถึงกลยุทธ์ในการสื่อสารมาถึงผู้เล่นการฟุตบอลออนไลน์เป็นอย่างไร และศึกษาการสื่อสาร การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่เป็นสถาบันการศึกษากลุ่มเสี่ยง เกี่ยวกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์ เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เข้ามาจัดการ และแก้ไขปัญหาเหล่านี้ให้หมดไปจากสถาบันการศึกษาและสังคมไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล
2. เพื่อศึกษาการสื่อสาร และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

ปัญหานำวิจัย

1. เว็บไซต์การพนันฟุตบอล มีกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เป็นอย่างไร
2. กลุ่มผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการสื่อสารและเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเป็นอย่างไร

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านบุคคล

บุคคลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. นักวิชาการที่มีผลงานวิจัยเกี่ยวกับการพนันฟุตบอลและนักวิชาการที่สังกัดหน่วยงานในการควบคุมและป้องกันไม่ให้เกิดการพนันฟุตบอล
2. บุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล โดยทำเนื้อหาสำหรับประชาสัมพันธ์ให้กับเว็บไซต์ในการดึงดูดผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

3. ผู้เรียนในสถาบันการศึกษาสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ทั้ง 4 สถาบัน อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป

ขอบเขตด้านพื้นที่

สถาบันการศึกษาสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4 สถาบัน ได้แก่

1. วิทยาลัยเทคนิคพระนครศรีอยุธยา
2. วิทยาลัยเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมการต่อเรือพระนครศรีอยุธยา
3. วิทยาลัยเทคโนโลยีอยุธยา
4. วิทยาลัยเทคโนโลยีพาณิชยการอยุธยา

นิยามศัพท์

การเล่นพนันฟุตบอล หมายถึง การเดิมพันเสี่ยงโชคทายผลการแข่งขันฟุตบอล ทั้งการแข่งขันในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้เงินหรือทรัพย์สินเป็นสิ่งเดิมพัน

ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ในปัญหานาวินิจฉัยข้อที่ 1 หมายถึง บุคคลทั่วไปที่ใช้เงินหรือทรัพย์สินเป็นสิ่งเดิมพัน เสี่ยงทาย ผลการแข่งขันฟุตบอล โดยใช้วิธีการเล่นการพนันฟุตบอลที่มีอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งเชื่อมต่อกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ในปัญหานาวินิจฉัยข้อที่ 2 หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาในสถาบันอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ได้แก่ วิทยาลัยเทคนิคพระนครศรีอยุธยา วิทยาลัยเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมการต่อเรือพระนครศรีอยุธยา วิทยาลัยเทคโนโลยีอยุธยา และวิทยาลัยเทคโนโลยีพาณิชยการอยุธยา ที่ใช้เงินหรือทรัพย์สินเป็นสิ่งเดิมพัน เสี่ยงทาย ผลการแข่งขันฟุตบอล โดยใช้วิธีการเล่นการพนันฟุตบอลที่มีอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งเชื่อมต่อกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

เทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล หมายถึง กลวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางแผนไว้ คือกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้

ผู้มีอิทธิพลทางความคิด หมายถึง ผู้ที่มีส่วนในการชักจูง โน้มน้าวใจ ให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ตัดสินใจเข้าถึงข้อมูลบนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล หรือตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบข้อมูลเชิงลึกของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่มีผลต่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เป็นประโยชน์ต่อแวดวงวิชาการในการศึกษาเรื่องนี้เพิ่มเติม
2. ทำให้ทราบถึงผลกระทบในมิติต่าง ๆ และทราบถึงวิธีเปิดรับข้อมูลบนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ที่ทำให้กลุ่มผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่ดูแลสถานศึกษาเหล่านี้ รวมทั้งสถานศึกษา ครูอาจารย์ และผู้ปกครอง เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหานี้ต่อไป
3. ทำให้ทราบถึงกลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล เป็นประโยชน์ต่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่ไม่รู้เท่าทันสื่อจากการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวต่าง ๆ เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเลิกเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์
4. รู้วิธีการรับมือและป้องกันตัวเองสำหรับผู้ที่กำลังมีความคิดจะเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์
5. ข้อมูลจากงานวิจัยเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานต่าง ๆ เช่น ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน กรมอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ และสื่อมวลชนต่าง ๆ เป็นต้น ในด้านการรับรู้ปัญหา และประชาสัมพันธ์ข้อมูลเพื่อเป็นตัวอย่าง ไม่ให้เกิดผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์รายใหม่

บทที่ 2

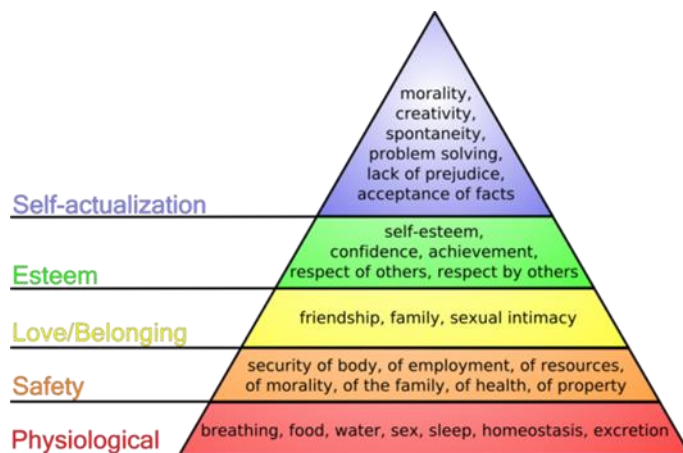
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์ ได้มีการนำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเข้ามาใช้ในการวิจัยเพื่อประกอบเป็นแนวทางการคิดเพื่อให้กรอบแนวคิดชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Approach)
2. แนวคิดการตัดสินใจและขั้นตอนการตัดสินใจ
3. ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technological Determinism)
4. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)
5. ทฤษฎีเทคโนโลยีสารสนเทศทุนนิยม (Cybernetic Capitalism)
6. แนวคิดเกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer)
7. แนวคิดเรื่องการพนัน
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Approach)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นทฤษฎีที่ขยายความมาจากทฤษฎีความต้องการและแรงจูงใจ (Needs and Motivation Theory) ซึ่งในทฤษฎีความต้องการและแรงจูงใจของ Maslow (Maslow, 1970) ได้กล่าวว่าบุคคลทั่วไปจะค้นหาสิ่งที่จะตอบสนองกับลำดับขั้นความต้องการของตน เมื่อบุคคลสามารถบรรลุเป้าหมายที่แสวงหาได้ในระดับหนึ่ง บุคคลนั้นก็เปลี่ยนไปยังขั้นที่สูงกว่า ดังนั้น ภาพลักษณ์ของมนุษย์ในฐานะที่เป็นผู้ค้นหาเชิงรุกเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตน สอดคล้องกันกับแนวคิดของ Katz, Blumler & Gurevitch ที่นำไปสู่การศึกษาว่าคนเรานั้นบริโภคสื่ออย่างไร



ภาพที่ 1 ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์โดย Maslow

ที่มา:https://commons.org/Maslow's_hierarchy_of_needs.png

ขั้นที่ 1 Physiological เป็นขั้นแรกสื่อถึงความต้องการพื้นฐานที่สุดของมนุษย์ ได้แก่ความต้องการทางกายภาพ มนุษย์ต้องหายใจ รับประทานอาหาร กินน้ำ มีเพศสัมพันธ์ นอน

ขั้นที่ 2 Safety เป็นขั้นความต้องการของมนุษย์ที่สูงขึ้น ได้แก่ความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยในด้านต่างๆ ความรู้สึกปลอดภัยทางร่างกาย หน้าที่การงานมั่นคง การเงินมั่นคง มีสุขภาพแข็งแรงปลอดภัยจากโรคร้าย

ขั้นที่ 3 Love/Belonging เป็นขั้นความต้องการของมนุษย์ที่สูงขึ้นจากขั้นที่ 2 มนุษย์มีความต้องการทางสังคม ต้องการเพื่อนฝูง และที่สำคัญต้องการการสนับสนุนจากครอบครัว รวมถึงความรักจากทุก ๆ คน

ขั้นที่ 4 Esteem เป็นขั้นความต้องการของมนุษย์ที่สูงขึ้นจากขั้นที่ 3 มนุษย์ต้องการเป็นที่ยอมรับจากทุกคน ต้องการเป็นที่ชื่นชม และถูกชมเชย

ขั้นที่ 5 Self-actualization เป็นขั้นความต้องการของมนุษย์ที่สูงขึ้นจากขั้นที่ 4 หมายถึงการบรรลุศักยภาพของตน ซึ่งหมายถึงการได้แสดงความสามารถตามที่ตนมี ทำได้สำเร็จตามที่ตนตั้งเป้าหมาย

Herta Herzog (1944) เป็นผู้ริเริ่มการวิจัยเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ โดยการวิจัยเริ่มขึ้นจากความสงสัยว่าผู้หญิงจำนวนมาก ทำไมถึงชอบฟังรายการละครวิทยุ โดยทำการสัมภาษณ์แฟนรายการละครวิทยุจำนวนหนึ่ง และได้จำแนกความพึงพอใจที่ได้ค้นพบออกเป็นสามกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้ฟังชอบฟังรายการละครวิทยุ เพราะเป็นการปลดปล่อยทางอารมณ์จากการรับฟังปัญหาจากบุคคลอื่น กลุ่มที่ 2 ผู้ฟังรายการละครวิทยุได้รับความพึงพอใจจากการรับฟังประสบการณ์ของบุคคลอื่น และกลุ่มที่ 3 ผู้ฟังรายการละครวิทยุสามารถเรียนรู้จากรายการที่ตนได้รับฟัง เพราะถ้าเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นกับตน จะสามารถทำให้รู้วิธีการรับมือได้

Alan Rubin (1981) ได้ค้นพบว่าแรงจูงใจในการใช้สื่อโทรทัศน์นั้น สามารถแบ่งได้ดังนี้ เพื่อให้เวลาหมดไป เพื่อใช้เป็นเพื่อน เพื่อความตื่นเต้น เพื่อหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายในชีวิต เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อการมีปฏิสัมพันธ์กับสังคม เพื่อความผ่อนคลาย เพื่อหาข้อมูล และเพื่อการเรียนรู้ เนื้อหาของเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

McQuail, Blumler & Brown (1972) กล่าวว่า การใช้สื่อของคนเรา สามารถจัดกลุ่มพื้นฐานได้สี่กลุ่ม ได้แก่ เพื่อหลีกเลี่ยงจากโลกส่วนตัว (diversion) เพื่อความสัมพันธ์ส่วนบุคคล (personal relationship) เพื่อสร้างเอกลักษณ์ส่วนตัว (personal identity) และเพื่อติดตามเฝ้าดูสังคม (surveillance)

Katz, Blumler & Gurevitch (1974) ได้ตั้งข้อสันนิษฐานของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ดังนี้

1. ผู้ฟังหรือผู้ชมเป็นผู้เลือกเป้าหมายในการใช้สื่อตามที่พวกเขาต้องการ
2. ผู้ฟังหรือผู้ชมเป็นผู้เชื่อมโยงการใช้สื่อกับความต้องการของตน
3. สื่อมีคู่แข่ง ผู้ฟังและผู้ชมมีทางเลือก ขึ้นอยู่ว่าจะเลือกใช้อะไร เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตน
4. บุคคลรู้วิธีการเข้าถึงสื่อ ความสนใจ และแรงจูงใจ สามารถอธิบายเรื่องใช้การสื่อของตนได้อย่างตรงประเด็นให้กับนักวิจัยได้
5. ผู้ฟังหรือผู้ชมเป็นผู้ตัดสินคุณค่าของเนื้อหาในสื่อเท่านั้น

ศิริวรรณ อนันต์โท (2553) กล่าวถึงสื่อใหม่กับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจว่า ในอนาคตอันใกล้นี้ คนจำนวนมากมีความเชื่อว่าจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการชมโทรทัศน์และการใช้สื่ออื่น ๆ เนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่มีการผสมผสานกันหรือที่เรียกว่าพหุสื่อ (multimedia) ผู้คนสามารถชมรายการโทรทัศน์ ชมภาพยนตร์ และฟังรายการวิทยุโดยผ่านคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถโทรศัพท์ผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ได้ ดังนั้นสื่อกำลังก้าวสู่การเปลี่ยนแปลงโดยยากที่จะหลีกเลี่ยง

Leung & Wei (2000) ได้ศึกษาเรื่องการ ใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยตั้งคำถามว่าทำไม คนจึงใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และเหตุผลของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่กับโทรศัพท์พื้นฐานแตกต่างกันหรือไม่ ผลการศึกษาพบว่าทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสามารถอธิบายการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการใช้ร่วมกับทฤษฎีอื่นด้วย

Shanahan & Morgan (1999) อธิบายว่า แม้ว่าเทคโนโลยีจะเปลี่ยนแปลง แต่ก็มีการพัฒนาให้รองรับเนื้อหาจากรูปแบบเดิมเสมอ เช่น ภาพยนตร์นำเนื้อหามาจากสารคดี โทรทัศน์นำเนื้อหาที่รวบรวมมาจากรายการวิทยุ เป็นต้น

Sherry, Lucas, Rechtsteiner, Brooks, & Wilson (2001) ได้ศึกษา พฤติกรรมการเล่นเกมสวัสดีโอคอมพิวเตอร์ ของวัยรุ่น ซึ่งส่วนใหญ่เล่นหลายชั่วโมงต่อสัปดาห์ พบว่าการเล่นเกมสวัสดีคอมพิวเตอร์ช่วยตอบสนองต่อแรงจูงใจของผู้เล่นในด้านการปลุกเร้า การหลีกเลี่ยงจากโลกแห่งความจริง การแข่งขัน ความท้าทาย จินตนาการ และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ประเด็นเรื่องปฏิสัมพันธ์ทางสังคมนั้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจ เนื่องจากทีมนักวิจัยพบว่าวัยรุ่นมักจะเล่นเกมสวัสดีคอมพิวเตอร์กับเพื่อน และมองเห็นว่าการเล่นเกมสวัสดีเป็นสิ่งที่ทำให้พวกเขาได้รวมกลุ่มกับเพื่อนฝูง ทีมนักวิจัยจึงสรุปว่าถึงแม้สื่อจะมีประเภทแตกต่างกัน แต่ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจก็สามารถช่วยอธิบายแรงจูงใจที่ทำให้วัยรุ่นเล่นเกมสวัสดีได้

Papacharissi & Rubin (2000) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่าทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสามารถอธิบายได้ว่าคนเรามีแรงจูงใจ 5 อย่างในการใช้อินเทอร์เน็ต ประการที่สำคัญที่สุด คือการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร นักวิจัยทั้งสองพบว่าผู้ที่ไม่มั่นใจในการสื่อสารแบบเผชิญหน้ามักจะหันเข้าหาอินเทอร์เน็ตเพื่อแรงจูงใจด้านสังคม ส่วนคนที่ชอบการสื่อสารระหว่างบุคคลจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการหาข้อมูลข่าวสาร อย่างไรก็ตาม นักวิจัยทั้งสองได้สรุปว่าทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจช่วยสร้างกรอบแนวความคิดที่สำคัญในการศึกษาสื่อใหม่

การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาทั้งผู้ส่งสารที่เป็นเว็บไซต์การพนันฟุตบอล และผู้รับสารที่เป็นผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ โดยผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล และเป็นช่องทางหลักในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ โดยทฤษฎีนี้สามารถนำมาประกอบผลการศึกษาที่ผู้เล่นเลือกใช้สื่อและความพึงพอใจจากสื่อที่กำลังใช้อยู่ มีผลต่อจิตใจหรือความคิดในทิศทางใด เพื่อให้ได้ข้อมูลผลการศึกษาที่ครอบคลุมปัญหาดังกล่าว

2. แนวคิดการตัดสินใจและขั้นตอนการตัดสินใจ

ความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง การเลือกสิ่งหนึ่งเพื่อให้ได้ตามจุดประสงค์ที่วางไว้ โดยความหมายของการตัดสินใจ นักวิชาการได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันดังนี้

Barnard ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจ คือ เทคนิคในการที่จะวิเคราะห์ทางเลือกต่างๆ ให้เหลือเพียงทางเลือกเดียว

Simon ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจ เป็นขั้นตอนการตัดสินใจ เพื่อหาทางเลือก และสิ่งที่เป็นไปได้ และทางเลือกจากภารกิจหรืองานต่าง ๆ ที่มีอยู่

Moody ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจ เป็นการเลือกให้เหลือเพียงทางเลือกเดียว โดยอยู่บนพื้นฐานของกระบวนการวิเคราะห์

Gibson and Ivancevich ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจ เป็นกระบวนการสำคัญขององค์การอยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ทางเลือกนั้นตั้งอยู่บนข่าวสารที่เป็นทางเลือก

Jones ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการ ที่จะสามารถแก้ไขปัญหาขององค์การบริษัท หรือหน่วยงาน โดยการค้นหาทางเลือก และเลือกทางเลือกหรือแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การ บริษัท หรือหน่วยงานที่ได้กำหนดไว้

พิชชากร พุ่มพวง (2559: 48) ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง การที่บุคคลตัดสินใจที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ตั้งแต่ 2 อย่างขึ้นไป โดยมีการพิจารณาเพื่อให้ได้รับสินค้าหรือการบริการที่ดีที่สุด โดยการศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

ชนิดของการตัดสินใจ

Simon (Simon, 1960:5-6 อ้างถึงใน ภัทรารุณี ชาโครต, 2553) ได้แบ่งการตัดสินใจออกเป็น 2 ชนิด ดังนี้

1. การตัดสินใจที่กำหนดไว้ล่วงหน้าหรือมีแบบแผนไว้ล่วงหน้า (Programmed decisions) เป็นการตัดสินใจตามระเบียบ กฎเกณฑ์ แบบแผนที่เคยปฏิบัติมาจนเป็นกิจวัตรประจำวัน การตัดสินใจแบบกำหนดไว้ล่วงหน้านี้ เปิดโอกาสให้ผู้บริหารเลือกทางเลือกได้น้อยเพราะว่าเป็นการตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน

2. การตัดสินใจที่ไม่ได้กำหนดหรือไม่มีแบบแผนไว้ล่วงหน้า (Nonprogrammed decisions) เป็นการตัดสินใจในเรื่องใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน ไม่มีระเบียบ ไม่มีกฎเกณฑ์ ไม่มีแบบแผนที่เคยปฏิบัติมาก่อน จึงถือเป็นเรื่องยุ่งยากแก่ผู้ตัดสินใจ โดยที่ผู้บริหารหรือผู้ตัดสินใจจะต้องคำนึงถึงความเสี่ยงและความไม่แน่นอนด้วย

Plunkett and Attner ได้เสนอลำดับขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้ อ้างจาก กุลชลิ ไชยนันตา (2539:135-139)

ขั้นที่ 1 การระบุปัญหา (Define the problem) การระบุปัญหาได้ถูกต้องแม่นยำหรือไม่ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อไปของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ

คุณภาพของการตัดสินใจด้วย ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรระมัดระวังไม่ให้เกิดความผิดพลาดในการระบุปัญหาขององค์กร ทั้งนี้ ผู้บริหารควรที่จะแยกแยะความแตกต่างระหว่างอาการแสดง (symptom) ที่เกิดขึ้นกับตัวปัญหาที่แท้จริงก่อน ผู้บริหารที่ชาญฉลาดต้องคอยสังเกตอาการต่าง ๆ ต้องพยายามรวบรวมข้อมูลที่เป็นต่อการค้นหาสาเหตุของอาการเหล่านั้น ซึ่งจะนำไปสู่การระบุปัญหาที่แท้จริงได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

ขั้นที่ 2 การระบุข้อจำกัดของปัจจัย (Identify limiting factors) เมื่อสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้ว ผู้บริหารควรพิจารณาถึงปัจจัยจำกัดต่าง ๆ ขององค์กร การรู้ถึงข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ จะช่วยให้ผู้บริหารกำหนดขอบเขตในการพัฒนาทางเลือกให้แคบลงได้

ขั้นที่ 3 การพัฒนาทางเลือก (Develop potential alternatives) ขั้นตอนต่อไป ผู้บริหารควรทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งทางเลือกเหล่านั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดได้จริง ในการแก้ปัญหาให้น้อยลงหรือให้ประโยชน์สูงสุด ซึ่งอาจใช้วิธีการปรึกษาหารือเป็นรายบุคคล หรือจัดการประชุมกลุ่มย่อยขึ้น ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลเหล่านี้ เมื่อผนวกพร้อมกับสติปัญญา ความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์ และประสบการณ์ของผู้บริหารจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพัฒนาทางเลือกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้พัฒนาทางเลือกต่าง ๆ โดยนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกัน โดยใช้การวิเคราะห์ อย่างไรก็ตามทางเลือกบางทางเลือกที่อยู่ภายใต้ปัจจัยจำกัดขององค์กรก็อาจทำให้เกิดผลต่อเรื่องที่ไม่น่าพึงประสงค์ตามมา

ขั้นที่ 5 การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternative) ผู้บริหารควรเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกอีกครั้ง เพื่อพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียว ทางเลือกที่ดีที่สุดควรสร้างผลเสียต่อเรื่องในระยะหลังน้อยที่สุด และให้ผลประโยชน์มากที่สุด ซึ่งบางครั้งผู้บริหารอาจต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกแบบประนีประนอม โดยวิเคราะห์องค์ประกอบที่ดีที่สุดของแต่ละทางเลือกนำมาผสมกัน

ขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติอย่างจริงจัง เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ผู้บริหารควรกำหนดระเบียบวิธี กฎ และนโยบาย ซึ่งมีส่วนช่วยสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 7 การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system) การสร้างระบบการควบคุมและการประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลย้อนหลัง

เกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ข้อมูลย้อนหลัง จะช่วยให้ผู้บริหารแก้ปัญหา หรือทำการตัดสินใจใหม่ได้ โดยได้ผลของการปฏิบัติที่ดีที่สุด

ศักดิ์ชัย ภูเจริญ (2553) ได้กล่าวถึง ขั้นตอนการตัดสินใจ ไว้ว่า ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน โดย อธิบายความสำคัญได้ดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นกำหนดปัญหา

การดำเนินกิจกรรมใดๆ ผู้ตัดสินใจต้องศึกษาข้อมูลให้รอบครอบและต้องเข้าใจใน สภาพของปัญหาและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนที่จะกำหนดขึ้นเป็นปัญหา จึงจะสามารถกำหนดขึ้น เป็นปัญหาได้อย่างชัดเจน เช่น ปัญหาที่ต้องตัดสินใจคืออะไร สาเหตุของปัญหาคืออะไร และมีความ จำเป็นต่อการตัดสินใจมากน้อยเพียงใด แล้วจึงกำหนดตัวแปร ที่เกี่ยวข้องกับปัญหานี้ๆ

ขั้นที่ 2 กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหา

เมื่อทราบปัญหา ผู้ตัดสินใจต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของการแก้ปัญหาครั้งนี้ให้ ชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปกำหนดตัวแปรและสร้างเป็นต้นแบบในการตัดสินใจ การกำหนด วัตถุประสงค์นั้นเพื่อต้องการให้เกิดสภาพที่เป็นจริงตามความต้องการ หลังจากที่ได้มีการแก้ไขปัญห

ขั้นที่ 3 การกำหนดทางเลือกที่หลากหลาย

ขั้นตอนต่อมา ผู้ตัดสินใจจะต้องรวบรวมทางเลือกต่าง ๆ ตามลักษณะของปัญหานั้น หลายๆ การกำหนดทางเลือกจะต้องสอดคล้องกับการกำหนดปัญหาและทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของ การแก้ปัญหานั้น ๆ การตัดสินใจในขั้นตอนนี้ถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก ทางเลือกที่หลากหลาย ก็ไม่ได้หมายความว่า ทุกทางเลือกจะเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด หรือเหมาะสมที่สุด ทางเลือกที่ตัดสินใจ เลือกจะเป็นพื้นฐานนำไปกำหนดตัวแปรและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

ขั้นที่ 4 การกำหนดเหตุการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

ปัญหาที่จะต้องตัดสินใจ ส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาที่มีความไม่แน่นอน และเป็นการ ตัดสินใจล่วงหน้า จึงต้องกำหนดเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น พร้อมทั้งกำหนดความน่าจะเป็นที่เป็นไป ได้ในเหตุการณ์นั้นได้ ซึ่งการกำหนดเหตุการณ์ หรือผลลัพธ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นเป็นเพียงการคาดหมาย ตามหลักการต่าง ๆ เท่านั้น

ขั้นที่ 5 การศึกษาสภาวะการณ์ของปัญหา

1. สภาพของปัญหาที่เกิดขึ้นมีลักษณะที่แน่นอน

หมายถึง ปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะนั้นสามารถมองเห็นได้ชัดเจนและสอดคล้องกับสิ่งที่ เป็นอยู่และมีเพียงเหตุการณ์เดียว และผู้ตัดสินใจมีข้อมูลที่แน่นอนชัดเจนจึงจะสามารถที่จะคาดคะเน ถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่ต้องการตัดสินใจได้แน่นอน และถูกต้อง

2. สภาพของปัญหาที่เกิดขึ้นมีลักษณะไม่แน่นอน

หมายถึง ปัญหาที่นำมาประกอบการตัดสินใจไม่มีข้อมูลที่ชัดเจนเพียงพอที่จะเชื่อถือได้ ผู้ตัดสินใจจึงไม่สามารถที่จะคาดคะเนเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นภายหลังการตัดสินใจได้แน่นอน และถูกต้อง ด้วยเหตุนี้ ผลของการตัดสินใจจึงอาจเกิดขึ้นได้หลายลักษณะ เนื่องมาจากเหตุการณ์ต่าง ๆ เหล่านั้น วิธีที่ดีและเหมาะสมที่สุดจึงต้องใช้เวลาประมาณค่าความเป็นไปได้ เข้าช่วยในการคาดคะเนเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเป็นไปได้

3. สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นมีลักษณะเสี่ยง

หมายถึง ผู้ตัดสินใจทราบถึงทางเลือกต่าง ๆ ของการตัดสินใจครั้งนั้นและมีข้อมูลเพียงพอ แต่ไม่ทราบถึงผลที่จะเกิดขึ้นแต่ละทางเลือกได้อย่างชัดเจน แน่นนอน อันเนื่องมาจากมีสาเหตุบางประการที่ทำให้ผู้ตัดสินใจไม่สามารถประมาณการได้ว่าความรุนแรงจะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใด

ขั้นที่ 6 การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสม

การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสม หมายความว่า เป็นการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับการแก้ปัญหาต่างๆ (ซึ่งอาจไม่ใช่ทางเลือกที่ให้ผลตอบแทนสูงสุด) ผู้ตัดสินใจจึงจะนำไปใช้เป็นเครื่องมือ ในการดำเนินการแก้ปัญหาต่อไป ดังนั้นต้องตระหนักไว้เสมอว่า การตัดสินใจเลือกทางเลือกใดนั้นอาจก่อให้เกิดผลได้น้อย 2 ประการ คือความล้มเหลว หรือความสำเร็จ โดยทั่วไปการตัดสินใจเลือกทางเลือกผู้ตัดสินใจมักจะเลือกใช้วิธีตัดสินใจแบบมีหลักเกณฑ์ทางเลือกที่เหมาะสมควรเป็นทางเลือกที่ง่ายต่อการปฏิบัติ มีความยืดหยุ่นได้บ้าง ต้นทุนต่ำ มีความเสี่ยงน้อย มีความพร้อมของทรัพยากรและสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว

ขั้นที่ 7 การสร้างตัวแบบการตัดสินใจ

การสร้างตัวแบบการตัดสินใจ หมายถึง การสร้างเครื่องมือเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องจะถูกนำมาดัดแปลงเป็นตัวแปรตัดสินใจ ซึ่งการนำการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาช่วยในการตัดสินใจ เป็นการตัดสินใจที่ต้องมีการรวบรวมข้อมูลหรือตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจไว้ให้ได้ทั้งหมด แต่ในทางปฏิบัติเป็นสิ่งที่ยากที่จะมีการรวบรวมข้อมูลได้อย่างเพียงพอ ดังนั้นการสร้างเครื่องมือในการตัดสินใจจึงอยู่ในรูปแบบของการจำลอง (Models) กล่าวคือเป็นการสร้างตัวแทนของสถานการณ์จริงที่เกิดขึ้นภายใต้ข้อสมมติและข้อจำกัดต่าง ๆ ของเหตุการณ์ หรือสถานการณ์จริงที่คาดคะเนขึ้นมาเพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจ

ขั้นที่ 8 การติดตามผล และการประเมินผล

การติดตามผลและประเมินผลที่ได้รับจากการปฏิบัติ ที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ทั้งนี้ การติดตามผล เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าได้มีการปฏิบัติตามแผนที่ได้วางไว้ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขและเพื่อนำข้อมูลไปกำหนดแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมต่อไป

สื่ออินเทอร์เน็ตมีบทบาทในทุกวงการ รวมทั้งวงการการพนัน ที่ได้เข้ามาทำการตลาดและทำธุรกิจเป็นอย่างมาก การพนันได้ใช้ช่องทางนี้ในการสื่อสารกับผู้เล่นการพนัน โดยใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในการสร้างเครือข่ายผู้เล่นทั่วทุกมุมโลก ไม่ว่าผู้เล่นการพนันจะอยู่ที่ใด จะสามารถเล่นการพนันได้ง่ายดาย มีการสื่อสารกับผู้เล่นด้วยวิธีต่างๆ การใช้โฆษณาเชิญชวนให้สมัครสมาชิกกับเว็บไซต์ หรือการโต้ตอบในห้องสนทนาของเว็บไซต์รับเติมพันการพนัน เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบทุกข้อสงสัยของผู้ใช้บริการ การใช้แนวคิดนี้มีประโยชน์ต่องานวิจัย เพื่อศึกษาถึงความสะดวกสบายที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ได้รับ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์อย่างไร

3. ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technological Determinism)

Mc.Quail กล่าวว่า ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดสังคมหรือชั้นนำสังคม โดยภาพรวมของทฤษฎีนี้ก็คือ ความพยายามในการเชื่อมโยงกันระหว่างศักยภาพของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในยุคหนึ่ง ๆ ที่จะต้องเชื่อมโยงกับโครงสร้างหลักของสังคมในยุคหนึ่ง ๆ นั่นเอง ดังเช่น เว็บ (web) ที่เป็นตัวอย่างของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ที่ธรรมชาติของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารประเภทนี้สามารถเป็นได้ทั้งสื่อที่สามารถแพร่กระจายได้ (broadcast) ในขณะเดียวกันก็เป็นการที่เป็นสื่อที่อาจอยู่กับที่ (non-broadcast) และยังเป็นสื่อที่มีลักษณะโครงสร้างที่ปราศจากแนวเขตกันของอาณาเขตแต่ละประเทศ (non-national structure) (กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2557)

Mc.Quail ได้ประมวลคุณลักษณะเด่นๆของกลุ่มทฤษฎีไว้ดังนี้

1. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารนับว่าเป็นเครื่องมือหรือกลไกพื้นฐานของสังคมทุกสังคม
2. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแต่ละชนิดจะเหมาะสมกับโครงสร้างของสังคมแต่ละอย่าง
3. กระบวนการผลิตและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจะสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคมได้
4. การปฏิบัติเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในแต่ละครั้ง จะทำให้เกิดการปฏิบัติและการเปลี่ยนแปลงสังคมตามมา

ในกลุ่มทฤษฎีกลุ่มนี้ ประกอบด้วยนักคิดหลัก ๆ 2 ท่านคือ

1. Harold A Innis เป็นนักคิดในกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองที่สนใจพลังหรืออำนาจของเทคโนโลยีสารสนเทศ อินนิส เป็นนักวิชาการและทำงานในมหาวิทยาลัยแห่งเมืองโทรอนโต ประเทศแคนาดา ได้ตีพิมพ์หนังสือ 2 เล่ม ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศคือ "จักรวรรดิและการสื่อสาร" (The Empire and Communication) ค.ศ. 1950 และ "ความลำเอียงของการสื่อสาร" (The Bias of Communication) ค.ศ. 1951 แนวคิดที่สำคัญของ Innis มีดังนี้ (อ้างถึงใน John F. Cragan, 1998)

1.1 Innis ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างอารยธรรมของสังคมกับรูปแบบหรือวิธีการของการสื่อสาร (mode of communication) ที่เคยมีมาในประวัติศาสตร์มนุษยชาติ

1.2 Innis ได้พิสูจน์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบหรือวิธีการสื่อสารกับโครงสร้างอำนาจในสังคม (structure of power) และให้ข้อสรุปว่า จากการศึกษาประวัติศาสตร์ของการสื่อสารที่ผ่านมา พบว่า ยิ่งระบบการสื่อสารขยายแวงกว้างออกไปมาเท่าใด กลุ่มคนที่อยู่ขอบนอกของศูนย์กลางอำนาจ (marginal) ดังกล่าว ก็ยิ่งถูกรอบงำมากยิ่งขึ้น หรือไม่มีโอกาสที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมากขึ้น

1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางอำนาจต่าง ๆ ในสังคมนั้น Innis เชื่อว่า ไม่ว่าจะพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจะก้าวหน้าไปเพียงใด แต่อำนาจในการใช้และควบคุมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารนี้ ก็ยังคงตกอยู่ในมือของคนกลุ่มน้อย คือกลุ่มชนชั้นนำ (elite) เท่านั้น และคนกลุ่มน้อยนี้จะใช้อำนาจทางการเมืองควบคุมระบบข่าวสารหรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ตลอดจนความรู้ต่าง ๆ ของสังคมไว้ พร้อมทั้งปิดกั้นการแข่งขันจากระบบการสื่อสารรูปแบบอื่น ๆ

เมื่อเกิดการปฏิวัติด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบใหม่ ๆ จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอำนาจทางสังคม แต่การเปลี่ยนผ่านอำนาจนั้นยังไม่เป็นการเปลี่ยนผ่านระหว่างชนชั้นบนไปสู่ล่าง แต่เป็นการเปลี่ยนระหว่างกลุ่มพวก หรือกลุ่มคนที่อยู่ในระดับเดียวกัน หรือกลุ่มคนภายในชนชั้นเดียวกัน

2. Marshall McLuhan ชาวแคนาดา เป็นนักคิดในสำนักโทรอนโต มองเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในแง่ชื่นชมยินดี McLuhan มีความเชื่อว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสามารถที่จะส่งผลทำให้สังคมเปลี่ยนได้ โดยสรุปแล้ว McLuhan (McLuhan, 1964) มีแนวคิดหลัก ๆ ดังนี้

2.1 เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารช่วยทำให้ประสบการณ์ของมนุษย์สามารถแผ่ขยายกว้างออกไป สื่อทุกชนิดคือ การขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ (Extension of Experience) โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้สร้างปรากฏการณ์ใหม่ที่เรียกว่า "หมู่บ้านโลก" (Global Village) ทำให้คนจำนวนมากสามารถรู้เรื่องราวที่ไหนก็ได้ ภายในระยะเวลาที่รวดเร็วหรือเวลาเดียวกัน แม้จะที่อยู่ทางกายภาพที่อยู่กันคนละซีกโลกก็สามารถทราบเรื่องราวในเวลาจริงได้ผ่านสื่อ เช่น เว็บ และอินเทอร์เน็ต ดังนั้นอุปสรรคในประเด็นที่เกี่ยวกับระยะทาง หรือ กาลเวลา กลายเป็นเรื่องไร้ความหมายและไม่สามารถปิดกั้นประสบการณ์ของมนุษย์

2.2 ตัวสื่อคือสาร (medium is the message) McLuhan ไม่สนใจหรือไม่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเนื้อหาที่ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อ แต่เขาให้ความสำคัญกับประเภทหรือรูปแบบของสื่อ กล่าวคือการส่งข้อความใดไม่สำคัญเท่าการส่งข้อความผ่านสื่อชนิดใด McLuhan เชื่อว่า การเปลี่ยนตัวสื่อเท่านั้น ก็จะสามารถสร้างผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นในสังคมมนุษย์ได้

2.3 นวัตกรรมของสื่อหรือของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (media innovation) สามารถขับเคลื่อนให้สังคมเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ไม่จำกัดระยะทาง และเวลา

แนวคิดของ McLuhan ที่ว่าตัวสื่อ คือตัวสารที่ต้องการส่งนั่นเอง (The medium is the message) เป็นแนวคิดที่ทำให้แมคลูฮันมีชื่อเสียงมากที่สุด สำหรับ McLuhan แล้ว แนวคิดนี้มีความหมายและคำอธิบายที่หลากหลาย ดังเช่น (McLuhan and Fiori, 1967)

ประเด็นแรกคือ สื่อ หรือช่องทางในการสื่อสาร คือส่วนที่สำคัญที่สุดของการสื่อสาร เขามีความเชื่อว่า สื่อมีความสำคัญกว่าสาร เขากล่าวว่า สื่อที่เด่นในแต่ละยุคสมัย จะสามารถส่งผลและมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของผู้คนมากกว่าสิ่งที่สื่อที่นั้นส่งสาร หรือส่งเนื้อหาไป

ประเด็นต่อมาคือ "สื่อ คือกระบวนการ หรือ สื่อ คือทักษะกระบวนการ" (The medium is the message) McLuhan กล่าวว่า แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนตัวอักษรออกหนึ่งตัว (จาก Message เป็น Massage) โครงสร้างเดิมของสื่อก็ยังคงสามารถที่จะส่งสารหรือยังคงสามารถที่จะสื่อสารตามที่ผู้ส่งต้องการได้ สื่อสามารถที่จะปรับเปลี่ยน และส่งต่อเนื้อหาที่ต้องการให้เกิดผลต่อจิตสำนึก (Conscious) อันสามารถส่งผลต่อการรับรู้ (Perception) ของมนุษย์ในแต่ละระดับของสังคมได้ในที่สุด

จากแนวคิดดังกล่าว ได้ส่งผลสู่ประเด็นสำคัญของทฤษฎีฯ ที่เชื่อว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เชื่อว่า สื่อ (media) เป็นกลไกที่สำคัญที่สุดในการที่จะเป็นผู้กำหนดการสื่อสาร และท้ายสุดก็คือการขึ้นาระบบสังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของผู้คนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นการขึ้นใน ระดับของปัจเจกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการคิด อารมณ์ และการแสดงออกต่าง ๆ จนกระทั่งการขยาย

ผลการชี้เข้าสู่ระดับกลุ่ม ระดับองค์กรต่าง ๆ ในสังคม ดังเช่นจัดระบบกลไกต่าง ๆ ภายในตนเอง หรือภายในองค์กรตนเองเข้าสู่สังคมแห่งความทันสมัย และเท่าทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ แนวคิดของ McLuhan จะมีหลักวิธีการคิดที่คล้ายกับทฤษฎีแนวคิดของ Marxist (Marxist Theory) ที่กล่าวว่า "เศรษฐกิจ คือตัวกำหนดกลไกทุกอย่างของสังคม" ในขณะที่ McLuhan กล่าวว่า "เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร คือตัวกำหนดกลไกทุกอย่างของสังคม"

McLuhan (McLuhan,1964) ได้อธิบายแนวคิดและยกตัวอย่างเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อ หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ต้องเชื่อมโยงกับวิวัฒนาการของสังคมในแต่ละยุคสมัย โดยกล่าวว่า ความเจริญของสังคมมนุษย์เกิดจากอิทธิพลของการพัฒนาการของสื่อในแต่ละยุค อิทธิพลของสื่อในแต่ละยุคจะเป็นตัวที่กำหนด หรือเป็นตัวที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ตลอดจนการจัดกระบวนทัศน์ต่าง ๆ ของสังคมด้วย McLuhan (McLuhan,1964) ได้ยกตัวอย่างแบ่งช่วงของการพัฒนาการสื่อที่ก่อให้เกิดอิทธิพลต่อวิถีชีวิตและการเปลี่ยนแปลงสังคมต่าง ๆ ในสังคมออกเป็น 4 ยุค ดังนี้คือ

1. ยุคชนเผ่า (The Tribal Epoch) การสื่อสารจะประกอบด้วย การสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์แบบเห็นหน้ากันและกัน (face-to-face communication) การสื่อสารด้วยภาษาพูด (oral) เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน การเล่าเรื่อง การแสดง การสื่อสารวัฒนธรรมด้วยภาษาพูด (spoken words) การพูดและการฟังเป็นการสื่อสารที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตของคนในสังคมมากที่สุด และโดยเฉพาะในยุคที่มีสมาชิกในสังคมยังไม่รู้จักการอ่านหนังสือ การแสดงออก การสื่อสารผ่านกิจกรรมต่าง ๆ จึงเป็นตัวกำหนดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคน ลักษณะและกระบวนกรสื่อสารดังกล่าวส่งผลต่อการอยู่ร่วมกันอย่างใกล้ชิดของคนในสังคมนั้น ๆ (cohesive communities)

2. ยุคอ่านออกเขียนได้ (The Literate Epoch) เริ่มมีการผลิตตัวอักษร สัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อให้สมาชิกในสังคมสามารถสื่อสารระหว่างกันได้ด้วยภาษาเขียน โดยอาจไม่ต้องใช้การสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์แบบเดิมอย่างเดียว สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาคือ ปัจเจกบุคคลสามารถที่จะเรียนรู้ สืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องอยู่ร่วมกับสมาชิกอื่น ๆ ของสังคมตลอดเวลา การเขียนเพื่อการสื่อสารเริ่มเข้ามาแทนการฟัง เกิดเป็นรูปแบบของการสื่อสารทางเดียวขึ้น (linear form of communication) การเรียงอักษรเป็นการเรียงคำเป็นประโยค การเรียงประโยคเป็นบทความ ก่อให้เกิดแนวคิดแบบทางเดียว (linear thinking) ให้กับคนในสังคมจนเกิดการพัฒนารูปแบบของกฎกติกาต่าง ๆ กฎการเรียนรู้เชิงคณิตศาสตร์ที่ใช้ฐานคิดเชิงตรรกะ (logic) เป็นต้น

3. ยุคการพิมพ์ (The Print Epoch) ถึงแม้ว่าในยุคนี้จะเริ่มมีการใช้ตัวอักษรมาเรียบเรียงเป็นภาษาเขียนเพื่อใช้ในการสื่อสาร สื่อความหมายระหว่างกัน ในยุคต้น ๆ ยังมีการนำมาใช้ใน

วงแคบ เช่น กลุ่มคนชั้นสูง กลุ่มพระหรือนักสอนศาสนา เพราะภาษาเขียนยังไม่สามารถผลิตได้เป็นจำนวนมาก ๆ เป็นการผลิตเฉพาะชั้น เฉพาะเล่มที่ไม่สามารถนำไปเผยแพร่สู่คนจำนวนมากได้

ต่อมา Johann Gutenberg ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นบิดาแห่งการพิมพ์ มีการเริ่มประดิษฐ์แท่นพิมพ์ กระบวนการอ่านออกเขียนได้เริ่มมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นในประวัติศาสตร์การสื่อสารของมนุษย์ จำนวนสื่อสิ่งพิมพ์เริ่มขยายตัวมากยิ่งขึ้น ขึ้น ควบคู่กับราคาที่เริ่มถูกลงที่คนทั่วไปจะสามารถซื้อหามาอ่านได้ คนชั้นและฐานะไม่สามารถเป็นสิ่งขัดกั้นสู่การสื่อสารด้วยการอ่านได้อีกต่อไป และในขณะเดียวกันสื่อสิ่งพิมพ์กลายเป็นสื่อหลัก สู่การพัฒนาทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคมในยุคนั้น McLuhan กล่าวว่า กระบวนการพิมพ์นับว่าเป็นกลไกแรกสุดของการสื่อสารให้กับคนจำนวนมาก และได้กล่าวว่า สื่อสิ่งพิมพ์ ณ ยุคนี้เป็นการผลักดันที่สำคัญสู่ยุคของการปฏิวัติอุตสาหกรรมต่อมานั่นเอง

และในทำนองเดียวกัน เมื่อพูดถึงสื่อ กระบวนการพิมพ์ที่เกิดขึ้นส่งผลต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารให้กับคนทุกกลุ่มในสังคม ศักยภาพของการผลิตจำนวนมากส่งผลให้รูปแบบและกระบวนการสื่อสารด้วยภาษาเขียน ภาษาภาพ ภาษาการมองเห็น เป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดและมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการกระจายความคิดเห็น ข้อมูลข่าวสารใดข้อมูลหนึ่ง ผู้สาธารณชนได้ครั้งละจำนวนมากในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ทำให้เกิดการก่อตัวสู่การเคลื่อนไหวเชิงสังคม และในขณะเดียวกันแต่ละปัจเจกบุคคลเริ่มมีการแยกตัวแสวงหาสิ่งที่ตนเองสนใจ เช่น กลุ่มผู้หญิง กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มนักวิชาการ เป็นต้น (McLuhan & Fiori, 1967)

4. ยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ (The Electronic Epoch) ความเจริญเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์และการสื่อสารด้วยภาษาสายตา เริ่มคลาไคลดลงเมื่อมีการประดิษฐ์เครื่องโทรเลขขึ้น ซึ่งนับว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารที่เริ่มนำสังคมมนุษย์ก้าวเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร McLuhan (McLihan, 1969) กล่าวว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้ฟื้นกลับกระบวนการสื่อสารด้วยภาษาพูด กลับคืนมาอีกครั้ง

เครื่องโทรเลขนับว่าเป็นเครื่องสื่อสารประเภทอิเล็กทรอนิกส์ประเภทแรกที่ใช้สายเชื่อมต่อสัญญาณเพื่อสื่อสารกัน ตามมาด้วยสื่อโทรทัศน์ที่ทำให้สมาชิกในสังคมรู้และเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในที่ต่าง ๆ ทั่วโลก การพูดคุยผ่านสื่อ (Modem of talk) ข้ามระยะทางทำให้มนุษย์ไม่สามารถที่จะถูกแบ่งแยกออกจากกันด้วยระยะทาง ยุคสารสนเทศนี้ก่อให้เกิด "หมู่บ้านโลก" ขึ้น (Global village) (McLuhan and Fiori, 1976)

โดยสรุปแล้ว "ทฤษฎีสื่อคือผู้กำหนดกฎเกณฑ์ต่างๆ" (McLuhan's Media Law Theory) หรือ กลุ่มนักทฤษฎีที่เชื่อว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นตัวกำหนด หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสามารถเป็นตัวชี้นำ (Technological Determinism) ที่ส่งผลต่อการกำหนดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคมได้ โดยแนวคิดนี้ประกอบด้วยกฎเกณฑ์หลัก ๆ ที่เกี่ยวข้อง 4 ข้อคือ (1) กฎแห่งความเร็วเร่ง (Law of acceleration) เช่น การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองต่อ

วิธีการสื่อสารที่รีบเร่ง รวดเร็วในปัจจุบัน (2) กฎแห่งความล้าสมัย (Law of obsolescence) เช่น การใช้วิธีการส่งจดหมายผ่านอีเมล (e-mail) แทนการส่งจดหมายด้วยระบบเดิม การเปลี่ยนวิธีการเก็บหนังสือในรูปแบบของแผ่นซีดีรอม (CD-ROM) แทนด้วยการเก็บแบบเดิม (3) กฎแห่งการหลอมรวม หรือการบูรณาการสื่อ (Law of synthesis or convergence) อันเป็นการเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ เพื่อเสริมสร้างซึ่งกันและกัน เช่น การประชุมทางไกลผ่าน video conference การใช้ห้องสนทนาอิเล็กทรอนิกส์กับคนเฉพาะกลุ่ม ในเฉพาะในบางประเด็น และ (4) กฎแห่งการสืบค้น (Law of retrieval) ที่เทคโนโลยีสารสนเทศสามารถที่จะเอื้อประโยชน์ได้ เช่น การออกแบบระบบฐานข้อมูลต่าง ๆ

โดยภาพรวมแล้วแนวคิดของ McLuhan ได้ส่งผลกระทบต่อในทางบวกต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตาม แนวคิดดังกล่าวก็ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์มากในประเด็นหลัก ๆ เช่น การเปิดโอกาสให้สื่อหรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาชี้นำพฤติกรรมมนุษย์ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล จนกระทั่งถึงระดับองค์รวมของสังคม เสมือนหนึ่งมนุษย์เป็นเหยื่อหรือสิ่งที่สามารถถูกกระทำได้ (DeFleur and Ball-Rokeach, 1989)

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ รวมถึงศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่อเว็บไซต์การพนันฟุตบอลของผู้เรียนอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งสองประเด็นนี้ล้วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทั้งอุปกรณ์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การใช้แนวคิดนี้เพื่อมาสนับสนุนผลการศึกษา จะทำให้การอภิปรายผลการศึกษาชัดเจนและมองเห็นภาพยิ่งขึ้น

4. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy)

ปัจจุบันสื่อกลายเป็นอุตสาหกรรมเพื่อการผลิตข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในฐานะผู้รับสารจะต้องปรับตัว เพื่อให้รู้เท่าทันต่อสื่อ กลไกทางด้านสื่อมวลชนที่มีความซับซ้อน ผลประโยชน์อยู่เหนือความถูกต้อง ทำให้การทำงานของสื่อแฝงมาด้วยธุรกิจที่ครอบงำความถูกต้องที่แท้จริง

แนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ เกิดขึ้นไปพร้อมกับกระแสของการให้ความสำคัญการถ่ายทอดความรู้แบบในห้องเรียนสู่สังคมภายนอกผ่านช่องทางสื่อในฐานะ “ผู้เผยแพร่หรือสร้างความรู้” สหรัฐอเมริกานิยมใช้คำว่า Media literacy ซึ่งแปลได้ว่า ความรู้เท่าทันสื่อมวลชน นอกจากนี้ยังมีกรใช้คำอื่น ๆ อีก เช่น Media awareness หรือความสำนึกรู้สื่อ (ภาณุพงษ์ วงศ์รอด, 2548)

Thoman (1999) นิยามความรู้เท่าทันสื่อว่า สิ่งที่เกิดขึ้นอยู่รอบตัว ล้วนเกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์จากสื่อ เพราะเป็นการสร้างความหมายของผู้รับสื่อด้วยตนเอง ที่รับสื่อต่าง ๆ ทุกวัน เช่น คอมพิวเตอร์ วิทยุ โฆษณา เป็นต้น

Baran and Davis ได้ให้ความหมายการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และสื่อความสารที่ได้รับ (สุขใจ ประเทืองสุขเลิศ, 2549)

ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง เข้าใช้ ประเมิน และสร้างสรรค์ในสื่อ ในหลากหลายรูปแบบ (สำนักงาน กสทช., 2558)

Baran (2006 อ้างถึงใน สุขใจ ประเทืองสุขเลิศ, 2549: 19-20) ได้กล่าวว่า หากต้องการเป็น บริโภคที่รู้เท่าทันสื่อต้องมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อดังต่อไปนี้

1. พยายามเข้าใจเนื้อหา และขจัดสิ่งที่มารบกวนออกไป

ในระหว่างที่เราบริโภคสื่อ พฤติกรรมบางสิ่งเช่น การฟังข่าวไปพร้อม ๆ กับการเล่นสมาร์ตโฟน เป็นต้น การจะเข้าใจในเนื้อหาต่าง ๆ ต้องมีความตั้งใจและสนใจเนื้อหานั้นจริง ๆ และต้องขจัดสิ่งที่มารบกวนให้ได้

2. เข้าใจและเกรงกลัวอิทธิพลในสื่อ

เราต้องพยายามเข้าใจว่าสื่อมีอิทธิพลต่อเรา หากเราไม่เชื่อสัจย์กับความคิดตัวเอง อาจมีผลระยะยาว

3. สามารถที่จะแยกแยะความแตกต่างระหว่างการโต้ตอบด้วยอารมณ์ และการโต้ตอบด้วยเหตุผล

เนื้อหาของสื่อที่เราได้รับมานั้น มักจะสร้างความดึงดูดหรือโน้มน้าวใจให้มีอารมณ์ร่วมต่อเนื้อหานั้น ๆ เราจึงต้องมีความคิดในการยับยั้งจิตใจและใช้ความคิดพิจารณาให้มาก

4. สามารถพัฒนาตนเองให้ตั้งความหวังกับเนื้อหาสื่อในระดับที่สูงมาก

การตั้งความคาดหวังกับสื่อ ต้องอยู่ในระดับที่สูงจากพฤติกรรมการรับชมสื่อที่มีการคิดพิจารณาอย่างถี่ถ้วน

5. รู้จักคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภท

สื่อแต่ละประเภทมีคุณลักษณะในการเผยแพร่ที่ต่างกัน ถ้าเรารู้จักความแตกต่างของสื่อ และสามารถแยกแยะได้ว่าสื่อแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันอย่างไร จะทำให้เราเข้าใจสื่อแต่ละประเภทได้ดีขึ้น

6. สามารถคิดวิเคราะห์จากสื่อ

ความน่าเชื่อถือของสื่อเป็นเรื่องสำคัญ เราไม่ควรเชื่อทุกอย่าง แม้ว่าสื่อที่น่าเชื่อถืออย่างมาก

7. รู้จักภาษาที่แฝงอยู่ในสื่อ

การถ่ายทอดความคิดของสื่อที่ส่งผ่านมายังเรา ต้องแยกแยะ และรู้จักภาษา ทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง เพราะสื่อมีความซับซ้อน ถ้าเราไม่วิเคราะห์สื่อที่ได้รับ อาจทำให้ไม่เข้าใจความหมายที่ถูกต้อง

จากงานวิจัยของเอื้อจิตร วิโรจน์ไตรรัตน์ ศึกษาแบบแผนการเรียนรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย (2540) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่อเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเองในด้านความพึงพอใจจากอารมณ์มากกว่าการรับสื่อไปใช้ประโยชน์ แสดงให้เห็นว่าการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร ด้วยการเติบโตทางธุรกิจสื่อ การเผยแพร่ของเทคโนโลยีสูงขึ้น และสร้างอิทธิพลครอบงำผู้รับสื่อ ทำให้ผู้รับสื่อส่วนใหญ่มีแบบแผนการรับสื่อที่ตอบสนองและสอดคล้องกับธุรกิจสื่อเพื่อความบันเทิง มากกว่าการใช้ประโยชน์ที่แท้จริง

Potter ได้แบ่งระดับของการรู้เท่าทันสื่อ ออกเป็น 8 ระดับ ดังนี้ (ภานุพงษ์ วงศ์รอด, 2548)

1. ขั้นรู้สิ่งพื้นฐาน เป็นการเรียนรู้ความหมายของการแสดงเสียงและสีหน้า
2. ขั้นรู้ภาษา เป็นการรู้จักจำแนกสิ่งที่นำเสนอในสื่อ ติดตามความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นกับเนื้อหา
3. ขั้นรู้วิธีการเล่าเรื่อง เป็นการเข้าใจวิธีเชื่อมโยงในองค์ประกอบของเรื่องนั้น
4. ขั้นสงสัย เป็นการรู้ความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ ไม่เชื่อคำอวดอ้างประโยชน์
5. ขั้นเข้มข้น เป็นการสร้างแรงจูงใจในการแสวงหาข่าวสารในบางหัวข้อ สามารถข่าวสารไปใช้ประโยชน์ได้
6. ขั้นทดลอง เป็นการแสวงหาข่าวสาร ตอบสนองความต้องการในรูปแบบใหม่ ๆ เพราะรู้สึกว่าการรับรู้สื่อของจนนั้นแคบมาก
7. ขั้นเห็นคุณค่า เป็นการพัฒนาความสามารถในการหาความแตกต่างในองค์ประกอบของเนื้อหาข่าวสารทันที พัฒนาความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับบริบททางประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจและการเมือง
8. ขั้นรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการมองเห็นว่าเนื้อหาสารมีคุณค่าต่อผู้อื่นและสังคม

จากการศึกษาแนวคิดเพื่อกำหนดตัวแปรการรู้เท่าทันสื่อสำหรับการวิจัยสื่อสารมวลชน โดยอดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์ พบว่า นักวิชาการไทยส่วนใหญ่ให้มุมมองไว้ดังนี้ การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การมี

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสื่อ ความสามารถในการวิเคราะห์ วิพากษ์สื่อ การรู้จักนำเนื้อหาสาระจากสื่อไปใช้ประโยชน์ (สุขใจ ประเทืองสุขเลิศ, 2549)

แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อมีประโยชน์ต่องานวิจัยครั้งนี้ สามารถนำมาประกอบกับผลการศึกษาในเรื่องการสื่อสาร และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การพนันฟุตบอลออนไลน์ เป็นการพนันที่ใช้สื่อออนไลน์ในการทำกลยุทธ์ต่าง ๆ โดยนำข้อมูลที่ได้จากผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ในประเด็นการใช้สื่อในด้านต่าง ๆ ประยุกต์กับแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ อธิบายผลการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล จะสามารถคลอบคลุมปัญหาและได้ผลที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5. ทฤษฎีเทคโนโลยีสารสนเทศทุนนิยม (Cybernetic Capitalism)

ทฤษฎีนี้ นับว่าเป็นอีกหนึ่งแนวคิดที่เชื่อในอำนาจและอิทธิพลของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่สามารถชี้นำสังคมได้ โดยเฉพาะการชี้นำในเชิงเศรษฐกิจ แนวคิดนี้เป็นแนวคิดของกลุ่มนักคิดแนวมาร์กซิสต์ยุคใหม่ (neo-Marxist) เช่น Webster และคณะ (Frank Webster, Kevin Robins and Oscar Gandy อ้างใน John V. Pavlik, 1998) ที่มีความคิดเห็นสอดคล้องกับกลุ่มนักคิดข้างต้นที่ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร คือสิ่งที่สามารถเป็นตัวนำหรือเป็นตัวกำหนดสังคมได้ แต่กลุ่มนักทฤษฎีกลุ่มนี้นอกจากการมองในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแล้ว ยังมองต่อไปถึงอิทธิพลของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจของสังคมนั้น ๆ ด้วย

กลุ่มนักทฤษฎีกลุ่มนี้มีความเห็นว่า เป็นเพราะกระแสการเติบโตหรือการขยายตัวของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบันที่เป็นอีกสาเหตุหลักสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดอิทธิพลต่อการขยายตัวของระบบทุนนิยมในรูปแบบและลักษณะต่าง ๆ โดยเฉพาะในระบบสังคมยุคหลังการพัฒนาเชิงอุตสาหกรรม (post-industrial society) ที่กลายเป็นสังคมที่ปรับเปลี่ยนจากระบบการผลิตเชิงอุตสาหกรรมแบบเดิมมาเป็นยุคสังคมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ด้วยการตระหนักในประเด็นสำคัญที่ว่า ข้อมูลข่าวสารก็นับว่าเป็นทุนสำคัญทุนหนึ่งของกระบวนการผลิตต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสังคม

Schiller อ้างใน John V. Pavlik, 1998) กล่าวว่า "ข้อมูลข่าวสาร คือตัวการที่ทำให้เกิดความหมายขึ้นในระบบสังคมทุนนิยม" (information is the making of meaning in capitalist society) เพราะการหลอมรวมของเทคโนโลยีต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารรุ่นเก่า หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารรุ่นใหม่ที่กำลังมีอยู่ในปัจจุบัน เช่น วิทยุ เคเบิล ดาวเทียม คอมพิวเตอร์ ฯลฯ การหลอมรวมของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเหล่านี้

ต่างก่อให้เกิดการขยายตัวในเชิงอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ หรืออุตสาหกรรมเชิงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารด้วยเช่นกัน ซึ่งกระแสต่าง ๆ ดังกล่าวส่งผลต่อการปฏิวัติข้อมูลข่าวสาร (information revolution) ที่หลากหลายและต่อเนื่องกันตลอดเวลาก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนหรือการปฏิวัติต่าง ๆ ขึ้นในวิถีชีวิต ด้วยเช่นกัน

Butler (Butler, 1981: ออนไลน์) กล่าวว่า "ข้อมูลข่าวสาร คือกุญแจสำคัญสู่ก้าวใหม่ของความเจริญทางเศรษฐกิจ"

Tom Stonier (Tom Stonier, 1983: ออนไลน์) กล่าวว่า "ในยุคปัจจุบัน ข้อมูลข่าวสารถือว่าเป็นทรัพย์สินที่สำคัญที่เป็นแหล่งของความมั่งคั่งและอำนาจ เทคโนโลยีสารสนเทศกลายเป็นสิ่งที่กำหนดวิถีชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคลถึงระดับสังคมโดยรวม" เช่น การก้าวสู่ระบบสำนักงานอัตโนมัติ ที่ต้องการคนที่มีความรู้ ความสามารถหรือมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ที่มีความสามารถที่จะก่อให้เกิดการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้อง การเกิดกระแสของการขยายตัวของโรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เพราะขนาดของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีขนาดเล็กถึง แต่สามารถที่จะทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบกับการมีราคาหรือต้นทุนที่ลดลง หรือแม้แต่กระทั่งการเปิดเสรีของบริษัทโทรคมนาคมของอังกฤษ ก็เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างของการขยายตัวเกี่ยวกับการเปิดเสรีข้อมูลข่าวสารเพื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาต่าง ๆ ให้กับสังคม โดยเฉพาะในทางเศรษฐกิจหรือทางระบบอุตสาหกรรมต่าง ๆ

ทั้งนี้ เพราะสังคมในยุคใหม่ที่มักเรียกกันสั้น ๆ ว่า ยุคโพสต์โมเดิร์น (new social era: postindustrial society) ภายใต้ระบบการเชื่อมโยงของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งเชื่อมต่อสู่ทุกกลไกของการเป็นสังคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่ส่งผลต่อการสร้างกระบวนการผลิตและการบริโภคจำนวนมาก สิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวส่งผลให้สังคมทั้งสังคมต้องกลายเป็นสังคมที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย

ทุกกลไกหรือทุกระบบย่อยต่าง ๆ ของสังคมจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตัวเองเข้าสู่ระบบการแข่งขันเชิงคุณภาพ เช่น ระบบการทำงานระบบใหม่ ใช้หุ่นยนต์อัจฉริยะเข้ามาช่วย ในการทำงานมากขึ้น การใช้เทคโนโลยีสำนักงานรูปแบบต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการทำงาน ในระบบการเมืองการปกครอง การบริหารจัดการต่าง ๆ เป็นต้น การพนันฟุตบอลออนไลน์ มีระบบข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วและทันสมัยสามารถที่จะส่งผลทำให้เว็บไซต์เหล่านี้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว การใช้ทฤษฎีนี้ จะทำให้ผลการศึกษาของงานวิจัยมีประสิทธิภาพ เพราะการพนันฟุตบอลออนไลน์เป็นการพนันที่มีเทคโนโลยีและสื่อใหม่หรือที่เรียกว่า สื่อออนไลน์ เข้ามาเกี่ยวข้องโดยตรง โดยนำแนวคิดมาประกอบผลการศึกษาในปัญหา นำวิจัยข้อที่ 1 เพื่ออภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

6. แนวคิดเกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer)

Brown & Hayes (2008) ได้ให้นิยามคำว่า “อิทธิพล” หมายถึง พลังอำนาจบางอย่างที่สามารถส่งผลกระทบต่อบุคคล สิ่งของ หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งได้ ส่วนในทางการตลาด อธิบายไว้ว่า “อิทธิพลสามารถเกิดขึ้นกับผู้บริโภค ผ่านหลากหลายวิธีด้วยกัน ตั้งแต่การแนะนำสินค้าปากต่อปาก ไปจนถึงการเปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อความน่าเชื่อถือของผู้ขายเพียงเล็กน้อย”

นักวิชาการหลายสำนักได้ทำการอธิบายแนวคิดหลักของการทำงานการตลาดแบบใช้ผู้มีอิทธิพล (Influencer Marketing) มาจากแนวคิดที่ว่า ผู้บริโภคมักจะไม่ได้ตัดสินใจด้วยตนเอง หากแต่ตัดสินใจจากการตรวจสอบข้อมูลหรือฟังความคิดเห็นจากแหล่งอื่น ๆ ก่อน Brown & Hayes (2008) ได้กล่าวถึงแหล่งที่ว่านั้น หมายถึง “ผู้ทรงอิทธิพล” หรือ Influencer ของผู้บริโภคนั่นเอง

รติมา ศรีสมวงศ์, พิมพันธ์ลิน โกลมรุจิ, ทิวาพร รุ่งนาวา, บัณฑิตา สุทธิ และพัลลภา ปิติสันต์ (2555) ได้แบ่งประเภทของ Influencer เป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. Amateur Reviewer เป็นบุคคลใด บุคคลหนึ่ง ที่สนใจเรื่องหนึ่งมาก ๆ มาเขียนเรื่องนั้น ๆ เพื่อที่จะรีวิวให้คนอื่นอ่าน อาจจะมีชื่อเสียงหรือไม่ก็ได้ ถ้าเขียนน่าสนใจก็มีอิทธิพลต่อผู้อื่นเช่นกัน

2. User group เป็นการรวมกลุ่มของผู้ใช้สินค้าประเภทเดียวกัน มักใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ลิงค์ หรือความคิดเห็นที่ได้รับนิยมมาก ย่อมมีอิทธิพลต่อความคิดของผู้อื่นได้มาก

3. Customer Complain เป็นการรวมกลุ่มของคนที่ผิดหวังจากแบรนด์นั้น ๆ เพื่อออกมาเตือนผู้อื่นไม่ให้หลงเชื่อ ซึ่งเจ้าของแบรนด์ต้องออกมาตอบกลับด้วยความเป็นมิตรเท่านั้น

เมื่อแนวคิดเรื่องผู้มีอิทธิพล ได้รับการนิยามและอธิบายอย่างกว้างขวางมากขึ้นหลากหลายบริษัทก็เริ่มเอาแนวคิดการตลาดแบบใช้ผู้มีอิทธิพล มาเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ในการเข้าถึงผู้บริโภคของตนเอง

Seth Godin (2003) นักการตลาดที่มีชื่อเสียงจากหนังสือเรื่อง Purple Cow ได้กล่าวไว้ว่าผู้มีอิทธิพลเหล่านี้ คือกุญแจสำคัญในการทำการตลาด ถึงขั้นที่ว่า “มันคงจะไร้ประโยชน์สินดี ถ้าหากเราไม่ทำโฆษณาให้กับคนที่ผู้มีอิทธิพล” เพราะฉะนั้น การตลาดแบบใช้ผู้มีอิทธิพล หรือ Influencer marketing จึงมีเป้าหมายเพื่อนำเสนอแบรนด์หรือสินค้าผ่านผู้มีอิทธิพลเหล่านี้ โดยให้ผู้มีอิทธิพล มีหน้าที่ช่วยนำสารของบริษัท ไปส่งให้กับตลาด อันประกอบไปด้วยคนอื่น ๆ ในแวดวงสังคมของตัวผู้มีอิทธิพลนั้นๆ

ในหนังสือเรื่อง Influencer Marketing ของ Brown & Hayes (2008) ได้นิยามบุคคลที่มีอิทธิพลว่า “บุคคลที่สามส่งผลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยที่ผู้บริโภคอาจไม่รู้ตัว” ในขณะที่วิธีการทางการตลาดแบบใช้ผู้มีอิทธิพลนั้น เป็นแนวทางที่ค่อนข้างใหม่ในแวดวงธุรกิจ ยังไม่พบเห็นมากนัก มีเพียงธุรกิจบางอย่างที่นำการตลาดแบบนี้เข้ามาใช้

Berry&Keller (2003) ได้อธิบายในหนังสือเรื่องThe Influential ถึงผู้มีอิทธิพล และบทบาทสำคัญที่พวกเขามีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในแง่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเชิงสังคม การเมือง วิถีชีวิต และธุรกิจ งานวิจัยชิ้นนี้ได้เน้นให้ความสำคัญกับวิธีการแบบปากต่อปาก ในทำนองที่ว่า “ถ้าชอบก็ต้องบอกต่อ” โดย Keller และ Berry ได้ชี้ว่า กลุ่มผู้มีอิทธิพลเหล่านี้ จะปรากฏให้เห็นในอัตรา 1 คน ใน 10 คน ซึ่งหนึ่งคนนั้นจะเป็นคนที่บอกเล่าให้คนอื่นๆ ฟัง ว่าพวกเขาคิดหรือรู้สึกอย่างไรกับบางสิ่งบางอย่าง และคำบอกเล่าของคนคนนี้จะส่งผลต่อการตัดสินใจของ 9 คนที่เหลือ โดย Keller และ Berry ได้นิยามผู้มีอิทธิพลไว้ว่า จะต้องมามีสามคุณลักษณะใหญ่ๆ คือ

1. พวกเขามีเส้นสาย หรือคอนเนคชั่น ที่จะนำพาโอกาสใหม่ๆ และเครือข่ายที่ใหญ่กว่ามาให้เสมอ
2. พวกเขาสามารถเข้าถึงข้อมูล หรือเข้าถึงบุคคลอื่น ๆ ที่มีข้อมูล อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจได้
3. ผู้คนมักจะเข้าหาพวกเขาเพื่อขอคำแนะนำ

Brown และ Hayes (2008) ได้อธิบายว่า ผู้มีอิทธิพลสามารถมีบทบาทได้มากที่สุด 10 บทบาทต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย ผู้ฝังแนวคิด หรือ Idea Planters, ผู้สื่อสาร หรือAggregators/Communicators, ผู้สร้างเทรนด์ หรือ Trendsetter,ผู้แนะนำ หรือ Recommenders และ ผู้ชักจูง หรือ Persuaders เป็นต้น นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นว่า กลุ่มผู้มีอิทธิพลไม่ได้แค่ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ง่ายขึ้นเท่านั้น แต่ยังช่วยไม่ให้ผู้บริโภครู้สึกกดดันมากเกินไปจากการตลาดโดยตรงของแต่ละบริษัทอีกด้วย

วารสาร Harvard business review (2013) ได้ให้ระบุถึงลักษณะของผู้มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ ดังนี้

1. บุคคลที่มีผู้ติดตามในสังคมออนไลน์ 2500 คนขึ้นไป
2. บุคคลที่ถือว่าตนเองมีอิทธิพลต่อผู้ชมของเขา
3. บุคคลที่ได้รับ หรือปรารถนาที่จะได้รับเงินสนับสนุนจากแบรนด์

Brown และ Hayes (2008) กล่าวอีกว่า การตลาดแบบใช้ผู้มีอิทธิพล เป็นการตลาดที่เกิดขึ้นมานานแล้ว เพียงแต่ว่าไม่ได้ได้รับความนิยมนเท่าที่ควรจากผู้ผลิต หรือบริษัทต่าง ๆ ผู้ผลิตแต่ละแห่งจึงพยายามหาวิธีการตลาดรูปแบบนี้ไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับฐานการตลาดที่แตกต่างกัน

ออกไป โดยเฉพาะเมื่อเทคโนโลยีต่างๆพัฒนามากขึ้น ก่อให้เกิดช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ การตลาดแบบใช้ผู้มีอิทธิพลในยุคเก่านั้น กระทำผ่านสถาบันอันมีอิทธิพล เช่น นักข่าว นักวิเคราะห์ นักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางต่างๆ อย่างไรก็ตาม เมื่อสื่อสมัยใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ก่อให้เกิดผู้มีอิทธิพลรูปแบบใหม่ๆ นอกจากนี้ยัง พลิกโฉมพื้นที่ของผู้มีอิทธิพลไปอย่างสิ้นเชิง แม้จะมีกรอบของความเป็นสื่อดิจิทัล แต่กลับทำให้ปัจเจกบุคคลมีความสามารถที่จะแสดงความคิดเห็นให้เป็นที่รับรู้ได้อย่างกว้างไกลไม่มีที่สิ้นสุด เสียงของพวกเขาย่อมไปถึงใครก็ได้ที่สนใจจะฟัง”

Craig Atkinson จากบริษัท PHD U.S.(Omnicon Media Group) ได้อธิบายไว้ในบทความของเขาในปี 2013 ว่า คนรุ่นใหม่กลุ่ม Millennial คือสื่อกลางที่สำคัญที่สุดในยุคนี้ นักการตลาดจะสามารถเข้าถึงคนกลุ่มนี้ได้ผ่านการสร้างความสนใจร่วมให้กับกลุ่มคนแปลกหน้า การกระตุ้นให้เกิดรสนิยมใหม่ๆ และการสร้างประสบการณ์ร่วมให้เข้าถึงคนหมู่มากได้ จากแนวคิดข้างต้นนี้ เราสามารถสรุปได้ชัดเจนว่า ผู้มีอิทธิพลในโลกออนไลน์ กลายมาเป็นเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการทำการตลาดในยุคปัจจุบัน (นิโรธา จันทรดี, 2556)

Teresa Caro (2013) ได้กล่าวในบทความของวารสาร Harvard business review เรื่อง Yes, Marketers, You Should Pay Your Influencers อธิบายถึงการที่บริษัทต่าง ๆ ได้นำการใช้ผู้มีอิทธิพลเข้ามาผสมในกลยุทธ์ การตลาดของตนเอง โดยใช้หลักการง่าย ๆ ว่า “ถ้าผู้มีอิทธิพลรักแบรนด์ และผู้บริโภคก็รักผู้มีอิทธิพล ผู้บริโภคก็ย่อมรักแบรนด์”

หลายๆบริษัทเริ่มจ่ายเงินให้กับผู้มีอิทธิพล เพื่อให้มีผลิตภัณฑ์ของตนเองปรากฏอยู่ในรูปภาพที่พวกเขาโพสต์แม้การกระทำเหล่านี้สวนทางกับแนวคิดของ Brown และ Hayes ที่ว่า เราไม่สามารถติดสินบนผู้มีอิทธิพลได้ อย่างไรก็ตาม สามารถสรุปได้ว่า ผู้มีอิทธิพลในสังคมออนไลน์ กลายมาเป็นเครื่องมือสำคัญ ที่จะช่วยให้แต่ละบริษัทผลักดันการตลาดให้โดดเด่น ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยที่ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางการโฆษณาเป็นจำนวนมาก การที่จะให้สินค้าหรือแบรนด์ของตนโดดเด่นขึ้นมาได้ พวกเขาจะต้องใช้ ผู้เชื่อมต่อ(Connectors), ผู้รู้(Mavens), นักขาย (Salesmen) หรือที่ในทางการสื่อสาร เรียกว่า “ผู้มีอิทธิพล” (Influencers) เข้ามาช่วยในการทำกลยุทธ์การสื่อสารนั่นเอง

หากผู้บริโภคคนหนึ่งต้องการจะซื้อผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่ไม่มีความรู้มากนักในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เช่นคอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายรูปแบบดิจิทัล นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อจะมีมูลค่าแพง ผู้บริโภคคนนี้จะทำอย่างไร เพื่อให้ตนเองสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง และเกิดความสบายใจหลังการซื้อ มีแนวโน้มสูงมากที่ผู้บริโภคจะขอคำปรึกษาจากบุคคลที่คิดว่ามีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ บุคคลคนนี้เรียกว่า “ผู้นำด้านความคิดเห็น” (Opinion leader) ซึ่งหมายถึง ผู้ที่สามารถจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติหรือพฤติกรรมของบุคคลอื่น (ชูชัย สมิทธิไกร, 2554)

ผู้นำทางความคิดสามารถมีอิทธิพลต่อบุคคลได้ เกิดจากสาเหตุ 4 ประการ ดังนี้ ประการแรก เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ประการที่สอง เป็นผู้ที่เคยซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ รวมทั้งได้ทดสอบและประเมินผลิตภัณฑ์นั้น ๆ อย่างไม่มีความลำเอียง ประการที่สาม เป็นผู้ที่มีตำแหน่งสำคัญในชุมชน ประการสุดท้าย เป็นผู้ที่มีค่านิยมและความเชื่อที่คล้ายคลึงกับผู้บริโภค (Solomon,2009)

นิติการุณย์ มิ่งรุจิราลัย (2561) ได้กล่าวถึง Online influencer ว่าเป็นกลุ่มคน Celeb, Blogger, Net Idol หรือคนธรรมดาที่มีคนชื่นชอบเป็นจำนวนมากในสื่อออนไลน์ ผู้ประกอบการที่ใช้กลุ่มคนเหล่านี้ สามารถที่จะเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าตนเองได้

ในปัจจุบันกลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิด โดยเฉพาะการพนันฟุตบอลออนไลน์ มีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น และมีแนวโน้มเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลอย่างมากในการชักจูงความคิดของผู้ที่กำลังติดตามให้เชื่อในสิ่งที่สื่อสารออกมา ซึ่งงานวิจัยนี้ใช้แนวคิดผู้มีอิทธิพลทางความคิด เพื่อให้ครอบคลุมถึงประเด็นที่กำลังจะศึกษา ทั้งในแง่ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล และผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการศึกษาทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสาร การใช้แนวคิดนี้จะสามารถทำให้ผลการศึกษามีความชัดเจนมากขึ้นเกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลทางความคิดต่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

7. แนวคิดเรื่องการพนัน

“พนัน” ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 หมายถึง การเล่นเอาเงินหรือสิ่งอื่นใดโดยอาศัยความฉลาด ความชำนาญ เล่ห์เหลี่ยม ไหวพริบ และฝีมือ รวมทั้งโชคด้วย การเล่นเช่นนั้นเรียกว่า การพนัน

พระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช 2478 ไม่ได้กำหนดนิยามความหมายของคำว่า “พนัน” ไว้โดยเฉพาะ แต่จากการศึกษากฎหมายดังกล่าว คำว่า “พนัน” นั้น มีความหมายเช่นเดียวกับความหมายทั่วไปและความหมายตามพจนานุกรม กล่าวคือ “พนัน” หรือการพนัน คือ การที่บุคคลสองคนขึ้นไปเข้าเล่นเพื่อแสวงหาประโยชน์ โดยอาศัยการเสี่ยงโชคด้วยความฉลาด ความชำนาญ เล่ห์เหลี่ยม ไหวพริบและฝีมือ เพื่อพนันเอาเงินหรือทรัพย์สิน

ศาลฎีกาได้กล่าวถึงการพนันไว้ว่า จะต้องมึลักษณะที่ผู้เล่นเสี่ยงต่อการได้และเสีย คณะกรรมการกฤษฎีกา (คณะที่ 11) ได้ให้ความเห็นว่า ลักษณะที่สำคัญของการพนัน คือ จะต้องเป็นการเล่นที่เป็นการเสี่ยงโชคต่อการได้หรือเสียประโยชน์

ประวัติและวิวัฒนาการของการพนัน

จากการศึกษาหลักฐานในประวัติศาสตร์ การพนันมีต้นกำเนิดที่ประเทศจีน เมื่อประมาณ 100 ปีก่อนคริสต์ศักราช หลังจากนั้นได้แพร่หลายเข้าไปในประเทศอินเดีย บาบิโลนและแพร์ซียาต่อไปยังประเทศตะวันตก กรีก โรมัน และประเทศต่างๆ ในทวีปยุโรปกันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะในประเทศเยอรมันและประเทศฝรั่งเศส จนในที่สุดประเทศอังกฤษได้มีการออกกฎหมายเกี่ยวกับการพนันขึ้นบังคับใช้เป็นผลสำเร็จขึ้นเป็นประเทศแรก เมื่อปี ค.ศ. 1541 หลังจากนั้นมีการออกกฎหมายเกี่ยวกับการพนันเพื่อใช้บังคับในหลายๆ ประเทศในทวีปยุโรป

การพนันประเภทลูกเต๋า ซึ่งเป็นที่นิยมเล่นกันในประเทศแถบทวีปยุโรป มีที่มาจากการเล่นประเภทถั่วโป มีต้นกำเนิดมาตั้งแต่สมัยราชวงศ์ตั้งฮั่นเป็นผู้มีอำนาจในประเทศจีน และในรัชสมัยของพระเจ้าฮั่นฮงตี้ที่ 7 ก็มีขุนนางจีนชื่อ เลียงกี ได้คิดการพนันประเภทถั่วขึ้น ซึ่งในภาษาจีนเรียกว่า อี้จี หรือหัวจี ต่อมาในสมัยราชวงศ์ใต้เซ็ง พ.ศ. 2100 ประเทศจีนจึงได้คิดค้นวิธีการเล่นลูกเต๋าขึ้นเป็นครั้งแรกเรียกว่า ป้อ หรือโป และแพร่หลายมาจนถึงทุกวันนี้ สำหรับการเล่นพนันประเภทหอยซึ่งเป็นต้นกำเนิดของสลากกินแบ่ง สลากกินรวบ หรือลอตเตอรี มีกำเนิดมาจากประเทศจีนในสมัยพระเจ้าเตากวางแห่งราชวงศ์ใต้เซ็ง ประมาณ พ.ศ. 2364 – 2394 ซึ่งแต่เดิมได้มีการเรียกกันว่า ฮวยหวย และภายหลังต่อมาได้แพร่หลายเข้ามาในประเทศแถบทวีปยุโรปและทวีปอเมริกา เมื่อเทคโนโลยีทางจักรกลและไฟฟ้าเจริญก้าวหน้าจึงเกิดมีการเล่นแบบพลิกแพลง เช่น สล็อตแมชีนหรือบิลเลียดไฟฟ้า เป็นต้น

ประเทศไทยไม่มีการบันทึกเป็นหลักฐานที่แน่ชัดไว้ แต่สันนิษฐานว่าการพนันอาจจะเข้ามาโดยการติดต่อทางการค้ากับประเทศจีน และประเทศจีนเป็นผู้นำเข้ามา คือ การพนันประเภทถั่วโป ตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัยเป็นราชธานี แต่ที่มีปรากฏหลักฐานให้เห็นเด่นชัดในสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี โดยในสมัยของสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง หรือในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชได้มีการเล่นการพนันชนิดหนึ่งเรียกว่า กำตัด ซึ่งมีวิธีการเล่นและอุปกรณ์การเล่นคล้ายคลึงกับการเล่นถั่ว หรืออี้จีของประเทศจีน จากข้อสันนิษฐานและเรื่องราวจากประวัติศาสตร์ดังกล่าวพอสรุปได้ว่า คนไทยได้รู้จักการเล่นการพนันมาตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัยเป็นราชธานี (บ้านจอมยุทธ, 2543)

ดร.วรภรณ์ สามโกเศศ ได้กล่าวว่า การพนัน คือการเล่นที่มีการวางเดิมพันซึ่งกำหนดโดยผู้เล่น มีการแข่งขันต่อสู้ มีผู้ประกอบการ (เจ้ามือ) มีลักษณะของการต่อรองกันถึงผลได้และผลเสียของคนสองฝ่ายส่วน ‘การเสี่ยงโชค’ ไม่มีการแข่งขันต่อสู้ มีลักษณะของการเสี่ยงทาย ไม่มีการต่อรองแพ้ชนะ ได้เสีย ฯลฯ การพนันเป็นสิ่งที่สามารถทำให้คนรวยล้นฟ้ากลายเป็นยากได้ในคืนเดียว เป็นสิ่งที่ทำให้คนหมกมุ่นจนไม่สร้างสรรค์สิ่งที่มีประโยชน์ เสียทั้งเวลา โอกาส เงินทอง และความเป็นไปได้ในการสูญเสียทุกอย่างที่ได้สร้างมาในชีวิตในเวลาอันสั้น

การศึกษาเรื่องการพนันเป็นแขนงหนึ่งของวิชาสังคมศาสตร์ซึ่งเป็นที่รู้จักสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง โดยเกิดจากผลงานวิจัยจำนวนมากที่กระจัดกระจายของนักสังคมวิทยา นักเศรษฐศาสตร์ นักจิตวิทยา และนักอาชญาวิทยาที่ให้ความสนใจในเรื่องการพนัน เช่น การวิเคราะห์คณิตศาสตร์เดิมพัน มุมมองทางเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับแผนการพนัน เป็นต้น (สังคิต พิริยะรังสรรค์, 2546: 4)

รุ่งโรจน์ รุ่งเรืองวงศ์ (2519 อ้างถึงใน ธารา มีบุญ, 2546) กล่าวไว้ว่า การพนันคือสัญญาที่ก่อให้เกิดเงิน ทรัพย์สิน โดยคู่สัญญาถือเอาผลแห่งเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันไม่แน่นอนมาเป็นตัวตัดสิน โดยที่คู่สัญญาไม่มีส่วนในการตัดสินครั้งนี้

สังคิต พิริยะรังสรรค์ (2546) กล่าวไว้ว่า การพนัน หมายถึงอะไรก็ได้ที่มีลักษณะเป็นธุรกรรมทางการเงิน ที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ความแน่นอน

ธารา มีบุญ (2546) กล่าวไว้ว่า การพนันเป็นอบายมุขที่มีความยุ่งยากในการปราบปราม เนื่องจากเป็นอาชญากรรมที่ไม่มีผู้เสียหายเข้ามาแจ้งความกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ การพนันสามารถเล่นได้ทุกโอกาส ไม่ว่าจะเป็นการทายเลขทะเบียนรถบนท้องถนน หรือแม้กระทั่งเกมส์กีฬา และที่สำคัญที่สุดการพนันที่มีลักษณะเป็นองค์หรือลัทธิเป็นอาชีพ มักจะมีเรื่องของอิทธิพลเข้ามาเกี่ยวข้องทำให้ยากต่อการปราบปราม

ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2532) กล่าวไว้ว่า สังคมไทยเข้มงวดไปที่เรื่องของ การพนันและการค้าประเวณี และได้ใช้ทรัพยากรจำนวนมากที่จะทุ่มไปจัดการและปราบปรามกับอาชญากรรมที่ไม่มีผู้เสียหายและสร้างผลกระทบในสังคมระดับต่ำ ถึงแม้ว่าอาชญากรรมที่ปราศจากผู้เสียหายจะง่ายต่อการจับกุม แต่ก็ยากที่จะใช้กระบวนการยุติธรรมในการปราบปราม

สังคิต พิริยะรังสรรค์ (2546) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีการพนันแบบดั้งเดิม ได้มองข้ามความเป็นจริงที่ว่า การพนันนั้นในปัจจุบันไม่ว่าจะถูกกฎหมายหรือผิดกฎหมาย เป็นการแสดงออกของความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทุนและสถาบันรัฐ การพนันได้รับการนิยามจากสถาบันรัฐ ไม่ว่าจะเป็นสถานิติบัญญัติ พรรคการเมือง หน่วยราชการและผู้รักษากฎหมาย สถาบันทุน ได้แก่ บริษัทการพนัน เอกชนและ บริษัทการตลาด ที่มีความเกี่ยวข้องในด้านให้ดำเนินธุรกิจ การควบคุม ประสานงานหน้าที่ของรัฐคือการอนุญาตให้การพนันบางอย่างสามารถดำเนินการได้ หรือ ปราบปราม ควบคุม จำกัดหรือทำให้การพนันน้อยลง ดังนั้นการที่จะเข้าใจปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาของการพนันสมัยใหม่ต้องเข้าใจบทบาทของรัฐในการกำหนดว่าการพนันรูปแบบใดควรที่จะอนุญาต ซึ่งปัจจุบันการพนันได้กลายเป็นองค์ประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมการพักผ่อนสมัยใหม่ที่เป็นธุรกิจที่แสวงหากำไรโดยองค์ของรัฐ เอกชน

ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์ (2559) กล่าวไว้ว่า การติดการพนันของเด็ก มักจะเป็นสิ่งที่ถูกมองข้าม กลายเป็นพฤติกรรมเสพติดแฝงเร้น พ่อแม่ไม่ได้คิดว่าเป็นปัญหา ส่งผลให้ปล่อยปละละเลย

การเข้ารับการบำบัดจึงมีน้อยมาก เมื่อเทียบกับเด็กติดยา เหล้า เด็กและวัยรุ่นเล่นการพนันจะไม่เหมือนผู้ใหญ่ เด็กเล่นเพราะคิดว่าสนุก การเล่นการพนันจะไปกระตุ้นสมองส่วนอยาก มากกว่าสมองส่วนคิด วิจารณ์ญาณ เมื่อสมองส่วนอยากถูกกระตุ้นเรื่อยๆ จะเกิดการเปลี่ยนแปลงการทำงานของสมองจนประสาทสมองส่วนอยากควบคุมการคิดมีแต่อยากเล่น

Lesieur (1984) and Custer (1985) (อ้างถึงใน ภัทรพร แจ่มใส, 2549) กล่าวไว้ว่า

ปัจจัยที่ทำให้คนกลายเป็นนักพนัน

1. ประสบการณ์ที่จะได้สัมผัสรางวัลใหญ่
2. ความพยายามที่จะเอาเงินคืนจากการพนัน
3. ความรู้สึกแบบหุ้มสุดตัว อาจเกิดจากอาการเมาสุรา ความสิ้นหวัง อารมณ์โกรธ
4. การเริ่มเล่นการพนันในช่วงวัยเด็กหรือวัยรุ่น
5. การมีพ่อแม่ที่ติดพนัน
6. การเชื่อว่าการชนะการพนันอาจมีกลวิธีที่มากกว่าการใช้ทักษะ

ปัจจัยเสริมที่ทำให้คนกลายเป็นนักพนัน

1. เหตุการณ์ที่ผ่านเข้ามาในชีวิต
2. ชีวิตที่ถูกทิ้งทิ้งในวัยเด็ก และการไม่ได้รับความรักความอบอุ่นจากพ่อแม่
3. เหตุการณ์ในวัยเด็กที่ถูกข่มขู่ หรือถูกลิดรอน ข่มขู่ ความเป็นมนุษย์
4. พฤติกรรมติดสุราหรือสารเสพติด
5. ปัญหาทางสรีระที่ต้องการใช้การพนันเพื่อทดแทนสิ่งที่ขาดหายไป
6. ปัญหาทางสังคม หรือความสนใจสั้น

สาเหตุของการเล่นพนันคนไทย มีดังต่อไปนี้ (กนกศักดิ์ แก้วเทพ, 2543)

1. การพนันในสายเลือด
2. เป็นการเสี่ยงโชค
3. เพื่อความเพลิดเพลิน
4. เพื่อเข้าสังคม
5. เพื่ออธิบายความรู้สึกที่ซ่อนเร้นในใจ
6. ยึดเป็นอาชีพ
7. วัฒนธรรมทุนนิยมและค่านิยมที่ผิด
8. การแพร่ระบาดของวัฒนธรรมตะวันตก
9. ความเข้มแข็งขององค์การอาชญากรรมและการไม่บังคับให้เป็นไปตามกฎหมาย

10. ความล่าช้าทางกฎหมาย
11. ประสิทธิภาพของกระบวนการขัดเกลาทางสังคม สถาบันทางสังคมไม่เพียงพอ
12. การพัฒนาทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชน

ศูนย์ปรึกษาปัญหาการพนัน (2559) ได้กล่าวว่า การที่คนทั่วไปไปยอมรับการพนันบางประเภทเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน และไม่รังเกียจคนถูกจับด้วยคดีพนัน การเล่นพนันจึงพบเห็นได้ทั่วไป และการเข้าถึงช่องทางเล่นพนันของเด็กและเยาวชนทำได้ง่าย โดยหนึ่งในปัจจุบันสำคัญที่กระตุ้นให้เด็กและเยาวชนก้าวเข้าสู่วงการการพนันคือการมีกิจกรรมกีฬาเช่น ฟุตบอลโลก ฟุตบอลพรีเมียร์ลีก อังกฤษ ฟุตบอลยูโร เป็นต้น

Vincent H. Eade and Raymond H. Eade (1997: 19-21 อ้างถึงใน ธารา มีบุญ, 2546: 10) ได้กล่าวว่า สาเหตุที่คนชอบเล่นการพนัน สามารถพิจารณาได้จากปัจจัยทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และจิตวิทยา ซึ่งมีสาเหตุดังต่อไปนี้

1. ความเฝ้าหวงของการพนัน

คนทั่วไปที่ชอบเล่นการพนันเพราะชอบเสี่ยงทาย ทั้งนี้การพนันอาจทำให้รวยขึ้นได้ ซึ่งจะทำให้ได้รับเงินจำนวนมากหากชนะการพนัน และที่สำคัญคนที่ไปเล่นการพนัน ไม่ได้หวังกำไรหรือเงินการพนันเพียงอย่างเดียว แต่สิ่งที่มีมากกว่านั้น ต้องการอย่างจากการพนันด้วย เช่น ความตื่นเต้นในลุ้นโชคหรือเสี่ยงทาย และความภาคภูมิใจในการเป็นผู้ชนะ

2. ความบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ

คนทั่วไปมักมองหาวิธีการที่แปลกใหม่ในการจ่ายเงินแตกต่างไปจากที่เดิม เพื่อนเงินของตนไปใช้จ่ายเพื่อความเพลิดเพลิน การพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งอีกหนึ่งทางเลือกก็คือบ่อนคาสิโน ที่สามารถทำให้นักพนันหลีกเลี่ยงปัญหาความวุ่นวายมาพักผ่อนได้ ในบ่อนไม่ได้มีแค่เรื่องการพนันเท่านั้น แต่ยังมีสิ่งมากระตุ้นทำให้นักพนันอยากเข้ามาใช้บริการ เช่น โรงภาพยนตร์ โบว์ลิง หรือกิจกรรมความบันเทิงอื่น ๆ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดให้นักพนันเข้ามาใช้บริการบ่อนคาสิโนมากขึ้น

3. ทางด้านสังคม

กลุ่มผู้เกษียณอายุหรือผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์ทางด้านสังคมมากกว่ากลุ่มบุคคลอื่นๆ เพราะกลุ่มผู้สูงอายุมีเวลาว่างมาก จึงมักจะใช้การพนันเพื่อแก้เหงาและเข้าปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น

4. ทางด้านเศรษฐกิจ

การพนันกลายเป็นแหล่งรายได้ของโรงแรมและคาสิโน ดังนั้นโรงแรมหรือคาสิโนจึงสามารถคัดสรรห้องพักที่ดีที่สุด หรือภัตตาคารที่มีอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อดึงดูด ไม่แม้แต่นักพนันเท่านั้น แต่ยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มองหาแหล่งพักผ่อนอีกด้วย

5. สิ่งดึงดูดที่ต้องไปดู

ทุกวันนี้รีสอร์ทขนาดใหญ่หลายแห่งมีการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปชมบ่อนคาสีโนกันเป็นจำนวนมาก เนื่องจากคาสีโนมีการพัฒนาให้ถูกกฎหมาย ทำให้ผู้คนอยากเข้าชมบ่อนคาสีโนมากขึ้น

6. การเสนอความสุขสำราญ

โรงแรมหรือคาสีโนมักจะมีบริการความบันเทิงความสะดวกสบายให้กับผู้มาใช้บริการ ร้านอาหาร โรงภาพยนตร์ สวนสนุก สถานบริการทางสุขภาพ สวนสนุก เป็นต้น ทั้งนี้คาสีโนบางแห่งยังเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมทั้งยังให้บริการในด้านการเงิน เพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าอย่างมาก อีกทั้งบางแห่งยังมีห้องประชุม ไร่รองรับลูกค้าที่ต้องการมาจัดงานเลี้ยง งานแต่งงาน หรือแม้กระทั่งงานสำเร็จการศึกษา ก็สามารถมาจัดที่แห่งนี้ได้ด้วย

7. ศักดิ์ศรี / ความพึงพอใจ / ความโอ้อวด

บ่อนคาสีโนหลายแห่งมักจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักเล่นการพนันมากมาย ทั้งนี้นักเล่นการพนันหลายคนมักต้องการบริการที่ดี และได้รับการบริการที่เหมือนเป็นคนพิเศษจากบ่อนคาสีโน

สังคิต พิริยะรังสรรค์ (2546: 9-10) ได้กล่าวว่า การพนันเป็นปัญหาสังคม โดยมีการวิจัยจำนวนมากที่เกิดขึ้นก่อนสงครามโลก โดยเสนอปัญหานี้ใน 3 รูปแบบที่สำคัญ คือ

1. นักเสรีนิยมตั้งสมมุติฐานว่าตัวกำหนดพื้นฐาน ของการเล่นการพนันคือทางเลือกส่วนตัว ดังนั้นการปรับรูปแบบให้การพนันเป็นสิ่งถูกกฎหมายไม่มีผลอะไรต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม เหตุผลพื้นฐานของความเชื่อก็คือความเข้าใจที่ว่า การพนันเป็นแง่หนึ่งของการ “เล่น” (Play)

2. นักอนุรักษนิยมเห็นว่าเนื่องจากการพนันแตกต่างจากกิจกรรมยามว่างอื่น ๆ ในแง่ของจรรยาบรรณและศีลธรรม พวกเขาตั้งสมมุติฐานว่าการพนันเป็นหรืออย่างน้อยที่สุดก็มีศักยภาพที่จะเป็น “ปัญหาสังคม” ซึ่งจำเป็นต้องมีการควบคุม นอกจากนี้นักจิตวิทยาและนักจิตบำบัดก็มีบทบาทสำคัญในการเสนอว่า มีนักพนันส่วนหนึ่งที่เสพติดการพนันจนประสบความล้มเหลว หรือทำความเสียหายต่อบุคคล ครอบครัว และหน้าที่การงาน

3. นักปฏิรูปสังคมศึกษาการพนันและผลที่ตามมาภายใต้กรอบของศีลธรรมซึ่งสะท้อนความหมายของการพนันตามกฎหมายและความพยายามในการกีดกันในขณะนั้น ความเห็นที่สำคัญเกี่ยวกับการพนันก็คือการรับรองของรัฐที่มีความเป็นอิสระว่าเป็นกลไกที่เหมาะสมในการควบคุม พวกเขาจึงถือว่าเป็นจริงที่การพนันเป็นปัญหาสังคม

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัทมาภรณ์ สุขสมโสด (2561) ศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบการใช้สื่อออนไลน์ต่อการเล่นพนันของเยาวชนในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชน เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นการพนันของเยาวชน เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นการพนันผ่านสื่อออนไลน์ของเยาวชน และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อออนไลน์กับพฤติกรรมการเล่นการพนันของเยาวชน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างคือเยาวชนในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อออนไลน์ช่วยในการหาข้อมูลก่อนการเล่นการพนัน เพื่อช่วยในการหาข้อมูลสนับสนุนการพนันที่ต้องการเล่น เช่น การหาสถานที่เล่นพนัน หาแหล่งเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันในการเล่นการพนัน หาข้อมูลสถิติในการทายผลฟุตบอล ใช้เป็นแหล่งการสื่อสารระหว่างกลุ่มคนที่เล่นการพนันด้วยกัน และใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการเล่นการพนันโดยนิยมเล่นผ่านเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

ปรัชญา มณฑาทอง (2553) ศึกษาการเล่นพนันฟุตบอลของนักศึกษาระดับอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพ สาเหตุ พฤติกรรม และผลกระทบของนักศึกษาระดับอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ที่มีต่อการเล่นพนันฟุตบอล ตลอดจนแนวทางในการป้องกันการเล่นการพนันฟุตบอลของนักศึกษา โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 392 คน เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้เล่นการพนันมีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลก่อนการเล่นการพนันเป็นอย่างดี สาเหตุของการเล่นการพนันคือ ต้องการเงิน และเห็นว่าการพนันเป็นของที่อยู่คู่กับคนไทยมานาน การกวัดขັນของเจ้าหน้าที่ไม่เข้มงวด เป็นกิจกรรมที่ได้พบปะกับเพื่อน ๆ ได้ฝึกคิดและวิเคราะห์ผลฟุตบอล เป็นประสบการณ์ชีวิต

วรรณศักดิ์ จิตธรรม (2551) ศึกษาพฤติกรรมของผู้เล่นการพนันฟุตบอล ในเขตเมืองเชียงใหม่ ได้ทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในเขตความเจริญ ย่านชุมชน และสถานที่ใกล้กับสถานศึกษาของจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 114 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้เล่นพนันฟุตบอลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย พฤติกรรมการเล่นการพนันฟุตบอลส่วนใหญ่รู้จักมามากกว่า 3 ปี รูปแบบรายการที่นิยมเล่น คือ พรีเมียร์ลีก ประเทศอังกฤษ โดยใช้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ ในงานวิจัยนี้สรุปอีกว่า การเล่นการพนันฟุตบอลไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านเพศ วงเงินที่ใช้เล่นในแต่ละครั้งขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยในแต่ละเดือน วงเงินที่ใช้เล่นในแต่ละครั้งไม่มีความแตกต่างกันตามอาชีพ ช่องทางการเล่นการพนันฟุตบอลไม่มีความแตกต่างกันตามอาชีพ และแหล่งเงินทุนที่ใช้เล่นการพนันฟุตบอลไม่มีความแตกต่างกันตามอาชีพ

สุริยะ พ่วงสมบัติ (2550) ศึกษาการพนันฟุตบอลของนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐ การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษา พฤติกรรมการเล่นการพนันของนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐ สาเหตุและผลกระทบที่นักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐเล่นการพนันฟุตบอล ทักษะ ความคิดเห็นต่อการเล่นการพนันของนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐ และข้อเสนอแนะในการควบคุมการเล่นการพนันของนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพผสมกับเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ใช้กลุ่มเป้าหมายรวมทั้งสิ้น 19 คน ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาเริ่มเล่นการพนันตอนมัธยมศึกษาตอนปลายโดยการชักชวนของเพื่อน สาเหตุที่ทำให้เล่นการพนันฟุตบอลเพราะสามารถหาเงินได้ง่ายและมีโอกาสได้เงินมาก และยังมีความคิดเห็นว่าเป็นการผ่อนคลายเพื่อความสนุกสนานในหมู่เพื่อน โดยการศึกษานี้มีข้อเสนอแนะควบคุมการพนันฟุตบอล คือจัดกิจกรรมรณรงค์ให้กับนักศึกษา และภาครัฐควรออกกฎหมายที่เข้มงวดเกี่ยวกับการพนันฟุตบอล

ศุภย์ปรีชาปัญหาการพนัน (2559) ศุภย์ปรีชาปัญหาการพนันได้ดำเนินการให้มีการสำรวจสถานการณ์ พฤติกรรม และผลกระทบการพนันในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2558 โดยศุภย์วิวิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ ได้ทำการสำรวจประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 26 จังหวัดทั่วประเทศ สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิหลายชั้น และคำนวณสัดส่วนตามฐานข้อมูลประชากร จำนวนรวมทั้งสิ้น 7018 คน จากการสำรวจพบว่า เกือบ 3 ใน 4 ของคนไทยเคยเล่นการพนันอย่างน้อยหนึ่งอย่าง เพศชายมีมากกว่าเพศหญิง เมื่อแยกตามช่วงอายุ ส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน องค์กรที่ดี พบว่ามีเด็กอายุ 15-18 ปี และเยาวชนอายุ 19-25ปี เคยเล่นการพนันมาแล้วร้อยละ 36 และร้อยละ 62.9 ตามลำดับ การพนันที่แพร่หลายและคนไทยนิยมเล่นมากที่สุดคือสลากกินแบ่งรัฐบาล รองลงมาคือ หวยใต้ดิน และลำดับที่สามคือ การพนันฟุตบอล ในงานสำรวจนี้ยังระบุอีกว่าถึงแม้การพนันฟุตบอลจะได้รับความนิยมเป็นอันดับสาม แต่เมื่อพิจารณาจากเงินหมุนเวียนในธุรกิจการพนันฟุตบอล พบว่ามีเงินมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งคือ 136,125 ล้านบาท

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งผู้ศึกษาได้วางแผนการดำเนินการและวิธีการศึกษา ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนในการทำวิจัย
4. สร้างเครื่องมือและตรวจสอบข้อมูลเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. การนำเสนอข้อมูล

ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับเป็นทฤษฎีอ้างอิง และเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือสำหรับการศึกษา โดยค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เอื้อประโยชน์ต่อการศึกษารั้งนี้ เช่น ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน เป็นต้น

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งข้อมูลในการศึกษาเพื่อตอบปัญหานำวิจัยข้อที่ 1 แบ่งเป็น

- นักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการพนันฟุตบอล 3 คน
- บุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล 2 คน

แหล่งข้อมูลในการศึกษาเพื่อตอบปัญหานำวิจัยข้อที่ 2 คือ ผู้เรียนสถาบันละ 2 คน ในสถาบันการศึกษาสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แบ่งเป็น

- สถาบันภาครัฐ 2 แห่ง ได้แก่ วิทยาลัยเทคนิคพระนครศรีอยุธยา และวิทยาลัยเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมต่อเรือพระนครศรีอยุธยา
- สถาบันภาคเอกชน 2 แห่ง ได้แก่ วิทยาลัยเทคโนโลยีอยุธยา และวิทยาลัยเทคโนโลยีพาณิชย์การอยุธยา

ขั้นตอนในการทำวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการศึกษาไว้ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการพนันฟุตบอลออนไลน์ เอกสาร แนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ต่อเรื่องที่ทำกรวิจัย
2. เตรียมคำถามในการสัมภาษณ์และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นในการใช้รวบรวมข้อมูล ได้แก่ สมุดจดบันทึก ปากกา เครื่องบันทึกเสียง
3. สอบถามข้อมูลผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล
4. สอบถามข้อมูลจากคนรู้จัก รวมถึงลงพื้นที่ทั้ง 4 สถาบัน เพื่อหากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา
5. ติดต่อกลุ่มตัวอย่างเพื่อแนะนำตัว ทำความรู้จักเบื้องต้น สร้างความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจ ให้กับกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนัดวัน เวลา สถานที่ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
6. สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะลึก โดยใช้เครื่องมือที่ได้ออกแบบและสร้างขึ้นในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 1 ชั่วโมง ถึง 1 ชั่วโมง 30 นาที
7. เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้เพื่อเตรียมวิเคราะห์ผล
8. วิเคราะห์ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

สร้างเครื่องมือและตรวจสอบข้อมูลเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการใช้แบบสัมภาษณ์ในการทำวิจัย โดยแบ่งคำถามสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ชุด

คำถามชุดที่ 1 สำหรับนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล และบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล เพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ข้อแรก คือ เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

คำถามชุดที่ 2 สำหรับผู้เรียนของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาการสื่อสาร และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เล่นการพนันฟุตบอลบนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการพนันฟุตบอล และบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ก่อนการเริ่มสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะแนะนำตัวและวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ รวมทั้งได้รับการยินยอมจากผู้ถูกสัมภาษณ์เพื่อให้สามารถเผยแพร่ข้อมูลได้ ซึ่งใช้วิธีการการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

กรณีที่เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้เรียน จะใช้วิธีการการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เช่นเดียวกัน ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์แบบกว้าง ๆ ก่อน เพื่อทำความรู้จัก สร้างความคุ้นเคย เตรียมความพร้อมให้กับกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นจึงทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเพื่อให้ได้คำตอบที่ตรงประเด็นตามการวิจัย จุดบันทึก และบันทึกเสียงตลอดการสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสรุปผล และวิเคราะห์ผลที่ละเอียดอย่างละเอียดต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์ ผู้วิจัยไม่ได้มีการตั้งสมมติฐานไว้ล่วงหน้า จึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์แบบการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) ใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกสรุปผลวิจัยและปฏิบัติตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัดระบบ นำข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน มาจัดหมวดหมู่ โดยใช้เหตุผลที่มาจากคำตอบของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์
2. วิเคราะห์ข้อมูลที่จัดระบบเรียบร้อยแล้ว มาเชื่อมโยงเข้ากับทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ เพื่อตอบปัญหาวิจัยครั้งนี้

การนำเสนอข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการนำเสนอข้อมูลวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analysis Description) โดยนำเสนอข้อมูลเพื่อตอบปัญหานำวิจัยในแต่ละข้อ เพื่อให้เห็นถึงกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล พร้อมทั้งการสื่อสาร และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เล่นการพนันฟุตบอลบนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์ เพื่อศึกษาการสื่อสาร และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการพนันฟุตบอล 3 คน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล 2 คน และผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 8 คน ดังนี้

ข้อมูลประวัติของกลุ่มตัวอย่าง

นักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการพนันฟุตบอล 3 คน ได้แก่

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุระชัย ชูผกา อาจารย์ประจำคณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง ผู้วิจัยเรื่อง มายาคติในการสื่อสารออนไลน์ของเว็บไซต์การพนัน
2. คุณพงศ์ธร จันทร์ศรี ผู้จัดการศูนย์ข้อมูลนโยบายสาธารณะการลดปัญหาจากการพนัน มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ
3. อาจารย์ ปัทมาภรณ์ สุขสมโสด อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบการใช้สื่อออนไลน์ต่อการเล่นการพนันของเยาวชนในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล 2 คน ได้แก่

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

ผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 8 คน ได้แก่

1. นายป๋อง (นามสมมุติ) กำลังศึกษาแผนกช่างไฟฟ้ากำลัง ที่วิทยาลัยเทคนิคพระนครศรีอยุธยา เริ่มเล่นการพนันฟุตบอลแบบโต๊ะบอลตอนระดับชั้นม.ต้นด้วยเงิน 50 บาท และเปลี่ยนมาเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ตอนระดับชั้นปวช. 2 เป็นคนชอบเตะบอล ชอบดูการแข่งขันฟุตบอลเป็นประจำ ชอบอยู่กับเพื่อน ดิถการพนันฟุตบอล รู้สึกว่าตนเองต้องการเล่นการพนันฟุตบอล

ทุกวัน ไม่เช่นนั้นจะนอนไม่หลับ ถ้าเงินหมดจะพยายามหาวิธีให้ได้มาเช่นโกหกพ่อกับแม่ หลอกว่าจะเอาเงินไปเรียนหนังสือ แต่จริง ๆ แล้วเอาเงินไปเล่นพนันฟุตบอล เล่นทั้งวันทั้งคืน เล่นจนกว่าเงินจะหมด เป็นแบบนี้วนเวียนเป็นประจำ ปัจจุบันของมีค่าอยู่ในโรงรับจำนำเพราะการพนันฟุตบอลเป็นจำนวนมาก

2. นายโอ๊ต (นามสมมติ) กำลังศึกษาแผนกช่างไฟฟ้ากำลัง ที่วิทยาลัยเทคนิคพระนครศรีอยุธยา เริ่มเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ตอนระดับชั้นม.1 เป็นธุรกิจครอบครัว บิดาเปิดโต๊ะรับพนันฟุตบอลตั้งแต่เขายังไม่เกิด เปิด 2 สาขา โดยสาขาอยุธยาให้เขาดูแล และสาขาสุโขทัยโลกบิดาเป็นคนดูแล ซึ่งคนที่ทำให้เขาและบิดารู้จักการพนันฟุตบอลออนไลน์คือพี่ชายแท้ ๆ ของเขา

3. นายคิด (นามสมมติ) กำลังศึกษาแผนกช่างไฟฟ้ากำลัง ที่วิทยาลัยเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมการต่อเรือพระนครศรีอยุธยา เริ่มเล่นการพนันฟุตบอลแบบโต๊ะตั้งแต่ระดับชั้นม.ต้น และเปลี่ยนมาเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ตอนระดับชั้นปวช.1 ในหมู่บ้านเขาคือผู้ที่อายุน้อยที่สุดที่เป็นคนเล่นการพนันฟุตบอล และเป็นผู้ชักจูงให้รุ่นพี่ในหมู่บ้านเล่นการพนันฟุตบอล ถามข้อมูลเกี่ยวกับการพนันฟุตบอล ค่อนข้างแม่นยำ มีการวางแผนเป็นขั้นตอนนี้ก่อนเล่นการพนันฟุตบอล ระวังตัวเป็นพิเศษไม่เสี่ยงต่อการถูกตำรวจจับ

4. นายปอนด์ (นามสมมติ) กำลังศึกษาแผนกช่างต่อเรือ ที่วิทยาลัยเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมการต่อเรือพระนครศรีอยุธยา เริ่มจากการเล่นการพนันฟุตบอลแบบโต๊ะบอลตอนระดับชั้นม.2 และเปลี่ยนมาเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ตอนนั้นเลย เพราะมีพี่ที่รู้จักในหมู่บ้านบอกว่าการเล่นพนันฟุตบอลออนไลน์ดีกว่า จึงตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ และติดการเล่นการพนันมาก โดยการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์แต่ละครั้งประมาณ 2,000 บาท

5. นายแท้ค (นามสมมติ) กำลังศึกษาแผนกช่างกลโรงงาน ที่วิทยาลัยเทคโนโลยีอยุธยา ไม่เคยเล่นการพนันฟุตบอลแบบโต๊ะ และเริ่มเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ตอนระดับชั้นปวช.3 พี่ที่รู้จักแถวหมู่บ้านแนะนำให้รู้จักกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล การเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ใช้เงินประมาณ 1,500 ต่ออาทิตย์

6. นายธามไท (นามสมมติ) กำลังศึกษาแผนกช่างกลโรงงาน ที่วิทยาลัยเทคโนโลยีอยุธยา เริ่มเข้าสู่การเล่นการพนันฟุตบอล เพราะมีพี่ที่รู้จักทำโต๊ะบอล และชักชวนให้มาเป็นเด็กเดินโพย โดยให้ค่าตอบแทนที่สูง เขาเห็นว่าพี่ที่รู้จักทำรายได้ดี จึงเปิดโต๊ะบอลด้วยตนเอง เปิดได้ไม่นานขาดทุน จึงกลับมาเป็นผู้เล่นการพนันฟุตบอล และเริ่มเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เงินเล่นขั้นต่ำ 1,000 บาท

7. นายอติชา (นามสมมติ) กำลังศึกษาแผนกช่างซ่อมบำรุง ที่วิทยาลัยเทคโนโลยีพาณิชยการอยุธยา เริ่มเล่นการพนันฟุตบอลแบบโต๊ะบอลตั้งแต่ระดับชั้นม.ต้น และเปลี่ยนมาเล่นการ

พนันฟุตบอลออนไลน์ตอนระดับชั้นปวช.2 โดยการชักจูงจากเพื่อน ชอบเล่นการพนันฟุตบอล ส่วนใหญ่จะเล่นแบบบอลเดี่ยว (เล่นพนันคู่เดียว) ด้วยเงิน 500 บาท เป็นอย่างต่ำทุกอาทิตย์

8. นายโรม (นามสมมติ) กำลังศึกษาแผนกช่างซ่อมบำรุง ที่วิทยาลัยเทคโนโลยีพาณิชยการอยุธยา เริ่มเล่นการพนันฟุตบอลตอนระดับชั้นปวช.2 เล่นทั้งแบบโต๊ะบอลและการพนันฟุตบอลออนไลน์ แต่ช่วงหลังจะนิยมการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มากกว่า เป็นคนชอบเล่นการพนันฟุตบอลด้วยเงินจำนวนมาก ขั้นต่ำ 500 บาท แต่ส่วนใหญ่จะเล่นประมาณ 1,000 บาทต่อครั้ง ต้องเล่นทุกวัน ไม่ว่าจะลีกส์การแข่งขันเล็กหรือใหญ่

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

ปัจจุบันเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเปิดให้บริการเป็นจำนวนมาก ทั้งเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่เป็นเว็บไซต์หลัก มีการขยายตัวเป็นเว็บไซต์รายย่อยอีกหลายเว็บไซต์ หรือที่เรียกว่า “เว็บไซต์เอเยนต์” ทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สามารถตัดสินใจเลือกเล่นเว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้ตามความต้องการ

โดยส่วนใหญ่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลจะเลือกเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ด้วยกัน และเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ซึ่งเหตุผลในการเลือกทั้งหมด ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเป็นอันดับแรกที่จะทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลเว็บไซต์นั้น ถูกเลือกใช้งานจากผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลของงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่ได้รับความนิยม และเป็นที่ยอมรับแก่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ 3 เว็บไซต์ ได้แก่

1. เว็บไซต์ Sboxxx.com
2. เว็บไซต์ Fifaxxx.com
3. เว็บไซต์ Mxx.com

เว็บไซต์ Sboxxx.com

Sboxxx.com คือ เว็บไซต์การพนันกีฬาออนไลน์ที่มีชื่อเสียงระดับโลก ได้รับใบอนุญาตให้ดำเนินการในเอเชียที่ประเทศฟิลิปปินส์ และได้รับใบอนุญาตให้ดำเนินการในยุโรปที่ สหราชอาณาจักร Sboxxx.com รับวางเดิมพันการพนันกีฬาหลายชนิดจากหลายชาติ และเปิดให้บริการในหลายภาษา ก่อนที่จะพัฒนาและปรับปรุงระบบ เพื่อรับวางเดิมพันการพนันในคาสิโนออนไลน์

เดือนกุมภาพันธ์ ปี 2009 ทางเว็บไซต์ Sboxxx.com ได้รับการอนุมัติให้เปิดรับเดิมพันคาสิโนออนไลน์ออนไลน์เป็นแห่งแรกของเกาะแมน สหราชอาณาจักร ซึ่งสามารถถ่ายทอดสดเกมสกีการเดิมพัน การพนันจากคาสิโนผ่านทางกล้องวิดีโอ และให้ผู้เล่นวางเดิมพันจากอินเทอร์เน็ตได้โดยตรง

บทบาทความน่าเชื่อถือของ เว็บไซต์ Sboxxx.com คือ เป็นผู้สนับสนุนหลักให้ทีมฟุตบอลที่มีชื่อเสียงอย่างสโมสรฟุตบอลเวสต์แฮมยูไนเต็ด เป็นทีมฟุตบอล ตั้งอยู่ในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ (หมดสัญญาในฤดูกาล 2012 – 2013) และสโมสรฟุตบอลคาร์ดิฟฟ์ซิตี (ฤดูกาล 2010 – 2011) นอกจากนี้เว็บไซต์ Sboxxx.com ยังเป็นผู้สนับสนุนหลักในการจัดการประชุมนานาชาติด้านธุรกิจฟุตบอล Soccerex Asian Forum ที่จัดขึ้นครั้งแรกในเอเชีย ณ ประเทศสิงคโปร์ ที่สำคัญเว็บไซต์ Sboxxx.com ได้รับรางวัล Asian Operator of The Year Award 2009 และ 2010 จากงาน EGR Awards ที่จัดโดยนิตยสาร eGaming Review Magazine

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้เว็บไซต์ Sboxxx.com ได้รับความนิยมนจากผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์คนไทย นอกจากนี้เว็บไซต์ Sboxxx.com ยังให้เหตุผลอื่น ๆ เพื่อสนับสนุนเว็บไซต์ตนเอง เช่น เว็บไซต์ Sboxxx.com คือ เว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่มีชื่อเสียงระดับโลก มีความมั่นคง เชื่อถือได้ จึงมั่นใจได้ว่า ไม่มีการปิดเว็บไซต์หนีอย่างแน่นอน เว็บไซต์ Sboxxx.com คือ เว็บไซต์การพนันกีฬาออนไลน์ ที่มีกีฬาให้เลือกวางเดิมพันหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น ฟุตบอล มวย บาสเก็ตบอล วอลเลย์บอล เทนนิส ซี่มบ้า นอกจากนี้ยังมีกีฬาให้เลือกเล่นทุกลีกส์ ทุกระดับภูมิภาค ทุกประเทศ ทุกทวีป เป็นต้น

จากการประชาสัมพันธ์ของเว็บไซต์ Sboxxx.com ที่กล่าวว่า เว็บไซต์การพนันฟุตบอลของตนเป็นเว็บไซต์ที่มีอัตราการต่อรองราคาที่ได้มาตรฐานและเที่ยงตรง เป็นเว็บไซต์ที่เปิดรับเดิมพันการวางเดิมพันการพนันออนไลน์ตลอด 24 ชั่วโมง เพราะไม่มีการปิดปรับปรุงระบบเว็บไซต์ ทำให้ผู้เล่นการพนัน สามารถเข้าวางเดิมพันการพนันได้ตลอดเวลาตามที่ต้องการ

การที่เว็บไซต์ Sboxxx.com ได้รับความนิยมนอย่างมากในกลุ่มผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เว็บไซต์ Sboxxx.com จึงมีเว็บไซต์ตัวแทนในการรับวางเดิมพันการพนันที่เปิดให้บริการอีกจำนวนมาก หรือที่เรียกว่า “เว็บไซต์เอเยนต์” โดยใช้ชื่อเว็บไซต์ที่มีคำว่า Sboxxx.com อยู่ทุกเว็บไซต์ เช่น www.Sboxxx.ca, www.Sboxxx24hr.com และ www.Sboxxx168.com เป็นต้น

หน้าแรกของเว็บไซต์ Sboxxx.com จะประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ทั้งประวัติความเป็นมา โบนัสสำหรับสมาชิกแรกเข้า เช่น โบนัสชั้นพิเศษ สมัครงใหม่ รับโบนัสทันที 15 เปอร์เซ็นต์ และสามารถนำเลขท้าย User มาลุ้นหยูได้อีกทุกเดือน หรือ แนะนำเพื่อนมาเล่นกับเว็บไซต์ ท่านก็จะได้รับ 10 เปอร์เซ็นต์ ของยอดฝาก เป็นต้น รวมถึงดึงดูดผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ด้วยความน่าเชื่อถือ ด้วยการให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง โดยสามารถติดต่อได้ผ่านทางโทรศัพท์ ช่องสนทนาหน้า

เว็บไซต์ หรือทางไลน์ โดยมีพนักงานพร้อมให้บริการแก่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ทุกวัน ตลอดเวลา



ภาพที่ 2 หน้าแรกของเว็บไซต์ Sbobet.ca

ที่มา: <https://www.Sbobet.ca>

เว็บไซต์ Fifaxxx.com

เว็บไซต์ Fifaxxx.com เป็นเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่ได้รับนิยมและเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์คนไทย จากงานวิจัยการศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบการใช้สื่อออนไลน์ต่อการเล่นการพนันของเยาวชนในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (เป้าหมายกรม สุขสมโสด,2561) พบว่าเว็บไซต์ Fifaxxx.com เป็นหนึ่งในเว็บไซต์ยอดนิยมของเยาวชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจากการสอบถามเบื้องต้นกับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ที่เป็นผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ทุกคนรู้จักเว็บไซต์ Fifaxxx.com จึงกล่าวได้ว่าเว็บไซต์ Fifaxxx.com เป็นเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียงในกลุ่มผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

โดยส่วนใหญ่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่มีชื่อเสียง มักจะมีเว็บไซต์เครือข่ายจำนวนมาก แต่เว็บไซต์ Fifaxxx.com เป็นเว็บไซต์ที่ไม่เปิดรับนายหน้า หรือ “เอเยนต์” เพราะเว็บไซต์ Fifaxxx.com มองว่าจุดนี้เป็นข้อดีในการสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ที่เปิดให้บริการเว็บไซต์หลัก หนึ่งเว็บไซต์

หน้าแรกของเว็บไซต์ Fifaxxx.com มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลโปรโมชั่น รวมถึงประวัติ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ บอกลสถานที่ทำงานของเว็บไซต์อย่างชัดเจน คือ สำนักงานใหญ่ อาคาร Princess Holiday Palace ปอยเปต ประเทศกัมพูชา ในหน้าแรกของเว็บไซต์ยัง

ประชาสัมพันธ์ข้อดีเพื่อดึงดูดผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์หลายประการ เช่น มีระบบการใช้งานเมนูเป็นภาษาไทย ฝาก-ถอนทุกยอดเงินด้วยระบบที่หน้าเว็บไซต์ สามารถกระทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง และไม่มีค่าธรรมเนียมการถอนเงิน Callcenter บริการให้คำปรึกษาตลอดเวลา เป็นต้น ซึ่งเว็บไซต์ Fifaxxx.com ยึดหลัก “ความรวดเร็ว ความมั่นคง และความปลอดภัย” ในการให้บริการแก่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ทุกคน



ภาพที่ 3 หน้าแรกของเว็บไซต์ Fifaxxx.com

ที่มา: www.Fifaxxx.com

เว็บไซต์ Mxx.com

เว็บไซต์ Mxx.com หรือ Mansioxxx เป็นเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่ได้รับการจัดอันดับจากเว็บไซต์ Bettingtop10 ซึ่งเว็บไซต์ Bettingtop10 เป็นเว็บไซต์ศูนย์รวมของข้อมูลเว็บไซต์การพนันฟุตบอลจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับข่าวกีฬาฟุตบอลอีกด้วย เมื่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ยังไม่มั่นใจว่าจะเล่นการพนันฟุตบอลบนเว็บไซต์ใด สามารถเข้าไปชมรีวิวเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่น่าเชื่อถือ ประกอบการตัดสินใจได้ เว็บไซต์ Bettingtop10 จัดอันดับเว็บไซต์ Mxx.COM ให้เป็นเว็บไซต์การพนันฟุตบอลอันดับหนึ่ง และเป็นเพียงเว็บไซต์เดียวในทั้งหมด 10 เว็บไซต์ ที่ได้รับ 5 ดาว ในเรื่องความน่าเชื่อถือ

ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ Mxx.COM คือ เป็นเว็บไซต์ที่ให้การสนับสนุน ทีมฟุตบอลที่มีชื่อเสียงหลายทีม เช่น แมนเชสเตอร์ซิตี ในพรีเมียร์ลีกอังกฤษ นอกจากนั้นยังมีทีมไทยเกอร์สตรีทฟุตบอล, ทีมเมลเบิร์นไนท์, ทีมเวิร์ลไฟว์ฟุตซอล, และแฟชันต่าง ๆ เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นผู้สนับสนุนหลักให้กับทีมฟุตบอลที่อดแน่นฮอตสเปอร์ส ที่เป็นทีมฟุตบอลที่มีชื่อเสียงในพรีเมียร์ลีกอังกฤษ

ความน่าสนใจของเว็บไซต์ Mxx.COM คือการรองรับผู้เล่นการพนันหลายเชื้อชาติ ด้วยการให้บริการของพนักงานที่รองรับทุกภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ, ภาษาญี่ปุ่น, ภาษาอินโดนีเซีย, ภาษาเวียดนาม และทีมงานภาษาไทย เป็นต้น และเว็บไซต์ Mxx.COM มีช่องทางสำหรับธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลาย การทำรายการฝากถอนเงินที่สามารถทำรายการได้ง่าย ๆ ด้วยตนเอง ผ่านธนาคารท้องถิ่น ได้แก่ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารกรุงไทย และธนาคารกรุงเทพ การใช้สกุลเงินในรูปแบบที่ผู้เล่นการพนันต้องการ เช่น การฝากเงินเป็นสกุลดอลลาร์สหรัฐ USD, การฝากเงินเป็นสกุลหยวนจีน RMB, การฝากเงินเป็นสกุลยูโร EUR และการฝากเงินเป็นสกุลบาทไทย THB เป็นต้น

หน้าแรกของเว็บไซต์ Mxx.COM มีความเรียบง่าย และทำรูปแบบของเว็บไซต์ให้มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเว็บไซต์คล้ายกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลอื่น ๆ คือการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์รายใหม่ ให้ตัดสินใจสมาชิกกับเว็บไซต์ อธิบายวิธีการเล่นการพนันสำหรับผู้เล่นรายใหม่ วิธีการฝากถอนเงิน และข้อมูลอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้เล่นการพนันฟุตบอลรายใหม่ ทั้งนี้ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ Mxx.COM คือสิ่งสำคัญที่สุด บริเวณหน้าแรกของเว็บไซต์มีการกล่าวถึงทีมฟุตบอลที่เว็บไซต์ Mxx.COM ให้การสนับสนุน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ทุกคน



ภาพที่ 4 หน้าแรกของเว็บไซต์ Mxx.COM

ที่มา: <https://www.Mxx.123.com>

จากข้อมูลเว็บไซต์การพนันฟุตบอลทั้งสามเว็บไซต์ข้างต้น มีรูปแบบการสื่อสารถึงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์คล้ายกัน คือการใช้โปรโมชัน สิทธิพิเศษต่าง ๆ เพื่อดึงดูดผู้เล่นรายใหม่ให้สมัคร

สมาชิกกับเว็บไซต์มากที่สุด ซึ่งเว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีขั้นตอนง่าย ๆ ในการแนะนำผู้เล่นการพนันฟุตบอลที่ต้องการจะสมัครสมาชิกใหม่ ดังนี้

1. กดเบอร์โทรศัพท์ที่ทางเว็บไซต์มีบนหน้าจอ เพื่อให้ผู้เล่นการพนัน สามารถติดต่อเพื่อสมัครสมาชิกผ่านพนักงานหรือติดต่อสอบถามข้อมูลต่าง ๆ
2. จะมีเจ้าหน้าที่หรือพนักงานอำนวยความสะดวกในการลงทะเบียนสมัครสมาชิกพร้อมกับแจ้งเลขที่บัญชีสำหรับโอนเงินเครดิตให้กับผู้เล่นการพนันได้ทำการโอนเงินเพื่อเปิดบัญชี
3. เมื่อสมัครเสร็จ ต้องทำการโอนเงินเครดิต ตามจำนวนเงินที่จะใช้ในครั้งแรก หรือตามจำนวนเงินขั้นต่ำในการสมัคร แต่ถ้าผู้เล่นการพนันที่ต้องการได้โบนัสเพื่อนำไปเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์แบบไม่เสียค่าใช้จ่าย ต้องเติมเงินเครดิตเข้าไปตามกฎที่ทางเว็บไซต์การพนันฟุตบอลกำหนดในการรับโบนัสของการสมัครสมาชิกครั้งแรก
4. โทรแจ้งทางเว็บไซต์การพนันฟุตบอลหรือพนักงาน Call Center เพื่อยืนยันการโอนเงิน แล้วรอรับบัญชีสมาชิกและรหัสผ่าน ใช้เวลาไม่เกิน 10 นาที
5. เมื่อผู้เล่นการพนันได้รับบัญชีสมาชิกและรหัสผ่านเรียบร้อยแล้ว สามารถเข้าเติมพนันในเว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้ทันที โดยสามารถเข้าเล่นได้ทั้งคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ

ร่วมสนุกกับ SBOBET.CA ง่ายไม่กั๊บนตอนผ่าน 4 ช่องทาง

1 สมัครผ่าน Call Center

โทรสมัครกับทาง Call Center ขอรับรายละเอียดการเล่น
086-33333-00 | 086-33333-11 | 086-33333-22

Call center : 08-0003-0044 | 08-0003-0055 | 08-0003-0066 | 08-0003-0077 | 08-0003-0033

2 โอนเงินไปรษณีย์
สะดวก รวดเร็ว ผ่าน 6 ธนาคาร

3 แจ้งการโอนเงิน
แจ้งทางเรา ภายใน 15 นาที

4 รอรับรหัสสมาชิก
รับ SMS รายละเอียดเขตแดน

สมัครผ่านช่องทางอื่นๆ

Line ID @service-ca

Live Chat คุยสดผ่านหน้าเว็บ

สมัครผ่านเว็บ Click นอกแอปฟอนนี้

ภาพที่ 5 วิธีการสมัครสมาชิกกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

ที่มา: www.Sboxxx.com.ca

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีช่องทางการติดต่อให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์หลายช่องทาง และประชาสัมพันธ์อยู่บริเวณหน้าเว็บไซต์อย่างชัดเจน เมื่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ มีปัญหาหรือต้องการคำปรึกษาเกี่ยวกับการเล่นการพนันฟุตบอลในเว็บไซต์ สามารถสนทนาหน้าเว็บไซต์ได้

พื้นที่ ส่วนใหญ่ทุกเว็บไซต์จะมีช่องสนทนาหน้าเว็บไซต์อยู่มุมขวาล่างของหน้าจอ และถ้าต้องการสอบถามอย่างเร่งด่วน ทางเว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีเบอร์โทรศัพท์ที่ให้ติดต่อกับพนักงาน หรือถ้าต้องการสอบถาม พูดคุย ขอคำแนะนำแบบเป็นส่วนตัว ทางเว็บไซต์มีแอปพลิเคชันไลน์ ให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ได้เชื่อมต่อเพื่อสนทนาดังพื้นที่



ภาพที่ 6 ช่องทางสื่อสารกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

ที่มา: www.Sboxxx.com.ca และ www.Sboxxx.com168.com

4.1 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์

ในการนำเสนอข้อมูลเพื่อตอบปัญหาวิจัยในข้อที่ 1 นี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ

4.1.1 มุมมองของนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการพนันฟุตบอลต่อกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

4.1.2 มุมมองของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

4.1.1 มุมมองของนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการพนันฟุตบอลต่อกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

จากการศึกษาพบว่า มุมมองของนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการพนันฟุตบอลต่อกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ประกอบไปด้วย 3 ประเด็น คือ

4.1.1.1 การตัดสินใจ แรงจูงใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์

4.1.1.2 การสื่อสารและเทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

4.1.1.3 การสื่อสารของผู้มีอิทธิพลทางความคิด ต่อผู้เล่นการพนัน ในการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

4.1.1.1 การตัดสินใจ แรงจูงใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์

จากการศึกษาพบว่า การตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์ เกิดจากหลายสาเหตุ ดังนี้

4.1.1.1.1 อยากได้ทรัพย์สินเงินทอง

ผู้เล่นการพนันส่วนใหญ่ เป้าหมายแรก คือทรัพย์สินเงินทอง ผู้เล่นการพนันกลุ่มนี้จึงมองหาวิธีที่จะได้เงินมาอย่างรวดเร็วด้วยวิธีต่าง ๆ การพนันฟุตบอลออนไลน์เป็นหนึ่งในทางเลือกยอดนิยมของนักพนัน ที่จะแสวงหาทรัพย์สินเงินทองจากการพนันรูปแบบนี้ เพราะคิดว่าการพนันรูปแบบนี้ได้เงินรวดเร็วกว่าการพนันชนิดอื่น ๆ และบางคนยังคิดว่าช่องทางนี้ สามารถสร้างรายได้มากกว่าการเล่นพนันทั่วไป นั่นคือการทำธุรกิจกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล โดยเป็นผู้ที่รับพนันจากผู้อื่น แล้วรับรายได้ หรือส่วนแบ่งจากเว็บไซต์การพนันฟุตบอล อาจได้รับเป็นเงิน หรือโบนัสที่สามารถนำไปต่อยอดเล่นพนันในเว็บนี้ต่อไปได้ โดยนักวิชาการกล่าวว่า

“เด็กที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์หลายคนมองว่าช่องทางนี้สร้างโอกาสรวย สามารถสร้างฐานะ โดยการเป็นเจ้าของรายย่อยของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล แล้วพอเป็นเจ้าของ ก็ต้องหาลูกค้า ก็ใช้เพื่อนตัวเอง ชวนเพื่อน

มาเล่น จัดการบริหารความเสี่ยง จึงจะได้รายได้ตามที่ต้องการ” (พงศธร จันทรศมี, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

4.1.1.1.2 อยากู้ อยากลอง

ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บางกลุ่ม ไม่ได้ต้องการแค่ทรัพย์สินเงินทอง แต่เกิดจากความอยากู้ อยากลอง ที่เห็นเพื่อน หรือบุคคลใกล้ชิด เล่นการพนันรูปแบบนี้แล้วประสบความสำเร็จ ได้เงินมาง่ายและรวดเร็ว จึงอยากลองที่จะเป็นแบบนี้ โดยไม่ทันได้คิดถึงผลที่กำลังจะตามมาภายหลัง ยิ่งถ้าบุคคลนั้นมีภูมิด้านทานน้อยในเรื่องของความเสี่ยงที่จะติดการพนัน ก็จะทำให้ติดการพนันรูปแบบนี้ได้ง่ายยิ่งขึ้น ตรงกับนักวิชาการที่กล่าวว่า

“บางคนเล่นการพนันเพื่อที่จะอยากู้ อยากลอง อยากได้แบบคนนั้น คนนี้ อยากได้เงินเร็ว ๆ แบบเพื่อน อยากรู้ว่าเงินมันได้จริงไหม ต่อให้เขาไปเที่ยวภูเขา เที่ยวทะเล เขาก็จะไม่มีความสุข แต่เขาจะมีความสุขตรงนี้ ความสุขไม่ใช่แค่เงินนะ แต่เขาได้ความสุขจากการลองลุ้น ลองเสี่ยง” (พงศธร จันทรศมี, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

“อิทธิพลสูงสุดเลยคือเพื่อน เพื่อนนี้แหละเป็นคนบอกว่าเว็บไซค์ไหนดี หรือแม้กระทั่ง กลุ่มไลน์ กลุ่มเฟซบุ๊กอันไหน คนที่เคยเล่นอยู่แล้วจะเป็นคนบอก และชักจูงเพื่อน ๆ ” (ปัทมาภรณ์ สุขสมโสด, สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2561)

4.1.1.1.3 ความเป็นลูกผู้ชาย

ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์หลายคนรู้สึกว่าการเล่นการพนันฟุตบอล ได้แสดงออกถึงความเป็นชายได้ดี กีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาอดีตของผู้ชาย การพนันจึงเข้ามามีบทบาทกับกิจกรรมของกลุ่มผู้ชายมากขึ้น คนที่เล่นกีฬาฟุตบอลอยู่เป็นประจำ ก็มักจะหันมาเล่นการพนันฟุตบอลด้วยเช่นเดียวกัน เสมือนว่าเป็นสิ่งที่อยู่คู่กัน ไม่สามารถแยกขาดออกจากกันได้ โดยเฉพาะความเป็นเพื่อนที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ยิ่งแสดงให้เห็นว่าการพนันฟุตบอลสามารถเชื่อมความเป็นเพื่อนในกลุ่มผู้ชายได้ดี ไม่แพ้กิจกรรมอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การพนัน ซึ่งนักวิชาการได้กล่าวว่า

“การพนันออนไลน์ เป็น Pop culture เป็นวัฒนธรรมมวลชน เกิดเป็นชุมชนการสื่อสารระหว่างเพื่อน การชกกันในที่ของลูกผู้ชาย ถ้าตนเองชนะการเดิมพัน ถือว่าตนเองนั้นยิ่งใหญ่มาก เหมือนเป็นสิ่งที่ทุกคนกลุ่มเพื่อนผู้ชายต้องเล่น เป็นหนึ่งในอบายมุขที่ต้องทำ หรือแม้กระทั่งยกพวกตีกันของนักเรียนอาชีวะ ทุกคนต้องเคยต่อย ตี ต้องผ่านขั้นตอนนี้ ใครไม่สูบบุหรี่ ไม่กินลิโอบ้าง ต้มตายเลยนะ โดยเฉพาะเด็กอาชีวะจะเน้นไปที่ความเป็น

ลูกผู้ชาย ความตายแทนกันได้ ความเป็นนักเลง การพนันฟุตบอลก็เช่นเดียวกัน ยิ่งมีการพนันออนไลน์เข้ามา ยิ่งทำให้ง่ายต่อคนกลุ่มนี้มากยิ่งขึ้น” (สุระชัย ชูผลกา, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

“ด้วยวิถีชีวิตของเด็กผู้ชาย โดยเฉพาะเด็กอาชีวะศึกษา บางทีก็ไปกินเหล้า สูบบุหรี่กับเพื่อน พอยุ่กับเพื่อน มีโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตก็เล่นการพนันได้แล้ว” (พงศธร จันทร์ศรี, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

แม้แต่การข่มกันในกลุ่มเพื่อนผู้ชาย ยังมีให้เห็นในสังคมการพนันฟุตบอลออนไลน์ ทุกคนล้วนอยากได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน อยากยิ่งใหญ่ อยากเป็นผู้ชนะ โดยใช้การพนันฟุตบอลเข้ามาช่วยให้ตนเองประสบความสำเร็จ ถึงแม้ว่าในสายตาของบุคคลอื่น บุคคลภายนอก จะมองว่าเป็นเรื่องไร้สาระ แต่สำหรับกลุ่มนักพนันเหล่านี้มองว่าเป็นเรื่องใหญ่สำหรับเขา

“การแทงบอลยิ่งโครตเป็นอำนาจเลย ถ้าแทงถูกฉันชนะ มันไม่ใช่เรื่องเงิน ไม่ใช่รายได้ มันอยู่ที่คำพูดว่า “เห็นไหมกว่าแล้ว” ประโยคนี้มักจะเกิดหลังจากที่คนแทงบอลได้ พุดข่มเพื่อน” (สุระชัย ชูผลกา, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

4.1.1.1.4 อยากหลีกเลี่ยงหนีจากสังคม

การพนันฟุตบอลออนไลน์ทำให้เกิดสังคมการพนันรูปแบบใหม่ขึ้น แม้ว่าการพนันจะทำให้เกิดการรวมกลุ่ม การสังสรรค์ การพบปะพูดคุยระหว่างผู้เล่นการพนันด้วยกัน แต่มีอีกปัจจัยที่ผู้เล่นการพนันตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เพราะอยากหลีกเลี่ยงหนีสังคม บางคนมีโรคประจำตัวหรือภูมิหลัง เช่นโรคซึมเศร้า เป็นต้น จึงหาวิธีที่จะมาบำบัดตนเอง โดยที่ไม่ต้องไปยุ่งหรือพบเจอกับผู้อื่น การพนันฟุตบอลออนไลน์จึงตอบโจทย์ผู้เล่นการพนันที่ไม่ต้องออกไปข้างนอก อยู่ที่บ้านสามารถเล่นการพนันได้ โดยนักวิชาการได้กล่าวว่า

“การพนันฟุตบอลออนไลน์ เป็นเหมือนเรากับคอมพิวเตอร์อยู่ในจินตนาการ ไม่ถูกคนอื่นหรือเพื่อนว่าถ้าเราตายผลแพ้ แพ้ก็ไม่มีใครรู้ ไม่เสียหน้าเหมือนตอนเล่นกับโต๊ะบอล พุดง่าย ๆ มันคือโลกของฉัน” (สุระชัย ชูผลกา, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

“ผู้เล่นการพนันหลายคนอยากหลีกเลี่ยงหนีความวุ่นวาย และไม่ใช่ทุกคนที่เล่นการพนันจะติด อยู่ที่ว่าคน ๆ นั้นเสียงที่จะติดการพนันได้ง่ายหรือไม่ชีวิตมีปัญหา เป็นโรคซึมเศร้า อยากอยู่คนเดียว รวมถึงปัญหาสังคมต่าง ๆ บางคนเล่นเพื่อสนุก ๆ ไม่ได้มีภูมิหลังแบบคนอื่น แต่ก็อยากเล่นการพนันคนเดียว ไม่ยุ่งเกี่ยวกับใคร เล่นแล้วรู้สึกเหมือนได้หลุดพ้นจากความเครียด

ปัญหาต่าง ๆ รู้สึกชีวิตมีความก้าวหน้า พอได้ชนะการพนัน เขาก็ติด”
(พงศธร จันทรศมี, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

4.1.1.1.5 สื่อกระตุ้น

สิ่งที่ทำให้ผู้เล่นการพนันตัดสินใจได้เร็วขึ้น คือสื่อทุกรูปแบบ สื่อมวลชน ผู้มีอิทธิพล ในวงการฟุตบอล สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่ออินเทอร์เน็ตที่เข้ามามีบทบาทอย่างมากในปัจจุบัน ผู้เล่นการพนันเข้าถึงสื่อชนิดนี้ได้ดี ถ้ายิ่งบุคคลนั้นกดติดตาม หรือเข้าไปดูข่าวเกี่ยวกับฟุตบอล หรือการพนันฟุตบอล ข่าวประเภทนี้ก็จะปรากฏให้ผู้เล่นการพนันเห็นบ่อยยิ่งขึ้น โฆษณาต่าง ๆ โดยเฉพาะโฆษณาจากเว็บไซต์การพนันฟุตบอล มีผลต่อแรงจูงใจที่จะดึงผู้เล่นการพนันให้ตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลอย่างมาก นักวิชาการยังกล่าวไว้ว่า

“จากงานสำรวจที่ผมเคยเจอ ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เหตุผลที่เขาเล่นเพราะเขาเห็นโฆษณาเยอะผ่านเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เขาสำรวจมาว่าเขาวงกตอยากเล่นเมื่อเห็นโฆษณาเน็ตไอดอลก็เหมือนกัน เวลาถ่ายทอดคลิป แต่ข้างล่างก็โฆษณาเว็บไซต์รับพนันฟุตบอล มีทั้งโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าใหม่ หรือโบนัสสำหรับลูกค้าเก่า”
(พงศธร จันทรศมี, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

4.1.1.1.6 ความปลอดภัย

ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ รู้สึกว่าการพนันรูปแบบนี้ปลอดภัยต่อการถูกจับกุมของเจ้าหน้าที่ตำรวจ กฎหมายไม่สามารถทำอะไรพวกเขาได้ การพนันฟุตบอลในรูปแบบเดิม คือต้องไปวางเดิมพันการพนันที่โต๊ะรับพนัน ใช้ใบลงเดิมพันที่เรียกว่า “โพยบอล” และต้องไปวางเดิมพันการพนันที่ร้าน หรือที่เรียกว่า “โต๊ะบอล”

ทุกกระบวนการนี้ ผู้เล่นรู้สึกว่ายุ่งยาก และซับซ้อน อีกทั้งยังเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปโต๊ะบอล ที่สำคัญผู้เล่นการพนันมองว่า การพนันรูปแบบเดิมนั้นยังมีหลักฐานในกรณีที่ถูกตำรวจจับ ทำให้หนีการจับกุมได้ยาก ตรงกันข้ามกับการพนันฟุตบอลออนไลน์ ที่ไม่มีหลักฐานให้ตำรวจจับ แม้ว่าจะโดนตำรวจจับ โทรศัพท์ก็มีรหัสรักษาความปลอดภัยที่คนภายนอกไม่สามารถเข้าไปดูข้อมูลภายในโทรศัพท์ได้ ความปลอดภัยจึงเป็นเหตุผลหลักที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลส่วนใหญ่เลือกที่จะเปลี่ยนมาเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ตรงกับความคิดเห็นของนักวิชาการกล่าวว่า

“มันเยอะมาก จนไม่มีใครจัดการ คนเล่นการพนันก็เริ่มรู้สึกว่าปลอดภัย ปลอดภัยคือไม่โดนตำรวจจับ และคิดว่าตำรวจคงตามสืบไม่ได้”
(พงศธร จันทรศมี, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

ปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ คือการได้ทรัพย์สินเงินทอง และเพื่อนยังเป็นกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลอย่างมากในการชักจูงหรือโน้มน้าวใจให้เข้าสู่วงการการพนันฟุตบอลออนไลน์ อีกทั้งปัจจุบันสื่อออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว กว่าการเล่นการพนันฟุตบอลรูปแบบเดิม รวมถึงความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ จึงทำให้กระตุ้นความอยากเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มากยิ่งขึ้น

4.1.1.2 การสื่อสารและเทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

การศึกษาการสื่อสารและเทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล จากนักวิชาการ ที่ได้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พบข้อมูล ดังนี้

4.1.1.2.1 การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลในปัจจุบันมีกลยุทธ์ทางการสื่อสารที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก ด้วยปัจจัยที่เอื้ออำนวยประโยชน์หลาย ๆ ด้าน ทั้งเทคโนโลยีที่ทันสมัย การเข้าถึงสื่อของผู้เล่นการพนัน ทำให้การตลาดที่ทางเว็บไซต์วางแผนไว้ ที่จะสื่อสารไปถึงผู้เล่น ได้ประสิทธิผลมากขึ้น บางคนไม่เคยรู้จักเว็บไซต์การพนันฟุตบอล แต่เมื่อเห็นโฆษณาต่าง ๆ ในสื่อสังคมออนไลน์ ที่เล่นเป็นประจำ ทำให้เห็นและอยากที่จะลองเล่นการพนันรูปแบบนี้

ผู้คนทั่วไปที่เล่นสื่อสังคมออนไลน์ แม้ว่าจะไม่ได้ติดตามข่าววงการฟุตบอล หรือไม่รู้จักรการพนันฟุตบอล แต่ก็มีโอกาสที่กลุ่มคนเหล่านี้ จะเข้าสู่วงการพนันฟุตบอลออนไลน์ได้ จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล โดยเฉพาะคนที่กดติดตามเกี่ยวกับข่าวฟุตบอล หรือเคยเข้าไปเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ที่ใดที่หนึ่ง หลังจากนั้น บุคคลนั้นก็จะได้รับข่าวสาร การโฆษณาจากเว็บไซต์การพนันฟุตบอลไปตลอด นักวิชาการกล่าวไว้ว่า

“โดยเฉพาะพวกโซเชียลมีเดีย ถ้าคุณเคยไปแหวะเว็บพนันสักเว็บหนึ่ง มันก็จะรู้เลยว่าคุณสนใจอะไร มันก็จะมาให้คุณเรื่อย ๆ” (สุระชัย ชูพกา, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะเก็บข้อมูล และสถิติของผู้ที่เล่นสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก ที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก กว้างขวาง และแพร่หลาย มีประชากรเป็นจำนวนมากที่เล่นสื่อสังคมออนไลน์ประเภทนี้ เว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีข้อมูลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะต้องกระจายโฆษณาออกไปให้มากที่สุด โดยการสุ่มกลุ่มเป้าหมาย มีทั้งที่สนใจการพนันฟุตบอลออนไลน์อยู่แล้ว กับกลุ่มคนใหม่ที่ไม่เคยเล่นการพนันฟุตบอล เช่น ประชาสัมพันธ์ให้คนที่เล่นสื่อสังคมออนไลน์ประมาณ 100,000 คน จะมีผู้ที่สนใจประมาณ 2,000 คน และสุดท้ายผู้ที่

ตัดสินใจเล่นการพนันจริง ๆ อย่างน้อยประมาณ 500 คน ทำให้กลยุทธ์การสื่อสารนี้ประสบความสำเร็จ และเป็นพื้นฐานที่ธุรกิจอื่น ๆ นำมาใช้เช่นเดียวกัน

“เว็บไซต์พวกนี้จะทำวิจัยว่าเด็กวัยรุ่นชอบเข้าเว็บไซต์อะไร เล่นเว็บไซต์ไหนเป็นประจำ ก็จะไปโฆษณาเว็บไซต์นั้น ๆ เช่น เด็กชอบเล่นเกมส์ เว็บไซต์ก็จะไปแต่งในระหว่างที่เด็ก ๆ เล่นเกมส์ พอเด็ก ๆ เห็นก็จะกดเข้าไปดูสื่อโฆษณานั้น ๆ พวกเว็บไซต์การพนันมีการวางแผนโฆษณาอย่างดี” (ปัทมาภรณ์ สุขสมโส, สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2561)

ช่องทางการสื่อสาร เป็นสิ่งที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้ความสำคัญ นอกจากการพูดคุยโต้ตอบทางกระดานสนทนาหน้าเว็บไซต์ ยังมีการเพิ่มช่องทางโทรศัพท์ ที่ผู้เล่นการพนันทุกคนสามารถโทรสอบถามรายละเอียด ข้อมูลต่าง ๆ ข้อสงสัย ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเล่นการพนัน และพูดคุยกับพนักงานได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง อีกหนึ่งช่องทางคือ การสนทนาทางแอปพลิเคชันไลน์ ที่ทำให้การพูดคุยระหว่างผู้เล่นการพนันกับพนักงาน สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ไม่ใช่คอมพิวเตอร์ที่สนทนาโต้ตอบ แต่เป็นการสนทนาระหว่างบุคคลจริง ๆ เหตุผลนี้จึงเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ที่ทำให้ผู้เล่นการพนันรู้สึก ว่า เว็บไซต์การพนันฟุตบอลนี้มีตัวตนจริง มีผู้ดูแลเว็บไซต์จริง ไม่ใช่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลปลอม

“อันดับแรกคือเว็บไซต์พวกนี้จะทำอะไรให้ง่าย คือ ให้คนเล่นง่าย ๆ ได้เงินง่าย แล้วตลอดเวลา ถ้าเว็บไซต์ไหนได้เงินง่าย ไม่เรื่องเยอะ สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา เว็บไซต์นั้นแหละคนเล่นเยอะ” (ปัทมาภรณ์ สุขสมโส, สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2561)

ความน่าเชื่อถือ เป็นสิ่งสำคัญสำหรับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล หลายเว็บไซต์พยายามสร้างความน่าเชื่อถือด้วยวิธีต่าง ๆ ประวัติความเป็นมาของเว็บไซต์ หลักฐานการโอนเงิน การยืนยันตัวตนของผู้เล่นการพนันทุกคน การโอนเงินให้กับผู้เล่นการพนันที่รวดเร็ว หรือธุรกรรมทุกอย่างที่เกิดขึ้นบนเว็บไซต์ จะต้องรวดเร็ว และตอบสนองต่อความต้องการของผู้เล่นการพนันทุกคน ทั้งหมดถือเป็นปัจจัยหลักที่จะสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์เหล่านี้ได้

“เว็บไซต์เหล่านี้เขาก็ฉลาดไง คิดว่าเขาทำโดยที่ไม่พื้นฐานความเป็นจริงหรือ เขามีการทำวิจัยนะว่าคนพวกนี้ต้องการอะไร หลัก ๆ คือความน่าเชื่อถือ คุณจะอย่างไรให้เว็บไซต์น่าเชื่อถือ ก็จะได้คนไปเล่นกับคุณเยอะ ๆ” (ปัทมาภรณ์ สุขสมโส, สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2561)

4.1.1.2.2 เทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีเทคนิคเฉพาะในการดึงดูดให้เกิดสมาชิกในระบบเป็นจำนวนมาก หรือพยายามทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สมัครสมาชิกและวางเดิมพันกับเว็บไซต์ของตนให้มากที่สุด โดยใช้กลวิธีต่าง ๆ ที่มีความพิเศษ ดังข้อมูลต่อไปนี้

4.1.1.2.2.1 การซื้อข้อมูลจากบริษัทโทรศัพท์เคลื่อนที่

ความโดดเด่นของกลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล คือ การได้กลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับความต้องการที่จะสื่อสาร โดยวิธีการซื้อข้อมูลจากบริษัทโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือเครือข่ายโทรศัพท์ต่าง ๆ จากฐานข้อมูลที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ส่วนใหญ่เว็บไซต์อะไรบ้าง สนใจการพนันรูปแบบไหน เว็บไซต์การพนันเหล่านี้ก็จะนำข้อมูลที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อส่ง ข้อความ (SMS) ไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบุคคลนั้น ทำให้บุคคลนั้นได้รับข้อความโดยตรง แบบไม่ต้องเข้าเว็บไซต์หรือเล่นสื่อสังคมออนไลน์ เพราะการโฆษณาจะเข้าถึงโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้โดยตรง เป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาของเว็บไซต์ และทำให้รู้ผลการโฆษณาหรือจำนวนผู้ที่ได้รับข้อความนี้แน่นอน อ้างอิงจากข้อมูลของนักวิชาการที่กล่าวว่า

“เราจะไปซื้อข้อมูลจากบริษัทมือถือ จะมีเจ้าหน้าที่ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ว่าคนเข้าเว็บไซต์อะไร เพื่อส่ง SMS และเพื่อหาวิธีการเชิญชวนคนที่ชอบเข้าเว็บการพนันฟุตบอลออนไลน์ไปใช้บริการ” (พงศธร จันทรศมี, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

4.1.1.2.2.2 การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลบนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

ส่วนใหญ่คนที่ชอบชมการแข่งขันฟุตบอล หรือคนที่เล่นการพนันฟุตบอล จะชอบชมถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล แบบไม่มีโฆษณา เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจึงมีวิธีการดึงดูดคนให้เข้ามาเว็บไซต์ให้มากขึ้น แต่ไม่ได้เชิญชวนให้มาเล่นการพนันฟุตบอลในเว็บไซต์โดยตรง แต่ใช้วิธีการชักชวนให้คนมาชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลแบบไม่มีโฆษณาคั่นระหว่างการแข่งขัน หรือไม่มีอะไรมารบกวนขณะชมการแข่งขัน ด้วยการประชาสัมพันธ์ เช่น ภาพชัด ถ่ายทอดสด ไม่มีเสียงพากย์บอล เป็นต้น

ในระหว่างที่ชมการถ่ายทอดสดจากเว็บไซต์เหล่านี้ ข้าง ๆ หน้าจอ จะปรากฏราคาต่อรองของฟุตบอล เทคนิคต่าง ๆ บทวิเคราะห์ผลฟุตบอล ที่จะขึ้นมาให้เห็นเรื่อย ๆ ในหน้าจอถ่ายทอดสด ซึ่งเว็บไซต์เหล่านี้จะทำให้ผู้ชมเห็นถึงความคุ้มค่าที่มามีเลือกชมถ่ายทอดสดในเว็บไซต์ของตน ด้วยการเพิ่มตัวเลือกที่ชม แบบไม่ต้องเสียเงิน ไม่ต้องสมัครสมาชิก และชมพร้อมกัน 2 หน้าจอได้ เช่น สามารถชมการแข่งขันพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ไปพร้อม ๆ กับการถ่ายทอดการแข่งขันลาเลียกา สเปน

เป็นต้น ซึ่งโทรทัศน์ทั่วไปยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของคนชมถ่ายทอดสดได้ ทำให้ผู้คนที่หันมาชมการถ่ายทอดสดการแข่งขัน ฟุตบอลจากเว็บไซต์การพนันเป็นจำนวนมาก

การคิดกลยุทธ์นี้ เกิดจากการรู้ธรรมชาติของคนที่ชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลว่าเป็นอย่างไร ผู้ที่คิดกลยุทธ์ของเว็บไซต์ คือคนที่ใช้ความต้องการของตนเอง มาตอบสนองคนอื่น ๆ โดยเฉพาะการที่สามารถชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลได้หลายการแข่งขันในเวลาเดียวกัน รวมถึงสร้างภาพความจริงให้กับผู้คนที่มองว่าการพนันไม่ใช่เรื่องผิด ทำให้การพนันฟุตบอลออนไลน์เป็นเพียงเกมส์ชนิดหนึ่ง ทำให้ผู้คนไว้วางใจ แล้วมองว่าเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเป็นเสมือนโทรทัศน์ สามารถถ่ายทอดสดรายการแข่งขันที่อยากชมได้ตามที่ต้องการ มีประโยชน์มากกว่าโทรทัศน์ทั่วไป ซึ่งนักวิชาการกล่าวไว้ว่า

“การดึงตาคนจากทีวี ทำได้ไม่ยาก เผลอ ๆ คนดูในมือถือยิ่งง่ายเลย พัฒนาทางด้านเทคนิคในเว็บไซต์ให้สมบูรณ์แบบ เมื่อทุกอย่างดี ดึงตาคนมาอยู่ที่เว็บไซต์ได้แล้ว ก็โฆษณาโปรโมชันได้เลย เช่น ให้ลองแทงบอลฟรี ให้ลองแทงบอลเล่น ๆ ก่อนได้” (สุระชัย ชูผลกา, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

4.1.1.2.2.3 การเลือกกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์จากความสนใจที่เหมือนกัน

จากการสัมภาษณ์ นักวิชาการมองว่า เว็บไซต์การพนันฟุตบอล ใช้วิธีการดูความสนใจของผู้คนในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ความต้องการ การเข้าชมข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ดังนั้นเมื่อผู้ที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เป็นประจำ เป็นเพื่อนกับบุคคลไหนในเฟซบุ๊ก เว็บไซต์การพนันฟุตบอลก็จะเจาะกลุ่มเป้าหมายที่จะประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ของเว็บไซต์ไปที่บุคคลนั้น เป็นการกระจายความเป็นไปได้ ตามสถิติที่น่าจะถูกต้อง

โดยเว็บไซต์การพนันฟุตบอลมองว่า คนที่เป็นเพื่อนกัน น่าจะมีความชอบ หรือกิจกรรมต่าง ๆ คล้ายกัน โดยทางเทคนิคสามารถทำได้ โดยสร้างโฆษณาให้ขึ้นหน้าหลักในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเพื่อนบุคคลที่ชื่นชอบการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ใช้วิธีการแบบนี้ไปเรื่อย ๆ ทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลเหล่านี้เป็นที่รู้จักของผู้คนมากยิ่งขึ้น

นอกจากในสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก เว็บไซต์การพนันฟุตบอลยังใช้วิธีการค้นหาข้อมูลลูกค้า จากการดูผู้เล่นการพนันฟุตบอลเข้าเว็บไซต์คู่แข่ง หรือพฤติกรรมการเล่นเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ฟุตบอล หรือผลการแข่งขันฟุตบอล รวมถึงข้อมูลอื่น ๆ ที่จะป็นช่องทางในการได้กลุ่มเป้าหมายที่จะโฆษณา อีกทั้งผู้เล่นการพนันฟุตบอลบางคนยังสมัครสมาชิกวิเคราะห์ผลฟุตบอลกับเว็บไซต์รายหนึ่ง เว็บไซต์รายนี้ก็จะขายฐานข้อมูลหมายเลขโทรศัพท์ ให้กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลอื่น ๆ เพื่อที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะส่ง SMS ชักชวนให้ผู้เล่นการพนันมาเล่นการพนันกับเว็บไซต์ของตน จากข้อมูลของนักวิชาการที่กล่าวไว้ว่า

“เว็บไซต์การพนันฟุตบอลพวกนี้ พยายามทำให้ตนเองเป็นที่รู้จัก โดยการให้เพื่อนชักชวนเพื่อน ให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์หาลูกค้า เพิ่มขึ้น มันเป็นการกระจายความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้น ความน่าจะเป็นที่ต้องมีคนสนใจบ้าง ส่งไป 10 คน อาจจะมีคนสนใจ 1 คน” (พงศธร จันทรศมี, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

4.1.1.2.2.4 การสร้างตัวตนของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้เป็นที่รู้จักโดยใช้ผู้มีชื่อเสียงในสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจุบันเว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีจำนวนมาก หลายเว็บไซต์พยายามเลือกกลยุทธ์เพื่อที่จะดึงดูดลูกค้ามาเล่นการพนันกับเว็บไซต์ของตน และทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อีกหนึ่งวิธีคือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์เข้ามาช่วย เพราะผู้คนส่วนใหญ่ชอบเข้าสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ แต่ถ้าโฆษณาตรง ๆ ว่าชักชวนให้มาเล่นการพนันฟุตบอลเว็บไซต์นี้ ยังไม่เพียงพอ ที่จะทำให้อาณาเขตเป็นที่น่าสนใจ

จากการสัมภาษณ์นักวิชาการ เว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้ใช้ผู้มีชื่อเสียงในสื่อสังคมออนไลน์ หรือที่เรียกกันว่า “เน็ตไอดอล” “พริตตี้” ให้เข้ามาช่วยทำการตลาด สื่อสารกับผู้คนในสื่อสังคมออนไลน์ โดยในเนื้อหาโฆษณาอาจจะไม่ได้เกี่ยวข้องกับโดยตรง หรืออาจจะไม่เกี่ยวข้องเลยกับฟุตบอลหรือการพนันฟุตบอล โดยให้กลุ่มคนเหล่านี้แสดงอะไรก็ได้ วิธีการโฆษณาเว็บไซต์คือ ให้กลุ่มคนเหล่านี้ใส่เสื้อที่มีตรา หรือชื่อของเว็บไซต์ที่ต้องการจะโฆษณา หรือบริเวณข้าง ๆ หน้าจอ มีชื่อเว็บไซต์ที่ต้องการจะโฆษณาแฝงอยู่ อย่างน้อยคนที่เข้ามาชมกลุ่มคนเหล่านี้ ต้องเห็นชื่อเว็บไซต์การพนันฟุตบอลนี้แน่นอน นักวิชาการกล่าวไว้ว่า

“เว็บไซต์เหล่านี้จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ ให้พวกเน็ตไอดอล พริตตี้ เต็ม ๆ โห้วคนที่เข้ามาดู และก็โห้วชื่อเว็บหน่อย แค่นี้ก็เป็นการตลาดแล้ว” (พงศธร จันทรศมี, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลมักมีการรูปแบบการสื่อสารที่ค่อนข้างตอบรับต่อการใช้งานของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ และมีช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ตอบโจทยผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่หลากหลาย เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจึงได้รับความนิยมอย่างมาก สิ่งสำคัญคือการมีกลยุทธ์ที่แปลกใหม่ในการดึงดูดลูกค้าเข้าเว็บไซต์ด้วยวิธีที่หลายคนคาดไม่ถึง อย่างเช่น การซื้อข้อมูลจากผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น

4.1.1.3 การสื่อสารของผู้มีอิทธิพลทางความคิด ต่อผู้เล่นการพนัน ในการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในวงการการพนันฟุตบอล ถือว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อผู้เล่นการพนันฟุตบอล การที่ผู้เล่นการพนันจะตัดสินใจเลือกเดิมพัน นอกจากที่จะตัดสินใจเอง ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในด้านการวิเคราะห์ผลฟุตบอล การให้ข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพนัน เป็นหนึ่งทางเลือกที่นักพนันฟุตบอลให้ความสนใจที่จะติดตาม ส่วนใหญ่บุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้มีชื่อเสียงในวงการฟุตบอล โดยเฉพาะผู้ที่ทำหน้าที่สื่อมวลชน ในด้านกีฬา จะมีผู้เล่นการพนันฟุตบอลติดตามเป็นจำนวนมาก ซึ่งนักวิชาการกล่าวถึงประเด็นนี้ไว้ว่า

“อาจารย์เข้าใจว่า จะมีเซียนตัวจริง รู้สึกว่าจะอยู่คลื่นวิทยุกีฬา นี้แหละที่วิเคราะห์ฟุตบอล “เจ๋ง” มาก ทำให้ทุกคนติดตามเขาหมดเลย คือทุก 4 โมงเย็น ทุกคนจะต้องฟังเขาวิเคราะห์ฟุตบอล” (สุระชัย ชูพกา, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

“ผมมองว่าผู้มีอิทธิพลในวงการกีฬา หรือผู้สื่อข่าวกีฬาส่วนใหญ่ มีผลดึงดูดคนให้เข้ามาสู่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลเยอะ” (พงศธร จันทรศัมภ์, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

“สื่อบุคคลน่ากลัวสุด สื่อออนไลน์นั้นสำคัญก็จริง สื่อบุคคลมีอิทธิพลในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะบุคคลที่เป็นเซียน เป็นนักข่าวกีฬา ยิ่งทำให้น่าเชื่อถือ” (ปัทมาภรณ์ สุขสมโสด, สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2561)

บุคคลเหล่านี้สามารถสร้างแรงจูงใจ ทำให้ผู้เล่นการพนันเชื่อได้ทันที ด้วยความน่าเชื่อถือของตนเอง ใช้หน้าที่การงานของตนในปัจจุบัน ในการสร้างความน่าเชื่อถือว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านนี้ หลังจากนั้นเว็บไซต์รับพนันฟุตบอล ก็สังเกตเห็นว่าบุคคลเหล่านี้ เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญที่จะชักชวนผู้คนให้เล่นการพนันฟุตบอลในเว็บไซต์ เห็นได้จาก ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในวงการฟุตบอลหลายคน จะมีสื่อสังคมออนไลน์ที่มีชื่อเสียงเป็นของตนเอง (แฟนเพจ) มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากคอยวิเคราะห์ผลฟุตบอลให้กับคนที่กำลังติดตาม หรือบางคนมีนามปากกาเป็นของตนเอง หรือที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลทุกคนเรียกกันว่า “เซียน” ใช้ช่องทางแฟนเพจในการวิเคราะห์ฟุตบอล หรือที่เรียกว่าให้ “ทีเด็ด” ให้กับผู้ที่ติดตามตนเอง และท้ายการวิเคราะห์นั้น จะแฝงโฆษณาการพนันของเว็บไซต์ที่มาจากจ้างตนเองอีกด้วย เป็นหนึ่งช่องทางในการสร้างรายได้ของบุคคลเหล่านี้

“บุคคลที่มีชื่อเสียง มีหลายช่องทางให้คนติดตาม อาจจะเป็นคนวิเคราะห์ผลฟุตบอลในวิทยุ และก็มีรายการโทรทัศน์ พอคนเริ่มที่จะรู้จัก

อาจแนะนำช่องทางส่วนตัว ที่ผู้คนสามารถติดตามตนเองได้ ถ้าอยากจะติดตามต่อ หรืออยากได้ข้อมูลเยอะกว่านี้ ให้ติดตามตามช่องทางนี้ คนก็จะไปติดตามเป็นจำนวนมาก” (พงศธร จันทรศมี, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

“สื่อหลักอย่างโทรทัศน์ ถ้าเป็นช่องฟรีทีวี จะยังไม่ค่อยพบรายการวิเคราะห์ฟุตบอลมากนัก ต้องไปดูอย่างพวกช่องทรู จะมีนักวิเคราะห์ประมาณ 2 คน นั่งคุยกันเป็นฉาก ๆ คุยกันเป็นชั่วโมง พวกเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ก็จะมานั่งฟังกูรู 2 คนนี้วิเคราะห์ฟุตบอลให้ฟัง ที่น่ากลัวคือบางทีข้อมูลที่กูรูพวกนี้แนะนำ ตรงกับความคิดของผู้เล่น ยิ่งทำให้ผู้เล่นอยากจะแหงตามเข้าไปใหญ่ เมื่อกูรูพวกนี้ให้ข้อมูลแม่นยำ เริ่มมีคนอยากติดตามในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ ที่สามารถจะติดตามข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น และพวกกูรูก็จะได้รับการจ้างจากเว็บไซต์ให้โฆษณาเว็บไซต์การพนันฟุตบอล” (ปีทมากรณ์ สุขสมโส, สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2561)

ผู้มีอิทธิพลทางความคิดบางกลุ่ม ไม่จำเป็นต้องประกอบอาชีพในวงการสื่อสารมวลชน บุคคลกลุ่มนี้อาจจะใช้วิธีการสร้างตัวตน ทำให้ตนเองมีชื่อเสียงในระดับหนึ่ง ในการใช้ช่องทางในสื่อต่าง ๆ เช่น Facebook Live หรือ Youtube Live จากนั้นเริ่มวิเคราะห์ผลฟุตบอลเขียนบทความเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอล หรือการให้ผลฟุตบอลที่ต้องติดต่อกันหลายครั้ง เมื่อเริ่มมีผู้คนติดตามมาก ก็จะเป็นเป้าหมายของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลในการมาว่าจ้างให้โฆษณาเว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้ผู้ที่กำลังติดตามเข้าไปเล่นการพนัน โดยส่วนมากกลุ่มคนเหล่านี้จะเป็นคนที่ชื่นชอบการเล่นการพนันฟุตบอลอยู่แล้ว และคิดว่าการเล่นการพนันฟุตบอลไม่ได้ทำให้รวยขึ้น การเป็นคนให้ข้อมูล น่าจะเป็นช่องทางในการสร้างรายได้ได้ดีกว่า และบางคนใช้เวลาไม่นาน ในการสร้างตัวตนให้มีชื่อเสียงและมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก

“ส่วนใหญ่คนจะไปหาข้อมูลจากเขียนก่อนแล้วก็ค่อยไปแหง เพราะบอลมันสัมพันธ์กับเรื่องวิเคราะห์ ใครเป็นแฟนคลับใคร ก็จะฟังคนนั้น ยิ่งเอาผลนั้นไปแหงแล้วถูก คนก็จะยิ่งเชื่อ” (พงศธร จันทรศมี, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

กลุ่มคนผู้มีอิทธิพลทางความคิด มีผลต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มาก แต่ในทางกลับกัน ถ้ากลุ่มคนเหล่านี้มีข้อมูลที่ไม่เพียงพอ ไม่น่าเชื่อถือ อาจทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลไม่เชื่อ ไม่ติดตามผลงาน ปัจจุบันนี้มีสื่อเป็นจำนวนมากที่ให้ติดตาม มีการวิเคราะห์ผลฟุตบอลของเว็บไซต์ต่าง ๆ ในอนาคตอาจไม่จำเป็นต้องมีกลุ่มคนเหล่านี้ หรือมีไว้เพื่อเปรียบเทียบ แต่ไม่ได้เชื่อแน่นอน เพราะฉะนั้นกลยุทธ์ของแต่ละบุคคลในการที่จะโน้มน้าวใจ หลักสำคัญคือความ

แม่นยำ ข้อมูลที่เพียงพอ จะสามารถวิเคราะห์ได้ถูกต้อง รวมถึงเทคนิคต่าง ๆ ที่หลายคนพยายามแสดงออกมา เพื่อรักษาฐานผู้ติดตามให้มากพอ ที่จะเป็นการสร้างชื่อเสียง และรายได้ที่จะตามมาในอนาคต

“ถ้านักจัดรายการวิทยุสนทนากัน “คืนนี้จะครบผมว่าอาร์เซนอล และแน่ เพราะเปลี่ยนผู้จัดการมาขนาดนี้” อีกคน “ไม่ใช่หรอก ยังไงอาร์เซนอลก็เหนือกว่า” สำหรับอาจารย์ยังคิดว่าไม่ใช่ผู้ที่มีอิทธิพล หรือเซียนบอลที่แท้จริง คนที่จะเป็นผู้ที่มีอิทธิพลที่เยี่ยมยอด อย่างคลื่นวิทยุกีฬาบางคลื่นที่สามารถบอกข้อมูลได้ลึก แม้กระทั่งราคาของฟุตบอลในแต่ละคู่ที่จะเดิมพันคือถ้าฟังแล้ว สามารถแทงบอลได้เดี๋ยวนั้นเลย” (สุระชัย ชูผกา, สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561)

“สังเกตผู้สื่อข่าวกีฬาทุกวันนี้ เวลาอ่านข่าวจะแปลวิเคราะห์ฟุตบอลไปโดยที่ไม่รู้ตัว ว่าคุณกำลังแนะนำข้อมูลในเชิงการพนันแล้ว” (ปัทมาภรณ์ สุขสมโส, สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2561)

ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในปัจจุบันมีหลายกลุ่ม ทั้งกลุ่มที่เป็นผู้ที่ทำงานสื่อสารมวลชน เช่น ผู้ประกาศข่าวกีฬา นักจัดรายการวิทยุกีฬา หรือผู้วิเคราะห์ฟุตบอลที่มีชื่อเสียงหลายคนหันมาสนใจทำงานให้กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลมากขึ้น ด้วยค่าตอบแทนที่สูงมาก ถึงขั้นบางรายยอมลาออกจากงานประจำเพื่อมาทำงานรูปแบบนี้ อีกทั้งยังมีกลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่มีชื่อเสียงในสื่อสังคมออนไลน์ ที่คนทั่วไปเรียกว่า “เซียนบอล” ที่เริ่มมีชื่อเสียงจากการวิเคราะห์ผลฟุตบอลแม่นยำติดต่อกันหลายครั้ง จึงทำให้เป็นที่สนใจของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล เพราะกลุ่มคนเหล่านี้จะมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก

4.1.2 มุมมองของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

จากการศึกษามุมมองของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ประกอบไปด้วย 3 ประเด็น ดังนี้

4.1.2.1 แนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

4.1.2.2 เทคนิคเฉพาะในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลของเว็บไซต์

4.1.2.3 ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

4.1.2.1 แนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

แนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล สามารถแบ่งได้ 4 แนวทาง ดังนี้

- 4.1.2.1.1 การจัดการระบบของเว็บไซต์
- 4.1.2.1.2 เว็บไซต์เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ไม่ซับซ้อน
- 4.1.2.1.3 การสร้างเว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จัก
- 4.1.2.1.4 การสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์
- 4.1.2.1.1 การจัดการระบบของเว็บไซต์

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลบางเว็บไซต์ มีการจัดวางระบบของเว็บไซต์ได้เป็นอย่างดี การวางแผนเพื่อให้ครอบคลุมกับโจทย์ที่วางไว้ คือการพยายามหลอกล่อ หรือผู้เล่นการพนันฟุตบอล ให้วางเดิมพันกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลของตนมากที่สุด ส่วนใหญ่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลทั่วไปจะมีเจ้าของเป็นชาวต่างชาติ เป็นเว็บไซต์การพนันฟุตบอลของต่างประเทศ แต่เว็บไซต์เหล่านี้จะว่าจ้างคนไทยให้เป็นผู้ดูแลระบบของเว็บไซต์ โดยมีтик อาคารพาณิชย์ ภายในแบ่งเป็นฝ่ายต่าง ๆ เช่น ฝ่ายบัญชี ฝ่ายดูแลระบบเว็บไซต์ ฝ่ายการสื่อสาร เป็นต้น ซึ่งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้ให้ข้อมูลว่า

“เว็บไซต์หนึ่งที่ผมทำงานให้อยู่ ชื้อตึก 3 ตึก ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ แต่ละตึกอยู่คนละซอย ซอยหนึ่งเป็นโปรดักชัน ซอยหนึ่งเป็นเรื่องของการสื่อสาร ซอยหนึ่งดูเรื่องรับรายจ่าย ชัดเจนกว่าเขาเป็นทำงานเป็นระบบ” (คุณคราม (นามสมมุติ), 2561), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561

การวางระบบของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ได้เล็งเห็นถึงการอำนวยความสะดวกสบายให้กับผู้เล่นการพนันฟุตบอลด้วยวิธีต่างๆ เช่น การมีหลายภาษาเพื่อรองรับลูกค้าหลายประเทศ มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาตลอดเวลา สิ่งที่สำคัญที่สุดของระบบเว็บไซต์การพนันคือการหลอกล่อในประเทศไทยให้ได้มากที่สุด โดยการหาตัวแทน หรือที่เรียกว่า “เอเยนต์” ตัวแทนเหล่านี้ต้องไปหาลูกค้ามาเพิ่มเรื่อย ๆ

- 4.1.2.1.2 เว็บไซต์เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ไม่ซับซ้อน

โดยทั่วไปเว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะมีการสื่อสารที่ไม่มีกฎหมายมาก รูปแบบการเขียนเว็บไซต์ก็เหมือนเว็บไซต์ทั่วไป เว็บไซต์การพนันฟุตบอลส่วนใหญ่มีแนวทางหลักคือ ข้อมูลบนเว็บไซต์ต้องเข้าใจง่าย เข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อน ถ้าเนื้อหา ข้อมูลในเว็บไซต์มีความซับซ้อน อาจทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เปลี่ยนไปเล่นเว็บไซต์อื่น ๆ ได้ หน้าแรกของเว็บไซต์ควรเป็นข้อมูลที่จะประชาสัมพันธ์ โปรโมชั่นพิเศษ สิทธิพิเศษที่จะดึงดูดผู้เล่นการพนันฟุตบอลให้สมัครสมาชิกกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล การรู้เท่าทันสื่อของคนไทยยังมีไม่มากพอ ทำให้เรื่องของโปรโมชั่น หรือสิทธิพิเศษต่าง ๆ ยังมีผลต่อแรงจูงใจในการเล่นการพนันฟุตบอลได้ดี เพราะไปกระตุ้นความรู้สึกของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลกล่าวว่า

“ผมก็เคยนั่งคุยกับคนเขียนเว็บไซต์ คนที่ทำเว็บไซต์พวกนี้ก็เคยบอกรายละเอียดว่าทำยังไง คนถึงจะมาเล่นเว็บไซต์นี้ได้เยอะ อย่างแรกต้องเข้าใจง่าย เข้าใจง่ายในที่นี้คือ เนื้อหาข้อมูลก็อ่านแล้วเข้าใจง่าย มีบอกราคาชัดเจน ใช้สีตัวหนังสือเข้ามาช่วยให้อ่านง่ายขึ้น” (คุณक्रम (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

4.1.2.1.3 การสร้างเว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จัก

ปัจจุบันเว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีจำนวนมาก หลายเว็บไซต์การพนันฟุตบอล เลือกที่จะใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด เข้ามาทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ ทั้งข้อมูล เนื้อหาการวิเคราะห์บอล ทีเด็ดบอล รวมถึงโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์สำหรับลูกค้า หรือแม้กระทั่งการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น “พริตตี้” ให้ถ่ายทอดสดวิดีโอ เชิญชวนคนให้สมัครกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล โฆษณาแฝงต่าง ๆ จะตามมาในการถ่ายทอดสดวิดีโอนี้ จากการให้สัมภาษณ์ที่กล่าวไว้ว่า

“เราจะใช้โคโยตี้มาเต้น ซึ่งไม่เกี่ยวอะไรกับฟุตบอลเลย แต่ข้างล่างหน้าจอก็เชิญสมัครเว็บไซต์การพนันฟุตบอล” (คุณบรรทัด (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2561)

4.1.2.1.4 การสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์

ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์สำคัญอย่างมากต่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอล เมื่อเว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดทางเลือกสำหรับผู้เล่นการพนันฟุตบอล ที่จะมองหาเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือ และได้รับการยอมรับมากที่สุด ความน่าเชื่อถืออาจเกิดจากหลายประการ เช่น ธุรกิจการเงินที่รวดเร็ว เมื่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลโอนเงินเข้าเว็บไซต์แล้ว เงินต้องเข้าบัญชีผู้เล่นการพนันฟุตบอลอย่างรวดเร็วพร้อมที่จะวางเดิมพันการพนันได้ทันที ถ้าผู้เล่นการพนันฟุตบอลชนะการเดิมพัน เว็บไซต์ต้องโอนเงินเข้าบัญชีผู้เล่นการพนันฟุตบอลให้รวดเร็ว เป็นต้น การเข้าดูหน้าเว็บไซต์ของการทำงานและข้อมูลรายละเอียดต่างๆในการเข้าเป็นสมาชิกว่ามีสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เล่นการพนันฟุตบอลมากน้อยหรือไม่ สามารถดูได้จากจำนวนสมาชิกที่เข้าใช้บริการว่ามากน้อยแค่ไหน

ประวัติความเป็นมา ระยะเวลาการเปิดให้บริการของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล เป็นสิ่งจำเป็นที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอล ควรบอกให้กับผู้เล่นการพนันฟุตบอลทราบ เนื่องจากสิ่งนี้จะป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ผู้คนทั่วไปที่ยังไม่เคยเล่นการพนันฟุตบอลกับเว็บไซต์อื่น สนใจเว็บไซต์การพนันฟุตบอลนี้ เว็บไซต์การพนันฟุตบอลใดเปิดให้บริการเป็นระยะเวลาานาน ยิ่งทำให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อเว็บไซต์นั้น ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“มันเป็นความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์มากกว่า บางเว็บไซต์เปิดมาเดี๋ยวก็น่าปิด ถ้าเว็บไซต์ที่คนจะรู้จักเยอะหน่อย เช่น Sboxxx.com พวกนี้ไว้ใจได้ ไม่ปิดเว็บไซต์หนีแน่นอน” (คุณบรรทัด (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2561)

แนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล มีการวางแผนและเป้าหมายอย่างชัดเจน คือการพยายามดึงดูดลูกค้าที่เป็นผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ให้สนใจสมัครสมาชิกและวางเดิมการพนันฟุตบอลกับเว็บไซต์ให้ได้มากที่สุด โดยใช้ความน่าเชื่อถือเป็นกลยุทธ์หลัก เมื่อเว็บไซต์ใดมีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก จะทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักและถูกแนะนำบอกต่อ และถ้าเว็บไซต์ใดใช้งานง่าย จะทำให้มีผู้ใช้บริการเว็บไซต์เป็นประจำอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา หรือมีลูกค้าบนเว็บไซต์แบบไม่ขาดสายนั่นเอง

4.1.2.2 เทคนิคเฉพาะในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลของเว็บไซต์

เทคนิคเฉพาะในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลของเว็บไซต์ สามารถแบ่งได้ ดังนี้

4.1.2.2.1 รูปแบบการเล่นการพนันฟุตบอลที่หลากหลาย

รูปแบบการเล่นการพนันฟุตบอลมีหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การเล่นการพนันฟุตบอลแบบไลฟ์สด ในที่นี้หมายความว่า ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สามารถวางเดิมพันได้ตลอดเวลา ในขณะที่ฟุตบอลกำลังแข่งขันอยู่ แต่ราคาต่อรองก็จะลดตามเวลาการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น เช่น ก่อนการแข่งขันราคาจะอยู่ที่อัตราหนึ่ง เมื่อเริ่มการแข่งขัน ราคาจะอยู่ที่อัตราหนึ่ง ใกล้จบการแข่งขัน ราคาจะอยู่ที่อัตราหนึ่ง เป็นต้น การเล่นการพนันฟุตบอลที่มีมากกว่าแค่การทายผลฟุตบอลแพ้ ชนะ แต่ยังสามารถวางเดิมพันได้หลากหลาย เช่น จำนวนประตูรวมทั้ง 2 ทีม จำนวนประตูคู่หรือคี่ จำนวนครั้งที่เตะมุม เป็นต้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลกล่าวว่า

“การพนันฟุตบอลออนไลน์มีหลากหลายรูปแบบ ทั้งราคาไหล ราคาสด ราคาไลฟ์ คือสามารถแทงได้ตลอดเวลาจนจบเกมส์เลย แต่ถ้าเป็นโต๊ะบอลแทงครั้งเดียวจบ ไม่มีการเล่นระหว่างเกมส์” (คุณบรรทัด (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2561)

4.1.2.2.2 ความปลอดภัยของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

ความปลอดภัยในที่นี้หมายถึง ยกต่อการถูกจับกุมต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจ ปัจจุบันเหตุผลหลักที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลหลายคน เปลี่ยนมาเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากกลัวการถูกจับจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ เพราะมีหลักฐานที่ชัดเจน คือ “โพยบอล” นอกจากการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์จะใช้วิธีการวางการเดิมพันบนเว็บไซต์ ไม่ต้องใช้โพยบอลแล้ว ทาง

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีกลยุทธ์ในการรักษาความปลอดภัยของลูกค้ำ ด้วยการลบประวัติของผู้เล่น การพนันฟุตบอลรอบต่อรอบ หมายถึงว่าเมื่อจบการแข่งขันฟุตบอล รู้ผลการเดิมพันแล้ว จัดการเงิน ทุกอย่าง ผู้เล่นการพนันฟุตบอลยืนยันการถอนเงินออกจากบัญชี ระบบก็จะลบข้อมูลทุกอย่างทิ้ง ระบบนี้จะลบทุกวัน อย่างรวดเร็ว เพราะฉะนั้นผู้เล่นการพนันฟุตบอลทุกคนมั่นใจได้ว่า ถ้าถูก เจ้าหน้าที่ตำรวจจับกุม ถึงแม้ว่าเจ้าหน้าที่ตำรวจจะให้ใส่รหัสสมาชิก รหัสผ่านเข้าสู่ระบบได้ แต่ก็ไม่เห็นหลักฐานที่เล่นการพนันได้ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลกล่าวไว้ว่า

“สมมุติว่าคุณเป็นตำรวจ คุณมาจับผม ก็ต้องมีไอทีกับรหัสผ่าน ถึงแม้ว่าคุณจะให้ผมเข้ารหัสสมาชิกให้ดู ระบบมันก็เคลียร์หมดแล้ว ระบบมันเคลียร์วันต่อวัน รวดเร็วมาก เว็บไซต์มันจะเคลียร์ข้อมูลต่าง ๆ ให้เอง ทั้งหมด โดยที่เราไม่ต้องทำอะไร แค่แจ้งถอนเงินออกมาก่อนเท่านั้นเอง” (คุณคราม (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

4.1.2.2.3 ให้เครดิตสำหรับลูกค้ำที่น่าเชื่อถือ

การเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ต้องมีเงินสดเป็นทุนในการเล่น ไม่เหมือนกับการเล่นการพนันฟุตบอลแบบโต๊ะ ที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลสามารถขอเครดิตจากเจ้าของโต๊ะได้ ถึงแม้ไม่มีเงินในการวางเดิมพัน สามารถนำเงินมาชำระภายหลังได้ เว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้นำกลวิธีนี้กลับมาใช้ แต่ไม่ได้ให้ทุกคน แต่เลือกให้เฉพาะผู้เล่นการพนันฟุตบอลที่น่าเชื่อถือ มีประวัติที่ดี ไว้วางใจได้ ผู้ที่ดูแลเว็บไซต์การพนันฟุตบอลรู้จักเป็นอย่างดี สามารถตามตัวได้ จากนั้นจะให้เครดิตกลุ่มคนเหล่านี้จำนวนหนึ่ง เช่น เว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้เครดิต นาย ก 200,000 บาท นาย ก ต้องจัดสรรเงินจำนวนนี้ด้วยตนเอง จะนำไปกระจายให้คนอื่นอย่างไร จะให้คนอื่นเป็นเงินสด หรือเครดิตก็ได้ นาย ก แบ่งให้ นาย ข 50,000 บาท แบ่งให้ นาย ค 50,000 บาท ที่เหลือ นาย ก นำไปเล่นการพนันฟุตบอล สุดท้ายเว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะจัดการบัญชีกับนาย ก ผู้เดียว นาย ก ต้องตามเงินจาก นาย ข และ นาย ค มาให้ได้ เป็นต้น ซึ่งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลกล่าวไว้ว่า

“พวกที่ได้เครดิตจากเว็บไซต์การพนันฟุตบอล หรือที่เรียกว่า “ยี่ฮั่ว” หรือที่รู้จักว่า “เอเยนด์” ถ้าเปรียบเทียบกับเหมือนเด็กเดินโพลบอลของโต๊ะบอล ต้องเป็นที่รู้จักและไว้วางใจจากเว็บไซต์เหล่านี้ สามารถจัดการการเงินได้ เพราะต้องคอยทวงเงิน ส่วนตัวผมไม่ชอบตามเก็บเงินใคร คนที่เป็นยี่ฮั่วเหมือนคนทวงเงินมากกว่า เพราะว่าต่อให้เราไม่เล่น ให้เขาเล่นอย่างเดียว เราก็ต้องไปนั่งตามเงินจากเขาอยู่ดี คนทำงานตรงนี้หลายคนมองว่าอยู่กับเงิน แต่ถ้าโลภนะ หมดตัวมาเยอะแล้ว” (คุณคราม (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

4.1.2.2.4 ใช้ตัวตนของผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอล

การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล กับผู้เล่นการพนันฟุตบอล มีหลายช่องทาง ทั้งกระดานสนทนาหน้าเว็บไซต์การพนันฟุตบอล โทรศัพท์ (Call center) ที่ให้บริการ 24 ชั่วโมง แอปพลิเคชันไลน์ ที่สามารถพูดคุย ได้ตอบอย่างรวดเร็ว ตลอดเวลา อีกหนึ่งช่องทางของกลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล คือการใช้ ไลน์ของผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในการโต้ตอบ พูดคุย กับผู้เล่นการพนันฟุตบอล เสมือนว่าผู้มีอิทธิพลทางความคิดคุยจริง ๆ ทั้งที่เป็นทีมงานของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเป็นผู้จัดการทั้งหมด

สิ่งที่สร้างความน่าเชื่อถือ คือการที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอล ใช้ไลน์ที่เป็นชื่อของผู้มีอิทธิพลทางความคิด ที่ตนนั้นสร้างขึ้น และได้รับการยอมรับจากบุคคลดังกล่าวแล้ว แสดงหลักฐานการวางเดิมพันด้วยจำนวนเงินที่สูงมาก ให้กับผู้ติดตามบุคคลนี้ทุกคน เพื่อบุคคลที่ติดตามรู้สึกว่าเป็นบุคคลดังกล่าว วางเดิมพันเยอะ เกิดการโน้มน้าวใจให้วางเดิมพันตามบุคคลนี้ ทั้งที่จริงหลักฐานการโอนเงิน ใบเสร็จ เว็บไซต์การพนันฟุตบอลเป็นผู้สร้างขึ้น โดยที่ไม่ได้มีการวางเดิมพันจริง ๆ จากผู้มีอิทธิพลทางความคิด โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้ข้อมูลว่า

“เรามีไลน์กลุ่มเราใช้ไหม เขาแทนเป็นตัวเรา ใส่ราคาให้คนอื่นดูเลย ว่าเราแทงไป 20,000 บาท มีคนที่ยังจำกักถามมาถามว่า แทงเยอะขนาดนี้เลยหรือ เราก็ตอบเขาไปว่า เราไม่ได้เล่นสักบาท เขาจัดการหมดเลย ในไลน์กลุ่มเขาก็ใช้การพูดคุย มีข้อความเชิญให้แทงบอล เชียร์บอลเหมือนเรากับผู้เล่นการพนันฟุตบอลนั่งอยู่ด้วยกัน” (คุณคราม (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

4.1.2.2.5 เพิ่มทางเลือกการพนันชนิดอื่น ๆ

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลก่อตั้งขึ้นเพื่อรองรับผู้เล่นการพนันฟุตบอล เพื่อความหลากหลายให้ผู้เล่นการพนัน เว็บไซต์เหล่านี้จึงมีชนิดกีฬา และเกมส์การแข่งขันอื่น ๆ เช่น เกมสไฟ คาสโน บาสเกตบอล เทนนิส แข่งม้า มวย เป็นต้น ซึ่งในเกมส์การแข่งขันแต่ละเกมส์มีการประชาสัมพันธ์บนหน้าเว็บไซต์อย่างชัดเจน ให้เชิญชวนผู้เล่นการพนันเข้าไปเล่น ด้วยกลวิธีต่าง ๆ

การพนันฟุตบอล 1 คู่ในครั้งเดียว เรียกว่า “การเล่นบอลเดี่ยว” การพนันฟุตบอลหลาย ๆ ทีมในครั้งเดียว เรียกว่า “การเล่นบอลชุด” หรือที่เข้าใจกันในศัพท์นักพนันฟุตบอลว่า “การเล่นบอลสเต็ป” ปกติการเล่นบอลชุด ต้องทายผลการแข่งขันฟุตบอลทั้ง 3 ทีมเท่านั้น แต่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลเพิ่มลูกเล่น เพื่อดึงดูดความสนใจผู้เล่นการพนันทุกคน โดยให้ผู้เล่นการพนันสามารถผสมชนิดกีฬาได้ ถ้าเล่นบอลชุด 3 คู่ คู่แรกอาจเล่นฟุตบอล คู่ที่สองอาจเล่นมวย และคู่สุดท้ายอาจเล่นบาสเกตบอล ถ้าชนะตามที่เดิมพันไว้ทั้ง 3 คู่ สามารถรับเงินจากการเดิมพันได้ทันที กลยุทธ์นี้ทำให้

ผู้เล่นการพนันไม่เบื่อหน่าย เพิ่มทางเลือกให้กับผู้เล่นการพนันมากขึ้น โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้ข้อมูลว่า

“รายละเอียดในการเล่นที่เยอะขึ้น สามารถเล่นได้หลายแบบ เล่นสูง ต่ำ เล่นเตอะมุ่ม เล่นคู่คี่ สามารถจับกีฬาชนิดอื่น ๆ มาผสมกันได้ เอามา รวมกันเป็นสเต็ป คือเขาจะมีลูกเล่นเยอะ” (คุณบรรทัด (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2561)

4.1.2.2.6 สร้างเว็บไซต์ใหม่ ๆ เพื่อความบันเทิง

หลายคนที่เห็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ในเว็บไซต์อื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอล อาจมีความเข้าใจว่าเว็บไซต์การพนันฟุตบอลชื่อ ช่องทางประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของตนเอง แต่ข้อเท็จจริงคือเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเป็นผู้สร้าง เว็บไซต์เหล่านี้ขึ้นมา และใช้ช่องทางนี้ในการโฆษณาข้อมูลข่าวสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลไปด้วย

ดังจะเห็นได้จากหลายเว็บไซต์ที่มีลักษณะตอบโต้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักพนันฟุตบอล เป็นเว็บไซต์เพื่อความบันเทิง ที่นักพนันฟุตบอลจะต้องเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์เหล่านี้เพื่อการผ่อนคลาย เช่น เว็บไซต์ดาวโหลดภาพยนตร์ เว็บไซต์ถ่ายทอดสดฟุตบอล เว็บไซต์ดาวน์โหลดการ์ตูน เว็บไซต์เช็ทซี่ เป็นต้น โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้ข้อมูลว่า

“เว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่ผมส่งข้อมูลการวิเคราะห์ผลฟุตบอล ก็เป็นเจ้าของเว็บไซต์อีกหลายเว็บไซต์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอล อะไรที่จะเป็นช่องทางโฆษณาได้ เว็บไซต์เหล่านี้ทำหมด” (คุณक्रम (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้เห็นถึงความพยายามที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอล พยายามจะดึงดูดผู้เล่นการพนันฟุตบอลด้วยวิธีต่าง ๆ โดยใช้ความต้องการของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เป็นหลัก สิ่งใดที่จะอำนวยความสะดวกให้กับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะทำสิ่งนั้น เพื่อชนะใจให้ได้มากที่สุด

4.1.2.3 ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

จากการศึกษาพบว่าเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด เป็นเครื่องมือในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลให้เป็นสมาชิกของระบบและวางเดิมพันกับเว็บไซต์ของตน สื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นแหล่งการลงทุนที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้ความสนใจ เพราะการรับรู้ของผู้เล่นการพนันฟุตบอลส่วนใหญ่รวมตัวกันอยู่ในที่แห่งนี้ แม้ว่าช่องทางนี้จะทำให้เว็บไซต์การพนัน

ฟุตบอล มีโอกาสเข้าถึงผู้เล่นการพนันฟุตบอลได้ง่ายขึ้น ในทางกลับกันก็ทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลจดจำภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ได้ยากเช่นกัน อีกทั้งผู้เล่นการพนัน ยังให้ความเชื่อถือกับการโฆษณา น้อยลง แต่หันไปพึ่งความคิดเห็นของผู้เล่นการพนันฟุตบอลด้วยกันแทน นี่จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้กลยุทธ์ที่ใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด มีบทบาทอย่างมาก

ความใกล้ชิด ผู้มีอิทธิพลทางความคิดไม่ใช่เจ้าของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล แต่คือคนทั่วไป ดังนั้น การพึ่งความคิดเห็นของคนทั่วไปด้วยกัน จึงเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลไว้วางใจมากกว่าจะเชื่อโฆษณาที่ไม่รู้ว่าพูดจริงหรือไม่ โดยเฉพาะผู้มีอิทธิพลทางความคิด ที่มีความถนัด หรือเชี่ยวชาญในเรื่องฟุตบอล ก็จะได้รับความสะดวกเชื่อถือจากผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

ติดตามผลได้ การใช้กลยุทธ์นี้เป็นสิ่งที่ติดตามผลได้ การที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลลงทุนทำการโฆษณาย่อมมีความต้องการอยากรู้ว่าเว็บไซต์ของตนประสบความสำเร็จ หรือเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ โดยสามารถทราบผลการตอบรับของการใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ได้จากยอดการเข้าถึงโฆษณาของกลุ่มคนเหล่านี้ ได้แก่ จำนวนกดขึ้นชอบ จำนวนการแบ่งปันข้อความ จำนวนข้อความที่เกิดขึ้น เพื่อประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนครั้งต่อไป

ความน่าเชื่อถือยังเป็นสิ่งที่สำคัญ การโฆษณามีจำนวนมาก คือสิ่งที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ทราบ ทุกคนจึงค่อนข้างระวังในการรับข้อมูล ข่าวสาร และไม่ไว้วางใจข้อมูลที่ได้รับรู้ผ่านการโฆษณา แต่การใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เต็มใจรับเนื้อหาที่นำเสนอ โดยไม่ไขว่คว้าคือการโฆษณาแฝง แต่เป็นเพราะเชื่อใจในผู้ให้ข้อมูล

จากการสัมภาษณ์ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ในเรื่องผู้มีอิทธิพลทางความคิด ต่อกการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ทำให้ได้ข้อมูลดังต่อไปนี้

4.1.2.3.1 แพนเพจของผู้มีอิทธิพลทางความคิด

สื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก เป็นสื่อที่มีผู้ใช้เป็นจำนวนมาก ผู้เล่นการพนันฟุตบอลส่วนใหญ่ใช้สื่อนี้เป็นแหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเล่นพนันฟุตบอล เลือกที่จะติดตามแพนเพจกับ สำนักข่าวกีฬาที่มีชื่อเสียง ทีมฟุตบอลที่ตนชื่นชอบ ผู้มีชื่อเสียงในวงการฟุตบอล รวมถึงบุคคลอื่น ๆ ที่ตนนั้นสนใจ และคิดว่ามีประโยชน์ต่อการเล่นพนันฟุตบอล

ผู้มีอิทธิพลทางความคิด หรือที่เรียกว่า “เซียน” ส่วนใหญ่ทุกคนจะมีแพนเพจ ไว้ให้ผู้ที่ชื่นชอบได้ติดตาม เมื่อใดที่กลุ่มคนเหล่านี้ลงข้อมูลวิเคราะห์ผลฟุตบอล รวมถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการเล่นพนันฟุตบอล ผลคือจะมีคนติดตามมาก ถ้าผลวิเคราะห์ฟุตบอลนั้นแม่นยำ จะยิ่งทำให้กลุ่มคนเหล่านี้เชื่อถือกับเหล่าผู้ติดตามมากขึ้น กลุ่มคนที่เรียกตัวเองว่า “เซียน” ที่มีแพนเพจเป็นของตนเอง มีทั้งแบบเปิดเผยชื่อและหน้าตาของตนจริง ๆ แต่บางคนก็เลือกที่จะใช้รูปนักฟุตบอล หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการฟุตบอลระดับโลก ใช้นามปากกาแทนชื่อตนเอง เพื่อปกปิด

ข้อมูลส่วนตัวที่เป็นความจริง คนกลุ่มนี้ยังมองเรื่องของความน่าเชื่อถือในงานวงการสื่อสารมวลชนที่ตนทำอยู่ อาจทำให้มีผลกระทบต่องานที่ทำได้ โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลกล่าวว่า

“การพนันกับกีฬามันเป็นของที่มาด้วยกัน คือมันแยกไม่ออกกันจริง ๆ นะ แต่ช่วงแรกเรารู้สึกไม่โอเค เรามาทางสายนักข่าว จรรยาบรรณต้องมีวิชาการมันก็เยอะ แต่ช่วงหลัง เรารู้สึกว่าไม่เห็นมีใครต่อว่า หลายคนอาจไปโพกัสเรื่องฆ่าคนตาย หรืออะไรก็ตามแต่ เรื่องการพนันอาจจะทำให้ความสนใจว่าใครก็เล่นกัน แต่สุดท้ายทุกคนก็ลืม เราก็เลยมีความรู้สึกที่ว่า ใครเขาก็ทำกัน เห็นพี่ ๆ ที่อยู่ในวงการนี้มานาน ยังทำเลย เราเลยอยากทำบ้าง” (คุณคราม (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

แฟนเพจของผู้มีอิทธิพลทางความคิด ที่ได้รับความนิยมสูงและมีผู้ติดตามจำนวนมาก เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะติดต่อไปที่บุคคลนั้นโดยตรง เพื่อให้ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของตน ทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลเป็นที่รู้จักมากขึ้น เพราะเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเชื่อว่า ความน่าเชื่อถือของผู้มีอิทธิพลทางความคิด มีผลต่อความคิด การตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สามารถชักจูงและโน้มน้าวใจให้คนคิดและปฏิบัติตามได้ ตามคำกล่าวของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้ข้อมูลว่า

“การที่เราเป็นข่าว มีคนติดตามเป็นจำนวนมาก เพราะเราเป็นคนเร็วมากในเรื่องข่าวสาร เช่น อย่างเมื่อคืนภาพตอนที่เซอร์อเล็ก เพอร์กูสัน กับโซเซ มูรินโญลงมาแสดงความยินดีกับอาแซน เวนเกอร์ ก่อนเกมส์การ แข่งขันแมนยูเจอกับอาร์เซนอล เราก็โพสต์ลงแฟนเพจทันที เราเล่าด้วยความที่มีอิมแพคกับข่าว การที่เราอยู่กับข่าวต่างประเทศมานาน ยิ่งทำให้เรามีอินเนอร์ในการเล่า...

...เรารู้จักวงในเยอะ เราก็จะมาเล่าในมุมของเรา เราจะเล่าในแบบเพื่อนเล่าให้เพื่อนฟัง คนที่ติดตามจะเข้ามาคุยด้วยเยอะ ทำให้เป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่มีคนติดตามผมเยอะมาก ก็เลยเป็นที่มาของเว็บไซต์พนัน ช่วงแรก ๆ ก็มีหลายเว็บติดต่อเข้ามา ขอติดเป็นแบนเนอร์ คือคุณจะโพสต์อะไรก็ได้ โฟสไปเลย แต่ขอข้อความแบนเนอร์ข้างหลังเชิญชวนให้มาเล่นการพนันฟุตบอลที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลนี้” (คุณคราม (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

“ส่วนใหญ่เนื้อหาในแฟนเพจของผมจะเป็นเรื่องฟุตบอลไทย ข่าวงใน ข่าวย้ายทีม ข่าวสัมภาษณ์ มีคนติดตามประมาณ 50,000 คน ถือว่าสูงมาก และเป็นเป้าหมายของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่จะมาขอให้โฆษณาเนื้อหาต่าง ๆ ตามที่เว็บไซต์การพนันเหล่านี้ต้องการ” (คุณบรรทัด (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2561)

วิธีการของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลคือ เมื่อติดต่อไปยังผู้มีอิทธิพลทางความคิด และกลุ่มคนเหล่านี้ตกลงตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงกันไว้ เช่น ต้องลงโฆษณาตามเนื้อหาของเว็บไซต์ที่ส่งให้เป็นประจำทุกวัน วันละ 3 ครั้ง ต้องส่งวิดีโอการวิเคราะห์ฟุตบอล ให้อย่างน้อยอาทิตย์ละ 3 ครั้ง สามารถรับโฆษณาจากเว็บไซต์การพนันฟุตบอลรายอื่น ๆ ได้ แต่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลบางเว็บไซต์ ห้ามให้กลุ่มคนเหล่านี้รับโฆษณาให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลรายอื่น เป็นต้น ซึ่งราคาก็จะตกลงกันตามความเหมาะสมทั้ง 2 ฝ่าย ทุกอย่างจะไม่มีสัญญาผูกมัดเป็นลายลักษณ์อักษร แต่จะเป็นสัญญาที่กลุ่มคนเหล่านี้เรียกว่า “สัญญาใจ” คือเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเชื่อถือถึงความเป็นมืออาชีพของบุคคลกลุ่มนี้ และใช้ค่าตอบแทนที่สูงมาก เป็นสิ่งที่ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้ ยอมปฏิบัติตาม ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“เขาจะมาตีลในแฟนเพจเรา ส่งข้อความมาติดต่อให้เราลงแบนเนอร์โฆษณา ก็คือมีข้อกำหนดให้ว่า วิธีการที่จะลงโฆษณาในแฟนเพจของคุณต้องทำอย่างไร ราคาเท่าไร สมมุติว่า 3 ครั้ง ต่อวัน 1 เดือน 10,000 บาท พอตกลงเรียบร้อยเขาก็จะส่งแบนเนอร์มาให้เรา เรามีหน้าที่แค่ลงตามนั้น...

...บางเว็บแค่ให้ลงแบนเนอร์ บางเว็บให้ส่งวิดีโอวิเคราะห์ผลฟุตบอลให้ บางเว็บให้เงินหลายเท่าเพื่อขอให้เราจบที่เว็บเดียว โดยที่ไม่ต้องไปอีก การอบการทำงานผมก็จะทำตามนี้ ไม่สามารถเรียกร้องเพิ่มอะไรได้ เอาง่าย ๆ พี่ได้จากเว็บไซต์หนึ่งประมาณ 25,000 ต่อเดือน โดยที่ส่งคลิปวิดีโอวิเคราะห์ผลฟุตบอลให้เขาวันละ 1 ครั้ง ลงแบนเนอร์ให้เขา วันละ 3 ครั้ง แล้วก็ไลฟ์สดให้เขาอาทิตย์ละ 2 ครั้ง แล้วเว็บไซต์พวกนี้โอนเงินเร็วมาก แค่เราตอบตกลง เขาไม่ทันได้ตรวจสอบงานของเราอะไรเลย ส่งงานแล้วก็โอนเงินทันที นี่เป็นสาเหตุทำไมถึงมีผู้มีอิทธิ ผู้มีชื่อเสียงหันมาตรงนี้เยอะมากขึ้น” (คุณคราม (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

“เราก็คูยกับเขาว่าลงกี่ครั้งแค่นั้น ซึ่งตอนนั้นก็ไม่วิเคราะห์ละเอียดอะไรเลย รู้แค่ว่าเขาให้ลง และทุกแฟนเพจก็ลงกันหมด เราไม่รู้หรอกว่าเป็นการ

หาเมมเบอร์สมาชิก นี้กว่าเป็นเว็บไซต์การพนันฟุตบอลทั่วไป” (คุณบรรทัด (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2561)

กลยุทธ์อีกอย่างหนึ่งที่เหล่าผู้มีอิทธิพลทางความคิดต้องระวัง คือเนื้อหาที่ได้รับมาจากเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ที่ต้องโฆษณาลงแฟนเพจของตนนั้น ไม่ควรมีคำว่า ชักชวนหรือโน้มน้าวใจ ให้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์อย่างชัดเจน ควรเป็นภาษาที่ให้เข้าใจแบบทางอ้อม แต่ปกติเมื่อผู้ติดตามเห็นโฆษณาเหล่านี้ จะสามารถเข้าใจได้ด้วยตนเอง ว่าเนื้อหาคือการชักชวนให้สมัครสมาชิกหรือเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์นี้ เพราะถ้าเนื้อหาโฆษณามีคำชักชวนที่ชัดเจน ผู้ดูแลระบบของเฟซบุ๊ก จะทำการระงับบัญชีผู้ใช้แฟนเพจดังกล่าว หรือที่เรียกว่า “แฟนเพจถูกแบน” หรือถูกปิดการใช้งาน โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลยังให้ข้อมูลที่น่าสนใจว่า

“พี่เคยเกือบโดนแบน แต่เอาแฟนเพจกลับคืนมาได้ คือคำที่ใช้ต้องระวังมาก คือห้ามมีคำว่า “Bet” “ที่เด็ด” อะไรพวกนี้ เป็นเรื่องที่เราต้องคุยกับเจ้าของเว็บไซต์ ถ้าคุณจะให้แปะในโพสแฟนเพจของเรา คุณควรคิดข้อความที่ไม่เสี่ยงต่อการถูกแบน คุณห้ามคิดข้อความที่สื่อว่าให้ชวนไปแทงบอลอย่างชัดเจน” (คุณक्रम (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

“เราทำแฟนเพจฟุตบอลไทย แต่เขามาขอให้โฆษณา ให้ลงท้ายทุกโพสของเรา ซึ่งตอนนี้แฟนเพจนั้นโดนปิดไปแล้ว เพราะการพนันฟุตบอลนี้แหละ ไม่รู้ใครรีพอร์ต พอกตรีพอร์ต ถ้ามีเนื้อหาเกี่ยวกับการพนันก็โดนแบนเลย” (คุณบรรทัด (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2561)

การถูกปิดการใช้งานแฟนเพจของผู้มีอิทธิพลทางความคิด อาจเกิดขึ้นอีกหลายสาเหตุ เช่น ถูกกตราชานโดยสมาชิกคู่แข่งที่ต้องการทำลายชื่อเสียง เมื่อผู้ดูแลระบบเฟซบุ๊กตรวจสอบว่าเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอลจริง จะระงับบัญชีผู้ใช้นั้นทันที ทำให้การกระจายข้อมูลข่าวสาร รวมถึงผู้ติดตามที่สะสมมา ต้องเริ่มใหม่ กว่าผู้ติดตามจะตามหาแฟนเพจของกลุ่มคนเหล่านี้เจอ ต้องใช้เวลามากพอสมควร เพราะฉะนั้นกลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิดจะระวังเนื้อหาโฆษณาตรงนี้เป็นอย่างมาก แต่โดยทั่วไปแล้ว ข้อมูลข่าวสาร เนื้อหาที่จะโฆษณา เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะกลั่นกรองให้อย่างดี ก่อนจะถูกส่งมาถึงผู้มีอิทธิพลทางความคิด เพราะเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ต้องลดความเสี่ยง เพื่อไม่ให้แฟนเพจที่ตนว่าจ้างนั้นถูกปิด เป็นการทำธุรกิจระหว่างผู้มีอิทธิพลทางความคิด กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ที่เอื้อประโยชน์ และดูแลซึ่งกันและกันทั้ง 2 ฝ่าย ทำตามเป้าหมายที่วางไว้ให้คุ้มค่าที่สุด

4.1.2.3.2 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดหารายได้จากคำแนะนำ

จากการที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลติดต่อให้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด โฆษณาข้อมูลข่าวสาร สร้างความน่าเชื่อถือ และทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เนื้อหาที่กลุ่มคนเหล่านี้ได้โพสต์บนสื่อสังคมออนไลน์ของตน หรือที่เรียกว่า “แบนเนอร์” จะเป็นชื่อแบนเนอร์เฉพาะสำหรับบุคคลนั้น ซึ่งเป็นลิงค์เชื่อมต่อข้อมูลไปยังเว็บไซต์การพนันฟุตบอลนั้น ๆ ทำให้ผู้ดูแลระบบของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล สามารถตรวจสอบได้ว่า ผู้เล่นการพนันฟุตบอล รู้จักเว็บไซต์การพนันฟุตบอลนี้มาจากแหล่งข้อมูลใด จากผู้มีอิทธิพลทางความคิดคนใด ถ้ามีข้อมูลพบว่าผู้เล่นการพนันฟุตบอลได้รู้จักเว็บไซต์การพนันฟุตบอลมาจากบุคคลใดเป็นจำนวนมาก เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะติดต่อไปยังบุคคลนั้น เพื่อเจรจาต่อรองเพิ่มรายได้ให้บุคคลนั้นลงโฆษณาให้เว็บไซต์ของตนเพียงรายเดียว และให้หาลูกค้าเพิ่มเติมด้วยวิธีต่าง ๆ ตามความสามารถของบุคคลนั้น โดยให้รายละเอียดค่าตอบแทนชัดเจน เช่น เว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้กำไรจากผู้เล่นการพนันฟุตบอลรายนี้ 100,000 บาท เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะแบ่งให้บุคคลที่แนะนำมา 30 % เป็นต้น จากข้อมูลสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลกล่าวไว้ว่า

“ดีเจที่จัดรายการวิทยุตามคลื่นกีฬาต่าง ๆ ก็ต้องการหาลูกค้าเหมือนกัน รวมทั้งหลายคนที่มีความเสี่ยง รู้สึกว่าการแนะนำคนให้ไปสมัครเว็บไซต์นี้ และได้กำไรจากการวางเดิมพันของผู้เล่นการพนันฟุตบอล เป็นเงินที่ได้มาง่าย อยู่เฉย ๆ ก็ได้เงิน มันได้แบบเสือนอนกิน เพื่อนผมที่เป็นดีเจชื่อดังหลายคนก็ทำแบบนี้ เช่น แนะนำผู้เล่นแทงบอลได้ 10 คน เว็บไซต์ให้ส่วนแบ่ง 20% จากรายได้ประมาณ 100,000 บาท คนพวกนี้จะได้ส่วนแบ่งก็คือวันละ 20,000 บาท บางเว็บก็ได้ส่วนแบ่งมากกว่านี้ ได้ทุกวัน บางคนก็มารวยจากช่องทางนี้แหละ” (คุณบรรทัด (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2561)

4.1.2.3.3 เว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้การสนับสนุนผู้มีอิทธิพลทางความคิด

แม้ว่าเว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะเติบโตได้อย่างรวดเร็ว โดยกลยุทธ์ต่าง ๆ ด้วยตนเอง แต่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลหลายเว็บไซด์ยังต้องพึ่งพากลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิดในการสร้างเว็บไซต์ของตนเองให้เป็นที่รู้จัก และมีความน่าเชื่อถือ เว็บไซต์เหล่านี้พยายามเจาะไปที่กลุ่มเป้าหมายที่ทำงานอยู่ในวงการสื่อสารมวลชน เพราะเป็นหนทางที่จะทำให้การโฆษณาเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางที่สุด

แต่ในปัจจุบันเว็บไซต์การพนันฟุตบอลสามารถเติบโตได้ด้วยการบริหารจัดการตนเอง ด้วยสื่อออนไลน์ที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลไม่ต้องพึ่งพาสื่อ

หลักอย่าง โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์อีกต่อไป กลายเป็นว่าผู้มีอิทธิพลทางความคิดบางคน ต้องพึ่งพาเว็บไซต์การพนันฟุตบอล โดยเฉพาะบุคคลที่ต้องการมีพื้นที่สื่อเป็นของตนเอง ต้องการหาเนื้อหาที่จะเผยแพร่ไปยังผู้ติดตามให้ได้จำนวนมาก แต่ขาดเงินทุนในการสร้างพื้นที่สื่อเพราะต้องใช้งบประมาณที่สูงพอสมควร เว็บไซต์การพนันฟุตบอล จึงใช้ข้อจำกัดนี้ ดึงบุคลากรกลุ่มคนเหล่านี้เข้ามาร่วมงาน โดยให้ทุนเพื่อสร้างพื้นที่สื่อ ตามที่ตนเองต้องการ เช่น ต้องการหาเนื้อหาวิเคราะห์ผลฟุตบอลให้แตกต่างจากคนอื่น ทำเนื้อหาที่มากกว่ากีฬา สร้างตัวตนในพื้นที่สื่อด้วยความสามารถของตนที่มีอยู่ ความต้องการเหล่านี้สามารถทำได้จากทุนที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลสนับสนุน ทั้งเงินสิ่งของ ทีมงานผลิต สถานที่ถ่ายทำ แต่สิ่งที่กลุ่มคนเหล่านี้ต้องตอบแทนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล คือ ประชาสัมพันธ์ว่าเว็บไซต์การพนันฟุตบอลดังกล่าวเป็นผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการรายเดียว ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้ให้ข้อมูลว่า

“แต่ก่อนตอนที่จัดรายการวิทยุ เว็บไซต์การพนันหลายเว็บมากมาขอลงโฆษณาวิทยุ และให้ในเชิงหลบเลี่ยง แต่แฝงด้วยการโฆษณาให้มาแทงบอล มีข้อบังคับมากมายที่ไม่สามารถเข้ามาอยู่ในสื่อหลักได้ แต่พอเป็นสื่อออนไลน์ เว็บไซต์เหล่านี้สามารถทำอะไรก็ได้...

...อีกอย่างหนึ่งคือทุกวันนี้สื่อกีฬาไม่แข็งแรง ในที่นี้ก็คือ เล่นพรรคเล่นพวก ไม่มีความเป็นกลาง นำเสนอแต่ข้อมูลที่ตนเองสนใจ นี่คือสาเหตุที่ทำให้ไม่เว็บไซต์เหล่านี้ถึงดึงตัวบุคลากรในวงการกีฬาทั้งหลายเข้ามาทำงานร่วมกัน เพื่อที่จะสร้างความฝันของบุคลากรในการที่จะเขียนข่าว ทำข่าว เผยแพร่ข่าวตามที่ตนเองต้องการได้ โดยที่ไม่มีใครมาขัดขวางหรืออิทธิพลที่มีชื่อเสียง” (คุณคราม (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

4.1.2.3.4 เทคนิคอื่น ๆ ของผู้มีอิทธิพลทางความคิด

การโน้มน้าวใจผู้เล่นการพนันฟุตบอล ให้สนใจเนื้อหา ที่โฆษณาจากผู้มีอิทธิพลทางความคิด มีหลากหลายเทคนิค ด้วยความสามารถของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันตามช่องทางที่นำเสนอ ผู้มีอิทธิพลทางความคิดบางคนใช้ความแม่นยำในการให้ผลการแข่งขันฟุตบอล ดึงดูดให้คนติดตาม โดยที่ผู้ติดตามเกิดความต้องการที่จะรู้ข้อมูลนั้น ก็ปฏิบัติตามทุกอย่าง

การบริการข้อมูลทางโทรศัพท์ยังพบเห็นได้ในปัจจุบัน หรือที่คุ้นเคยด้วยหมายเลขโทรศัพท์ที่ขึ้นต้นด้วย 1900 ให้คนโทรศัพท์เข้ามาฟังการวิเคราะห์ฟุตบอล และให้คำทำนายผลการแข่งขันฟุตบอล หรือที่เรียกว่า “ทีเด็ดบอล” เมื่อมีคนโทรศัพท์เข้ามาฟัง กลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิด ที่เป็นผู้ให้ข้อมูล จะได้ส่วนแบ่งรายได้จากตรงนี้ ซึ่งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้ให้ข้อมูลว่า

“ผมเคยทำในลักษณะให้ทีเด็ดบอลในโทรศัพท์ 1900 ให้คนโทรเข้ามาฟังทีเด็ดบอล แล้วเราก็ได้เปอร์เซ็นต์จากตรงนั้น บางคนจำเสียงเราได้ โทรเข้ามาหาตอนเราจัดรายการวิทยุ ขอขอบคุณที่ทำให้เขามีบ้าน มีรถ หรืออีกวิธีหนึ่งสมมุติวันนี้บอลเตะเป็น 10 คู่ ผมคัดไว้ 7 คู่ที่ชอบมาก ๆ น่าเชียร์ทุกคู่เลย แต่ผมบอกทีเด็ดแค่ 2 คู่ อยากรู้ได้เพิ่มคู่ที่เหลือ ต้องไปสมัครสมาชิกที่เว็บไซต์นี้ ตามที่ผมบอก นี่เป็นวิธีของผมเอง อย่างเมื่อวานผมให้ไป 7 คู่ ถูก 5 คู่ ผิด 2 คู่ จะถูกหมดก็คงไม่ได้หรอก ผมคิดว่าถ้าเขาอยากติดตามเรา เขาก็จะติดตามเพราะเราแม่นยำจริง ๆ ถูกหลายคู่ มากกว่าให้จำนวนที่ให้ผิด”
(คุณคราม (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

ผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ในการทำกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อที่จะสื่อสารข้อมูล ข่าวสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลไปยังผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ หรือผู้คนที่ไปที่ติดตามผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิด ทั้งนี้ส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดตัดสินใจยอมทำงานให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอล ด้วยผลตอบแทนที่สูง และได้สร้างชื่อเสียงให้กับตนเอง มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก

4.2 การสื่อสาร และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์

ในการนำเสนอข้อมูลเพื่อตอบปัญหาวิจัยในข้อที่ 2 นี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 5 ประเด็นดังนี้

- 4.2.1 ประสบการณ์ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์
- 4.2.2 ช่องทางในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์
- 4.2.3 การสื่อสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์
- 4.2.4 แหล่งข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเพื่อใช้ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์
- 4.2.5 ผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

4.2.1 ประสบการณ์ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

ผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยส่วนใหญ่เคยเล่นการพนันฟุตบอลแบบโต๊ะมาก่อน ก่อนที่จะเปลี่ยนมาเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ทุกคนมองว่าข้อดีของการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์นั้นมีมากกว่าการเล่นการพนันฟุตบอลแบบโต๊ะ บางคนเริ่มเล่นการพนัน

ฟุตบอลตั้งแต่อายุเพียงแค่ 13 ปี หรือประมาณชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยให้เหตุผลว่าอยากรู้อยากลอง ผู้ปกครองที่บ้าน ทำธุรกิจเกี่ยวกับโต๊ะบอลเป็นอาชีพหลัก จึงได้เข้าสู่วงการนี้ตั้งแต่ยังเด็ก บางคนถูก ชักจูงโดยเพื่อน เมื่อเห็นเพื่อนเล่นการพนันแล้วได้เงิน จึงอยากเล่นบ้าง ได้ทำการปรึกษาเพื่อน เพื่อน จึงได้สอนวิธีการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ หลังจากนั้นมา จึงติดการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์และไม่สามารถหยุดได้ ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“ประมาณอายุ 14 – 15 เล่นครั้งแรก เห็นเขาเล่น เลยอยากรู้อยากลอง เห็นแถวบ้านมีแทงเป็นสเต็ป เขียนไปโปยบอลแล้วก็ส่งให้โต๊ะ แต่พอเรา มาเจอในเว็บมันเล่นง่ายกว่า ไม่ต้องออกไปเสี่ยง ไม่ต้องไปให้คนอื่นเห็นว่าเรา ไปเล่นการพนัน” (นายปอนด์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“ตอนแรกเริ่มแทงจากโต๊ะก่อน พอเริ่มแทงบ่อย ๆ มันติดใจ พอติด ก็เริ่มขี้เกียจออกไปแล้ว แล้วโลกออนไลน์ก็เข้ามา มันสะดวกสบายกว่า” (นายป้อม (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“เริ่มเล่นตั้งแต่ ม.1 ที่บ้านเปิดเป็นโต๊ะบอล ทำอาชีพนี้เป็นอาชีพหลักเลย มีทั้งเปิดที่อยู่ชาน และที่สุโขทัยไกลด้วยครับ พี่ชายแท้ ๆ ก็เป็นคน ชักชวนให้ผมเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ รวมทั้งสอนพ่อด้วย ทุกคนในบ้านเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เพราะพี่ชายผมครับ” (นายไอ้ต (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“ตอนนั้นก็เล่นเป็นสเต็ป กาโนโปย แต่เล่นในโปยมันโดนจับ เพราะว่าบางทีเวลาเราเอาไปส่ง พอโดนจับต้องเสียค่าประกันตัวอีก เดียวนี้มี ในเว็บให้เล่น ปลอดภัยกว่า” (นายโรม (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

บางคนเริ่มเข้าสู่วงการการพนันฟุตบอล ไม่ใช่ผู้เล่นการพนันฟุตบอล แต่เริ่มจากการเป็นเดินโปยรับส่วนแบ่งจากรายได้ที่เกิดขึ้นอีกที หลังจากนั้นจึงเริ่มเป็นผู้รับเติมพัน การพนันฟุตบอล หรือเปิดเป็นโต๊ะบอล เพราะคิดว่าการที่เปิดรับเติมพันเอง ได้กำไรดีกว่าการเล่นพนันฟุตบอล แต่มีข้อเสียคือต้องมีทุนจำนวนมาก ในกรณีที่ผู้มาเล่นการพนันฟุตบอลชนะเติมพัน ต้องมีเงินทุนสำรองจ่าย ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“เรารู้จักเขา เขาทำโต๊ะอยู่ เราก็ชอบ เห็นเขาทำเงินได้ดี เขาก็จะให้ เป็นเปอร์เซ็นต์ร้อยละ 2 สมมติเราเก็บเงินไปส่งเขา 4,000-5,000 บาท เรา ได้ร้อยละ 2 อย่างเป็นทางการจะได้ร้อยละ 10 เราจะได้ผลกำไรวันหนึ่งก็ ประมาณ 200-300 บาท พอหลัง ๆ เราไปส่งเขาเห็นเขารายได้ดีเราก็ออยาก

ทำเอง พอไปทำจริง ๆ เวลาคนเข้ามาแทงเยอะ ๆ เราจะโดน แบบหมดตัว เลยปิดกิจการ ไม่ได้เปิด เลยหันมาเล่นเองดีกว่า” (นายธามไท (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2561)

4.2.2 ช่องทางในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

สื่อออนไลน์มีผลอย่างมากในการทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลเข้าถึงเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและง่ายดาย โดยมีหลักที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลจะต้องพิจารณาได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ การให้บริการของพนักงาน หากผู้เล่นการพนันฟุตบอลทำการสมัครสมาชิกใหม่ในจำนวนเงินขั้นต่ำ ควรพิจารณาในเรื่องของการให้บริการด้วยว่ามีความรวดเร็วหรือไม่ เช่น การติดต่อสอบถาม การส่ง Uses และรหัสผ่านในการเป็นสมาชิกเข้าเล่นบนเว็บไซต์ การฝาก-ถอนเงินของผู้เล่นการพนันฟุตบอลที่รวดเร็วและสะดวก ความสะดวกในเรื่องของการติดต่อ การติดต่อสอบถามหรือฝาก-ถอนเงินในบัญชีของผู้เล่นการพนันฟุตบอลสามารถติดต่อได้หลากหลายช่องทางและมีความทันสมัย เช่น เบอร์โทรศัพท์ที่เป็นทางการ, ไลน์, เฟซบุ๊ก เป็นต้น ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“ขั้นตอนการสมัครสมาชิกไม่ยาก แค่เข้าไปหน้าเว็บไซต์ที่ต้องการสมัคร จะมีขั้นตอนทุกอย่างให้หมดเลย ต้องเชื่อมต่อบัญชีธนาคารเพื่อใช้สำหรับ ฝาก ถอนเงินกับเว็บไซต์ ใช้แค่นั้น ไม่ใช่บัตรประจำตัวประชาชน การโอนเงินถอนเงินทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง” (นายธามไท (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2561)

“ถ้าจะสมัครสมาชิกเอง ต้องเข้าไปในหน้าเว็บไซต์ แล้วเขาจะให้กรอกข้อมูลว่าเป็นผู้เล่นเก่าหรือผู้เล่นใหม่ เราต้องกรอกว่าเป็นผู้เล่นใหม่ เข้าไปแล้วต้องสมัคร เขาจะให้บัญชีสมาชิกเรามา เป็นรหัสผ่านสมาชิกของเรา แต่ว่ารหัสผ่านที่ให้มา เวลาเราเข้าระบบสมาชิกสามารถที่จะไปเปลี่ยนเป็นรหัสที่เราตั้งขึ้นเอง เพื่อจะได้ไม่โดนเจาะรหัส พอเข้าไปครั้งแรกหน้าเว็บไซต์ จะมีลูกศรไว้สอนการเล่นสำหรับผู้เล่นใหม่ ขึ้นหน้าจอว่า ผู้เล่นใหม่ วิธีเล่น” (นายปอนด์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

การเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สามารถเล่นได้หลายช่องทาง และเล่นได้ทุกอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถรองรับระบบอินเทอร์เน็ตได้ หรือเรียกได้ว่า แค่อินเทอร์เน็ต กับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถที่จะเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ได้ เช่น คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

ส่วนใหญ่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลจะเลือกใช้โทรศัพท์มือถือ หรือสมาร์ตโฟน เป็นช่องทางในการเข้าเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มากที่สุด จากข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“เวลาเล่นผมก็จะใช้โทรศัพท์ เพราะเราพกติดตัวได้ตลอด ผมว่ามันสะดวก ไม่ยุ่งยาก เพราะว่ามันทำได้หมด” (นายแท้ค (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

“ผมเล่นในโทรศัพท์มือถือมากกว่าคอมพิวเตอร์ เพราะว่ามันพกติดตัว พกไปไหนก็ได้ เล่นง่ายครับ มันชินแล้ว อยากเล่นตอนไหนก็เล่นได้ เล่นได้ตลอดเวลา” (นายออด้าซ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

“ผมชอบเล่นในโทรศัพท์ อันอื่นอย่างคอมผมก็เล่นเหมือนกัน แต่โทรศัพท์อยู่กับตัวมันเลยสะดวกกว่าครับ” (นายคิด (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“เดี๋ยวนี้สมาร์ตโฟนมีอินเทอร์เน็ต เล่นในสมาร์ตโฟนถือว่าสบายที่สุดแล้ว สามารถโอนเงินผ่านโทรศัพท์ของเราได้ทันที” นายโรม (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

แต่จากการสัมภาษณ์ พบผู้เล่นการพนันฟุตบอล 1 คน ที่มองว่าการเล่นการพนันบนเว็บไซต์ โดยการใช้คอมพิวเตอร์เป็นช่องทางที่ดีที่สุด ด้วยมุมมองความคิดที่แตกต่างจากคนอื่นในเรื่องขนาดภาพของหน้าจอ มีผลต่อการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ภาพที่เห็นในโทรศัพท์มือถือเล็กกว่าภาพที่เห็นในคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจึงเห็นได้ไม่ครบถ้วน เพราะฉะนั้นเลือกที่จะใช้คอมพิวเตอร์เป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงเว็บไซต์การพนันฟุตบอล โดยผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“ปกติผมติดโทรศัพท์ แต่พอจะเล่นบอล มันเป็นเว็บไซต์ ผมว่าเข้าในคอมพิวเตอร์มันง่ายกว่า จอมันใหญ่ เห็นตั้งหลายคู่ โทรศัพท์จอเน็ตเดี่ยว เห็นไม่ชัดเจน” (นายป๋อง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

4.2.3 การสื่อสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

การสื่อสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ผู้วิจัยแบ่งผลการศึกษาในประเด็นนี้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

4.2.3.1 การสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

การพนันฟุตบอลออนไลน์ ที่ให้บริการการพนันฟุตบอลและการพนันกีฬาอื่นๆ บางเว็บไซต์มีการพนันในด้านของคาสิโนออนไลน์ ต้องมีกลยุทธ์ที่ต้องการสื่อสารที่ดีไปยังผู้เล่นการพนัน

เพื่อนำมาซึ่งปริมาณของสมาชิกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สื่อต่าง ๆ เป็นอุปกรณ์ที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะใช้เจาะไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพราะฉะนั้นความสะดวกในเรื่องของการติดต่อ การให้บริการของพนักงานบนเว็บไซต์จึงเป็นสิ่งสำคัญ

ปัจจุบันเว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีช่องทางการติดต่อให้กับผู้เล่นการพนันฟุตบอลหลายช่องทาง ได้แก่

4.2.3.1.1 ช่องสนทนาหน้าเว็บไซต์

เป็นช่องสนทนาที่อยู่บริเวณทางด้านขวามุมล่างของหน้าจอเว็บไซต์ เป็นช่องสนทนาเล็ก ๆ ที่จะมีปุ่มสีเขียว คอยแสดงสถานะพร้อมให้บริการตลอดเวลา ช่องทางนี้ถือว่าเป็นช่องทางรวดเร็วที่สุดที่สามารถพูดคุยกับพนักงานบนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล และยังเป็นช่องทางแรกที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลที่ยังไม่เคยเล่นพนันฟุตบอล หรือไม่เคยสมัครสมาชิกกับเว็บไซต์นี้ สามารถพูดคุยก่อนที่จะเพิ่มเพื่อนเพื่อที่จะคุยช่องทางไลน์ต่อไป ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“เขาเคยบอกว่าถ้าไลน์ไม่ตอบ ให้เข้าไปถามที่แชทหน้าเว็บไซต์ได้เลย มีปัญหาอะไร ที่นั่นจะตอบเร็วสุด” (นายป๋อง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

อีกหนึ่งสิ่งที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลต้องการสร้างความน่าเชื่อถือ และชักจูงให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เป็นสมาชิกไปตลอด คือการมีของสมมานาคุณในช่วงเทศกาล มีโบนัสให้ตลอดเวลา ทำให้ผู้เล่นการพนันรู้สึกเป็นคนพิเศษ ที่ทางเว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้ความสำคัญ การกระทำแบบนี้มีในบางเว็บไซต์เท่านั้น ซึ่งเว็บไซต์ที่ทำได้คือเว็บไซต์ที่มีต้นทุนสูงและมีสมาชิกจำนวนมาก

“ช่วงปีใหม่ เขาก็จะส่งของมาให้ผมที่บ้าน ทั้งปฏิทิน ของหลายอย่างมาก มีลูกบอลด้วย เขามองว่าผมเป็นลูกค้า VIP ไร่ครับ” (นายโอ๊ด (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

4.2.3.1.2 เบอร์โทรศัพท์

โดยส่วนใหญ่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะมีเบอร์โทรศัพท์ แสดงที่หน้าเว็บไซต์ ให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลที่มีข้อสงสัยหรือคำถาม สามารถโทรสอบถามได้ทันที ตลอดเวลา โดยจะมีพนักงานคอยให้คำปรึกษา ถึงแม้จะเป็นเว็บไซต์ที่มีเจ้าของเป็นคนต่างชาติ แต่ระบบมีการรองรับการสื่อสารที่เป็นภาษาไทย พนักงานที่ดูแลเป็นคนไทย จึงสามารถพูดภาษาไทยได้ในการให้บริการทุกอย่างบนเว็บไซต์ ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“เขาเคยโทรมาหาผมครับ มีปัญหาอะไร สามารถโทรคุยกับเขาได้ 24 ชั่วโมง เขาไม่มีเวลาปิดทำการครับ” (นายป๋อง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“ช่วงแรก ๆ แต่ก่อนต้องโทรศัพท์คุยเอา ช่วงที่เว็บไซต์เปิดมาใหม่ ๆ ประมาณ 5 ปีที่แล้ว ที่เพิ่งเข้ามาไทย ส่วนใหญ่จะโทรแจ้งเอา แล้วพอช่วงหลังมันมีไลน์เข้ามา ก็คุยกันทางไลน์มากกว่า ช่วงหลังไม่มีโทร” (นายไอ้ต (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“บางทีถ้าเรามีข้อสงสัย เขาจะโทรมา เขามีเบอร์เรา เพราะว่าตอนสมัครสมาชิกเราต้องกรอกเบอร์โทรศัพท์ เพราะเขาจะโทรมาสอบถามการยืนยันตัวตนของเราซึ่งมันสำคัญมาก” นายโรม (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

4.2.3.1.2 ไลน์

เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารยอดนิยมของเหล่าผู้เล่นการพนันฟุตบอล เพราะเป็นช่องทางที่สะดวก สามารถพูดคุยสอบถามปัญหาข้อสงสัยได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานคอยให้ความช่วยเหลือตลอด 24 ชั่วโมง ที่สำคัญเป็นพนักงานพูดคุยโต้ตอบแบบสนทนากันทันที ไม่ใช่ระบบคอมพิวเตอร์คุยแบบอัตโนมัติ หรือแม้กระทั่ง การฝาก ถอน เงินเข้าระบบสมาชิกบนเว็บไซต์ ช่องทางไลน์ ยังเป็นช่องทางหลักที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอล ใช้ยืนยันหลักฐานการโอนเงิน โดยส่งภาพหลักฐานการโอนเงินในช่องทางนี้ และเมื่อเว็บไซต์การพนันฟุตบอลตรวจสอบว่ามียอดเงินโอนเข้ามาจริง จะทำการเพิ่มเงินในระบบสมาชิกให้อย่างรวดเร็ว เพื่อที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลจะได้นำเงินส่วนนี้ไปใช้เดิมพันบนเว็บไซต์ได้ หรือถ้าผู้เล่นการพนันฟุตบอลต้องการจะถอนเงินออกจากบัญชี สามารถใช้ช่องทางนี้ได้เช่นเดียวกัน โดยส่วนมากช่องทางไลน์จะเป็นนายหน้า หรือที่เรียกว่าเอเยนต์ของเว็บไซต์ไว้ใช้คุยกับสมาชิกของตนเองได้อีกด้วย โดยผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“เวลาเรามีปัญหาอะไร สามารถพูดคุยกันที่ไลน์ได้เลยครับ เวลาส่งสลิปเงินก็ส่งทางไลน์นี้แหละครับ” (นายป๋อง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“ส่วนใหญ่คุยกันในไลน์ เวลาผมโอนเงิน ก็จะส่งสลิปทางไลน์ อยากรถอนก็พิมพ์ไปในไลน์ ไม่ใช่ระบบคอมครับ เป็นคนโต้ตอบคุยกัน ตอบไวมาก ถ้าทักเขาไป เขาตอบเลยครับ 24 ชั่วโมงได้ทั้งคืนเลยครับ” (นายไอ้ต (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“เขาจะให้ไอทีไลน์เรามาเพิ่มเพื่อน เวลาผมจะโอนเงิน แค่แจ้งเวลา โอนเงินในไลน์ เขาก็จะเติมเงินในเว็บไซต์ให้เราทันที” (นายปอนด์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“เขาตอบไลน์ไว้มากครับ พิมพ์ส่งไป ไม่เกิน 2-5 นาที เขาตอบเลย สามารถคุยได้ตลอด 24 ชั่วโมง หรือบางทีผมมีปัญหาอะไร โดยเฉพาะเรื่องเติมเงินเข้าระบบสมาชิกก็ไลน์หาเขาครับ เขาก็ตอบไว้มาก” (นายคิด (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“ผมจะคุยกับเขาเรื่องฝากถอน เวลาฝากเงิน จะทักเขาไปว่า พี่ครับ ผมจะโอนฝาก และก็ส่งสลิปไปให้เขา เขาก็จะทำเรื่องให้เราหมดทุกอย่าง เราก็แค่เข้าไปแทงบอล” (นายแท้ค (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

“เว็บล่ม ผมก็ไลน์ไปถามเขาว่า เว็บมีปัญหาครับ เขาก็ไลน์ตอบกลับทันทีว่า กำลังปรับปรุงเว็บ” (นายออด้าซ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

“เคยถามเขาว่าทำไมเงินไม่ครบ เขาก็จะอธิบายว่า อย่างแทงไปแล้ว มันมีราคาค่าน้ำคือลบ บวก เขาก็จะบอกเราว่ามันจะได้ไม่เท่ากัน คือเขาจะอธิบายให้เราฟังทางไลน์ครับ” (นายธามไท (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2561)

4.2.3.2 การสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

การสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ แบ่งได้ดังนี้

4.2.3.2.1 การสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ในกลุ่มสังคมที่ใกล้ชิด

การเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เป็นการเล่นการพนันที่ผู้เล่นต้องมีปฏิสัมพันธ์กับเว็บไซต์ที่เล่นการพนันฟุตบอลเพียงผู้เดียว แต่ความเป็นจริง สิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบ ๆ ตัว โดยเฉพาะบุคคลใกล้ชิดผู้เล่นการพนันฟุตบอล สามารถที่จะมีปฏิสัมพันธ์ได้ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถกระทำร่วมกันได้

ครอบครัว เป็นกลุ่มสังคมที่ใกล้ชิดกับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มาก เนื่องจากครอบครัวคือกลุ่มสังคมที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ อาศัยอยู่ด้วย ใช้เวลาในกิจกรรมประจำวัน ร่วมกันเมื่ออยู่ที่บ้าน เพราะฉะนั้นถ้ามีบุคคลในครอบครัว เช่น พ่อ แม่ ผู้ปกครอง เป็นต้น อยู่ในวงการการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ มีแนวโน้มที่อาจจะใช้วิธีการสื่อสาร หรือเป็นตัวอย่าง ทำให้บุตรหลานหันมาเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“พ่อเปิดโต๊ะครับ เป็นธุรกิจครอบครัวตั้งแต่ผมยังเด็ก ผมเล่นพนันฟุตบอล พ่อผมก็ไม่ว่า พี่ชายก็เป็นคนสอนพ่อ และก็สอนผมให้รู้จัก และสอนวิธีเล่นการพนันฟุตบอลในเว็บไซต์ให้อีกด้วย” (นายป๋อง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“ผมเล่นพนันฟุตบอลออนไลน์เป็น ก็เพราะพี่ที่บ้าน” (นายแท็ค (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

เพื่อนฝูง เป็นกลุ่มสังคมที่ใกล้ชิดกับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มากและยังเป็นกลุ่มสังคมที่มีอิทธิพลต่อการเริ่มเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์สำหรับผู้ที่ยังไม่เคยเล่นเลย ถึงแม้ว่าเพื่อน จะไม่ได้อยู่ที่บ้านเดียวกัน อาศัยอยู่ด้วยกันตลอดเวลาเหมือนครอบครัว แต่เพื่อนเป็นกลุ่มสังคมที่อยู่ไวยเดียวกัน เข้าใจความรู้สึก ความต้องการของกันและกัน โดยเฉพาะเด็กอาชีวศึกษาที่มีรูปแบบการศึกษา และวิถีการใช้ชีวิต แตกต่างจากเด็กสายสามัญ หรืออุดมศึกษา ความเป็นลูกผู้ชายที่ต้องแสดงออกมาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การทะเลาะวิวาท การเสพยาเสพติด เป็นต้น หรือแม้แต่การเล่นการพนันฟุตบอล ถือเป็นการแสดงออกถึงความเป็นกลุ่มเพื่อน เช่น ถ้าในกลุ่มมีคนใดคนหนึ่งไม่เล่นการพนันฟุตบอลตามเพื่อน จะถือว่าไม่ใช่เพื่อนในกลุ่มเดียวกัน หรือการชักจูงเพื่อนให้เล่นการพนัน เพราะเห็นว่าเพื่อนสนใจเลยอยากช่วยให้เพื่อนเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เป็น หรือการชักจูงเพื่อนด้วยคำพูดต่าง ๆ เพื่อที่จะพยายามให้เพื่อนสมัครสมาชิก เพื่อเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่ตนเองเล่นอยู่ ผลที่จะได้รับคือคำแนะนำ หรือที่เรียกว่า โบนัสในการแนะนำสมาชิก เป็นทุนในการเล่นการพนันของตนเองต่อไป ดังข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“ครั้งแรกคือเพื่อนชวน ผมเห็นเพื่อนเล่นมันน่าสนใจ ก็ให้เพื่อนพาไปสมัครสมาชิก ผมก็เริ่มเล่นดู มันก็เริ่มได้ มันก็เลยไม่หยุด แล้วผมอยากได้คำแนะนำเลยไปชวนเพื่อนต่อ” (นายออด้าช (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

“ส่วนมากเพื่อนจะเดินเข้ามาเห็นเรานั่งวิเคราะห์ มันก็อยากเล่น เขาเห็นเราเล่นกันหลายคน อยากเล่น ถ้ามว่าทีมนี้ดีไหม ทีมนี้ลองใส่ดู พอเราชวนเล่น คือเหมือนแทงตามเรา เพื่อนวิเคราะห์ไม่เป็น เราจะวิเคราะห์ให้ พอแทงได้ตั้งค้แล้ว ต่อไปก็มาเล่นด้วยกันอีก” (นายธามไท (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2561)

“ถ้าคุยกับคนที่รู้เรื่องบอลนะ คุยกันมันส์เลย ช่วยกันวิเคราะห์บอล ดูการยิงประตู สถิติแพ้นะ” (นายป๋อง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

กิจกรรมที่จะส่งผลให้เกิดการสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ มีหลายกิจกรรม เช่น การสังสรรค์ ซึ่งเกิดขึ้นได้ทุกสถานที่ ทุกเวลา สถานที่คือที่บ้านของคนใดคนหนึ่ง ร้านอาหาร ร้านดนตรี หรือร้านเหล้า สถานที่เหล่านี้ กลุ่มผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มักจะไปรวมตัวกัน โดยเฉพาะถ้าวันไหนมีทีมฟุตบอลคู่ที่ชื่นชอบของตนแข่งขัน หรือมีทีมฟุตบอลที่ตนเดิมพันอยู่ จะชักชวนเพื่อน ๆ มาร่วมชมการแข่งขันไปพร้อม ๆ กัน เกิดการพูดคุย สร้างปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน การได้ผ่อนคลาย เป็นต้น ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“ถ้ามีทีมที่ชอบจะไปนั่งร้านอาหาร ร้านลาบ ยิ่งถ้าทีมที่แทงก็จะไปตามร้านที่เขาฉายให้ดูเลยครับ” (นายปอนด์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“ส่วนใหญ่จะอยู่ที่บ้านผม เวลามีสโมสรเดี่ยวเพื่อนก็มาบ้าน เพราะดูทีวีมันดูออนไลน์ได้จอใหญ่ ดูได้ที่บ้าน” นายโรม (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“จะนัดเพื่อนนั่งด้วยกันตามที่เคยนั่ง เราจะรวมกลุ่มกันหน้าบ้านจะเป็นศาลาริมคลอง เราจะนั่งเปิดสมาร์ทโฟนดูเลย” (นายธามไท (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2561)

“ผมจะไปดูบอลกับเพื่อนบ่อยมากครับ เวลาดูบอลจะไปดูทีมที่รักมากกว่า จะไม่ค่อยดูทีมที่แทงเท่าไร แต่ถ้าแทงด้วยก็จะลุ้น ๆ กับ โทรศัพท์ไปด้วยครับ” (นายป๋อง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“เคยดูบอลที่ร้านเหล้าครับ ก็ทีมที่เราชอบแหละ เลยไปนั่งดูกันนั่งกินไป ดูไปประมาณนี้” (นายแท้ค (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

การพิจารณาคู่การแข่งขันที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ต้องการจะเดิมพัน เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นการพนันได้เป็นอย่างดี บางคนชอบที่จะใช้เวลาวิเคราะห์ที่อยู่คนเดียว บางคนต้องการเพื่อน ที่จะช่วยกันวิเคราะห์ สถิติที่ผ่านมา ข่าวสารที่แต่ละคนทราบ ทั้งเรื่องนักเตะ คนไหนบาดเจ็บ ฟอรัมทีมฟุตบอลของวันนี้เป็นอย่างไร ผลการแข่งขันในคืนนี้ที่กำลังจะแข่งขัน จะเป็นอย่างไร การได้วิเคราะห์ในกลุ่มเพื่อน หลายคนมองว่าเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ถ้ามีความคิดเห็นที่ขัดแย้ง อีกฝ่ายจะอธิบายเหตุผลให้ฟัง เพื่อให้อีกฝ่ายเข้าใจ เมื่อความคิดเห็นตรงกัน ก็จะตัดสินใจเดิมพันในทีมฟุตบอลคู่ นั้น ๆ ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“ทีมไหนถ้าวิเคราะห์ตรงกัน มีเท่าไรก็ใส่ไปเลย” (นายป๋อง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

สิ่งที่ตามมาหลังจากการวิเคราะห์ฟุตบอลร่วมกันระหว่างผู้เล่นการพนันบนเว็บไซต์คือการชักชวนให้มาร่วมลงทุน หรือเรียกว่า “หุ้น” กัน เพื่อที่จะได้การเติมพื้นที่มีมูลค่าสูง ถ้าผลเติมพื้นที่ได้เงินที่มีมูลค่าสูง เมื่อเปรียบเทียบกับการเล่นคนเดียว ที่ใช้ต้นทุนต่ำ เช่น กลุ่มเพื่อน 4 คน ต้องการเติมพื้นที่ฟุตบอล 1 คู่ หรือที่หลายคนเข้าใจในศัพท์การพนัน “การเต็ง” คือลงทุนกับคู่ฟุตบอลทีมนี้ด้วยมูลค่าที่สูง ตั้งแต่ 500 – 2,000 บาท เพียงคู่เดียว ถ้าผลการเติมพื้นที่ได้เงินที่ลงทุนไป คิดราคากับที่เว็บไซต์ตั้งราคาไว้ เป็นผลลัพธ์ที่เยอะพอสมควร มีผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์หลายคน ใช้วิธีการนี้ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เป็นต้น จากข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“เพื่อนก็เล่นพนันกัน พอเตะบอลเสร็จทุกเย็น ก็ชวนกันแทงบอลหารกันคนละ 50 บาทครึ่ง เสียก็ไม่เสียดาย ได้มาก็คุ้ม” (นายป้อง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“สูงสุดเคยหุ้นกับพี่ที่บ้าน เล่น 8 คู่ 500 บาท ได้มาหลายหมื่นอยู่ครับ อยู่ที่เราเลือกราคามันจะมีครึ่งลูก ครึ่งควบลูก ลูกนิ่ง ถ้าเต็มหมัดก็จะได้หลายหมื่นบาทครับ” (นายปอนด์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

บางกรณีที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บางคนที่ไม่มีความรู้ในบัญชีสมาชิกของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล แต่ต้องการวางเติมพื้นที่ อาจจะใช้วิธีการนำเงินสดให้กับเพื่อนที่มีเงินในบัญชีสมาชิกแทน เมื่อชนะการเติมพื้นที่ เพื่อนค่อยนำเงินมาให้ภายหลัง หรือทำเป็นต้นทุนในการวางเติมพื้นที่ต่อไป โดยที่ผู้เล่นการพนันไม่ต้องฝากเงินเข้าในบัญชีให้ยุ่งยาก ใช้บัญชีของเพื่อนเล่นแทนนั่นเอง ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“คือเราจะคุยกับเพื่อนตลอดเวลาที่ไม่มีเงินในบัญชี จะถามเพื่อนว่ามีเงินในบัญชีไหม จะฝากแทงหน่อย เดี่ยวเอาเงินสดให้ เราชี้เกี่ยจออกไปโอนจะได้แทงได้เลย” (นายคิด (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“บางทีก็จ่ายเงินให้ผมคนเดียว แล้วผมก็เอาเงินไปโอนให้กับเว็บที่เดียว พอได้เงินมา เดี่ยวถอนมาให้” (นายธามไท (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2561)

4.2.3.2.2 การสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลในสื่อสังคมออนไลน์

การพนันฟุตบอลบนสื่อสังคมออนไลน์ เป็นสิ่งที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ให้การติดตาม โดยจะมีสื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยมที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ นิยมเข้าไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลฟุตบอลในแต่ละคู่ที่กำลังจะมีการแข่งขัน นั่นคือเฟซบุ๊ก

เฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เจาะกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่มอย่างชัดเจน รวมถึงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ที่หลายคนมักจะมีกลุ่มเฉพาะของตนเอง ในการเข้าไปสร้างตัวตน เพื่อให้ผู้อื่นยอมรับหรือชื่นชมในฐานะผู้วิเคราะห์ผลฟุตบอลที่แม่นยำ หรือแม้แต่บางคนเข้าไปในกลุ่มเพื่อดูว่าผู้อื่นวิเคราะห์ผลฟุตบอลเป็นอย่างไร จึงนำมาประกอบกับความคิดของตนเอง และตัดสินใจเดิมพันในคู่ที่ต้องการ ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“อยู่ในกลุ่มเฟส ชอบดูคนอื่นคุยกันครีบกัยกันครีบ เหมือนคุยปกติที่เราคอมเมนต์คุยกันเลย เป็นกลุ่มอยู่ด้วยกันเยอะ ๆ คนที่เขาชอบบอลก็จะมารวมตัวกันครีบ เราก็จะเจียบ ๆ แฟนบอลก็พูดอะไรเยอะแยะ” (นายแท้ค (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

นอกจากนี้ยังมีแอปพลิเคชัน “ไลน์” ที่เป็นช่องทางรวมกลุ่มในการพูดคุย สื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ช่องทางนี้ถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งช่องทางยอดนิยม เพราะส่วนใหญ่ทุกคนเข้าถึงแอปพลิเคชันนี้ การพูดคุยเป็นแบบโต้ตอบทันที ทำให้การรับรู้ และตอบสนองต่อข้อมูลที่ต้องการ เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“กลุ่มไลน์ผมเยอะมาก คุยกับกลุ่มเพื่อนที่เล่นด้วยกัน หรือบางทีก็เป็นเพื่อนของเพื่อนอีกที ที่เล่นเก่ง ๆ มันก็จะมาวิเคราะห์ให้ฟัง แล้วก็คุยกันในไลน์ สนุกดีครีบ” (นายธามไท (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2561)

การรวมกลุ่มอาจมาจากเว็บไซต์ที่ทุกคนเป็นสมาชิกอยู่ จากการติดตามบุคคลที่มีชื่อเสียง จากการถูกชักชวนกันต่อเป็นทอด เพื่อที่จะได้เข้ามาแลกเปลี่ยนมุมมองของการแข่งขันฟุตบอลยอดนิยม ที่หลายคนต้องการจะเดิมพัน ให้ตอบสนองกับความคิดของตนเอง เช่น ผู้เล่นการพนันฟุตบอลรายหนึ่งคิดว่าตนเองจะเดิมพันทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด เมื่อเข้าไปในกลุ่มสนทนาเพื่อดูผู้เล่นอื่น ๆ ถ้าผู้เล่นอื่น ๆ เห็นว่าการแข่งขันครั้งนี้ แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดชนะแน่นอน จะทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลรายนี้ มีความมั่นใจมากยิ่งขึ้น

แต่มีบางคนที่คิดว่าการอยู่ในกลุ่มสื่อสังคมออนไลน์ทั้งหลายนี้ ไม่น่าปลอดภัยสำหรับข้อมูลความเป็นส่วนตัวของตนเอง กลัวการถูกคุกคามจากบุคคลที่ไม่รู้จัก ที่อาจจะเห็นรูป ชื่อ ปรากฏในกลุ่ม ทำให้รู้ว่าตนนั้นเล่นการพนันฟุตบอล ยิ่งห่วงภาพลักษณ์ และคิดว่าการเล่นการพนันฟุตบอลไม่ควรเปิดเผยให้ผู้อื่นทราบ ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“ไม่ค่อยอยากเข้ากลุ่มเฟซบุ๊กครีบ กลัวมาแฮ็คเฟสเรา ส่วนมากในเฟสผมจะไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับการพนัน” (นายธามไท (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2561)

4.2.4 แหล่งข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเพื่อใช้ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

จากการสัมภาษณ์ผู้เรียน ในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เกี่ยวกับประเด็น แหล่งข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเพื่อใช้ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท ดังนี้

4.2.4.1 มุมมองของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์กับสื่อต่าง ๆ

สื่อทุกแขนงมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนข้อมูลข่าวสาร ให้ไปถึงผู้รับสารได้อย่างถูกต้อง ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ อย่างหนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น ในด้านของการพนันฟุตบอลออนไลน์ สื่อทุกแขนงเข้ามามีบทบาทอย่างมาก เพื่อแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ให้สื่อของตนมีจุดยืนในพื้นที่ของการพนันฟุตบอลออนไลน์

สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่เคยได้รับความนิยมอย่างมาก ในช่วงการเล่นการพนันฟุตบอลแบบโต๊ะ สิ่งที่มีมองเห็นคู่กันเป็นเอกลักษณ์คือ โป้โพลบอล กับ หนังสือพิมพ์กีฬา ที่มีผลวิเคราะห์ฟุตบอลในแต่ละวัน เรียกได้ว่า ผู้ที่เล่นการพนันฟุตบอลทุกคน จะต้องซื้อหนังสือพิมพ์ประเภทนี้เป็นประจำ หรือบางครั้งอาจจะไม่ได้เล่นการพนันฟุตบอล เพียงแต่ต้องการรับข้อมูลข่าวสารกีฬา ชื่นชอบฟุตบอล แต่ในหนังสือพิมพ์ อาจแฝงไปด้วยการชักชวนให้เล่นการพนันได้โดยไม่รู้ตัว จากโฆษณาที่อยู่ในหนังสือพิมพ์ เช่น การให้ผลวิเคราะห์ของผู้เชี่ยวชาญด้านนี้ หรือที่เรียกว่า “เซียนบอล” มีทั้งแบบเป็นตัวหนังสือในหนังสือพิมพ์ และแบบบริการโทรศัพท์ ด้วยปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการพนันฟุตบอลออนไลน์ ทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ไม่สนใจสื่อสิ่งพิมพ์อีกต่อไป ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“ผมไม่อ่านหนังสือพิมพ์เลยครับ มันสิ้นเปลือง” (นายแท้ค (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

“หนังสือพิมพ์ต้องออกไปซื้อ เสียเวลา เสียเงินด้วยครับ” (นายธามไท (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2561)

“ไม่ชอบที่หนังสือพิมพ์ต้องออกไปข้างนอกเพื่อไปซื้อ และยังเสียเงิน แต่ถามว่าเคยดูไหม เคยดูครับ ข้อมูลดี แต่ไม่สะดวกสบายแค่นั้น” (นายออด้าช (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

“สปอร์ตพูลเป็นหนังสือพิมพ์ ผมเป็นคนไม่ชอบอ่านหนังสือ เลยไม่สนใจ แต่ข้อมูลนั้นดีนะ มีสกอร์ ทีออฟฟอร์มที่ผ่านมา ผลเมื่อวานเป็นยังไงสปอร์ตพูลก็ถือว่านิยม อาของแฟนผมซื้อทุกวัน” (นายโรม (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“ถ้ามีโอกาสผมก็ดูหนังสือพิมพ์สปอร์ตพูล จะมีตามร้านตัดผม แต่ถ้าให้ซื้อเอง คงไม่ซื้อครับ” (นายปอนด์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“คือที่บ้านจะมีหนังสือพิมพ์มาส่งทุกวัน ส่วนใหญ่เป็นพ่ออ่าน ผมไม่ค่อยอ่าน เช่นสปอร์ตพูล ตลาดลูกหนัง” (นายไอ้ต (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

สื่อวิทยุ เป็นสื่อที่อาจยังเข้าไม่ถึงกลุ่มผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ของผู้เรียน ในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพราะคลื่นวิทยุก็หาส่วนใหญ่ ผู้รับฟังจะอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทำให้สื่อวิทยุยังไม่มีผลต่อกลุ่มต่างจังหวัดมากนัก แต่ในเรื่องการรับรู้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์รู้ว่า คลื่นวิทยุก็หา มีบุคคลที่มีชื่อเสียงหลายคนวิเคราะห์ฟุตบอลได้ดีมาก ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“ผมไม่ฟังวิทยุเลย ไม่รู้จะฟังช่องทางไหน และไม่ได้อยากจะฟัง” (นายธามไท (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2561)

“วิทยุไม่ฟังเลย แต่ถามว่ารู้จักไหม รู้จักครับ พวก 96 99 พวกนี้คนดัง ๆ เพียบ” (นายไอ้ต (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

สื่อโทรทัศน์ ยังมีบทบาทต่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บางคน รายการกีฬาอดฮิต ของช่อง True ยังได้รับความนิยมจำนวนหนึ่ง บางคนดูประกอบการวางเดิมพัน หรือบางคนดูเป็นปกติเพื่อความผ่อนคลายในการดูข่าวกีฬาแต่ไม่ได้ต้องการพนันฟุตบอล แต่ส่วนใหญ่ผู้เล่นการพนันที่ยังดูโทรทัศน์ เพราะต้องการรับชมการถ่ายทอดสด การแข่งขันที่ตนเองติดตาม หรือชื่นชอบ ถ้ารายการใด หรือช่องใด ถ่ายทอดสดเป็นประจำ จะทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ติดตามเป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวว่า

“ดูข่าวตอนเช้าทางทีวี ทุกช่องจะมีข่าวกีฬาในช่วงเช้า ๆ เราจะชอบดูเพราะเซ็คบอลเมื่อคืน” (นายธามไท (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2561)

“ดูครับ ส่วนมากก็ชอบดูบอลอยู่แล้ว มันส์ ๆ เพลินดี ชอบเตะบอลด้วย เลยเพลิน ผมยังชอบดูช่องสยามกีฬา บ้านผมติดจานของ True เลยดูได้พวก True sport จะมีบอลทั้งวัน เช่น ช่อง True sport 2, True sport 6,7 ดูบอลต่างประเทศ” (นายอ๊อด (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

“เมื่อก่อนเคยดูการวิเคราะห์บอลของช่อง SMM TV ก็ดีนะครับ ได้ดูแบบจ่อใหญ่ ๆ”(นายคิด (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่มีบทบาทมากที่สุด ต่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เพราะทุกกิจกรรมสามารถกระทำได้บนสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นการรับชมการถ่ายทอดสดหลายการแข่งขัน ได้ในเพียงหนึ่งจอ สามารถวางเดิมพันหรือเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ หรือต้องการเข้าชมเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่มีการให้สถิติของทีมฟุตบอล ข่าวสารฟุตบอล เช่น ข่าวนักเตะคนสำคัญ้วย ทำให้มีผลต่อการแข่งขันในครั้งนี้ การคุมทีมของผู้จัดการทีม ข่าวการซื้อขายนักเตะ เป็นต้น ทุกอย่างสามารถกระทำบนสื่ออินเทอร์เน็ตได้หมด ทำให้การตอบสนองต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารโดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตรวดเร็ว เป็นที่นิยมของผู้เล่นการพนันบนเว็บไซต์ ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“พวกเว็บ Siam sport ข่าวกีฬาฟุตบอล จะบอกความเคลื่อนไหวว่าทีมไหนเป็นยังไง นักฟุตบอลคนไหนเจ็บ มันจะบอกหมดเลย” (นายแท้ค (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

“ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นหลักครับ มันสะดวกกว่า อย่างเราปกติเป็นคนเล่นโทรศัพท์อยู่แล้ว เล่น Facebook Line เรามีเน็ตอยู่แล้ว ไม่ต้องออกไปซื้อหนังสือพิมพ์ให้เปลืองเงิน” (นายธามไท (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2561)

“จะติดตามแฟนเพจสปอร์ตพูลทางเน็ตมากกว่า สะดวกสบาย เข้าไปชมไปเสียเงินเหมือนซื้อหนังสือพิมพ์ครับ”(นายออด้าช (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

“จะใช้เน็ตเพื่อเล่นไลน์ จะมีกลุ่มไลน์ไว้ให้เราติดตามข้อมูลวิเคราะห์บอลของคนดัง ๆ” (นายโรม (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“ถ้ามีทีมที่ชอบเตะ จะไปดูกับเพื่อน และจะเช็คผลบอลทีมอื่นทางเน็ต มันรวดเร็วดีครับ” (นายปอนด์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“ผมจะมีเว็บไซต์ประจำอย่างบ้านผลบอล ในการเข้าดูการวิเคราะห์บอล รวดเร็ว แบบผลบอลสด ๆ” (นายคิด (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“ส่วนใหญ่ดูในเว็บไซด์อย่างเดียวเลย ทีวี หนังสือพิมพ์มีบ้าง แต่ช้ากว่าในเน็ต” (นายอ๊อต (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“ผมว่า Google ในเน็ตนี้แหละดีมาก ไม่ต้องเสียเงินไปซื้อหนังสือพิมพ์ อยากรู้ว่าบอลอะไรแข่ง เข้าเน็ตเลย” (นายป๋อง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

4.2.4.2 หลักการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

การพิจารณาการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ มีความแตกต่างกัน ตามความถนัด หรือความเคยชินของตนเอง แต่สื่อที่สามารถอำนวยความสะดวกสบาย และตอบสนองต่อความต้องการด้วยความรวดเร็ว เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้เล่นการพนันบนเว็บไซต์หลายคนต้องการ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นผลการแข่งขันฟุตบอลในแต่ละการแข่งขัน การวิเคราะห์ผลฟุตบอลที่กำลังจะแข่งขัน ข่าวการบาดเจ็บของนักเตะ ข่าวของผู้จัดการทีม ข่าวการซื้อขายนักฟุตบอล เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นหลักในการพิจารณา ที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ต้องดู เพื่อนำมาประกอบกับการตัดสินใจ ในการวางเดิมพันการแข่งขันฟุตบอลนั้น ๆ

ปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทข่าวกีฬาฟุตบอล ยังไม่มีแนวโน้มที่จะยกเลิกการผลิต ถึงแม้ว่าการตอบรับในสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่า แต่ยังมีผู้รับสารอีกกลุ่มหนึ่งที่ยังเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยสื่อประเภทนี้ แต่ถึงอย่างไร สื่อสิ่งพิมพ์ยังคงเป็นสื่อที่ไม่ได้รับความนิยมจากผู้เรียน ในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการสัมภาษณ์ ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มองว่า สื่อสิ่งพิมพ์เหมาะสำหรับผู้เล่นการพนันฟุตบอลที่มีอายุมาก ถ้าเป็นเด็กหรือเยาวชนที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็น จะเลือกใช้อินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมากกว่า

จากการสัมภาษณ์ สื่อวิทยุไม่มีบทบาทต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ แต่สื่อโทรทัศน์ยังมีบทบาทพอสมควร ในแง่ของการติดตามการถ่ายทอดสด การวิเคราะห์ผลการแข่งขันฟุตบอลตามรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ หรือการดูข่าวสาร ความเคลื่อนไหวในแต่ละวันของสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ และการรวมข้อมูลข่าวสารทุกอย่างไว้ในสื่ออินเทอร์เน็ต อีกทั้งช่องทางที่หลากหลายในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์หลายคนเลือกที่จะใช้อินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว เพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

โดยภาพรวม การเลือกใช้อินเทอร์เน็ตของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ จะมองความถนัดในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของตนเองเป็นหลัก รวมทั้งความสะดวก ความรวดเร็วของแหล่งข้อมูล ที่สำคัญคือความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลนั้น ๆ ทั้งหมดที่กล่าวมาทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์สามารถตัดสินใจได้ว่า จะเลือกใช้อินเทอร์เน็ตอะไร เพื่อตอบสนองตนเองอย่างไร ต่อการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ และเดิมพันกับทีมนั้น ๆ โดยผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“ตอนที่ผมจะแทงบอล มันต้องดูหลาย ๆ อย่าง อย่างแรกดูอันดับของทีมที่จะแทง นักเตะในทีม สถิติการแข่งขันของทีมที่ผ่านมา โดยถ้าอยากรวดเร็วผมจะ

เลือกใช้เน็ต เข้าเว็บบ้านผลบอล แต่ถ้าอยากได้มุมมองผู้สื่อข่าว ก็จะเปิดโทรศัพท์รับ”(นายป๋อง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“ส่วนใหญ่ก็ดูหลาย ๆ อันประกอบกัน หนังสือพิมพ์นิดหน่อย กับในเว็บไซต์ จะดูประวัติการเจอของทีมการแข่งขัน 7 ครั้งล่าสุดเป็นยังไง แล้วเอามาเปรียบเทียบ แต่ก็ไม่ใช่ข้อมูลพวกนี้เท่าไร”(นายโอ๊ต (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

4.2.4.3 วิธีการใช้สื่อในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

วิธีการใช้สื่อในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เพื่อที่จะนำข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ มาประกอบกับการวิเคราะห์ เพื่อที่จะตัดสินใจวางเดิมพันในแต่ละการแข่งขันฟุตบอล โดยมีทั้งหมด 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

4.2.4.3.1 เลือกช่องทางของแหล่งข้อมูลที่ต้องการศึกษา

แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับฟุตบอลมีหลากหลาย ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มีช่องทางของตนเอง ที่จะเข้าไปรับข้อมูลข่าวสารนั้นเป็นประจำ หลายคนใช้สื่อทั้งสื่อโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร บางคนใช้เพียงสื่อสังคมออนไลน์อย่างเดียว แต่หลายช่องทางเช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“เว็บไซต์บ้านผลบอล เว็บไซต์ Livescore เว็บไซต์เหล่านี้เป็นเว็บไซต์หลักที่ต้องเข้าไปดู อย่าง Livescore หน้าเว็บไซต์จะเป็นผลการแข่งขันฟุตบอล แต่ถ้ากดเข้าไปในเว็บไซต์ลีก ๆ จะมีผลการวิเคราะห์บอล ในแต่ละคู่ให้เราดูเป็นแบบภาษาไทยเลย”(นายป๋อง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

4.2.4.3.2 ศึกษาข้อมูลข่าวสารจากช่องทางที่เลือก

เป็นขั้นตอนที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์หลายคน มีความตั้งใจ และให้ความสำคัญ เพราะเป็นขั้นตอนที่สำคัญ ในการรับข้อมูลข่าวสารที่ตนนั้นสนใจให้มากที่สุด เพื่อที่จะสามารถตอบข้อสงสัยที่ได้ตั้งไว้ในเรื่องต่าง ๆ ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น ในข่าวกล่าวว่า “คืนนี้ทีมฟุตบอลอาร์เซนอล เปลี่ยนตัวนักเตะหลายคน นักเตะที่สำคัญ ไม่ลงทำการแข่งขัน อาจทำให้เสียเปรียบคู่แข่งได้ อีกทั้งคืนนี้ทีมฟุตบอลอาร์เซนอล เป็นฝ่ายมาเยือน ย่อมเสียเปรียบทีมเจ้าบ้านอยู่แล้ว” เป็นต้น การที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มีข้อสงสัยว่าจะเดิมพันกับทีมอาร์เซนอลดีหรือไม่ เมื่อเจอข่าวนี้อาจทำให้การตัดสินใจเปลี่ยนไปเป็นทีมคู่แข่งแทน ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“เราต้องดูข่าวตลอด เข้าไปอ่าน อย่างสมมติคืนนี้จะแทงบาร์เซโลนา มันก็จะมีคนที่เก่งสุดในทีมอย่างเมสซีเก่งสุด เราต้องดูว่าตัวนี้ลงไหม เจ็บไหม เพื่อที่จะทำเกมส์รุกที่เราจะแทง ถ้าตัวนี้ลง เราก็จะแทง ถ้าสมมติตัวจริงเจ็บ

เยอะไม่ลงสัก 3 ตัว เราก็จะไม่แทง เพราะว่ายังง้อถ้าไปเจอทีมอย่างพรีเมียร์ ลิก ทีมจะไล่ ๆ กัน เราจะไปแทงทีมรองแทน เพราะทีมใหญ่ ๆ อย่างแมนยู จะต่อราคาเยอะแน่นอนประมาณ 2-3 ลูก เราเลยแทงทีมรองอย่างเดียว” (นายธามไท (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2561)

4.2.4.3.3 พิจารณาข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเพื่อวางเดิมพัน

เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่สำคัญที่สุดของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เพราะต้องใช้ ข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่ทั้งหมด มาวิเคราะห์ โดยใช้ฐานความรู้เรื่องฟุตบอลของตนเองที่มีอยู่เข้าประกอบ กัน อีกทั้งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาแต่ละช่องทาง อาจไม่ตรงกัน การตัดสินใจด้วยตนเอง จึงเป็นสิ่ง สุดท้ายที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ทุกคนต้องทำ โดยผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“ถามว่าเชื่อไหม ก็ประมาณ 80% เพราะมันมีสกอร์ไว้ในคนน่าเชื่อถือ แต่สุดท้ายเราต้องมาคิดต่อ แหะละว่าจะแทงทีมไหนดี” (นายโรม (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“เหมือนคิดให้เราแล้ว ว่าควรแทงทีมไหนดี แต่เราก็ไม่เชื่อตามมาก เพราะเรารู้จักทีมนี้ดีอยู่แล้ว เราก็ ดูเพื่อวิเคราะห์ตามเฉย ๆ” (นายอดิษฐ์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

4.2.5 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลต่างๆ จะเลือกใช้เป็นสื่อในการเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายของตนเองมากขึ้น มีบทบาทไม่ต่างจากสื่อหลักประเภทอื่น ๆ ความเชื่อเดิมที่มองว่าสื่อ ต้องเป็นบริษัทขนาดใหญ่ และมีทุนจำนวนมากจะเปลี่ยนไป เพราะปัจจุบันทุกคนต่างมีสื่อเป็นของ ตัวเอง และสามารถทำหน้าที่สื่อได้เช่นเดียวกัน

จากการสัมภาษณ์ผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในประเด็น ผู้มี อิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ พบข้อมูลดังนี้

4.2.5.1 รูปแบบการสื่อสารของผู้มีอิทธิพลทางความคิด

การวิเคราะห์ผลฟุตบอลเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ติดตามผู้มี อิทธิพลทางความคิด ปัจจุบันคนกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่เป็นคนที่มีความเชื่อเสียทั้งในด้านสื่อสารมวลชน หรือมี ชื่อเสียงในสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องฟุตบอล หรือว่าคนทั่วไปนิยมเรียกคนกลุ่มนี้ว่า “เซียน” ในสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ จะมีกลุ่มผู้มีอิทธิพลทาง ความคิดอยู่ในพื้นที่สื่อเป็นจำนวนมาก ทั้งเปิดเผยตัวตน และไม่เปิดเผยตัวตน โดยใช้นามปากกาแทน ตัวเอง ให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลรู้จักในนามชื่ออื่น ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“ส่วนใหญ่เขาไม่เปิดเผยชื่อครับ ชื่อแปลก ๆ รูปที่โชว์ก็เป็นนักฟุตบอลชื่อดัง คือคนก็จะตามเขาเยอะ คือถ้าเป็นคนนี้โพสต์ที่เด็ดบอลเมื่อไหร่ คนก็จะแห่ตามกันเลยทีเดียว แต่ถามว่ารู้จักตัวตนเขาไหม ก็ไม่รู้ว่าเขาเป็นใครครับ” (นายป๋อง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“เคยติดตามคนนึงเขาใช้ชื่อว่า ก๊อป (นามสมมติ) ไม่เคยเห็นไลฟ์สด ไม่มีเฟซบุ๊ก คนที่ติดตามเรียกแต่ก๊อป (นามสมมติ) ที่ตามเพราะเขาให้สถิติแมน เปอร์เซ็นต์น่าเชื่อถือ” (นายโรม (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

เฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีกลุ่มคนผู้มีอิทธิพลทางความคิดในวงการฟุตบอลจำนวนมาก หลายคนพยายามสร้างตัวตนให้เป็นที่รู้จัก สร้างแฟนเพจให้คนติดตาม ข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏในแฟนเพจจะเป็นข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ติดตามทุกคน โดยเฉพาะผู้เล่นการพนันฟุตบอล ยิ่งถ้าแฟนเพจให้ข้อมูลที่หายผลแพ้ชนะ อย่างถูกต้อง แมนย่า หรือที่ทุกคนเรียกว่า “ทีเด็ดบอล” จะทำให้แฟนเพจนั้นเป็นที่ยอดนิยมของทุกคน ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“คือมีกลุ่มฟุตบอลในเฟซบุ๊ก เขาแทงเป็นหมื่นแล้วโพสต์ภาพให้คนในกลุ่มทุกวัน แต่แมนอยู่นะครับ เพราะผมก็แทงตามไป 300 500 บาท ก็เคยได้” (นายปอนด์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“ในแฟนเพจของสปอร์ตพูล จะมีพวกเขียนมาให้ทีเด็ดบอล ไม่ใช่คนมีชื่อเสียงหรอก แต่ให้ทีเด็ดบอลแมนมาก คนเลยแห่ตามกันเยอะ ส่วนผมก็เชื่อ 50 50 ครับ” (นายอดิษฐ์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

ไลน์ เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีความส่วนตัวมากกว่าเฟซบุ๊ก เพราะเป็นช่องทางที่เป็นการสนทนาระหว่างผู้มีอิทธิพลทางความคิด และผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ แม้ว่าจะเป็นส่วนตัว แต่ส่วนใหญ่จะไม่ใช้ข้อมูลที่มาจากบุคคลนั้นจริง ๆ อาจจะเป็นไลน์ของแฟนเพจเฟซบุ๊ก หรือไลน์ ที่ผู้มีอิทธิพลทางความคิดประชาสัมพันธ์ไว้ ถ้าอยากได้ข้อมูลข่าวสารในไลน์ ให้สมัครสมาชิก หรือวางเดิมพันกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลนี้ถึงจะสามารถเข้าร่วมสนทนาในกลุ่มไลน์ได้ ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“แต่ก่อนมีไลน์กลุ่มนึง มีทีเด็ดบอลให้ตลอด บางทีเป็นพันข้อความ เต็มตลอด ๆ จนแบตเตอรี่หมด” (นายโรม (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“ถ้าเราสนใจเซียนคนนี้ แล้วเราอยากได้ทีเด็ดเขา เราก็สมัครเว็บ ตามที่เขาบอก เลยลองสมัครดู เพื่อเข้าไปอยู่ในกลุ่มไลน์ของเซียนคนนี้”(นาย ป๋อง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

“มีเซียนคนนึงชักมาชวน ถามว่าสนใจเข้ากลุ่มไลน์ VIP ไหม แค่เสีย เงิน ก็เข้าดูทีเด็ดบอลได้แล้ว” (นายออต้าซ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

“กลุ่มไลน์ที่เคยอยู่ คุยกันเหมือนในเฟซเลยครับ แต่ว่ามันสะดวก กว่า ในเฟซคือต้องรอเซียนมาโพสต์ แต่ในไลน์เซียนจะคุยโต้ตอบกันเลยครับ” (นายแท็ค (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561)

การให้ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอล เป็นหน้าที่ที่กลุ่มผู้มีอิทธิพลทาง ความคิด ต้องทำ แต่โฆษณาที่นอกเหนือจากนั้น คือการชักชวนเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้เล่นการพนัน ฟุตบอลออนไลน์ สมัครสมาชิกตาม และวางการเดิมพันในเว็บไซต์ที่ตนโฆษณา ความน่าเชื่อถือ ประวัติภูมิหลัง หน้าที่การงานของผู้มีอิทธิพลทางความคิดจึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะสามารถทำให้ผู้เล่น การพนันฟุตบอลออนไลน์เชื่อถือ เพราะปัจจุบันมีหลายคนที่อ้างตนเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านฟุตบอลเป็น จำนวนมาก เครื่องมือที่จะใช้ในการเป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิดไม่ใช่เรื่องยาก มีอินเทอร์เน็ต มีฐาน ผู้ติดตาม ให้ข้อมูลแม่นยำ ชัดเจน ถูกต้อง สามารถกลายเป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิดขึ้นได้ ดังนั้นผู้มี อิทธิพลทางความคิดที่มีฐานผู้ติดตาม และผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์รู้จักอยู่แล้วเป็นจำนวนมาก จะทำให้ได้เปรียบกับผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่สร้างความน่าเชื่อถือจากการวิเคราะห์ผลฟุตบอลเพียง อย่างเดียว ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“เขาจะบอกว่าเขาเป็นเซียน อยู่ในวงการมา 10 ปี ถ้าเขาให้ทีเด็ด บอลมา ถ้ามันสวนทางกับทีมที่เราคิดไว้ เราก็จะไม่แทงทีมที่เราคิดไว้ หรือ บางทีอาจจะแทงตามเขาเลยก็ได้ พวกเซียนมีผลอย่างมาก เพราะเซียนบาง คน คนตามเยอะมาก เขาให้แม่นยำมาก มันเหมือนเป็นธุรกิจไปเลยละ เว็บไซต์ มันก็จะเข้าไปหาเซียนคนนั้น แล้วให้เซียนชวนคนมาสมัครเว็บมันเยอะ ะ” (นายป๋อง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

4.2.5.2 มุมมองของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

มุมมองของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิด หมายถึงสิ่งที่ ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด บางคนเชื่อทุกอย่างที่ กลุ่มคนเหล่านี้แนะนำ ข้อมูลที่ได้มา ไม่ได้วิเคราะห์ด้วยตนเอง เมื่อกลุ่มคนเหล่านี้ใช้ความน่าเชื่อถือ

วิเคราะห์ผลฟุตบอลแม่นยำทุกครั้ง จึงเกิดความไว้วางใจ และเชื่อบุคคลที่กำลังติดตามทุกครั้ง ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“เรารู้สึกเชื่อว่าเขาน่าจะเล่นจริง คนอื่น ๆ เอาสลิปเงินมาโพส แต่ปิดตรงการเล่น ปิดราคาที่เขาเติมเงินแล้วก็บอกเล่นเป็นหมื่นเป็นแสน แต่คนที่เราตามเขาไม่ปิด เราเชื่อและติดตามคนนี้ตลอด” (นายปอนด์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

ผู้เล่นการพนันบนเว็บไซต์บางคน ตั้งข้อสงสัยต่อกลยุทธ์อย่างหนึ่ง ของผู้มีอิทธิพลผู้มีชื่อเสียง ที่นอกจากจะเป็นผู้วิเคราะห์ผลฟุตบอล ยังเป็นผู้วางเดิมพันเองอีกด้วย และสร้างความน่าเชื่อถือโดยการเผยแพร่ภาพใบเสร็จจากการโอนเงินวางเดิมพันด้วยมูลค่าที่สูง เพื่อที่จะชักจูง โน้มน้าวใจให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์วางเดิมพันตาม แต่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์รู้สึกว่าจะจะเป็นการจัดฉากของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่ว่าจ้างผู้มีอิทธิพลทางความคิด ให้ทำแบบนี้ ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“ตอนแรกก็ตามนะ แต่ลองมาคิดดู มันใช่คนจริงไหม อาจจะเป็นคนของเว็บมันหรือเปล่า คือหลอกล่อว่าวางบิล 800,000 บาท ให้เราเชื่อตามคนแทงตามคือพลาดเลย เพราะสุดท้ายก็ต้องแทงตามเว็บมัน คนที่ได้คือเว็บมันหรือเปล่า” (นายป๋อง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561)

ผู้มีอิทธิพลทางความคิดมีอิทธิพลค่อนข้างมากต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ปัจจุบันผู้มีอิทธิพลทางความคิดในเรื่องการพนันฟุตบอล ยังพบเห็นได้ทั่วไปในสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อที่มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอล ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่มักเข้าสื่อเหล่านี้เป็นประจำ และหากขาดการรู้เท่าทันสื่อร่วมด้วย จะทำให้เชื่อในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแบบทันที ดังเช่นผลการศึกษาข้างต้นของกลุ่มตัวอย่าง บางรายเชื่อแบบสนิทใจ และนิยมขึ้นชอบในตัวผู้มีอิทธิพลทางความคิดในแง่ของการตัดสินใจแทนตนเองทุกอย่าง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์ เพื่อศึกษาการสื่อสาร และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์

สรุปผลการวิจัย

5.1 กลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์

การศึกษากลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์ จาก การสัมภาษณ์นักวิชาการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล สามารถสรุปได้ 3 ประเด็น ดังนี้

5.1.1 แนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

5.1.2 เทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

5.1.3 ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

5.1.1 แนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

แนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล สรุปเป็น 3 แนวทาง ดังนี้

5.1.1.1 การจัดการระบบของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่ดี

โดยทั่วไปเว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะมีการวางระบบที่ไม่มีกฎเกณฑ์มาก รูปแบบ การเขียนเว็บไซต์คล้ายกับเว็บไซต์ทั่วไป แต่มีแนวทางหลักคือ ข้อมูลบนเว็บไซต์ต้องเข้าใจง่าย เข้าถึง ง่าย ไม่ซับซ้อน ถ้าเนื้อหา ข้อมูลในเว็บไซต์มีความซับซ้อน อาจทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เปลี่ยนไปเล่นเว็บไซต์การพนันฟุตบอลอื่น ๆ ได้

สิ่งที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลต้องการจะสื่อสารบริเวณหน้าแรกของเว็บไซต์ คือสิ่งที่ ต้องการประชาสัมพันธ์ไปยังผู้อ่านโดยตรง เช่น โปรโมชั่นพิเศษ สิทธิพิเศษ โบนัสสำหรับสมาชิก แรกเข้า เป็นต้น เพื่อที่จะดึงดูดผู้เล่นการพนันฟุตบอลให้สมัครใช้บริการ และไม่เปลี่ยนเว็บไซต์ไปใช้ บริการเว็บไซต์การพนันฟุตบอลอื่น ๆ

ช่องทางการสื่อสาร เป็นสิ่งที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้ความสำคัญ การพูดคุย คำแนะนำ การช่วยเหลือ ทางช่องทางหน้าแรกของเว็บไซต์ อยู่บริเวณมุมขวาล่างของหน้าจอ จะมี

สัญลักษณ์ปุ่มสีเขียว แสดงสถานะของพนักงานที่พร้อมให้ความแนะนำ และความช่วยเหลือต่าง ๆ ตลอดจนข้อสงสัย หรือช่องทางโทรศัพท์ ที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ทุกคน สามารถโทรสอบถามรายละเอียด ข้อมูลต่าง ๆ ข้อสงสัย ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเล่นการพนัน และพูดคุยกับพนักงานได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง ช่องทางสุดท้าย คือ การสนทนาทางแอปพลิเคชัน ไลน์ เป็นช่องทางยอดนิยมที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์นิยมใช้ เพราะทำให้การพูดคุยระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์กับพนักงาน สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

5.1.1.2 เว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้รับความนิยม

เป้าหมายที่สำคัญของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลหลายเว็บไซต์ต้องการ คือ การทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลของตนได้รับความนิยมจากผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ การทำเว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้เป็นที่รู้จัก โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือ ผู้คนทั่วไปที่เล่นสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะคนที่กดติดตามเกี่ยวกับข่าวฟุตบอล หรือเคยเข้าไปชมเว็บไซต์การพนันฟุตบอล หลังจากนั้น บุคคลนั้นก็จะได้รับข่าวสาร การโฆษณาเกี่ยวกับการพนันฟุตบอลออนไลน์ จากวิธีที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอล เก็บข้อมูล และสถิติของผู้ที่เล่นสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก ที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก และแพร่หลาย มีประชากรเป็นจำนวนมากที่เล่นสื่อสังคมออนไลน์ประเภทนี้ ทำให้สะดวกต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

หนึ่งทางเลือกในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้ได้รับความนิยม คือ การเลือกใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด เข้ามาทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ ทั้งข้อมูล โดยใช้โฆษณาแฝงเข้าตามสื่อสังคมออนไลน์ของต่าง ๆ ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ที่กำลังได้รับความนิยมและมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.1.1.3 เว็บไซต์การพนันฟุตบอลต้องมีความน่าเชื่อถือ

การทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีความน่าเชื่อถือ คืออีกหนึ่งเป้าหมายที่สำคัญของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ประวัติความเป็นมา ระยะเวลาการเปิดให้บริการของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล เป็นสิ่งจำเป็นที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอล ควรแจ้งให้กับผู้เล่นการพนันฟุตบอลทราบ ถ้าเว็บไซต์ใดเปิดให้บริการมานานแล้ว จะทำให้ได้รับความนิยมอย่างมาก

ระยะเวลาการก่อตั้งเว็บไซต์ ไม่ใช่สิ่งที่ทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอล ได้รับความนิยมน่าเชื่อถือ เสมอไป ความน่าเชื่อถืออาจเกิดจากหลายปัจจัย โดยมีปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ สามารถทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลนั้นน่าเชื่อถือได้ คือ ธุรกิจการเงินที่รวดเร็ว เมื่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลโอนเงินเข้าเว็บไซต์แล้ว เงินต้องเข้าบัญชีผู้เล่นการพนันฟุตบอลอย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งจะวางเดิมพันการพนันฟุตบอลได้ทันที ถ้าผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ชนะการเดิมพัน เว็บไซต์ต้องโอนเงินเข้าบัญชีผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ให้รวดเร็วที่สุด เป็นต้น

จากข้อมูลแนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล สามารถสรุปเป็นแผนภาพ ได้ ดังนี้ (ภาพที่ 7)



ภาพที่ 7 แนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

5.1.2 เทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

เทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สามารถสรุปได้ 9 เทคนิค ดังนี้

5.1.2.1 รูปแบบการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่หลากหลาย

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

5.1.2.2 เพิ่มทางเลือกการพนันชนิดอื่น ๆ

แม้ว่าเว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีจุดประสงค์สร้างขึ้นเพื่อรองรับผู้เล่นการพนันฟุตบอล แต่เว็บไซต์ยังเพิ่มทางเลือกการพนัน เพื่อความหลากหลายให้กับผู้เล่นการพนันทุกคน เว็บไซต์เหล่านี้จึงมีชนิดกีฬา และเกมส์การแข่งขันอื่น ๆ เพื่อที่ดึงดูดความสนใจให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอล

ออนไลน์สามารถวางเดิมพันการพนันทั้งหมดได้ในเว็บไซต์การพนันฟุตบอลนี้เว็บไซต์เดียว เช่น คาสิโนออนไลน์ เกมสล็อต บาสเกตบอล เทนนิส แข่งม้า มวย เป็นต้น

5.1.2.3 การซื้อข้อมูลจากบริษัทโทรศัพท์เคลื่อนที่

การได้กลุ่มเป้าหมายตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสาร โดยวิธีการซื้อข้อมูลจากบริษัทโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือเครือข่ายโทรศัพท์ต่าง ๆ เป็นวิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว การใช้งานข้อมูลที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ เข้าเว็บไซต์อะไรบ้าง สนใจการพนันรูปแบบไหน เว็บไซต์การพนันเหล่านี้จะนำข้อมูลเบอร์โทรศัพท์ เพื่อส่ง ข้อความ (SMS) ข้อมูล ข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบุคคลนั้น ทำให้บุคคลนั้นได้รับข้อความโดยตรง รวดเร็วที่สุด

5.1.2.4 การเลือกกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์จากความสนใจที่เหมือนกัน

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

5.1.2.5 การใช้ตัวตนของผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอล

การใช้ตัวตนของผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ คือการใช้ช่องทางการสื่อสารจากแอปพลิเคชันไลน์ของผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในการโต้ตอบ สนทนากับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เสมือนว่าผู้มีอิทธิพลทางความคิดสนทนาจริง ๆ แท้จริงแล้วเป็นทีมงานของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเป็นผู้สนทนาด้วย แต่ใช้รูป และชื่อของผู้มีอิทธิพลทางความคิดแทน

5.1.2.6 ความปลอดภัยของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

ความปลอดภัยต่อการถูกจับกุมจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ เป็นเหตุผลหลักที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลเปลี่ยนมาเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มากขึ้น เพราะไม่มีหลักฐานชัดเจนอย่าง “โพยบอล” ซึ่งเว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีกลยุทธ์ในการเพิ่มความปลอดภัยให้กับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ด้วยการลบประวัติของผู้เล่นการพนันฟุตบอลรอบต่อรอบ หมายถึงเมื่อจบการแข่งขันฟุตบอลในแต่ละครั้ง รัฐบาลวางเดิมพัน จัดการธุรกรรมการเงินทุกอย่างเรียบร้อย ระบบก็จะลบข้อมูลทุกอย่างทุกวัน อย่างรวดเร็ว เพราะฉะนั้นผู้เล่นการพนันฟุตบอลทุกคนมั่นใจได้ว่า ถ้าถูก

เจ้าหน้าที่ตำรวจจับกุม ถึงแม้ว่าเจ้าหน้าที่ตำรวจจะเข้าถึงเว็บไซต์ของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ได้ แต่ไม่สามารถเห็นประวัติหลักฐานที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ได้แน่นอน

5.1.2.7 เครดิตสำหรับลูกค้าที่น่าเชื่อถือ

จากการเล่นพนันฟุตบอลรูปแบบเดิม หรือที่เรียกว่า “โต๊ะบอล” มีการให้เครดิตกับผู้เล่นการพนันฟุตบอล เว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้นำวิธีการนี้กลับมาใช้ โดยใช้คำว่า “เอเยนต์” หรือนายหน้าในการบริหารจัดการเงิน เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะให้เงินจำนวนหนึ่ง เนื่องจากเงินมีมูลค่าสูงมาก เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจึงเลือกให้เฉพาะผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่น่าเชื่อถือ มีประวัติที่ดี ไว้วางใจได้ หรือผู้ที่ดูแลเว็บไซต์การพนันฟุตบอลรู้จักเป็นอย่างดี สามารถตามตัวได้ โดยกลุ่มคนเหล่านี้ สามารถนำเงินไปบริหารจัดการได้ จะเล่นพนันฟุตบอลออนไลน์ หรือจะแบ่งให้กับคนอื่น แต่สุดท้ายเว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะเก็บเงินกับกลุ่มคนเหล่านี้ที่รับเงินจากเว็บไซต์

5.1.2.8 การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลบนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

ส่วนใหญ่ผู้ที่รับชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล หรือผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ จะชอบชมถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล แบบไม่มีโฆษณา เพราะการรับชมการถ่ายทอดสดจากรายการโทรทัศน์บางสถานี จะมีโฆษณา ระหว่างการถ่ายทอดสด จากปัญหานี้ เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจึงมีวิธีการดึงดูดคนให้เข้ามาเว็บไซต์ให้มากขึ้น เพิ่มช่องทางการถ่ายทอดสดบนเว็บไซต์การพนันฟุตบอลแบบไม่มีโฆษณา คั่นระหว่างการแข่งขัน และใช้การประชาสัมพันธ์ เช่น ภาพชัด ถ่ายทอดสด ไม่มีเสียงพากย์บอลจากผู้บรรยาย เป็นต้น ในการดึงดูดผู้ชมให้เข้าเว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้มากที่สุด

5.1.2.9 สร้างเว็บไซต์ใหม่ ๆ เพื่อความบันเทิง

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

จากข้อมูลเทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล แสดงให้เห็นถึงจุดมุ่งหมายของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ที่มีจุดประสงค์หลักในการดึงดูดผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ซึ่งสามารถสรุปเป็นแผนภาพ ได้ดังนี้ (ภาพที่ 8)



ภาพที่ 8 เทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

5.1.3 ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์สามารถสรุปได้ 3 ประเด็น ดังนี้

5.1.3.1 ปัจจัยการเลือกใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

จากการศึกษาพบว่าเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด เป็นเครื่องมือในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ให้เป็นสมาชิกของระบบ และวางเดิมพันกับเว็บไซต์ ปัจจัยสำคัญที่เว็บไซต์เลือกใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด สรุปได้ดังนี้

5.1.3.1.1 ความใกล้ชิด

ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มองว่าผู้มีอิทธิพลทางความคิด คือคนปกติทั่วไป ไม่ใช่เจ้าของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ดังนั้น การรับฟังความคิดเห็นของคนทั่วไปด้วยกัน จึงเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลไว้ใจ มากกว่าจะเชื่อโฆษณาทั่วไปที่ไม่รู้ว่าพูดจริงหรือไม่

5.1.3.1.2 ความน่าเชื่อถือ

การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการพนันฟุตบอลออนไลน์ในสื่อต่าง ๆ มีจำนวนมาก ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์หลายคนจึงค่อนข้างระวังในการรับข้อมูล ข่าวสาร และไม่ไว้วางใจ ข้อมูลที่รับรู้ผ่านการโฆษณา แต่การใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เต็มใจรับเนื้อหาที่น่าเสนอ โดยไม่ใช่ไม่รู้ว่าคือการโฆษณาแฝง แต่เป็นเพราะเชื่อใจในผู้ให้ข้อมูล โดยเฉพาะผู้มีอิทธิพลทางความคิด ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องฟุตบอล จะทำให้ได้รับความน่าเชื่อถือ จากผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

5.1.3.1.3 ติดตามผลได้

การใช้กลยุทธ์นี้เป็นสิ่งที่ติดตามผลได้ เว็บไซต์การพนันฟุตบอล สามารถทราบผลการตอบรับของการใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ได้จากยอดการเข้าถึงโฆษณาของกลุ่มคนเหล่านี้ ได้แก่ จำนวนกดขึ้นชอบ จำนวนการแบ่งปันข้อความ จำนวนข้อความที่เกิดขึ้น เพื่อประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนครั้งต่อไป

5.1.3.2 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์

ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ สามารถสรุปได้ 3 ประเภท

5.1.3.2.1 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่ประกอบอาชีพในสื่อสารมวลชน

ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในวงการการพนันฟุตบอล ถือว่ามีความสำคัญอย่างมาก ต่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ทั้งการให้ข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพนันฟุตบอล เป็นหนึ่งทางเลือกที่นักพนันฟุตบอลออนไลน์ให้ความสนใจที่จะติดตาม ส่วนใหญ่บุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้มีชื่อเสียงในวงการฟุตบอล โดยเฉพาะผู้ที่ทำหน้าที่สื่อมวลชน ในด้านกีฬา จะมีผู้เล่นการพนันฟุตบอล ติดตามเป็นจำนวนมาก

บุคคลเหล่านี้สามารถสร้างแรงจูงใจ ทำให้ผู้เล่นการพนันเชื่อได้ทันที ด้วยความน่าเชื่อถือของตนเอง ใช้หน้าที่การงานของตนในปัจจุบัน ในการสร้างความน่าเชื่อถือถือว่าเชี่ยวชาญในด้านนี้ หลังจากนั้นเว็บไซต์รับพนันฟุตบอล ก็เล็งเห็นว่าบุคคลเหล่านี้ เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญที่จะชักชวนผู้คนให้เล่นการพนันฟุตบอลในเว็บไซต์

ส่วนใหญ่ผู้มีอิทธิพลทางความคิด จะมีสื่อสังคมออนไลน์เป็นของตนเอง โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก หรือที่เรียกว่า “แฟนเพจ” มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก เนื้อหาที่เผยแพร่คือการวิเคราะห์ผลฟุตบอลให้กับคนที่กำลังติดตาม บางคนมีนามปากกาเป็นของตนเอง ที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ทุกคนเรียกกันว่า “เซียน” ใช้ช่องทางแฟนเพจในการวิเคราะห์ผลฟุตบอล หรือที่

เรียกว่าให้ “ทีเด็ด” กับผู้ที่ติดตามตนเอง และทำการวิเคราะห์นั้น จะแฝงโฆษณาการพนันของเว็บไซต์

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

5.1.3.2.2 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่เป็นบุคคลทั่วไปแต่สนใจในกีฬาฟุตบอล

ผู้มีอิทธิพลทางความคิดบางกลุ่ม ไม่จำเป็นต้องประกอบอาชีพในวงการสื่อสารมวลชน บุคคลกลุ่มนี้อาจจะใช้วิธีการสร้างตัวตน ทำให้ตนเองมีชื่อเสียงในระดับหนึ่ง ในการใช้ช่องทางในสื่อต่าง ๆ เช่น Facebook Live หรือ Youtube Live จากนั้นเริ่มวิเคราะห์ผลฟุตบอล เขียนบทความเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอล หรือการให้ผลฟุตบอลที่ถูกต้อง แม่นยำ ติดต่อกันหลายครั้ง เมื่อเริ่มมีผู้คนติดตามมาก ก็จะเป็นเป้าหมายของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลในการว่าจ้างให้โฆษณาเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

5.1.3.2.3 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่ได้สนใจกีฬาฟุตบอล

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

5.1.3.3 ผลประโยชน์ของผู้มีอิทธิพลทางความคิด

ผลประโยชน์ของผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่จะได้รับจากเว็บไซต์การพนันฟุตบอล สรุปได้ 2 ประเภท ดังนี้

5.1.3.3.1 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดหารายได้จากค่าแนะนำ

ผู้มีอิทธิพลทางความคิด จะได้รับค่าตอบแทนหลังจากผู้ดูแลระบบของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล สามารถตรวจสอบได้ว่า ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ รู้จักเว็บไซต์การพนันฟุตบอลนี้มาจากแหล่งข้อมูลใด หรือจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดคนใด โดยตรวจสอบจากลิงค์ที่เป็นต้นทางเชื่อมต่อข้อมูล หรือจาก “แบนเนอร์” ที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์กดเชื่อมต่อ เพราะลิงค์แบน

เนอร์แต่ละอัน จะเป็นชื่อแบนเนอร์เฉพาะสำหรับผู้มีอิทธิพลทางความคิด บุคคลนั้น ทำให้ง่ายต่อการตรวจสอบ

การที่มีผู้ติดตามผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก ทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอล คาดการณ์ว่าผู้มีอิทธิพลทางความคิด มีแนวโน้มจะสามารถชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ให้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ของการพนันของตนได้มาก นอกจากรายได้ในการประชาสัมพันธ์แบนเนอร์ ผู้มีอิทธิพลทางความคิดจะได้รับค่าตอบแทนเพิ่ม ในกรณีที่มีผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สมัครสมาชิกกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลอีกด้วย

นอกจากนี้เว็บไซต์การพนันฟุตบอล จะมอบส่วนแบ่งจากกำไรที่เกิดขึ้นจากผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ที่สมัครสมาชิกจากผู้มีอิทธิพลทางความคิด ถ้าเว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้กำไรจากการวางเดิมพันของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เท่าใด ผู้มีอิทธิพลทางความคิดจะได้รับส่วนแบ่งรายได้ตามที่ตกลงกันไว้เท่านั้น

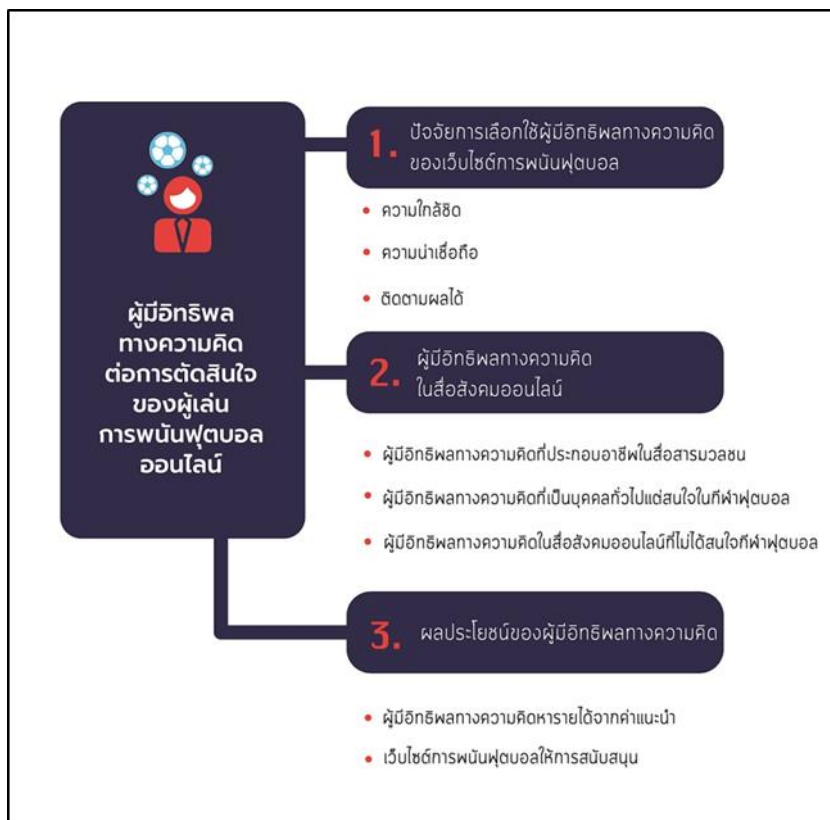
การบริการข้อมูลทางโทรศัพท์ยังพบเห็นได้ในปัจจุบัน หรือที่คุ้นเคยด้วยหมายเลขโทรศัพท์ที่ขึ้นต้นด้วย 1900 ให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ โทรศัพท์เข้ามาฟังการวิเคราะห์ฟุตบอล และให้คำทำนายผลการแข่งการแข่งขันฟุตบอล หรือที่เรียกว่า “ทีเด็ดบอล” เมื่อมีคนโทรศัพท์เข้ามาฟังจำนวนมาก กลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิด ที่เป็นผู้ให้ข้อมูล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

5.1.3.3.2 เว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้การสนับสนุนผู้มีอิทธิพลทางความคิด

ปัจจุบันเว็บไซต์การพนันฟุตบอล สามารถเติบโตได้ ด้วยสื่อออนไลน์ที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลไม่ต้องพึ่งพาสื่อหลักอย่าง โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์อีกต่อไป โดยเฉพาะผู้มีอิทธิพลทางความคิด ต้องการมีพื้นที่สื่อเป็นของตนเอง ต้องการทำเนื้อหาที่จะเผยแพร่ไปยังผู้ติดตามให้ได้จำนวนมาก แต่ขาดงบประมาณ เว็บไซต์การพนันฟุตบอล จึงใช้ข้อจำกัดนี้ดึงบุคลากรกลุ่มคนเหล่านี้เข้ามาร่วมงาน โดยให้ทุนสนับสนุน เพื่อสร้างพื้นที่สื่อตามที่มีอิทธิพลทางความคิดต้องการ

เว็บไซต์การพนันฟุตบอล พร้อมทั้งจะสนับสนุน ทั้ทุนทรัพย์ สิ่งของ ทีมงานผลิตสื่อสถานที่ถ่ายทำ แต่สิ่งที่กลุ่มคนเหล่านี้ต้องตอบแทนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล คือ ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์การพนันฟุตบอลดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักวงกว้าง และให้เป็นผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการรายเดียว

จากข้อมูลผู้มีอิทธิพลทางความคิดในงานวิจัยนี้ แสดงให้เห็นว่าผู้มีอิทธิพลทางความคิดมีผลต่อการตัดสินใจทั้งในเรื่องข้อมูลข่าวสาร หรือโน้มน้าวใจผู้เล่นการพนันรายใหม่ให้ตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ โดยสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้ (ภาพที่ 9)



ภาพที่ 9 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

5.2 การสื่อสาร และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์

การศึกษาการสื่อสาร และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์ สามารถสรุปได้ 5 ประเด็น ดังนี้

5.2.1 ประสบการณ์ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

ผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยส่วนใหญ่เคยเล่นการพนันฟุตบอลแบบโต๊ะมาก่อน ทุกคนมองว่าข้อดีของการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์นั้นมากกว่าการเล่นการพนันฟุตบอลแบบโต๊ะ คือความปลอดภัยต่อการถูกจับกุมของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ไม่มีหลักฐานให้จับแบบชัดเจน สะดวกสบาย เล่นได้ทุกสถานที่ ตลอดเวลา ตามความต้องการของตนเอง

บางคนเริ่มเล่นการพนันฟุตบอลตั้งแต่อายุเพียงแค่ว่า 13 ปี เพราะ ผู้ปกครองที่บ้าน ทำธุรกิจเกี่ยวกับโต๊ะบอลเป็นอาชีพหลัก จึงได้เข้าสู่วงการนี้ตั้งแต่ยังเด็ก บางคนถูกชักจูงโดยเพื่อน เมื่อเห็นเพื่อนเล่นการพนันแล้วได้เงิน มีความอยากรู้อยากลอง อยากเล่นบ้าง ได้ทำการปรึกษาเพื่อน เพื่อนจึงได้สอนวิธีการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ หลังจากนั้นมา จึงติดการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ และไม่สามารถหยุดได้

บางคนเริ่มเข้าสู่วงการการพนันฟุตบอล ไม่ใช่ผู้เล่นการพนันฟุตบอล แต่เริ่มจากการเป็นเดินโพยรับส่วนแบ่งจากรายได้ที่เกิดขึ้นอีกที หลังจากนั้นจึงเริ่มเป็นผู้รับเดิมพันการพนันฟุตบอล หรือเปิดเป็นโต๊ะบอล เพราะคิดว่าการที่เปิดรับเดิมพันเอง ได้กำไรดีกว่าการเล่นพนันฟุตบอล แต่มีข้อเสียคือต้องมีทุนจำนวนมาก ในกรณีที่ผู้มาเล่นการพนันฟุตบอลชนะเดิมพัน ต้องมีเงินทุนสำรองจ่าย เมื่อมีการพนันฟุตบอลออนไลน์ จึงเป็นตัวกลางรับการวางเดิมพันจากเพื่อน ๆ หรือบุคคลใกล้ชิดที่ต้องการเล่นการพนันฟุตบอล แต่ไม่อยากจะออกไปที่โต๊ะ เสียเวลา และไม่ได้เป็นสมาชิกที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอล

5.2.2 ช่องทางการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

ขั้นตอนการสมัครสมาชิกใหม่ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล มีดังนี้

1. กดเบอร์โทรศัพท์ที่เว็บไซต์แสดงไว้ เพื่อให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์สามารถติดต่อเพื่อสมัครผ่านพนักงานหรือติดต่อสอบถามข้อมูลต่างๆ
2. จะมีเจ้าหน้าที่หรือพนักงานอำนวยความสะดวกในการลงทะเบียนสมัครสมาชิกพร้อมกับแจ้งเลขที่บัญชีสำหรับโอนเงินเครดิตให้กับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ได้ทำการโอนเงินเพื่อเปิดบัญชี
3. เมื่อสมัครเสร็จ ต้องทำการโอนเงินเครดิต ตามจำนวนเงินที่จะใช้ในครั้งแรก หรือตามจำนวนเงินขั้นต่ำในการสมัคร
4. โทรแจ้งทางเว็บไซต์การพนันฟุตบอลหรือพนักงาน Call Center เพื่อยืนยันการโอนเงิน แล้วรอรับบัญชีสมาชิกและรหัสผ่าน ใช้เวลาไม่เกิน 10 นาที
5. เมื่อผู้เล่นการพนันได้รับบัญชีสมาชิกและรหัสผ่านเรียบร้อยแล้ว สามารถเข้าเติมพันในเว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้ทันที โดยสามารถเข้าเล่นได้ทั้งคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ

การเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สามารถเล่นได้หลายช่องทาง เล่นได้ทุกอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถรองรับระบบอินเทอร์เน็ตได้ หรือเรียกได้ว่า เช่น คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น โดยทั่วไปผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์นิยมใช้โทรศัพท์มือถือ หรือ

สมาร์ทโฟน เป็นเครื่องมือในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เพราะติดตัวอยู่ตลอดเวลา สะดวกสบาย มีความรวดเร็วในการเข้าถึงเว็บไซต์การพนันฟุตบอล อีกทั้งยังสามารถทำธุรกรรมทุกอย่างได้ในเครื่องเดียว

จากการศึกษา ยังพบผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บางราย มองว่าการเล่นการพนันบนเว็บไซต์ โดยการใช้คอมพิวเตอร์เป็นช่องทางที่ดีที่สุด เพราะขนาดภาพของหน้าจอ มีผลต่อการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ภาพที่เห็นในโทรศัพท์มือถือเล็กกว่าภาพที่เห็นในคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจึงเห็นได้ไม่ครบถ้วน เพราะฉะนั้นเลือกที่จะใช้คอมพิวเตอร์เป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

5.2.3 การสื่อสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

การสื่อสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ผู้วิจัยสรุปผลการศึกษาได้ 2 ส่วน ดังนี้

5.2.3.1 การสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีช่องทางการติดต่อให้กับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ได้แก่

5.2.3.1.1 ช่องสนทนาหน้าเว็บไซต์

เป็นช่องทางการสื่อสารขั้นแรก ที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์สามารถติดต่อกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล โดยส่วนใหญ่จะเป็นช่องทางการสื่อสารสำหรับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์รายใหม่ ที่ต้องการสมัครสมาชิก และต้องการคำแนะนำจากพนักงาน

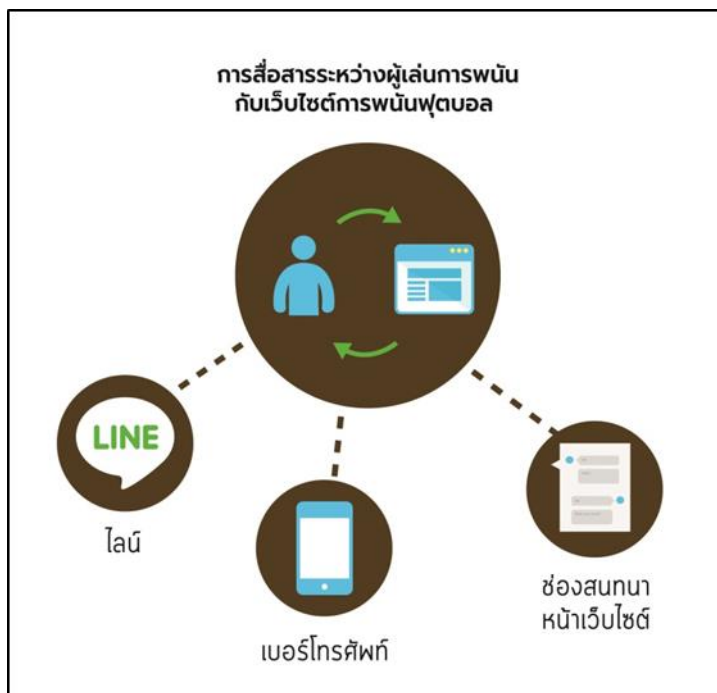
5.2.3.1.2 เบอร์โทรศัพท์

เป็นช่องทางการสื่อสารทางลัด สำหรับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่ต้องการติดต่อสื่อสารกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลอย่างรวดเร็ว มีปัญหาเร่งด่วน สามารถใช้ช่องทางนี้ในการติดต่อได้ และมีพนักงานคอยดูแล และช่วยเหลือตลอด 24 ชั่วโมง

5.2.3.1.3 ไลน์

เป็นช่องทางการสื่อสารขั้นต่อมาจากช่องสนทนาเว็บไซต์ โดยส่วนมากเมื่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์สมัครสมาชิกกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเรียบร้อยแล้ว เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะให้ช่องทาง “ไลน์” ในการติดต่อสื่อสารเป็นหลัก สำหรับฝาก ถอนเงินเข้าบัญชี การสอบถาม การแจ้งปัญหาระหว่างการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เป็นต้น

จากข้อมูลการสื่อสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล แสดงให้เห็นช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย สามารถสรุปเป็นแผนภาพดังนี้ (ภาพที่ 10)



ภาพที่ 10 การสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

5.2.3.2 การสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

การสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ผู้วิจัยสรุปผลการศึกษาเป็น 2 ประเภท ดังนี้

5.2.3.2.1 การสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ในกลุ่มสังคมที่ใกล้ชิด

ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ มักใช้เวลาร่วมกันในการสื่อสาร เรื่องการวิเคราะห์ฟุตบอล ใช้ความรู้และทักษะของแต่ละคน แบ่งปันประสบการณ์ในการจะตัดสินใจวางเดิมพันการพนันฟุตบอลออนไลน์ในแต่ละครั้ง โดยเฉพาะในกลุ่มเพื่อน ที่มีมักจะช่วยกันวิเคราะห์ฟุตบอล เมื่อผลการวิเคราะห์ตรงกัน หลังจากนั้นจะตัดสินใจวางเดิมพันการพนันฟุตบอลออนไลน์ และจะรวมตัวกันอีกครั้งเมื่อการแข่งขันฟุตบอลทีมที่ตนได้วางเดิมพันการพนันเอาไว้ จบกลุ่มสังสรรค์ เชียร์ฟุตบอล และสนทนาวิจารณ์การแข่งขันนั้น ๆ ร่วมกัน เป็นรูปแบบกิจกรรมการสื่อสารที่เกิดขึ้นเป็นประจำ

5.2.3.2.2 การสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลในสื่อสังคมออนไลน์

ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นหนึ่งช่องทางที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เข้าไปสืบค้นข้อมูล เพื่อประกอบการวิเคราะห์ผลฟุตบอลของตนเอง โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำคือ เฟซบุ๊ก เป็นแหล่งรวมผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เป็นจำนวนมาก ในกลุ่มใด กลุ่มหนึ่ง ส่วน

ใหญ่จะเป็นแฟนเพจที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล ผลวิเคราะห์ฟุตบอล หรือแฟนเพจที่เกี่ยวข้องกับกีฬาที่มีชื่อเสียง

แฟนเพจที่เกี่ยวข้องกับกีฬาที่มีชื่อเสียง จะได้รับความนิยม และมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก เมื่อมีการโพสต์ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ภายในช่องแสดงความคิดเห็นจะมีผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์จำนวนมาก เข้ามาแสดงความคิดเห็น ซึ่งบางคนนิยมอ่านความคิดเห็นของคนอื่น ประกอบกับความคิดเห็นของตนเอง เพื่อตัดสินใจวางเดิมการแข่งขันฟุตบอลในแต่ละครั้ง

5.2.4 แหล่งข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเพื่อใช้ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

จากการสัมภาษณ์ผู้เรียน ในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เกี่ยวกับประเด็นแหล่งข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเพื่อใช้ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สามารถสรุปได้ 3 ประเภท ดังนี้

5.2.4.1 มุมมองของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์กับสื่อต่าง ๆ

แม้ว่าสื่อสังคมออนไลน์จะมีผลต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ แต่จากการศึกษา พบว่ายังมีสื่ออื่น ๆ ที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ใช้ในการศึกษาข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอล โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ที่ยังเข้าถึงข่าวสารของทีมฟุตบอลที่ตนนั้นชื่นชอบ การรับชมรายการโทรทัศน์ที่ชื่นชอบเกี่ยวกับการวิเคราะห์ฟุตบอล มีรายการโทรทัศน์เฉพาะที่ต้องรับชมทางโทรทัศน์เท่านั้น หรือการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล โทรทัศน์ยังมีบทบาทต่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

แต่สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อวิทยุ เป็นสื่อที่เริ่มไม่มีผลต่อการเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เพราะทั้งสองสื่อนี้ สามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ได้จากสื่อออนไลน์ ยิ่งปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อวิทยุหลายแห่ง ได้เข้ามาทำกลยุทธ์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในสื่อออนไลน์เป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มองว่า เข้าสื่อออนไลน์เพียงพอแล้วที่จะเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์

5.2.4.2 หลักการเลือกใช้สื่อเพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

หลักการใช้สื่อของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์จะแตกต่างกันไปตามแต่ความถนัดและความเคยชินของแต่ละบุคคล บางคนใช้สื่อออนไลน์เพียงอย่างเดียวในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ บางคนใช้ทั้งสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์มีไว้สำหรับดูรายการโทรทัศน์ที่

ชื่นชอบ มีการวิเคราะห์ผลฟุตบอล ผู้สื่อข่าวกีฬาที่ชื่นชอบ หรือข่าวกีฬาในแต่ละสถานีโทรทัศน์ ส่วนสื่อสังคมออนไลน์ไว้ใช้ในการเข้าสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อดูข้อมูลประกอบกัน

5.2.4.3 วิธีการใช้สื่อในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

วิธีการใช้สื่อในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์สามารถสรุปเป็น 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 เลือกช่องทางของแหล่งข้อมูลที่ต้องการศึกษา

แหล่งข้อมูลข่าวสารมีหลายช่องทางให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เข้าถึง ทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และสื่ออื่น ๆ ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ จะเลือกช่องทางที่ตนเองมีความเคยชินและเข้าเป็นประจำ ที่สำคัญช่องทางนั้นจะต้องมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการประกอบการตัดสินใจในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาข้อมูลข่าวสารจากช่องทางที่เลือก

เมื่อได้ช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์จะใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลข่าวสารอย่างละเอียด ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บางคน ใช้เวลาทั้งวัน เพื่อศึกษาข้อมูลจากแหล่งนั้น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แม่นยำ และถูกต้อง

ขั้นตอนที่ 3 พิจารณาข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเพื่อวางเดิมพัน

ขั้นตอนสุดท้าย ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์จะนำข้อมูลที่ได้ มาวิเคราะห์กับประสบการณ์ของตนเองที่มีอยู่ อาจนำมาแบ่งปันกับคนใกล้ชิด เช่น เพื่อน เพื่อสอบถามความคิดเห็นว่าข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมา ถูกต้อง น่าเชื่อถือ เมื่อแน่ใจจึงพิจารณาวางเดิมพันการพนันฟุตบอลในครั้งนั้น ๆ

5.2.5 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอล

จากการสัมภาษณ์ผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในประเด็นเกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สามารถสรุปได้ดังนี้

5.2.5.1 รูปแบบการสื่อสารของผู้มีอิทธิพลทางความคิด

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ เป็นพื้นที่หลักสำหรับผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในการเข้าถึงผู้ติดตามทุกคน ที่ให้การสนับสนุน เพราะความเชี่ยวชาญ การมีชื่อเสียง และแม่นยำในการวิเคราะห์ผลฟุตบอล ทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ติดตามกลุ่มคนเหล่านี้

สื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก ที่ใช้แพนเพจเป็นที่รวมกลุ่มคนที่ชื่นชอบผู้มีอิทธิพลทางความคิดให้รวมตัวกัน เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทั้งข้อความการวิเคราะห์ผลฟุตบอล การถ่ายทอดสดวิดีโอจากผู้มีอิทธิพลทางความคิด เป็นวิธีที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สามารถพูดคุยสื่อสาร และแสดงความคิดเห็นกับผู้มีอิทธิพลทางความคิดได้ทันที

ช่องทางแอปพลิเคชันไลน์ เป็นช่องทางที่กลุ่มที่มีอิทธิพลทางความคิด ประชาสัมพันธ์ชักชวนกลุ่มผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์จากแพนเพจในเฟซบุ๊ก ถ้าผู้เล่นการพนันฟุตบอลต้องการได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลฟุตบอล หรือข้อมูลอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ผู้มีอิทธิพลทางความคิดแนะนำว่า “ไลน์” เป็นช่องทางที่จะได้ข้อมูลที่ดีมากและเป็นส่วนตัวกว่าช่องทางเฟซบุ๊ก

5.2.5.2 มุมมองของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิด

จากการสัมภาษณ์ผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ข้อมูลว่า ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สรุปเป็น 2 กลุ่ม มีทั้งกลุ่มที่เชื่อที่ผู้มีอิทธิพลทางความคิด และกลุ่มที่ไม่เชื่อผู้มีอิทธิพลทางความคิด เพราะบางกลุ่มจะรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดมาเพื่อประกอบการตัดสินใจ แต่จะเชื่อการตัดสินใจของตนเองเป็นหลักเท่านั้น

บางข้อมูลที่กลุ่มไม่เชื่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดได้รับมา ไม่น่าเชื่อถือ และเพียงพอที่จะทำให้กลุ่มคนเหล่านี้เชื่อในสิ่งที่ผู้มีอิทธิพลทางความคิดแนะนำ แต่กลุ่มที่เชื่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดมองว่า การแนะนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับจากผู้มีอิทธิพลทางความคิด เป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และมาจากบุคคลที่มีชื่อเสียงจริง ๆ ไม่มีเหตุผลที่จะไม่เชื่อ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อภิปรายผลการวิจัย CHULALONGKORN UNIVERSITY

5.3 กลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์

สำหรับการอภิปรายผลการศึกษาในปัญหานำวิจัยข้อที่ 1 จะครอบคลุมประเด็นดังต่อไปนี้

5.3.1 แนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

5.3.2 เทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

5.3.3 ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

5.3.1 แนวทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

แนวทางการสื่อสารเป็นแนวทางที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้ความสำคัญอย่างมาก ปัจจุบันเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเปิดให้บริการเป็นจำนวนมาก แต่ละเว็บไซต์การพนันฟุตบอลจึงต้อง

หากกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการดึงดูดลูกค้า หรือผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ให้เข้าเว็บไซต์ให้มากที่สุด โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารเข้ามาช่วยเพื่อให้เป้าหมายนี้สำเร็จ

จากผลการวิจัย การจัดการระบบของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล มีการบริหารจัดการที่มีระบบที่ครอบคลุมต่อความต้องการของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ การวางแผนระบบของเว็บไซต์ให้เสมือนเป็นธุรกิจที่ถูกต้อง สร้างภาพลักษณ์ให้การเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เป็นการพนันที่ถูกกฎหมาย 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) โครงสร้างเดิมของสื่อก็ยังคงสามารถที่จะส่งสารหรือยังคงสามารถที่จะสื่อสารตามที่ผู้ส่งต้องการได้ สื่อสามารถที่จะปรับเปลี่ยน และส่งต่อเนื้อหาที่ต้องการให้เกิดผลต่อจิตสำนึก (Conscious) อันสามารถส่งผลต่อการรับรู้ (Perception) ของมนุษย์ในแต่ละระดับของสังคมได้ในที่สุด ซึ่งเว็บไซต์การพนันฟุตบอลพยายามที่จะทำให้เว็บไซต์ของตน เป็นเว็บไซต์หนึ่งสร้างความบันเทิง และให้ผลตอบแทนแก่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เท่านั้น ไม่ได้สร้างความเข้าใจให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เข้าใจว่าเป็นการพนัน

ช่องทางการสื่อสาร เป็นหนึ่งแนวทางของการจัดการระบบของเว็บไซต์ ที่พยายามเข้าถึงผู้เล่นการพนันฟุตบอลให้ได้มากที่สุด จึงพยายามสร้างช่องทางให้หลากหลาย ตอบสนองต่อความต้องการ ใช้หลักความต้องการของลูกค้า คือความต้องการของตนเอง ดังนั้นเมื่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ต้องการอะไร เพียงแค่สอบถามในช่องสนทนา เว็บไซต์การพนันจะติดต่อกลับอย่างรวดเร็วที่สุด ซึ่งมีหลายช่องทาง ทั้งช่องสนทนาหน้าเว็บไซต์ เบอร์โทรศัพท์ แอปพลิเคชันไลน์ สอดคล้องกับแนวคิดของ McLuhan (McLuhan and Fiori, 1967) กล่าวว่า “ช่องทางในการสื่อสาร คือส่วนที่สำคัญที่สุดของการสื่อสาร เขามีความเชื่อว่า สื่อมีความสำคัญกว่าสาร สื่อที่เด่นในแต่ละยุคสมัย จะสามารถส่งผลและมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของผู้คนมากกว่าสิ่งที่สื่อนั้นส่งสาร หรือส่งเนื้อหาไป”

ในปัจจุบันจำนวนเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่เปิดให้บริการมีเป็นจำนวนมาก เว็บไซต์การพนันฟุตบอลแต่ละเว็บไซต์จึงพยายามจุดเด่นและจุดแข็งเพื่อที่จะได้รับความนิยมเหนือเว็บไซต์คู่แข่ง โดยใช้เครื่องมือต่าง ๆ เข้ามาช่วยเหลือ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากในหมู่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เพราะจะมีแฟนเพจที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลอย่างหลากหลาย ให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจึงพยายามใช้กลุ่มคนที่มีอิทธิพลทางความคิดที่มีตัวตนอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์นี้ ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล เพื่อให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลเป็นที่รู้จักแก่คนจำนวนมาก และสมัครสมาชิกเพื่อเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์กับเว็บไซต์ในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า ธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีหลายโฉมหน้า กล่าวคือ เป็นสื่อที่มีการผสมผสานระหว่างช่องทางการสื่อสารของบุคคล กับช่องทางการสื่อสารสื่อมวลชน (Hoffman, 1995: 5)

ความน่าเชื่อถือ คือสิ่งที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลต้องการจะสื่อสารไปยังผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ มีโอกาสที่จะตัดสินใจเลือกที่ต้องการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลใด ประวัติการก่อตั้ง รวมทั้งระยะเวลาการก่อตั้งของเว็บไซต์ มีผลอย่างมากต่อความน่าเชื่อถือ ส่วนใหญ่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลทุกเว็บไซต์จะมีลิงค์ข้อมูลบนเว็บไซต์ ให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สามารถรับรู้ได้ถึงประวัติความเป็นมาของเว็บไซต์

นอกจากประวัติความเป็นมา ธุรกิจทางการเงิน เป็นปัจจัยหลักในการสร้างความน่าเชื่อถือ เพราะผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ มองว่าการที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอล บริการธุรกรรมทางการเงินที่รวดเร็วให้กับสมาชิก ทั้งการฝาก ถอนเงินเข้าบัญชีสมาชิก และการโอนเงินอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์รู้สึกให้ความไว้วางใจกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเหล่านี้ที่จะไม่ปิดเว็บไซต์หนีและไม่จ่ายเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชชากร พุ่มพุง (2559) ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง การที่บุคคลตัดสินใจที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ตั้งแต่ 2 อย่างขึ้นไป โดยมีการพิจารณาเพื่อให้ได้รับสินค้าหรือการบริการที่ดีที่สุด โดยการศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ดังเช่นเมื่อมีเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่มีชื่อเสียง 2 เว็บไซต์ ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ จะมองความน่าเชื่อถือเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์กับเว็บไซต์ใด เว็บไซต์หนึ่ง

5.3.2 เทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

ผลการวิจัยพบว่า เทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ประกอบไปด้วย 1. รูปแบบการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่หลากหลาย 2. เพิ่มทางเลือกการพนันชนิดอื่น ๆ 3. การซื้อข้อมูลจากบริษัทโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4. การเลือกกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์จากความสนใจที่เหมือนกัน 5. การใช้ตัวตนของผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอล 6. ความ

ปลอดภัยของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ 7. เครดิตสำหรับลูกค้าที่น่าเชื่อถือ 8. การถ่ายทอดสด การแข่งขันฟุตบอลบนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล 9. สร้างเว็บไซต์ใหม่ ๆ เพื่อความบันเทิง

พิจารณาแล้วเทคนิคเฉพาะ 9 เทคนิค เป็นการเพิ่มความน่าสนใจและความแปลกใหม่ ในการดึงดูด และโน้มน้าวใจผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์กับ เว็บไซต์การพนันฟุตบอลนี้ โดยสิ่งที่จะดึงดูด ต้องสามารถตอบสนองผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ในหลาย ๆ ด้าน เช่น เงินที่ชนะการเดิมพันการพนัน ความผ่อนคลาย ความสนุกสนาน เป็นต้น ซึ่ง สอดคล้องกับข้อหนึ่งในแนวคิด ความคาดหวังต่อการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มผู้ใช้ (กาญจนา แก้วเทพ และสมคิด เลิศไพริยะประเสริฐ, 2547) คือ ผู้ใช้สื่อมีความคาดหวังที่จะได้ประสบการณ์แบบใหม่ที่ แตกต่างไปจากเดิม

โดยทั่วไปการเล่นการพนันฟุตบอลรูปแบบเดิม หรือ “โต๊ะบอล” สามารถวางเดิมพัน ได้รูปแบบเดียว คือการทายผลแพ้ ชนะ ของทีมฟุตบอลในแต่ละการแข่งขันนั้น ๆ และใช้ใบโพลบอล เป็นเครื่องมือในการวางเดิมพันการพนันฟุตบอล แต่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลเพิ่มรูปแบบการเล่นการ พนันฟุตบอล โดยเพิ่มทางเลือกในการวางเดิมพันการพนันฟุตบอล เช่น สามารถวางเดิมพันการพนัน ฟุตบอลได้ตลอดเวลาในขณะที่การแข่งขันกำลังดำเนินอยู่จนกว่าจะจบการแข่งขัน การทายผลประตู รวมทั้ง 2 ทีม การทายผลการแข่งขันจำนวนคู่ คี่ เป็นต้น

นอกจากรูปแบบการเล่นการพนันฟุตบอลที่หลากหลาย เว็บไซต์การพนันฟุตบอล เพิ่มทางเลือกการพนันชนิดอื่น ๆ นอกเหนือจากการพนันฟุตบอลออนไลน์ ทั้งการพนันเกี่ยวกับไฟ หลายรูปแบบ เช่น บาคาร่า ที่มีวิธีการเล่นคล้ายกับไพ่โป๊กเกอร์ เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีชนิดกีฬาอื่น ๆ อีกมากมายที่สามารถเล่นการพนันกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้ และไม่จำเป็นต้องวางเดิมพันทาย ผลฟุตบอลประเภทเดียว ในแต่ละครั้งยังสามารถวางเดิมพันการพนันศิลปะประเภทกีฬาได้ เช่น ถ้าวาง เดิมพันทายผลการแข่งขันกีฬา 3 ประเภท ถ้าวางผลถูกต้องครบทั้ง 3 ประเภท รับเงินตามจำนวนที่ วางเดิมพันได้ทันที

การเพิ่มทางเลือกในการวางเดิมพันการพนันฟุตบอลเหล่านี้ สอดคล้องกับแนวคิด ของ Harold Innis (Harold Innis, 1950) กล่าวว่า ไม่ว่าจะพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการ สื่อสารจะก้าวหน้าไปเพียงใด แต่อำนาจในการใช้และควบคุมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร นี้ ยังคงตกอยู่ในมือของคนกลุ่มน้อย หรือ กลุ่มชนชั้นนำ (Elite) เท่านั้น คนกลุ่มน้อย หรือ กลุ่มคนชั้น นำ ในงานวิจัยนี้ เปรียบเสมือนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล แม้ว่าการเพิ่มรูปแบบการเล่นการพนัน ฟุตบอลออนไลน์นี้ คล้ายกับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์จะได้ประโยชน์ฝ่ายเดียว สามารถวางเดิม พนันการพนันฟุตบอลได้หลากหลาย แต่ในทางกลับกันเป็นการเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้ให้กับ

เว็บไซต์การพนันฟุตบอลมากขึ้น ยิ่งผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์วางเดิมพันการพนันฟุตบอลมากเท่าใด เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะได้รายได้จากตรงนี้มากเท่านั้น

การลงทุนเพื่อซื้อข้อมูลจากบริษัทโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นการลงทุนเพื่อผลตอบแทนที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลมองว่าคุ้มค่าต่อการลงทุน ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึก ที่สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลอย่างแท้จริง เป็นการกระจายความน่าจะเป็น และแนวโน้มที่กลุ่มเป้าหมายจะตัดสินใจเข้าชม และสมัครสมาชิกเพื่อเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิด Tom Stonier (Tom Stonier, 1983) กล่าวว่า “ในยุคปัจจุบัน ข้อมูลถือว่าเป็นทรัพย์สินที่สำคัญที่เป็นแหล่งของความมั่งคั่งและอำนาจ เทคโนโลยีสารสนเทศกลายเป็นสิ่งที่กำหนดวิถีชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคลถึงระดับสังคมโดยรวม” เพราะการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการพัฒนาอย่างมาก การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ในสมาร์ตโฟน จึงเป็นข้อมูลสำคัญที่ทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอล เจาะไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

การเลือกกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล จะเลือกกลุ่มเป้าหมาย จากความสนใจที่เหมือนกัน โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ใช้ความเชื่อที่ว่า ความเป็นเพื่อน จะมีความต้องการบางสิ่ง บางอย่างคล้ายกัน เช่น มีความรู้สึกนึกคิด ความสนใจคล้ายๆกัน พูดคุยกันรู้เรื่อง ชอบนักร้องคนเดียวกัน ชอบทำกิจกรรมเหมือนกัน ชอบแต่งกายคล้ายกัน เป็นต้น เว็บไซต์การพนันจึงใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลไปยังเพื่อนของบุคคลที่มีความสนใจในเรื่องฟุตบอล เพื่อนของบุคคลที่สนใจแฟนเพจเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลฟุตบอล หรือเพื่อนของบุคคลที่ชอบเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เป็นประจำ

จากแนวคิด Brown & Hayes (2008) เกี่ยวกับการทำการตลาดแบบใช้ผู้มีอิทธิพล (Influencer) ที่มองว่าผู้บริโภคมักจะไม่ตัดสินใจด้วยตนเอง หากแต่ตัดสินใจจากการตรวจสอบข้อมูลหรือฟังความคิดเห็นจากแหล่งอื่น ๆ ก่อน สอดคล้องกับเทคนิคเฉพาะของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่ใช้ตัวตนของผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในการชักจูงผู้เล่นการพนันฟุตบอล ในช่องทางสื่อสารต่าง ๆ โดยเฉพาะในสื่อสังคมออนไลน์ และแอปพลิเคชันไลน์ ที่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลทำข้อตกลง กับผู้มีอิทธิพลทางความคิดให้ยินยอมที่เว็บไซต์การพนันจะเป็นผู้ดูแลการสนทนาทุกอย่าง ทำให้เว็บไซต์การพนันสามารถใช้สิทธิ์ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลได้อย่างเสรี

การเพิ่มมาตรการความปลอดภัยของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลให้กับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ คือ การลบประวัติการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ของผู้เล่นทุกครั้ง หลังจากการจัดการธุรกรรมทางการเงินเรียบร้อย เพื่อไม่ให้มีหลักฐานต่อการถูกจับกุมจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ เพิ่มความน่าเชื่อถือให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ รู้สึกว่าเว็บไซต์การพนันฟุตบอลปลอดภัย และ

ปัจจุบันกฎหมายเกี่ยวกับการพนันยังไม่รัดกุมพอ จึงเป็นแรงสนับสนุน และเป็นสาเหตุให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลบนเว็บไซต์ สอดคล้องกับหนึ่งในแนวคิดของกนกศักดิ์ แก้วเทพ (2543) เรื่องสาเหตุของคนไทยที่เล่นการพนัน คือ ความล้าหลังทางกฎหมาย ถึงแม้ว่าการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์จะเป็นการพนันอีกรูปแบบหนึ่งที่ผิดกฎหมาย แต่เว็บไซต์การพนันฟุตบอลมองว่าเจ้าหน้าที่ตำรวจยังไม่เข้มงวดต่อการจับกุม จึงเป็นช่องทางที่ทำให้เกิดการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์อย่างแพร่หลาย

การพนันฟุตบอลรูปแบบเดิม หรือ “โต๊ะบอล” การให้เครดิตแก่ผู้เล่นการพนันฟุตบอล โดยที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลสามารถนำเงินมาจ่ายภายหลัง ซึ่งเว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้นำรูปแบบนี้กลับมาใช้โดยเรียกว่า “ยี่ปี่ว” หรือที่เรียกกันว่า “เอเยนต์” สอดคล้องกับแนวคิด Shanahan & Morgan (1999) อธิบายว่า แม้ว่าเทคโนโลยีจะเปลี่ยนแปลง แต่ก็มีการพัฒนาให้รองรับเนื้อหาจากรูปแบบเดิมเสมอ เช่น ภาพยนตร์นำเนื้อหาจากสารคดี โทรทัศน์นำเนื้อหาที่รวบรวมมาจากรายการวิทยุ เป็นต้น เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะให้เครดิตแก่บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นบุคคลที่สามารถติดตามตัวได้ มีช่องทางการติดต่อที่ชัดเจน และเว็บไซต์การพนันฟุตบอลรู้จักเป็นอย่างดี โดยเว็บไซต์การพนันฟุตบอลจะให้เครดิตเป็นเงินจำนวนหนึ่ง ให้กับคนเหล่านี้เป็นผู้บริหารจัดการคล้ายกับนายหน้าของโต๊ะบอล เมื่อครบกำหนดเวลา คนเหล่านี้จะต้องนำเงินมาชำระกับเว็บไซต์ ตามจำนวนที่รับไป เรียกได้ว่า รับเครดิตจากเว็บไซต์การพนันฟุตบอลเป็นเงินเท่าใด ต้องชำระคืนเท่านั้น

การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลบนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล เป็นการสร้างความบันเทิงให้กับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ซึ่งสอดคล้องกับสองข้อในแนวคิด ความคาดหวังต่อการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มผู้ใช้ (กาญจนา แก้วเทพ และสมคิด เลิศพิริยะประเสริฐ, 2547) คือ ความคาดหวังในการใช้หาข้อมูลอย่างรวดเร็ว ปราศจากเรื่องระยะทาง สิ่งรบกวน และคาดหวังในความบันเทิง เพื่อการพักผ่อน ทั้งนี้จุดประสงค์ของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ที่ต้องการชมการแข่งขันฟุตบอลที่ไม่มีโฆษณาระหว่างการแข่งขัน และเว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้สร้างเว็บไซต์ใหม่ ๆ เพื่อความบันเทิงหลากหลายเว็บไซต์ เพื่อเป็นช่องทางในการโฆษณาแฝงของเว็บไซต์การพนันฟุตบอล เช่น เว็บไซต์ดาวนโหลดภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งแต่ละเว็บไซต์ต้องการสร้างความบันเทิงให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เข้าชมเว็บไซต์ และมีแนวโน้มที่กลุ่มคนเหล่านี้จะสนใจการพนันฟุตบอลออนไลน์ จากการโฆษณาแฝงอีกด้วย

5.3.3 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 (2003) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้มีอิทธิพลเหล่านี้ คือกุญแจสำคัญในการทำการตลาด ถึงขั้นที่ว่า “มันคงจะไร้ประโยชน์สิ้นดี ถ้าหากเราไม่ทำโฆษณาให้กับคนที่ผู้มีอิทธิพล” เพราะฉะนั้น การตลาดแบบใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด จึงมีเป้าหมายเพื่อนำเสนอแบรนด์หรือสินค้าผ่านผู้มีอิทธิพลเหล่านี้ โดยให้ผู้มีอิทธิพล มีหน้าที่ช่วยนำสารของบริษัท ไปส่งให้กับตลาด อันประกอบไปด้วยคนอื่น ๆ ในแวดวงสังคมของตัวผู้มีอิทธิพลนั้น ๆ ดังนั้นปัจจัยทั้งสามข้อ ได้แก่ ติดตามผลลัพธ์ได้ชัดเจน ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียง ความใกล้ชิดกับกลุ่มผู้ติดตาม เป็นสิ่งที่ทำให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอลไว้วางใจกลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิด

ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ มีหลากหลายประเภท ทั้งผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่ประกอบอาชีพในสื่อสารมวลชน ผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่เป็นบุคคลทั่วไปแต่สนใจในกีฬาฟุตบอล ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่ได้สนใจกีฬาฟุตบอล ปัจจุบันทุกคนสามารถเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ในเวลาเดียวกัน โดยใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นสถานที่แสดงความคิดเห็น แสดงออกถึงตัวตนเพื่อให้ผู้ติดตามยอมรับและเป็นยอดนิยมแก่ผู้คนในวงกว้าง ซึ่งสอดคล้องหนึ่งในแนวคิด ประเภทของ Influencer รติมา ศรีสมวงศ์, พิมพันธ์ลิน โกมลจรุจิ, ทิวาพร รุ่งนาวา, บัณฑิตา สุกุมิ และพัลลภา ปิติสันต์ (2555) กล่าวว่า Amateur Reviewer หมายถึงผู้มีอิทธิพลทางความคิด เป็นบุคคลใด บุคคลหนึ่ง ที่สนใจเรื่องหนึ่งมาก ๆ และเขียนเรื่องนั้น ๆ เพื่อที่จะรีวิวให้คนอื่นอ่าน อาจจะมีชื่อเสียงหรือไม่ก็ได้ ถ้าเขียนน่าสนใจก็มีอิทธิพลต่อผู้อื่นเช่นกัน ดังนั้นผู้มีอิทธิพลทางความคิดในการชักจูงให้ผู้คนเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ อาจเป็นกลุ่มคนทั่วไปที่สามารถดึงดูดผู้คนให้ติดตามได้ด้วยวิธีการต่าง ๆ และเป็นเป้าหมายของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลในการทำกลยุทธ์การสื่อสาร

จากแนวคิดในวารสาร Harvard business review (2013) ได้ให้ระบุถึงลักษณะของผู้มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ คือ บุคคลที่มีผู้ติดตามในสังคมออนไลน์ 2500 คนขึ้นไป บุคคลที่ถือว่าตนเองมีอิทธิพลต่อผู้ชมของเขา และบุคคลที่ได้รับ หรือปรารถนาที่จะได้รับเงินสนับสนุนจากแบรนด์ตรงกับผลการวิจัยในเรื่องผลประโยชน์ของผู้มีอิทธิพลทางความคิด จะได้รับจากเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ทั้งรายได้จากคำแนะนำผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ และการสนับสนุนผู้ที่มีอิทธิพลในด้านต่าง ๆ คือสิ่งที่ทำให้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดตัดสินใจทำงานให้เว็บไซต์การพนันฟุตบอล เพราะผู้มีอิทธิพลทางความคิดมองว่า ตนเองได้สามารถใช้ความรู้ ความสามารถ เช่น การวิเคราะห์ผลฟุตบอล เป็นต้น ไม่ใช่เรื่องเสียหายที่จะทำหน้าที่เหล่านี้ให้กับผู้ที่กำลังติดตาม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ หรือแม้แต่ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ที่ไม่ได้มีความรู้ ความสามารถในเรื่องฟุตบอล แต่มีชื่อเสียง จึงมองเห็นทางนี้ เป็นโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับตนเอง และมองว่าบุคคลอื่น ๆ สามารถทำได้ ตนเองจึงสามารถทำได้เช่นเดียวกัน

5.4 การสื่อสาร และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บนเว็บไซต์

สำหรับการอภิปรายผลการศึกษา การสื่อสาร และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ จะครอบคลุมประเด็นดังต่อไปนี้

- 5.4.1 ประสบการณ์ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์
- 5.4.2 ช่องทางในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์
- 5.4.3 การสื่อสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์
- 5.4.4 แหล่งข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเพื่อใช้ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์
- 5.4.5 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

5.4.1 ประสบการณ์ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

ส่วนใหญ่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เคยเล่นการพนันฟุตบอลรูปแบบเดิมมาก่อน และเปลี่ยนมาเล่นการพนันฟุตบอลในรูปแบบออนไลน์ เพราะมองว่ามีความเสี่ยงน้อยในเรื่องความปลอดภัยจากการถูกจับโดยเจ้าหน้าที่ตำรวจ สอดคล้องกับแนวคิดของ ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์โดยมาสโลว์ ขั้นที่สอง Safety เป็นขั้นความต้องการของมนุษย์ที่สูงขึ้นจากขั้นแรก ได้แก่ ความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยในด้านต่างๆ ความรู้สึกปลอดภัยทางร่างกาย หน้าที่การงานมั่นคง การเงิน มั่งคั่ง มีสุขภาพแข็งแรง ปลอดภัยจากโรคร้าย ซึ่งปัจจัยความปลอดภัย เป็นปัจจัยหลักสำหรับผู้เล่นการ

พนันฟุตบอลออนไลน์ทุกคน เพราะการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ไม่ต้องมีหลักฐานชัดเจน คือ “ใบโพยบอล” การกระทำทุกอย่างเกิดขึ้นในเว็บไซต์ ยกที่เจ้าหน้าที่ตำรวจ จะเข้าถึงหลักฐานใน เว็บไซต์การพนันฟุตบอล

โดยทั่วไปการเริ่มเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ส่วนใหญ่ถูกชักจูงโดยบุคคลใกล้ชิด โดยเฉพาะเพื่อนในกลุ่มเดียวกัน เพื่อนที่สถาบันการศึกษาเดียวกัน หรือเพื่อนต่างสถาบันการศึกษา เหตุเพราะว่าผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่ต่างจากผู้เรียนสายสามัญ ความเป็นกลุ่มเพื่อน โดยเฉพาะกลุ่มเพื่อนผู้ชาย ที่มักจะมีพฤติกรรมคล้าย ๆ กัน เพื่อนกระทำอย่างไร ตนเองจะกระทำเช่นนั้น ต้องการเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มเพื่อน เมื่อเพื่อนเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ รวมถึงความอยากรู้ อยากรอง จึงเป็นแรงกระตุ้นให้ตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์โดยมาสโลว์ ชั้นที่ 3 Love/Belonging และชั้นที่ 4 Esteem มนุษย์มีความต้องการทางสังคม ต้องการเพื่อนฝูง รวมถึงมนุษย์ต้องการเป็นที่ยอมรับจากทุกคน ต้องการเป็นที่ชื่นชอบ และถูกชมเชย เมื่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ตามเพื่อน จึงกลายเป็นพฤติกรรมที่พวกเขามองว่าการกระทำเช่นนี้เป็นการกระทำที่ปกติ เมื่อกระทำแล้วสามารถเข้ากับกลุ่มเพื่อนได้และยังได้รับคำชมเชย

แม้ว่าการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์จะเป็นกิจกรรมที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ใช้เป็นกิจกรรมระหว่างกลุ่มเพื่อน แต่มีผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์บางราย ใช้เป็นกิจกรรมบำบัดความทุกข์ของตนเอง โดยเฉพาะบุคคลที่เป็นโรคซึมเศร้า ต้องการหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายในสังคม จึงใช้การเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ที่เป็นกิจกรรมที่ไม่ต้องออกไปพบปะสังคมภายนอก อีกทั้งยังผ่อนคลาย และสร้างความบันเทิงได้ อธิบายได้จากแนวคิด McQuail, Blumler & Brown (1972) กล่าวว่า การใช้สื่อของบุคคล สามารถจัดกลุ่มพื้นฐานได้สี่กลุ่ม ได้แก่ เพื่อหลีกเลี่ยงจากโลกส่วนตัว (Diversion) เพื่อความสัมพันธ์ส่วนบุคคล (Personal relationship) เพื่อสร้างเอกลักษณ์ส่วนตัว (Personal identity) และเพื่อติดตามเฝ้าดูสังคม (Surveillance)

5.4.2 ช่องทางในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

ความสะดวกสบายในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เป็นปัจจัยหลักที่สนับสนุนให้ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มากขึ้น เนื่องด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย การพนันฟุตบอลออนไลน์สามารถเล่นได้ทุกอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ รวมถึงผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ทุกคนมีสมาร์ตโฟน ซึ่งเป็นอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่สามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ติดตัวผู้ใช้งานตลอดเวลา และยังเป็น

อุปกรณ์ที่ใช้งานได้ทุกอย่างในอุปกรณ์เดียว ทำให้การพนันฟุตบอลออนไลน์สามารถเล่นได้ตามที่ผู้เล่น การพนันฟุตบอลออนไลน์ต้องการตลอดเวลา สอดคล้องกับแนวคิด McQuail (1994) กล่าวว่า ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดสังคมหรือชี้นำสังคม โดยภาพรวมของทฤษฎีนี้ก็คือ ความพยายามในการเชื่อมโยงระหว่างศักยภาพของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่จะต้องเชื่อมโยงกับ โครงสร้างหลักของสังคมในยุคนั้น ๆ ด้วยแนวคิดนี้ จึงสอดคล้องกับงานวิจัย เพราะความเอื้ออำนวยต่อการใช้งานในเทคโนโลยีสารสนเทศ และเป็นตัวกำหนดที่จะทำให้ผู้คนหันมาเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มากยิ่งขึ้น

5.4.3 การสื่อสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

การสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ช่องทางการสื่อสารของเว็บไซต์การพนัน การติดต่อสอบถามปัญหาข้อสงสัย สามารถติดต่อได้หลากหลายช่องทางและ สะดวกรวดเร็ว เช่น เบอร์โทรศัพท์ที่เป็นทางการ เป็นต้น นอกจากนี้เว็บไซต์การพนันฟุตบอล พยายามเพิ่มช่องทางการสื่อสารที่สามารถสนทนากับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ได้ทันทีอย่างช่องทางสนทนาบนเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันไลน์ สอดคล้องกับแนวคิดของฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยพายัพ กล่าวถึงการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้หลายทาง เช่น การสนทนาผ่านเครือข่าย (Talk หรือ Chat) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง คือ สามารถสื่อสารโต้ตอบกันได้ทันทีเหมือนการใช้โทรศัพท์ สามารถทำได้ทั้งแบบ Text-based และ Voice-based โดยปัจจุบันได้รับความนิยมมาก เนื่องจากเหตุผลสำคัญที่ประหยัดค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับโทรศัพท์

ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย สะดวก รวดเร็ว เป็นช่องทางการสื่อสารที่รองรับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่มีต้องการคำแนะนำ ความช่วยเหลือ หรือมีปัญหาเกี่ยวกับการใช้งานเว็บไซต์การพนันฟุตบอล การมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายนี้ เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล และผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ยังมองว่า การสามารถติดต่อเว็บไซต์การพนันฟุตบอลได้สะดวกทุกช่องทาง เป็นสิ่งที่ทำให้พวกเขาเชื่อมั่น และไว้วางใจเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่ตนเองกำลังเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิด Katz, Blumler & Gurevitch (1974) ได้ตั้งข้อสันนิษฐานของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ดังนี้ ผู้ฟังหรือผู้ชมเป็นผู้เลือกเป้าหมายในการใช้สื่อตามที่พวกเขาต้องการ ผู้ฟังหรือผู้ชมเป็นผู้เชื่อมโยงการใช้สื่อกับความต้องการของตน สื่อมีคู่แข่ง ผู้ฟังและผู้ชมมีทางเลือก ขึ้นอยู่ว่าจะเลือกใช้อะไร เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตน บุคคลรู้วิธีการเข้าถึงสื่อ ความสนใจ และแรงจูงใจ สามารถอธิบายเรื่องใช้การสื่อของตนได้อย่างตรงประเด็นให้กับนักวิจัยได้ ผู้ฟังหรือผู้ชมเป็นผู้ตัดสินคุณค่าของเนื้อหาในสื่อเท่านั้น ปัจจุบันเว็บไซต์การพนันฟุตบอลมีจำนวนมาก ดังนั้นเว็บไซต์การพนันฟุตบอลจึงพยายาม

อำนวยความสะดวกให้กับผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เพราะผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เป็นผู้ตัดสินใจเลือกว่าจะเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เว็บไซต์ใด เว็บไซต์การพนันฟุตบอลจึงพยายามทำให้เว็บไซต์ของตนเองเป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมเหนือเว็บไซต์การพนันฟุตบอลคู่แข่งอื่น ๆ

ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ มีวิธีการสื่อสารกับผู้เล่นด้วยกันเองหลายรูปแบบ ทั้งการสื่อสารในกลุ่มสังคมที่ใกล้ชิด รู้จักกันเป็นอย่างดี หรือมีความสัมพันธ์กันทางสถานะ เช่น ครอบครัว เพื่อน บุคคลที่รู้จัก เป็นต้น ซึ่งการสื่อสารเกิดจากสาเหตุหลายประการ ทั้งการสื่อสารเพื่อประโยชน์ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ปรีกษา แบ่งปันข้อมูลของแต่ละบุคคล หรือการสื่อสารเพื่อชักจูง โน้มน้าวใจให้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

แนวคิดรูปแบบการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตของ Morris (1996) การสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคลแบบไม่พร้อมกัน (One-to-Many Asynchronous Communication) ผู้ส่งสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยที่สารนั้นสามารถรับรู้จากผู้รับสารได้หลายคน แบบไม่ทันทีทันใด ตัวอย่างที่พบ เว็บบอร์ด กระดานข่าวสนทนา เป็นต้น สอดคล้องกับการสื่อสารระหว่างผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ในสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีการสื่อสารรูปแบบนี้ เป็นลักษณะการแสดงความคิดเห็นให้ผู้อื่นเข้ามาโต้ตอบ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในกลุ่มผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ โดยเฉพาะในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการรวมกลุ่มผู้ที่สนใจหรือผู้ที่เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ร่วมกันแบ่งปันข้อมูล ความรู้ การวิเคราะห์ผลฟุตบอล โดยที่แต่ละบุคคลอาจจะไม่รู้จักกันบนโลกความจริง แต่เพราะบุคคลเหล่านี้ต้องการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับการตัดสินใจวางเดิมพันการพนันฟุตบอลในแต่ละทีมที่สนใจ และต้องการผู้ที่จะมายืนยันความคิดของตนเองว่าตรงกับที่ตนเองคิดหรือไม่ ถ้าไม่ตรงกับความคิดตนเอง จึงจะค้นหาข้อมูลที่น่าเชื่อถืออื่น ๆ ที่ได้รับความนิยมในสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มเติมต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดประเภท Influencer ของ รติมา ศรีสมวงศ์, พิมพ์นลิน โภมสรุจิ, ทิวาพร รุ่งนาวา, บัณฑิตา สดุมิ และพัลลภา ปิติสันต์ (2555) ประเภท User group คือ การรวมกลุ่มของผู้ใช้สินค้าประเภทเดียวกัน มักใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ลิงค์ หรือความคิดเห็นที่ได้รับความนิยมมาก ย่อมมีอิทธิพลต่อความคิดของผู้อื่นได้มาก

5.4.4 แหล่งข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเพื่อใช้ในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

เทคโนโลยีที่มีการพัฒนา ทำให้การเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ทุกสื่อมีการปรับตัวต่อความต้องการของผู้รับสาร สื่อสิ่งพิมพ์ในยุคก่อนได้รับความนิยมอย่างมาก โดยเฉพาะ

การพนันฟุตบอล ที่ต้องใช้หนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอล มาประกอบการวิเคราะห์ ปัจจุบันผู้ประกอบการสื่อสิ่งพิมพ์ได้เปลี่ยนรูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลโดยใช้สื่อออนไลน์ ผู้รับสารสามารถเข้าถึงข้อมูลในสื่อออนไลน์ ได้เสมือนในสื่อสิ่งพิมพ์ทุกอย่าง

สื่อโทรทัศน์ยังมีบทบาทในมุมมองของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ในแง่ของการรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลฟุตบอล หรือการถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอล รวมถึงเนื้อหาข่าวสารต่าง ๆ ที่ต้องรับชมทางโทรทัศน์เท่านั้น และสื่อโทรทัศน์จึงได้เพิ่มช่องทางการรับชมรายการต่างๆ ของทางสถานี ในช่องทางสื่อออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสให้กับผู้รับชมได้มีทางเลือกในเลือกชมรายการได้มากขึ้น

จากแนวคิด Schiller (Schiller,1998) กล่าวว่า "ข้อมูลข่าวสาร คือตัวการที่ทำให้เกิดความหมายขึ้นในระบบสังคมทุนนิยม" (Information is the making of meaning in capitalist society) เพราะการหลอมรวมของเทคโนโลยีต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารรุ่นเก่า หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารรุ่นใหม่ที่กำลังมีอยู่ในปัจจุบัน เช่น วิดีโอ เคเบิล ดาวเทียม คอมพิวเตอร์ ฯลฯ ซึ่งการหลอมรวมของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเหล่านี้ ต่างก่อให้เกิดการขยายตัวในเชิงอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ หรืออุตสาหกรรมเชิงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ข้อมูลกับงานวิจัยข้างต้น แม้ว่าเทคโนโลยีจะช่วยให้สื่อออนไลน์มีผลต่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มาก แต่สื่อหลักยังมีบทบาทในระดับหนึ่ง และช่องทางในการส่งสารต่าง ๆ อาจเปลี่ยนไปตามความนิยมของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์นั่นเอง

โดยผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เป็นผู้เลือกใช้สื่อด้วยตนเอง เพื่อตอบสนองความต้องการของข้อมูล ด้วยช่องทางต่าง ๆ สอดคล้องกับแนวคิดการตัดสินใจของ Simon ได้กล่าวไว้ว่าเป็นกระบวนการของการหาโอกาสที่จะตัดสินใจ การหาทางเลือกที่จะเป็นไปได้ และทางเลือกจากภารกิจหรืองานต่าง ๆ ที่มีอยู่ และยังคงสอดคล้องกับแนวคิด ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจ ของ Plunkett and Attner (1994) ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ได้พัฒนาทางเลือกใช้สื่อต่าง ๆ นำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละสื่อมาเปรียบเทียบกัน โดยใช้การวิเคราะห์ หรือกล่าวได้ว่า เมื่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ต้องการข้อมูลข่าวสารที่จะเป็นประโยชน์ต่อการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ จะต้องใช้การตัดสินใจจากตนเองเป็นหลัก ทั้งหมดอยู่บนพื้นฐานของการไม่รู้เท่าทันสื่อของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เพราะข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับมา ล้วนแต่เป็นข้อมูลข่าวสารที่เอื้อต่อแรงจูงใจให้มีแนวโน้มเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ สอดคล้องกับจากงานวิจัยของเอื้อจิตร วิโรจน์ไตรรัตน์ ศึกษาแบบแผนการเรียนรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย (2540) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้

สื่อเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเองในด้านความพึงพอใจจากอารมณ์มากกว่าการรับสื่อไปใช้ประโยชน์ แสดงให้เห็นว่าการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร ด้วยการเติบโตทางธุรกิจสื่อ การเผยแพร่ของเทคโนโลยีสูงขึ้น และสร้างอิทธิพลครอบงำผู้รับสื่อ ทำให้ผู้รับสื่อส่วนใหญ่มีแบบแผนการรับสื่อที่ตอบสนองและสอดคล้องกับธุรกิจสื่อเพื่อความบันเทิง มากกว่าการใช้ประโยชน์ที่แท้จริง จากแนวคิดนี้แสดงให้เห็นว่าผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์มีการเลือกใช้สื่อตามอารมณ์ที่ต้องการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ แต่ไม่ได้มองว่าการใช้สื่อเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์นี้ เป็นการใช้สื่อเพื่อกระทำการสิ่งที่ไม่ดีกฎหมาย

วิธีการใช้สื่อในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ยังสอดคล้องกับแนวคิดขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจ ของ Plunkett and Attner (1994) ขั้นที่ 5 การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternative) และขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกอีกครั้งหนึ่งเพื่อทบทวนทางเลือกนั้น เพื่อพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียว ทางเลือกที่ดีที่สุดควรสร้างผลเสียต่อเนื่องในระยะหลังน้อยที่สุด และให้ผลประโยชน์มากที่สุด และเมื่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว จึงนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ นั่นคือใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์นั่นเอง

5.4.5 ผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

ผู้มีอิทธิพลทางความคิดมีผลต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ หลายบุคคลทำงานในวงการสื่อสารมวลชน เป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถืออีกระดับหนึ่ง อีกทั้งยังมีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอล การวิเคราะห์ผลฟุตบอล หรือการให้ “ทีเด็ดบอล” ที่แม่นยำติดต่อกันหลายครั้ง ทำให้ได้รับความนิยม ซึ่งการที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ติดตามกลุ่มคนเหล่านี้ สอดคล้องกับแนวคิด Brown & Hayes (2008) ได้ให้นิยามคำว่า “อิทธิพล” หมายถึง พลังอำนาจบางอย่างที่สามารถส่งผลกับบุคคล สิ่งของ หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งได้ ส่วนในทางการตลาดอธิบายไว้ว่า “อิทธิพลสามารถเกิดขึ้นกับผู้บริโภค ผ่านหลากหลายวิธีด้วยกัน ตั้งแต่การแนะนำสินค้าปากต่อปาก ไปจนถึงการเปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อความน่าเชื่อถือของผู้ขายเพียงเล็กน้อย จากแนวคิดนี้ จึงสนับสนุนว่า ผู้ที่มีอิทธิพลความคิดยังมีผลต่อการตัดสินใจของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ในแง่ของคำพูดอย่างมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ Baran (2006) ได้กล่าวว่า หากต้องการเป็นผู้บริโภคที่รู้เท่าทันสื่อต้องมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อคือ รู้จักภาษาที่แฝงอยู่ในสื่อ ซึ่งในที่นี้คือการถ่ายทอดความคิดของผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่ส่งผ่านมายังผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ดังนั้นผู้เล่นการพนัน

ฟุตบอลออนไลน์ต้องแยกแยะ และรู้จักภาษา ทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง เพราะคำพูดของผู้มีอิทธิพลทางความคิดอาจมีภาษาเฉพาะ ที่แฝงไปด้วยคำชักชวนให้เชื่อและทำตาม

ในงานวิจัยผู้ที่อิทธิพลทางความคิดที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ติดตาม ไม่จำเป็นต้องเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง หรือทำงานในด้านสื่อสารมวลชน แต่เป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการวิเคราะห์ฟุตบอล การให้ผลทำนายการแข่งขันฟุตบอล หรือการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สามารถทำให้ผู้อื่นเชื่อถือได้ ด้วยเหตุผลข้างต้นสอดคล้องกับแนวคิดของนิติการุณย์ มิ่งรุจิราลัย (2561) ได้กล่าวถึง Online influencer ว่าเป็นกลุ่มคน Celeb, Blogger, Net Idol หรือคนธรรมดาที่มีคนชื่นชอบเป็นจำนวนมากในสื่อออนไลน์ ผู้ประกอบการที่ใช้กลุ่มคนเหล่านี้ สามารถที่จะเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าตนเองได้ และยังสอดคล้องกับแนวคิด Berry&Keller (2003) ได้อธิบายในหนังสือเรื่อง The Influential ถึงผู้มีอิทธิพล และบทบาทสำคัญที่พวกเขามีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในแง่ต่าง ๆ เน้นให้ความสำคัญกับวิธีการแบบปากต่อปาก ในทำนองที่ว่า “ถ้าชอบก็ต้องบอกต่อ” โดย Keller และ Berry ได้ชี้ว่า กลุ่มผู้มีอิทธิพลเหล่านี้ จะปรากฏให้เห็นในอัตรา 1 คน ใน 10 คน ซึ่งหนึ่งคนนั้นจะเป็นคนที่บอกเล่าให้คนอื่น ๆ ฟัง ว่าพวกเขาคิดหรือรู้สึกอย่างไรกับบางสิ่งบางอย่าง และคำบอกเล่าของคนคนนี้จะส่งผลต่อการตัดสินใจของ 9 คนที่เหลือ โดย Keller และ Berry ได้นิยามผู้มีอิทธิพลไว้ว่า จะต้องมีสามคุณลักษณะใหญ่ ๆ คือ พวกเขามีเส้นสาย หรือคอนเนคชัน ที่จะนำพาโอกาสใหม่ๆ และเครือข่ายที่ใหญ่กว่ามาให้เสมอ พวกเขาสามารถเข้าถึงข้อมูล หรือเข้าถึงบุคคลอื่น ๆ ที่มีข้อมูล อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจได้ ผู้คนมักจะเข้าหาพวกเขาเพื่อขอคำแนะนำ ซึ่งผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ส่วนใหญ่ใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ในการติดตามกลุ่มคนที่มีอิทธิพลทางความคิดที่ได้รับความนิยม และเชื่อในสิ่งที่กลุ่มคนที่มีอิทธิพลทางความคิดชักนำและโน้มน้าวใจ

ผลการวิจัยยังพบว่า เหตุผลที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เชื่อในสิ่งที่ผู้มีอิทธิพลทางความคิด เพราะไม่มั่นใจในความคิดของตนเอง ต้องการผู้ที่สามารถให้ข้อมูลที่แม่นยำได้มากกว่าความคิดของตนเอง หรือต้องการผู้มีอิทธิพลทางความคิดมายืนยันความคิดของตนเองว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้อง สอดคล้องกับแนวคิด Brown & Hayes (2008) อธิบายแนวคิดหลักของการทำงานการตลาดแบบใช้ผู้มีอิทธิพล (Influencer Marketing) มาจากแนวคิดที่ว่า ผู้บริโภคมักจะไม่ได้ตัดสินใจด้วยตนเอง หากแต่ตัดสินใจจากการตรวจสอบข้อมูลหรือฟังความคิดเห็นจากแหล่งอื่น ๆ ก่อน ได้กล่าวถึงแหล่งที่วานั้น หมายถึง “ผู้ทรงอิทธิพล” หรือ Influencer ของผู้บริโภคนั่นเอง รวมทั้งการรู้เท่าทันสื่อของผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ยังมองว่าสิ่งที่ผู้มีอิทธิพลทางความคิดแนะนำเป็นสิ่งที่ถูกต้อง โดยเฉพาะการโน้มน้าวใจให้เริ่มเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ด้วยคำเชิญชวนต่าง ๆ ทั้งที่ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ไม่ได้คิดให้รอบคอบว่าจะมีผลตามมาภายหลัง หรือจะเกิดอะไรขึ้น แต่ต้องการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์เพราะสิ่งที่มาปลุกเร้าจากผู้มีอิทธิพลทางความคิด สอดคล้องกับแนวคิด

Baran and Davis ได้ให้ความหมายการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และสื่อความสารที่ได้รับ ถ้าผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ยับยั้งความคิด พิจารณาอย่างรอบคอบ ไม่หลงเชื่อคำแนะนำต่าง ๆ จะไม่ทำให้เกิดโทษภายหลัง

อีกทั้งปัจจุบันการใช้สื่อออนไลน์เป็นไปอย่างไร้ขอบเขต ผู้ใช้สื่อออนไลน์สามารถใช้ประโยชน์จากสื่อนี้ได้ตามความต้องการ ข้อมูลข่าวสารในสื่อประเภทนี้มีเป็นจำนวนมาก รวมถึงมีการสร้างตัวตนของบุคคลทั่วไป เพื่อต้องการเป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิดต่อผู้อื่น อายกามีชื่อเสียงจากความสามารถของตนเอง โดยใช้สื่อออนไลน์เพื่อเป็นพื้นที่ในการสร้างชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป เพราะนอกจากจะได้ชื่อเสียงแล้ว เมื่อมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ มองว่ายังเป็นเป้าหมายของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลในการว่าจ้างให้ทำกลยุทธ์การสื่อสาร สอดคล้องกับแนวคิด วารสาร Harvard business review (2013) ได้ให้ระบุถึงลักษณะของผู้มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ คือ บุคคลที่ได้รับ หรือปรารถนาที่จะได้รับเงินสนับสนุนจากแบรนด์ ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์หลายคนจึงใฝ่ฝันที่จะเป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิด มากกว่าการร่ำรวยจากการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์

5.5 ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาให้เห็นถึงกลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลที่มีกลวิธีในการดึงดูดผู้เล่นหลากหลายรูปแบบ เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาของศูนย์ศึกษาปัญหาการพนันสื่อมวลชนหลายแขนง รวมถึงหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน เพื่อที่จะได้แนวทางในการหาวิธีจัดการกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล
2. สถานศึกษา ครูอาจารย์ รวมถึงผู้ประกอบการ ได้รับรู้ปัญหา เพื่อที่จะดูแลบุตรหลานให้ใกล้ชิดมากขึ้น และชี้ให้บุตรหลานตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์
3. ผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งอยู่ในสถาบันการศึกษาที่จัดเป็นกลุ่มเสี่ยงในเรื่องของพฤติกรรมไม่เหมาะสมทั้งการทะเลาะวิวาท ยาเสพติด และปัญหาการพนัน ทำให้ทราบข้อมูลเชิงลึกทราบถึงผลกระทบในมิติต่าง ๆ และทราบถึงวิธีการเปิดรับข้อมูลบนเว็บไซต์การพนันฟุตบอล ที่ทำให้กลุ่มผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ เป็นประโยชน์ต่อกรมอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ที่เป็นหน่วยงานต้นสังกัด เข้ามารับทราบถึงปัญหาเหล่านี้ เพื่อหาแนวทางแก้ไขต่อไป

5.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้มุ่งศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์การพนันฟุตบอลโดยภาพรวม แต่มีหนึ่งประเด็นที่น่าสนใจคือเรื่องของผู้มีอิทธิพลทางความคิดต่อผู้เล่นการพนันฟุตบอลออนไลน์ ควรศึกษาประเด็นนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกของกลยุทธ์การสื่อสารรูปแบบนี้

2. การเล่นเกมพนันฟุตบอลออนไลน์ กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยการวิจัยครั้งต่อไป สามารถศึกษากับกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นเยาวชนที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ เพราะปัจจุบันสมาร์ทโฟนเข้าถึงทุกคน โดยเฉพาะเยาวชนที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ เริ่มใช้สมาร์ทโฟนมากขึ้น จึงมีแนวโน้มที่จะรู้จักเว็บไซต์การพนันฟุตบอล



รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กนกศักดิ์ แก้วเทพ. “อุตสาหกรรมการพนันในสหรัฐอเมริกา”, ใน อุตสาหกรรมการพนัน: ไทย อังกฤษ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และมาเลเซีย. กรุงเทพฯ: ตรีสวี, 2543.

กมลรัฐ อินทรทัศน์. เอกสารประกอบการสอนระดับบัณฑิตศึกษาชุดวิชาปรัชญานิติศาสตร์ และ ทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2557.

กุลชลี ไชยน์ตา. กระบวนการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ประยูรวงศ์, 2539.

ชวณวล คณานุกูล. พฤติกรรมการเล่นและเครือข่ายการสื่อสารของผู้เล่นหวยใต้ดิน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ชูชัย สมितिไกร. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.

ปรัชญา มณฑาทอง. การเล่นพนันฟุตบอลของนักศึกษาระดับอาชีวศึกษาสังกัด สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2553.

ปัทมาภรณ์ สุขสมโส. การศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบการใช้สื่อออนไลน์ต่อการพนันของเยาวชนในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน, 2561.

ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์. ความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อกระบวนการยุติธรรม: การวิจัยสำรวจปัจจัยและผลกระทบระดับยูนิแวกซ์ และระดับมัลติแวกซ์, หน้า 70-92. วารสารวิธีวิทยาการวิจัย. (พ.ศ.-ส.ศ. 2532) คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

พงศกร สงวนศักดิ์, จุติพร ทรัพย์ปัญญา และวสันต์ ปัญญาแก้ว. ฟุตบอลไทย ประวัติศาสตร์ อำนาจ การเมือง และความเป็นชาย. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน, 2557.

พิชชากร พุ่มพวง. อิทธิพลของผู้นำความคิดในเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อการรับรู้ทัศนคติ และการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพจิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559.

พิมพ์นลิน โกมลรัฐจิ, ทิวพร รุ่งนาวา, บัณฑิตา สุทธิ และพัลลภา ปิติสันต์ รติมา ศรีสมวงศ์. The Power of Influencer. QM for quality management, 2555.

- ภัทรพร แจ่มใส. ปัจจัยคัดสรรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมติดการพนันของวัยรุ่นตอนปลาย ใน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- ภานุพงษ์ วงษ์รอด. การศึกษาเนื้อหาและการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร "อี-คอมเมิร์ซ" ของกลุ่มผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ "ปีทูซี". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- เมตตา วิวัฒน์านุกูล, ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ พชณี เขยจรรยา. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง, 2541.
- วรรณศักดิ์ จิตธรรม. การศึกษาพฤติกรรมของผู้เล่นการพนันฟุตบอลในเขตเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551.
- วริทธิ์ โอนพรัตน์วิบูล. กระบวนการตัดสินใจและอิทธิพลของสื่อบุคคลและสื่อมวลชนที่มีต่อการตัดสินใจเลิกเล่นการพนันฟุตบอลของกลุ่มผู้เล่นการพนันฟุตบอล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- วิษณุ วงศ์สินศิริกุล. การพนันทางอินเทอร์เน็ต : หายนะตัวใหม่ของสังคมไทย. ในสังคิต พิริยะรังสรรค์, เศรษฐกิจการพนันทางเลือกเชิงนโยบาย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงพระอาทิตย์, 2546.
- ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน. การพนันในยุคเปลี่ยนผ่าน รายงานประจำปี 2559. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เดือนตุลา, 2559.
- สมคิด เลิศพิริยะประเสริฐ. การศึกษาความคิดเห็นเรื่องปัจจัยด้านโครงสร้างสังคม และทัศนคติของคนไทยที่สัมพันธ์กับพัฒนาการของอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- สังคิต พิริยะรังสรรค์. เศรษฐกิจการพนันทางเลือกเชิงนโยบาย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงพระอาทิตย์, 2546.
- สังคิต พิริยะรังสรรค์, นवलน้อย ตริรัตน์, กนกศักดิ์ แก้วเทพ และผาสุก พงษ์ไพจิตร. อุตสาหกรรมการพนัน. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2543.
- สำนักงาน กสทช. การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (MIL) ในยุคดิจิทัล. การสัมมนาการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศในยุคดิจิทัล. กรุงเทพฯ: สำนักงานกสทช, 2558.

- สุขใจ ประเทืองสุขเลิศ. การรับรู้ของคนไทยเกี่ยวกับความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อในยุค
โลกาภิวัตน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- สุริยะ พ่วงสมบัติ. การพนันฟุตบอลของนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
สาขาวิชาสังคมวิทยาประยุกต์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550.
- เอื้อจิตร วิโรจน์ไตรรัตน์. การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิสต์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย
ไทย. วิทยานิพนธ์ดุขฎิบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กฤษฎา ศุภวรรธนะกุล. (2557). ซีปัดเทอมยาว-ดิงนศ.เล่น'พนันบอล'เพิ่ม เน้นแทงออนไลน์-คาดไม่
นานกาโผหาย. Retrieved from [https://www.tcijthai.com/news/2014/
30/scoop/4473](https://www.tcijthai.com/news/2014/30/scoop/4473).
- ชัยวัฒน์. รีวิวเว็บพนันที่เชื่อถือได้. เรียกใช้เมื่อ 22 พฤษภาคม 2561 จาก [https://
www.bettingtop10.com](https://www.bettingtop10.com), 2561.
- นิติการุณย์ มิ่งรุจิราลัย. Online influencer. เรียกใช้เมื่อ 3 พฤษภาคม 2561 จาก [https://www.
thairath.co.th/content/1207987](https://www.thairath.co.th/content/1207987)
- บ้านจอมยุทธ. สังคมศาสตร์ รัฐศาสตร์ การเมือง เศรษฐศาสตร์. เรียกใช้เมื่อ 22 เมษายน 2561 จาก
Baanjommyut: [https://www.baanjommyut.com/library_3/extension-
1/bet/index.html,2543](https://www.baanjommyut.com/library_3/extension-1/bet/index.html,2543).
- ไฟโรจน์ เต็มสินธุ์สุวรรณ. โครงข่ายโทรคมนาคมยุคหน้า. เรียกใช้เมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2561 จาก
สารานุกรมโทรคมนาคมไทย (Thai Telecommunications Encyclopedia):
http://www.thaitelcomkm.org/TTE/topic/attach/Next_Generation, ม.ป.ป..
- ภัทรารุณี ชาโครต. กระบวนการตัดสินใจ. เรียกใช้เมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2561 จาก gotoknow:
<https://www.gotoknow.org/posts/331478l>, 2553.
- ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์. เผยเด็ก 7 ขวบติดพนัน เล่นไฟ-น้ำเต้าปูปลา ทวยได้ดิงนอมแงม. เรียกใช้เมื่อ
22 เมษายน 2561 จาก ไทยรัฐ: <https://www.thairath.co.th/content/618513>, 2559.
- ศิริวรรณ อนันต์โท. This blog is for education, communication and recreation. เรียกใช้เมื่อ
22 กุมภาพันธ์ 2561 จาก Dr.Siriwan Anantho: [http://drsiriwan1.
blogspot.com/2010/03/u.html](http://drsiriwan1.blogspot.com/2010/03/u.html), 2553.

FIFAXX.COM. FIFAXX.COM คือเว็บแทงบอลออนไลน์. เรียกใช้เมื่อ 22 พฤษภาคม 2561 จาก <https://www.Fifaxx.com>, 2558.

MXX.COM.com. MXX.COM MANSION . เรียกใช้เมื่อ 22 พฤษภาคม 2561 จาก [https://www.Mxx.com123.com/ Main/Home.aspx](https://www.Mxx.com123.com/Main/Home.aspx), 2561.

Sboxxx.ca. Sboxxx.Ca เราคือตัวแทนโดยตรงจาก SBOXXX.COM. เรียกใช้เมื่อ 22 พฤษภาคม 2561 จาก <https://www.Sboxxx.ca>, 2556.

ผู้ให้สัมภาษณ์

คุณคราม (นามสมมติ). (2561). ผู้สื่อข่าว นักจัดรายการวิทยุคลื่นกีฬา ผู้ทำเนื้อหาโฆษณาให้กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล. สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561.

นายคิด (นามสมมติ). กำลังศึกษาแผนกช่างไฟฟ้ากำลัง ที่วิทยาลัยเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมการต่อเรือพระนครศรีอยุธยา. สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561.

นายแท้ค (นามสมมติ). กำลังศึกษาแผนกช่างกลโรงงาน ที่วิทยาลัยเทคโนโลยีอยุธยา. สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561.

นายธามไท (นามสมมติ). กำลังศึกษาแผนกช่างกลโรงงาน ที่วิทยาลัยเทคโนโลยีอยุธยา. สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2561.

นายป้อม (นามสมมติ). กำลังศึกษาแผนกช่างไฟฟ้ากำลัง ที่วิทยาลัยเทคนิคพระนครศรีอยุธยา. สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561.

นายปอนด์ (นามสมมติ). กำลังศึกษาแผนกช่างต่อเรือ ที่วิทยาลัยเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมการต่อเรือพระนครศรีอยุธยา. สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561.

นายโรม (นามสมมติ). กำลังศึกษาแผนกช่างซ่อมบำรุง ที่วิทยาลัยเทคโนโลยีพาณิชย์การอยุธยา. สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561.

นายออด้าซ (นามสมมติ). กำลังศึกษาแผนกช่างซ่อมบำรุง ที่วิทยาลัยเทคโนโลยีพาณิชย์การอยุธยา. สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2561.

นายอืด (นามสมมติ). กำลังศึกษาแผนกช่างไฟฟ้ากำลัง ที่วิทยาลัยเทคนิคพระนครศรีอยุธยา. สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2561.

บรรทัด (นามสมมติ). ผู้ประกาศข่าวกีฬา นักจัดรายการวิทยุ ผู้ทำเนื้อหาโฆษณาให้กับเว็บไซต์การพนันฟุตบอล. สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2561.

ปัทมาภรณ์ สุขสมโสด.อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2561.

พงศ์ธร จันทร์ศรี. ผู้จัดการศูนย์ข้อมูลนโยบายสาธารณะเพื่อลดปัญหาการพนัน. สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561.

สุระชัย ชูผลกา. อาจารย์ประจำคณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2561.

ภาษาอังกฤษ

Berry&Keller. The influentials. New York: The Free Press, 2003.

Brown, D., & Hayes, N. Influencer Marketing, Who really influences your customers. UK: Elsevier Ltd, 2008.

Hoffman, D. L., Novak, T. P., & Chatterjee, P. J. Commercial scenarios for the web: opportunities and challenges. Journal of Computer-Mediated Communication, 1(3), 1995.

Thoman, E. "Skill and strategies for media education". Education Leadership, 1999.

Innis, Harold, Empire and Communications. Oxford: Oxford University Press, 1950.

John F. Cragan, Donald C. Shields. Understanding Communication Theory: The Communication Forces for Human Action, www.abacon.com, 1998.

John V. Pavlik, New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives, www.abacon.com, 1998.

Leung, L., Wei, R., More than just talk on the move: Uses and gratifications of the cellular phone: 308-320, Journalism and Mass Communication Quarterly, 2000.

McQuail, Blumler & Brown, The television audience: a revised perspective. in D. McQuail (ed.): Sociology of MassCommunication. London: Longman, 1974.

- McLuhan, M. Understanding Media: The Extensions of Man. New York: McGraw-Hill, 1964.
- Moris,Evan. The book lover’s guide to the internet (1st ed.). New York: Fawcett Columbine, 1996.
- Niraj Dawar, When Marketing Is Strategy. Harvard business review, 2013.
- Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. Predictors of Internet Use. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 44, 175-196, 2000.
- Rochester, U. o.. Disaster capitalism. Retrieved May 26, 2018, from rochester.edu: <http://www.rochester.edu>, n.d..
- Seth Godin, Purple Cow. London, United Kingdom: Penguin Books Ltd, 2003.
- Shah, D., Cho, J., Eveland, W., & Kwak, N. Information and expression in a digital age: Modeling Internet effects on civic participation. Communication Research, 32: 531–565, 2005.
- Shanahan, J. & Morgan, M. Television and its viewers: Cultivation theory and research. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.
- Sherry, J., Lucas, K., Rechtsteiner, S., Brooks, C., & Wilson, B. Video game uses and gratifications as predictors of use and game preference. Paper presented at International Communication Association, 2001.
- Solomon, M. Consumer Behavior: Buying, having, and being.(8th ed.). Upper Saddle River, NJ:Pearson Education, 2009.
- Terasa Caro, Yes, Marketers, You Should Pay Your Influencers. Harvard business review, 2013.
- Tom Stonier, The Wealth Of Information: A Profile Of The Post-Industrial Economy, 1983.

Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem.

Cyberpsychology & Behavior, 9: 584–590, 2006.





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

วันและเวลาในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเว็บไซต์การพนันฟุตบอล	วันที่ 22-26 กุมภาพันธ์ 2561	เวลา 16.00 น.
	สถานที่ บ้านผู้วิจัย จังหวัดร้อยเอ็ด	
	วันที่ 1-11 เมษายน 2561	เวลา 02.00 น.
	สถานที่ คอนโดผู้วิจัย จังหวัดกรุงเทพมหานคร	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุระชัย ชูผกา	วันที่ 25 เมษายน 2561	เวลา 14.00 น.
	สถานที่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จังหวัดกรุงเทพมหานคร	
คุณพงษ์ธร จันทร์ศรีมี	วันที่ 25 เมษายน 2561	เวลา 10.00 น.
	สถานที่ มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ จังหวัดกรุงเทพมหานคร	
อาจารย์ปัทมาภรณ์ สุขสมโส	วันที่ 24 พฤษภาคม 2561	เวลา 14.00 น.
	สถานที่ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	
คุณคราม (นามสมมุติ)	วันที่ 30 เมษายน 2561	เวลา 17.00 น.
	สถานที่ ร้านกาแฟแห่งหนึ่ง บริเวณสะพานควาย จังหวัดกรุงเทพมหานคร	
คุณบรรทัด (นามสมมุติ)	วันที่ 5 พฤษภาคม 2561	เวลา 11.00 น.
	สถานที่ บริษัทแห่งหนึ่ง บริเวณถนนพระราม 6 จังหวัดกรุงเทพมหานคร	

นายป๋อง (นามสมมติ)	วันที่ 22 เมษายน 2561	เวลา 10.00 น.
	สถานที่ วิทยาลัยเทคนิคพระนครศรีอยุธยา	
	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	
นายไอ้ต (นามสมมติ)	วันที่ 22 เมษายน 2561	เวลา 11.30 น.
	สถานที่ วิทยาลัยเทคนิคพระนครศรีอยุธยา	
	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	
นายโรม (นามสมมติ)	วันที่ 22 เมษายน 2561	เวลา 13.30 น.
	สถานที่ ร้านค้าแห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	
	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	
นายปอนด์ (นามสมมติ)	วันที่ 22 เมษายน 2561	เวลา 15.30 น.
	สถานที่ วิทยาลัยเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมการต่อเรือ	
	พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	
นายคิด (นามสมมติ)	วันที่ 22 เมษายน 2561	เวลา 17.30 น.
	สถานที่ วิทยาลัยเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมการต่อเรือ	
	พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	
นายแท้ค (นามสมมติ)	วันที่ 24 เมษายน 2561	เวลา 11.00 น.
	สถานที่ วิทยาลัยเทคโนโลยีอยุธยา	
	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	
นายออด้าซ (นามสมมติ)	วันที่ 24 เมษายน 2561	เวลา 14.00 น.
	สถานที่ ร้านค้าแห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	
	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	

นายธามไท (นามสมมติ)

วันที่ 3 พฤษภาคม 2561 เวลา 10.00 น.

สถานที่ บ้านของนายธามไท (นามสมมติ)

อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายวิชชฎะ ศิลาน้อย เกิดเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2535 ณ จังหวัดร้อยเอ็ด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ภาควิชาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปีพ.ศ. 2558 และเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ กลุ่มวิชาสื่อมวลชนศึกษากับการสื่อสารเพื่อสังคมและวัฒนธรรม สาขาวิชานิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีพ.ศ. 2559 ปัจจุบันทำงานเป็นผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์ และนักจัดรายการวิทยุ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY