

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬา
หัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย



นางสาวนวลพรรณ เนติวีทรัพย์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2556

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

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.

THE RELATIONSHIP BETWEEN INFORMATION EXPOSURE AND THE ORGANIZATIONAL
SATISFACTION OF HUAMAK SPORTS COMPLEX'S USERS TOWARD SPORTS
AUTHORITY OF THAILAND

Miss Nuanphan Netitaweesub



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science Program in Sports Science

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2013

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

โดย

นางสาวนวลพรรณ เนติวิทย์

สาขาวิชา

วิทยาศาสตร์การกีฬา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

อาจารย์ ดร.จุฑา ดิงศภัทัย

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

.....คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทราภรณ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชชัย)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(อาจารย์ ดร.จุฑา ดิงศภัทัย)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ)

นวลพรรณ เนติวิทย์ทรัพย์ : ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย. (THE RELATIONSHIP BETWEEN INFORMATION EXPOSURE AND THE ORGANIZATIONAL SATISFACTION OF HUAMAK SPORTS COMPLEX'S USERS TOWARD SPORTS AUTHORITY OF THAILAND) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อ. ดร.จุฑา ดิงศภัทย์, 116 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ โดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง 208 คน และเป็นเพศชาย 192 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี มีสถานะไม่เป็นสมาชิก มีลักษณะไม่เสียค่าใช้บริการ ใช้เวลาในการเดินทางเข้ามาใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากน้อยกว่า 30 นาที มีความถี่หรือความบ่อยครั้งในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมาก 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ มีความสะดวกในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากอยู่ในระดับปานกลาง มีความสนใจและชอบกีฬาอยู่ในระดับมาก มีความเชื่อเกี่ยวกับ คุณประโยชน์ต่างๆของการออกกำลังกายและเล่นกีฬาอยู่ในระดับปานกลาง มีการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง มีความรักและศรัทธาต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง มีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

2. ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3. ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเมื่อจำแนกตามประเภทของสื่อต่างๆ แหล่งที่มาของสื่อมวลชน เนื้อหาของข่าวสาร รายละเอียดของข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆ และเนื้อหาของข่าวสาร โดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยพบว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยทุกข้ออย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4. เมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับกีฬาของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยพบว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากจากเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยมากกว่าข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับกีฬาอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา

ปีการศึกษา 2556

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

5578315539 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORDS: INFORMATION EXPOSURE / SATISFACTION / HUAMAK SPORTS COMPLEX / SPORTS AUTHORITY OF THAILAND

NUANPHAN NETITAWEE SUB: THE RELATIONSHIP BETWEEN INFORMATION EXPOSURE AND THE ORGANIZATIONAL SATISFACTION OF HUAMAK SPORTS COMPLEX'S USERS TOWARD SPORTS AUTHORITY OF THAILAND. ADVISOR: JUTA TINGSABHAT, P.E.D., 116 pp.

The purpose of this research was to study the relationship between the information exposure and the satisfaction of Hua Mak Sports Complex's users toward the Sports Authority of Thailand (SAT). Questionnaires were used in collecting data from 400 people. The outcomes were then statistically analyzed by finding mean, standard deviation, and Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

Results of the research revealed that:

1. There were 208 female and 192 male samples. Most of the samples were Female; between the age of 18 – 25 years old, were not subscribers, were not paying the service fee, were spending less than 30 minutes travelling to the Sports Complex, had been using the Sports Complex 1 – 2 times per week, were interested in sports at a high level, were believing in the benefits of exercising and playing sports at a medium level, were participating in activities of the SAT at a medium level, were loving and faithful to the SAT at a medium level, and were aiming to use the Sports Complex for recreation.

2. The quantity of information exposure of the samples was positively related to the satisfaction of the Sport Complex's users toward the SAT at a 0.05 level of statistical significance.

3. The quantity of information exposure of the samples when categorized by media type, source of mass media, content of information, details of information, events, and directed content of information from the SAT was found to be related to the satisfaction of the Sports Complex's users toward the SAT in every respect at a 0.05 level of statistical significance.

4. When comparing the relationship between exposure to general information about sports of the Sports Complex's users and exposure to information directly from the SAT, it was found that the quantity of information exposure of the Sports Complex's users to the content of information directly from the SAT was related to the satisfaction of the Sports Complex's users toward the SAT to a greater extent than was the case with general information about sports at a 0.05 level of statistical significance.

Field of Study: Sports Science

Student's Signature

Academic Year: 2013

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลงได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.จุฑา ติงศ
ภักดิ์ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชชัย(ประธานกรรมการ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย
บุญรอด(กรรมการ) รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ(กรรมการภายนอก) ขอกราบขอบพระคุณ
ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือ รองศาสตราจารย์ศุภฤกษ์ มั่นใจตน ดร.บรรพต สร้อยศรี ดร.อมรทัตต์
อัคคะพูน และขอกราบขอบพระคุณอาจารย์แขนงวิชาการจัดการการกีฬา รองศาสตราจารย์ ดร.
ประพัฒน์ ลักษณะพิสูทธิ์ อาจารย์ฉัตรชัย มะสุนสืบ

ขอขอบพระคุณชมรมยูโตโรงเรียนสตรีวัดระฆัง ที่ให้วิทยุโตนทำให้มีโอกาสดีๆเข้ามาใน
ชีวิตมากมาย ขอขอบพระคุณจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ขอขอบพระคุณอาจารย์ รุ่งพีและเพื่อนๆที่
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ขอกราบขอบพระคุณครอบครัว ประกอบไปด้วย นายสมพล เนติทวีทรัพย์(บิดา) นางวลัย
พร เนติทวีทรัพย์(มารดา) นายชัยวัฒน์ เนติทวีทรัพย์(พี่ชาย) นายธวัชชัย เนติทวีทรัพย์(พี่ชาย) นายยู
เจ็ง แซ่เตี้ย(ตา) นางคาอิม จิรัฐติกาลนนท์(ยาย) นางสาวเพ็ญพร จิรัฐติกาลนนท์(น้ำ) นางสาววรรณ
นิภา จิรัฐติกาลนนท์(น้ำ) นายวิชัย จิรัฐติกาลนนท์(น้ำ) และนางสาวกาญจนา จิรัฐติกาลนนท์(น้ำ) ที่
อบรมสั่งสอน เลี้ยงดูด้วยกำลังใจ กำลังกาย และกำลังทรัพย์ จนทำให้ผู้วิจัยสามารถเขียนวิทยานิพนธ์
เล่มนี้ขึ้นมาได้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณนางสาวอัญญารัตน์ อินทรประสิทธิ์ รวมถึงทุกท่านที่มีส่วนทำให้
วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	4
คำจำกัดความของคำที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	5
บทที่ 2 วรรณคดีและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและการเลือกรับสาร.....	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร.....	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	23
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการกีฬาแห่งประเทศไทยและสนามกีฬาหัวหมาก.....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	37
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	38
ประชากร.....	38
กลุ่มตัวอย่าง.....	38
ขั้นตอนการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	44

การวัดตัวแปรจากสมมติฐาน	45
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรและข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง.....	48
ส่วนที่ 2 ข้อมูลการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร.....	54
ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย	65
ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน	67
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	76
สรุปผลการวิจัย.....	76
อภิปรายผลการวิจัย	84
ข้อเสนอแนะ	91
รายการอ้างอิง	93
ภาคผนวก.....	95
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ.....	96
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์	98
ภาคผนวก ค เครื่องมือการวิจัย	106
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	116

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	48
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	48
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานะสมาชิก	49
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการเสียค่าใช้จ่าย.....	49
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเวลาในการเดินทางมาใช้บริการ..	50
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่หรือความบ่อยครั้งในการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์.....	51
ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของข้อมูลทั่วไป.....	52
ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการ.....	53
ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง	54
ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของสื่อต่างๆ	55
ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสื่อมวลชน.....	56
ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของฉบับหนังสือพิมพ์	57
ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสถานีโทรทัศน์	58
ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสถานีวิทยุ.....	59
ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเนื้อหาข่าวสาร.....	60
ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายละเอียดของข่าวสาร.....	61
ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุการณ์ต่างๆ	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย.....	63
ตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการ เปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามที่มาของเนื้อหาของ ข่าวสาร	64
ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของกลุ่ม ตัวอย่างที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย	65
ตารางที่ 21 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และระดับความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง.....	68
ตารางที่ 22 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และระดับความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามประเภทของสื่อกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง.....	69
ตารางที่ 23 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และระดับความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสื่อมวลชนกับความพึงพอใจของ กลุ่มตัวอย่าง.....	70
ตารางที่ 24 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และระดับความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารกับความพึงพอใจของกลุ่ม ตัวอย่าง.....	71
ตารางที่ 25 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และระดับความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามรายละเอียดของข่าวสารกับความพึงพอใจของกลุ่ม ตัวอย่าง.....	72
ตารางที่ 26 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และระดับความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเหตุการณ์ต่างๆกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง	73
ตารางที่ 27 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และระดับความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยกับ ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง	74
ตารางที่ 28 แสดงการเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และระดับความสัมพันธ์ ระหว่างปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามที่มา ของเนื้อหาของข่าวสาร.....	75

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย” 37



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันทั่วโลกต่างยอมรับว่าการกีฬามีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน จูซา ดิงศภักดิ์ (2555) (อ้างถึงใน เทพประสิทธิ์ กุศลวิชัย, 2556) ได้กล่าวถึง ประโยชน์ของกีฬา ประกอบไปด้วย 1.กีฬาเพื่อสุขภาพ(Health) 2.กีฬาเพื่อสังคม(Social) 3.กีฬาเพื่อการบันเทิง(Entertainment) 4.กีฬาเพื่อการอาชีพ(Professional)

เทคโนโลยีด้านการติดต่อสื่อสารในปัจจุบัน มีความก้าวหน้าเป็นอย่างมาก รวมถึงสื่อต่างๆ ก็เริ่มเข้ามามีอิทธิพลกับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ทั้งสื่อประเภทโทรทัศน์ สื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ รวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยจากการศึกษาของกรมการประชาสัมพันธ์ (2556 : ออนไลน์) พบว่า การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่ไม่เพียงแต่มุ่งเผยแพร่ข่าวสารจากกลุ่มสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่งแต่เพียงด้านเดียวเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมให้กลุ่มสังคมต่างๆ เข้ามาพิจารณาตัดสินใจคุณค่าของสังคม ช่วยให้เกิดความคิด เป้าหมายรวมทั้งความต้องการร่วมกัน บรรลุสู่ทิศทางเดียวกัน และมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ในยุคโลกาภิวัตน์ การประชาสัมพันธ์ทำให้สังคมกลายเป็นสังคมที่มีการรับรู้ข่าวสารเหมือนกัน มีความเข้าใจร่วมกันเกิดความรู้สึกเข้าใจ และเห็นใจระหว่างกลุ่มสังคมทำให้เกิดความรู้สึกเสียสละ อดทนและเกิดความมั่นคงขึ้นในสังคม ผลที่เกิดขึ้นคือทำให้ประชาชนในสังคม สามารถช่วยกันพัฒนาบ้านเมืองและสังคมอย่างก้าวหน้าด้วยความร่วมมือของประชาชนทุกกลุ่มในสังคม ส่วนสำหรับภาคธุรกิจนั้น การประกอบธุรกิจ และอุตสาหกรรมถือว่าการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการจัดการหรือการบริหารการทำธุรกิจ และความมั่นคงทางอุตสาหกรรม อีกทั้งการได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชนต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องและเหมาะสมเพื่อชี้แจง แลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงให้บุคคลที่เกี่ยวข้องทราบถึงวัตถุประสงค์และนโยบายของหน่วยงาน หรือเพื่อติดต่อหาข้อมูลจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ให้เข้ามามีส่วนช่วยในการตัดสินใจดำเนินการของธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนที่เกี่ยวข้อง และสำหรับภาครัฐบาล การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้เกิดขึ้นแก่หน่วยงานสินค้า และบริการ ทำให้ประชาชนเกิดความนิยมและความไว้วางใจในระดับหน่วยงาน และเกิดความนิยมต่อตัวสินค้าและภาคการบริการ รวมทั้งได้รับการสนับสนุนในการดำเนินงานจากกลุ่มต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ที่ดีทำให้ความสัมพันธ์ภายในหน่วยงานเป็นไปด้วยความราบรื่น และเกิดการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจเสรีเป็นประโยชน์แก่ประชาชนในฐานะผู้บริโภคด้านการที่จะพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยทราบว่า การประชาสัมพันธ์มีคุณประโยชน์ทั้งทางภาครัฐบาล ภาคธุรกิจ รวมถึงภาคเอกชนต่างๆ โดยแต่ละองค์กรจำเป็นต้องมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์องค์การมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่รัฐบาลจะต้องนำเสนอและแสดงให้ประชาชนได้ทราบถึงข้อมูลที่รัฐบาลปฏิบัติงาน หรือสื่อในรูปแบบการส่งเสริมการลงทุนในรูปแบบต่างๆ

ส่วนในภาคเอกชนนั้น สื่อประชาสัมพันธ์ถือได้ว่าเป็นหัวใจที่สำคัญต่อการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันขององค์กร เช่น สื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอด้านสินค้าและบริการ เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของประไพพรรณ เวชรักษ์ (2556) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ในองค์กรทุกแห่งถือได้ว่าเป็นกลไกสำคัญยิ่งอย่างหนึ่งของการบริหาร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ความนิยม ความเข้าใจที่ดีของหน่วยงานและการสนับสนุนจากประชาชนต่อหน่วยงาน การที่ประชาชนไม่เข้าใจนโยบาย วัตถุประสงค์ และการดำเนินงานของหน่วยงานอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้ง่าย ทำให้เกิดช่องว่างและความหมางเมินระหว่างประชาชนกับหน่วยงาน ซึ่งต้องพึงพาอาศัยซึ่งกันและกัน ดังนั้น ผู้บริหารควรแบ่งเวลาและให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน ควบคู่ไปกับการดำเนินงานภารกิจ การบริหาร อาจสามารถลดปัญหาหลายๆ ปัญหาลง ทำให้ผู้บริหารมีเวลาคิดสร้างงานใหม่และมีเวลาพักผ่อนมากขึ้น และการประชาสัมพันธ์ยังมีรูปแบบที่สำคัญ 2 รูปแบบ คือ (1) การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ที่อยู่ในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและข้อมูลในการปฏิบัติงานเพื่อให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานในองค์กรได้ทราบ (2) การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร จะเป็นในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มผู้ใช้บริการทราบถึงข่าวสาร รายละเอียดการให้บริการในด้านต่างๆ ของหน่วยงาน เป็นต้น

การกีฬาแห่งประเทศไทย เป็นองค์กรหลักของประเทศที่ทำหน้าที่พัฒนาการกีฬาให้ก้าวไปข้างหน้า ดังวิสัยทัศน์ “การกีฬาแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรหลักในการพัฒนากีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพให้ประเทศเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้นำทางการกีฬาของเอเชีย” ที่มีบทบาทหลัก คือ การเป็นผู้ประสาน สนับสนุน ส่งเสริม และผลักดัน รวมทั้งควบคุม กำกับ ดูแล ให้การกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพของประเทศไทยประสบความสำเร็จและโดดเด่นทั้งในระดับชาติและนานาชาติ (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2555)

สนามกีฬาหัวหมาก เป็นศูนย์กีฬาหลักของการกีฬาแห่งประเทศไทย ประกอบด้วยพื้นที่ 265 ไร่ 1 งาน 80.8 ตารางวา ภายในประกอบด้วยอาคารต่างๆ เช่น ราชมังคลากีฬาสถาน, อินดอร์สเตเดียม ฯลฯ ตั้งอยู่เลขที่ 286 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิกรุงเทพฯ 10240 การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้ดำเนินการพัฒนาสนามกีฬาหัวหมาก เพื่อให้เป็นสถานกีฬาที่เอื้อประโยชน์ต่อการออกกำลังกาย ฝึกซ้อมกีฬา แข่งขันกีฬา และเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชน

การกีฬาแห่งประเทศไทย ถือได้ว่าเป็นองค์กรหนึ่งที่ทำให้บริการประชาชนทั่วไป ใช้บริการสนามกีฬาประเภทต่างๆ ที่มีอยู่ในการกีฬาแห่งประเทศไทย และมีพันธกิจ คือ กำหนดนโยบาย ทิศทางกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา ส่งเสริม สนับสนุน ประสานงานเพื่อพัฒนากีฬาสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืน ส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบด้านกีฬาที่มีความเหมาะสมและอำนวยความสะดวก บริหารจัดการ สถานที่กีฬา อุปกรณ์กีฬาและบริการทางการกีฬา (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2545)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสำรวจปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากและเจ้าหน้าที่กองประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย (กองประชาสัมพันธ์ การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2556) พบว่า

1. ปัญหาจากการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไม่เพียงพอที่จะให้ข้อมูลกับประชาชนผู้มาใช้บริการได้รับทราบ เช่น การประชาสัมพันธ์ข่าวสารการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ ภายในการกีฬาแห่งประเทศไทยนั้น การกีฬาแห่งประเทศไทยจะมีการจัดทำเพียงป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ในบริเวณสถานที่ตั้งของการกีฬาแห่งประเทศไทย เช่น การจัดทำป้ายบริเวณถนนรามคำแหงเท่านั้น ซึ่งสามารถทำให้ผู้สนใจข่าวสารบริเวณนั้นได้รับทราบข่าวสารที่การกีฬาแห่งประเทศไทยประกาศ แต่ประชาชนที่อยู่บริเวณอื่นนอกเขตบริเวณถนนรามคำแหงนั้น จะไม่ได้รับทราบข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ที่มาจากกีฬาแห่งประเทศไทย
2. ปัญหาข่าวสารที่มีอยู่หน้าเว็บไซต์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย ยังมีการจัดทำระบบการบริหารจัดการทางด้านการประชาสัมพันธ์อย่างล่าช้า และในบางครั้ง การประชาสัมพันธ์บนหน้าเว็บไซต์ดังกล่าวนั้น ขาดการปรับปรุงแก้ไขข้อมูลให้ตรงกันและเป็นข้อมูล ณ ปัจจุบัน
3. ปัญหาจากการขาดการทำวิจัยเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยของกลุ่มประชาชนหรือผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมาก

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ จะสามารถช่วยให้ผู้ศึกษาได้เข้าใจถึงการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยไม่เพียงมีผลเฉพาะกลุ่มเป้าหมายในมุมมองของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการเท่านั้น หากแต่ผลการวิจัยยังสามารถนำไปเป็นข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์นำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนจัดสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลต่อกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปในด้านการรับรู้ข้อมูล และการกีฬาแห่งประเทศไทย สามารถนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้ ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

สมมติฐานของการวิจัย

ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก

ระยะเวลาที่ศึกษา ระหว่างวันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ.2556 ถึงวันที่ 21 มกราคม พ.ศ.2557 ยกเว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์

คำจำกัดความของคำที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง เหตุการณ์ ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น ที่ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากให้ความสนใจ ผ่านสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากตามทฤษฎีกระบวนการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ ประกอบไปด้วย สื่อบุคคล หนังสือพิมพ์, วารสารหรือนิตยสาร, โทรทัศน์, วิทยุ, อินเทอร์เน็ต การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) จากแหล่งที่มาของสื่อมวลชน ประกอบไปด้วย ฉบับหนังสือพิมพ์, สถานีโทรทัศน์, สถานีวิทยุ การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากเนื้อหาของข่าวสาร การเลือกจดจำ (Selective Retention) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากรายละเอียดของข่าวสาร การเลือกระลึก (Selective Recall) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาที่เคยรับรู้มาแล้วจากเหตุการณ์ต่างๆ

สื่อ หมายถึง ตัวกลางที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากได้รับทราบ ประกอบไปด้วย สื่อบุคคล หมายถึง สื่อคน เช่น เพื่อนบ้าน คนรู้จัก เจ้าหน้าที่การกีฬาแห่งประเทศไทย ฯลฯ สื่อมวลชน หมายถึง หนังสือพิมพ์, วารสารหรือนิตยสาร, โทรทัศน์, วิทยุ, อินเทอร์เน็ต สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่มาจากกีฬาแห่งประเทศไทย ประกอบไปด้วย เว็บไซต์, วารสารรายเดือน, ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ ใบปลิว แผ่นพับ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความคิดเห็นหรือทัศนคติในเชิงบวกของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ประกอบไปด้วย ด้านการประชาสัมพันธ์ของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแข่งขันกีฬาต่างๆ สาระ องค์ความรู้ด้านกีฬา ด้านสื่อเฉพาะกิจ ประกอบไปด้วย เว็บไซต์ วารสาร ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ ใบปลิว แผ่นพับของการกีฬาแห่งประเทศไทย ด้านการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์

ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ระดับความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

สนามกีฬาหัวหมาก หมายถึง สถานกีฬาการกีฬาแห่งประเทศไทย ศูนย์หัวหมาก ตั้งอยู่เลขที่ 286 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240 ประกอบด้วยพื้นที่ 265 ไร่ 1 งาน 80.8 ตารางวา

ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก หมายถึง ประชาชนทั่วไปที่เข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก ตามวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น เพื่อการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา เพื่อการแข่งขันกีฬา เพื่อการเข้าชมกีฬา เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่ออำนวยความสะดวก ฯลฯ ภายในบริเวณสนามกีฬาหัวหมากบนพื้นที่ 265 ไร่ 1 งาน 80.8 ตารางวา

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. งานวิจัยฉบับนี้ จะเป็นข้อมูลที่ทำให้ผู้วิจัย และผู้สนใจได้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย
2. งานวิจัยฉบับนี้ จะเป็นข้อมูลที่ทำให้การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยเพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาปรับปรุงและพัฒนาาระบบการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย ให้มีประสิทธิภาพต่อไป

บทที่ 2

วรรณคดีและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า และนำเสนอแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและการเลือกรับสาร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการกีฬาแห่งประเทศไทยและสนามกีฬาหัวหมาก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2546) ได้ให้ความหมาย การประชาสัมพันธ์ หมายถึง “การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน”

Bernays (1955) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารสองทางเพื่อส่งเสริมความเข้าใจ การยอมรับและร่วมมือกันระหว่างหน่วยงาน สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง และการประชาสัมพันธ์นั้น ยังเป็นการเผยแพร่ ชี้แจงให้ประชาชนทราบ รวมถึงการชักจูงใจให้ประชาชนมีส่วนร่วม และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ ตลอดจนวิธีการดำเนินงานของสถาบันหน่วยงาน และการผสมผสานความคิดเห็นของประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

Cutlip, Center, and Broom (1994) ได้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบายของหน่วยงานไปยังประชาชนทั้งหลายที่มีส่วนสัมพันธ์ ขณะเดียวกันก็เป็นแนวทางตรวจสอบความคิดเห็น ความรู้ และความต้องการของประชาชนให้หน่วยงานหรือองค์การทราบ เพื่อสร้างความสนับสนุนอย่างแท้จริงให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย

สะอาด ตัณศุภผล (2527) ได้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องกันในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจ และให้การสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นๆดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานสำคัญด้วย

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (Public Relations Society of America : PRSA 1970) (อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล, 2553) ได้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง เป็นอาชีพที่ให้บริการผลประโยชน์อย่างถูกต้องตามกฎหมายแก่บรรดาลูกค้าและผู้ว่าจ้าง อาชีพการประชาสัมพันธ์จึงมีวัตถุประสงค์พื้นฐานอยู่ที่ความเข้าใจร่วมกัน และความร่วมมือกัน และความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มต่างๆ และสถาบันสังคม

สถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งสหพันธ์แห่งสหราชอาณาจักร (The British Institute of Public Relations 1975) (อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล, 2553) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การกระทำที่มีการวางแผนอย่างสุ่มรอบคอบ และมีความพยายามเพื่อสร้างสรรค์และธำรงไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีร่วมกันระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

ศูนย์การเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2555) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารจากองค์กรไปสู่สาธารณชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรับฟังความคิดเห็นและประชาคมติจากสาธารณชนที่มีต่อองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือด้านภาพลักษณ์ ความรู้ และแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะถูกใช้เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ บุคลากร สถานที่ แนวคิดและกิจกรรมการดำเนินงานต่างๆ ขององค์กร เช่น ธุรกิจการค้าใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการฟื้นความสนใจของลูกค้าต่อสินค้าที่ตกต่ำลง การใช้การประชาสัมพันธ์ของประเทศในการดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจทั่วไปเพื่อให้เข้ามาท่องเที่ยวหรือลงทุนในประเทศ หรือการที่บริษัทใช้การประชาสัมพันธ์ เพื่อจัดการกับวิกฤติที่เกิดขึ้นจากความเข้าใจผิดในตัวสินค้าของผู้ใช้สินค้า เป็นต้น

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่ในการบริหารที่ช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร กำหนดปรัชญา และทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร เนื่องจากนักประชาสัมพันธ์จะต้องสื่อสารกันทั้งในกลุ่มภายในองค์กรและภายนอกองค์กรเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งจะก่อให้เกิดความสอดคล้องกันระหว่างเป้าหมายขององค์กร และความคาดหวังของสังคม นอกจากนั้น การประชาสัมพันธ์เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ จากหน่วยงาน หรือจากผู้บริหารไปยังกลุ่มชนที่เกี่ยวข้องโดยการใช้สื่อต่างๆ ทั้งนี้เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีของหน่วยงานให้กลุ่มชนเป้าหมายยอมรับต่อไป

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีหลายกลุ่มด้วยกัน การที่จะทำความเข้าใจกับกลุ่มคนกลุ่มนี้ องค์กรต้องมีจุดมุ่งหมายที่แน่ชัด เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มประชาชนและสถานการณ์ปัจจุบัน ดังนั้น เราสามารถแบ่งวัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์เป็น 4 ประเภท คือ

1. เพื่อสร้างความนิยมนิยมนิยามศรัทธาองค์การใดก็ตามถ้าต้องการเป็นที่นิยมชมชอบในกลุ่มประชาชน จะต้องเป็นองค์การที่มีความรับผิดชอบและทำประโยชน์ต่อสังคมและแน่นอนที่สุด องค์กรจะต้องให้ความรู้ ความเข้าใจที่ดีเกิดขึ้นกับกลุ่มประชาชนด้วย เพราะมีฉะนั้นสังคมก็จะไม่ทราบ ว่า องค์กรได้ทำอะไรไปบ้าง มีการดำเนินงานอย่างไร ถ้าองค์กรทำให้กลุ่มประชาชนมีความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ผลที่ตามมาก็คือ จะได้รับความนิยมนิยมนิยามศรัทธาจากกลุ่มประชาชนนั่นเอง
2. เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียง ชื่อเสียงขององค์การเป็นสิ่งสำคัญมากเพราะหากเกิดความเสื่อมเสียแล้ว ประชาชนก็จะขาดความนิยมนิยามศรัทธา องค์กรก็จะดำเนินงานเป็นไปด้วยความยากลำบากและไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ ดังนั้น องค์กรจะต้องมีคุณงามความดี มีความซื่อตรง ทำประโยชน์ให้แก่สังคม เพื่อจะได้สร้างความนิยมนิยามศรัทธา อันจะทำให้ได้รับความไว้วางใจจากประชาชนเป็นการรักษาชื่อเสียงขององค์การอีกด้วย
3. เพื่อสร้างความเข้าใจอันดี การดำเนินงานขององค์การจะประสบความสำเร็จได้ต้องมาจากพนักงานในองค์การให้ความร่วมมือสนับสนุน และประชาชนให้การยอมรับศรัทธาในองค์การนั้นๆ การสร้างความเข้าใจอันดีเป็นสิ่งจำเป็น เพราะจะทำให้กลุ่มบุคคลเหล่านั้นยอมรับศรัทธาในที่สุด การสร้างความเข้าใจอันดีจะต้องกระทำกับกลุ่มประชาชนทั้งภายในองค์การและภายนอกองค์การ คือ
4. กลุ่มประชาชนภายในองค์การ องค์กรจะต้องชี้แจงแถลงข้อเท็จจริงขององค์การ เช่น นโยบาย วัตถุประสงค์ แผนการดำเนินงาน ความเจริญก้าวหน้าและผลงานให้พนักงานหรือผู้ปฏิบัติงานได้ทราบเป็นระยะเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดี พนักงานหรือผู้ปฏิบัติงานขององค์กรเป็นกำลังสำคัญและมีความใกล้ชิดกับองค์การมาก ถ้าหากกลุ่มบุคคลเหล่านี้มีความสามัคคีกลมเกลียว มีความจงรักภักดีต่อองค์กรก็จะลดความขัดแย้งไปในที่สุด
5. กลุ่มประชาชนภายนอกองค์การ คือ กลุ่มบุคคลที่มีได้อยู่ภายในองค์การ ซึ่งอาจจะเกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรงหรือทางอ้อมก็ได้ องค์กรจะต้องสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นกับกลุ่มบุคคลความเข้าใจอันดีจะเป็นผลให้เกิดประชาคติที่เป็นผลดีต่อองค์กร ตลอดจนองค์การจะได้รับความร่วมมือและสนับสนุนในที่สุด

6. เพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด เมื่อใดก็ตามที่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติที่ดีต่อองค์การ มีความนิยมชมชอบศรัทธา ประชาชนให้การยอมรับรวมทั้งมีความเข้าใจอันดีต่อองค์การด้วยแล้ว หากองค์การที่ประกอบธุรกิจต้องการจะให้ประชาชนให้การสนับสนุนในผลิตภัณฑ์หรือบริการ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายก็ยินดีและพร้อมที่จะให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

จะเห็นได้ว่า ในทุกๆ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีการต้องเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว หากองค์การ หน่วยงานหรือนักประชาสัมพันธ์ไม่เข้าใจถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ในทุกๆ ขั้นตอนแล้ว ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การอาจไม่สำเร็จลุล่วงได้ เนื่องจากทุกขั้นตอนมีการประสานและสอดคล้องกัน

Cutlip et al. (1994) ได้กล่าวถึง กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิจัย-รับฟัง หรือ การศึกษาหาข้อมูล (Research-Listening/Fact-Finding) เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการศึกษาหาข้อเท็จจริงข้อมูลต่างๆ ที่ได้มาจากการวิจัยหรือการรับฟังความคิดเห็น เป็นการตรวจสอบประจักษ์ ทัศนคติตลอดจนปฏิกิริยาของกลุ่มประชาชนที่องค์การจะทำการประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ เป็นการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับปัญหาและข้อเท็จจริงต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะอยู่ในรูปแบบของการสำรวจประจักษ์ การวิจัยนี้ก็เพื่อการทราบว่าประชาชนมีความคิดเห็นอย่างไรต่อองค์การ โดยจะต้องคำนึงถึงสภาพทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะมีผลกระทบต่อประจักษ์ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น

2. การวางแผน-การตัดสินใจ (Planning-Decision-Making) การวางแผนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้งานทุกฝ่ายมีความสอดคล้องต่อเนื่อง บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ในการวางแผนนั้นจะต้องใช้ความรอบคอบในการตัดสินใจ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และมีความสอดคล้องกับนโยบายขององค์การ
3. การติดต่อสื่อสาร-การปฏิบัติ (Communication/Action) ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น นอกจากการศึกษาหาข้อมูลและนำเอาข้อมูลที่ได้มาทำการวางแผนงานประชาสัมพันธ์แล้ว งานขั้นต่อไปก็คือการติดต่อสื่อสารหรือการลงมือปฏิบัติการสื่อสารนั่นเอง ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับประชาชน โดยดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ในการติดต่อสื่อสารนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งการใช้สื่อประชาสัมพันธ์นั้นจะอยู่ในขั้นตอนนี้ เพราะองค์การจะต้องเลือกวิธีการสื่อสารและเลือกใช้สื่อเพื่อให้เหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการติดต่อสื่อสารทางการประชาสัมพันธ์เป็นการ

ติดต่อสื่อสารแบบสองทาง ดังนั้น องค์การเมื่อมีการสื่อสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายแล้ว ในขณะเดียวกันองค์การก็ต้องรับฟังความคิดเห็น ทศนคติ ท่าทีของประชาชนที่มีต่อองค์การ ด้วย

4. การประเมินผล (Evaluation) การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ นับเป็นขั้นตอนสุดท้ายของ กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การประเมินผลเป็นการประมาณประสิทธิภาพของ งานที่กระทำไปแล้วว่า ส่วนใดที่ต้องแก้ไขหรือปรับปรุงให้ดีขึ้น นับเป็นงานที่มีความสำคัญ มากเพื่อจะได้ทราบว่า การดำเนินงานขององค์การไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการ ดำเนินการมากน้อยเพียงใดสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายครอบคลุมทั่วถึงหรือไม่

อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553) ได้กล่าวว่า ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การ สถาบัน หรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งนั้น สิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องกระทำ คือ การบอกกล่าว ชี้แจงให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในหน่วยงานหรือองค์การสถาบันนั้นอย่างถูกต้อง การ ประชาสัมพันธ์จึงต้องอาศัยการเผยแพร่ หรือการกระจายข่าวสารเรื่องราวเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรม ผลงาน และการดำเนินงานของหน่วยงาน องค์การหรือสถาบัน ตลอดจน เรื่องราวความรู้อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์การ สถาบันให้ประชาชนกลุ่มต่างๆ ได้ทราบและเข้าใจ เพื่อ สร้างความนิยม ศรัทธา และเรียกร้องความร่วมมือสนับสนุนกลุ่มประชาชน ดังนั้น ในการ ติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนกลุ่มต่างๆ จึงอาจกระทำได้ในหลายวิถีทาง วิธีการ สื่อสารอย่างมีแบบแผนเป็นวิธีหนึ่งที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การประชาสัมพันธ์นั้นจะได้รับความ สำเร็จ หรือมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากหรือน้อยเพียงไร ก็คือ สื่อ ซึ่งสื่อที่สามารถ นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นมีอยู่มากมายหลายประเภทแต่ละประเภทก็มีคุณสมบัติที่ เฉพาะเจาะจง ตลอดจนสามารถดัดแปลงใช้ในสถานการณ์ต่างๆ ได้แตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ วัตถุประสงค์ขององค์การและกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

ดังนั้น ความสำคัญของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ คือ (1) เพื่อการถ่ายทอดหรือบอก ข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ (2) เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง (3) เพื่อเป็น การสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์การ

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโชษิต (2542) ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์หรือ สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งออกตามลักษณะการควบคุมได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. สื่อที่สามารถควบคุมได้ (Controlled Media) หมายถึง สื่อที่นักประชาสัมพันธ์จัดทำขึ้น และสามารถควบคุมได้เองตลอดกระบวนการตั้งแต่การกำหนดวัตถุประสงค์กลุ่มผู้รับสาร เนื้อหา รูปแบบ จำนวน และความถี่ในการเผยแพร่ วิธีการและขอบเขตในการเผยแพร่ สื่อที่ สามารถควบคุมได้ (Controlled Media) หรืออีกนัยหนึ่งคือ สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media)

อรรถวรรณ ปิลาธนโอบาท (2537) ได้กล่าวว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) คือ สื่อที่สร้างขึ้น หรือซื้อ หรือเช่า โดยองค์กรใดองค์กรหนึ่ง เพื่อใช้ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นโดยเฉพาะ สื่อเฉพาะกิจจัดว่าเป็นแขนงหนึ่งของสื่อมวลชน แต่ได้พัฒนาเนื้อหาเพื่อให้ประโยชน์เป็นเรื่องราวๆ ไป ฉะนั้น สื่อเฉพาะกิจโดยทั่วไปมีกลุ่มประชาชนที่มีเป้าหมายที่แน่นอน มีการส่งเนื้อหาต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์เฉพาะกลุ่มแก่ประชาชนกลุ่มนั้นๆ การนำเสนอเนื้อหาเป็นไปอย่างง่าย ๆ

ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ หรือ แผ่นปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์ (Direct Mail) นอกจากนี้ การปิดโปสเตอร์ตามชุมชนต่างๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต (Demonstration) ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐกรรมแปลกๆ และทันสมัยในสังคมนั้นๆ

2. สื่อที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Uncontrolled Media) หมายถึง สื่อที่องค์กรมิได้เป็นเจ้าของ และนักประชาสัมพันธ์ไม่มีอำนาจในการควบคุมในทุกกรณีไม่ว่าจะเป็นการกำหนดรูปแบบเนื้อหา หรือการเผยแพร่ สื่อที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Uncontrolled Media) หรืออีกนัยหนึ่งคือ สื่อมวลชน (Mass Media)

Rogers and Shoemaker (1971) ได้กล่าวว่า สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง “สื่อที่สามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มผู้รับที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ แพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนา”

Bruce and MacLean (อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงสื่อมวลชน ว่ามีลักษณะดังต่อไปนี้

- สามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมาก สื่อมวลชนเป็นสื่อที่อาศัยเทคโนโลยี ไม่ได้อาศัยขีดความสามารถตามธรรมชาติของสื่อบุคคล ดังนั้น สื่อมวลชนจึงมีความสามารถในการเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากที่อยู่ห่างไกลออกไป และกระจัดกระจายในหลายพื้นที่ได้ในเวลาเดียวกัน
- ความรวดเร็วในการสื่อสารกับคนจำนวนมาก สื่อมวลชนสามารถนำสารจากแหล่งข้อมูลข่าวสารไปสู่คนจำนวนมากได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว ใกล้เคียงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสื่อที่อาศัยเทคโนโลยี เช่น การรายงานข่าวสดทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ การถ่ายทอดสดการส่งยานอวกาศการแข่งขันกีฬา เป็นต้น
- บรรจุเนื้อหาหลากหลาย เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้จำนวนมากซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งในด้านลักษณะประชากรและสถานที่ สื่อมวลชนจึงต้องทำหน้าที่ในการสนองผู้รับสารให้ได้พร้อมกัน ด้วยการเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลายทั้งข่าว ความรู้ ความความคิดเห็น ความบันเทิงและโฆษณา

- นำสารไปสู่ประสาทสัมผัสของผู้รับสารได้จำกัด ในขณะที่สื่อมวลชนเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงผู้รับสารกับผู้ส่งสารซึ่งอยู่ห่างไกลจากกัน ผู้รับสารจะสามารถรับส่งจากผู้ส่งสารที่อยู่ห่างไกลเพียง 2 ทาง คือ การเห็นและการได้ยิน หากแบ่งสื่อมวลชนตามลักษณะการรับสารของผู้รับสาร ก็อาจแบ่งได้ ดังนี้

สื่อที่รับได้ด้วยการเห็น ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

สื่อที่รับได้ด้วยการได้ยิน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง

สื่อที่รับได้ทั้งการเห็นและการได้ยิน ได้แก่ ภาพยนตร์ วิทยุโทรทัศน์

- ได้รับการสื่อสารกลับที่จำกัด แม้สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยงผู้ส่งสารกับผู้รับสารเข้าด้วยกัน แต่เนื่องจากความห่างไกล ผู้สื่อสารและผู้รับสารจึงมีขีดความสามารถที่จำกัดในการส่งและการรับสาร โอกาสที่ผู้ส่งสารจะได้รับหรือทราบการสื่อสารกลับ (Feedback) จากผู้รับสารจึงมีอยู่อย่างจำกัด กล่าวคือ มีน้อยกว่าสื่อบุคคลและเป็นการสื่อสารกลับที่ล่าช้า
- เป็นการสื่อสารทางเดียว จากขีดจำกัดของการได้รับการสื่อสารกลับ จึงทำให้การสื่อสารมวลชนที่ใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อในการสื่อสาร มีลักษณะของการสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) มากกว่าลักษณะการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับ การสื่อสารระหว่างบุคคลที่ใช้สื่อบุคคล ซึ่งการรับทราบการสื่อสารกลับเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีมาก
- ความถูกต้องของสารมีมาก เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน เนื้อหาของสารที่ถูกบรรจุในสื่อมวลชนเมื่อไปสู่ผู้รับสารจึงเป็นเนื้อหาเดียวกันไม่ว่าผู้รับสารจะเป็นใคร และอยู่ที่ใด ดังนั้น ความถูกต้องของสารจึงมีมาก
- ไม่สามารถเลือกรับผู้รับสารได้ จากลักษณะของการนำสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากในเวลาเดียวกัน สื่อมวลชนจึงไม่สามารถที่จะเลือกผู้รับสารคนใดคนหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้ โดยเฉพาะ
- ประสิทธิภาพของการสื่อสารที่มีอยู่จำกัด เนื่องจากผู้รับสารมีความแตกต่างกันผู้รับสารมีจำนวนมากและการไม่สามารถเลือกผู้รับสารได้ ดังนั้น การจะเตรียมเนื้อหาของสารในสื่อมวลชนให้เป็นที่พอใจและถูกใจของผู้รับสารทุกคน จึงย่อมเป็นไปไม่ได้
- การไม่สามารถจัดการเลือกของผู้รับสาร ในการรับสารนั้น ผู้รับสารจะทำการเลือกโดยการเลือกใช้สื่อ (Selective Exposure) การเลือกรับรู้หรือตีความหมายเนื้อหาของสื่อ (Selective Perception/Interpretation) และการเลือกจดจำเนื้อหาของสื่อ (Selective Retention) ผู้รับสารสามารถที่จะเลือกใช้หรือไม่ใช้สื่อมวลชนก็ได้ผู้ส่งสารจึงไม่สามารถจัดการเลือกของผู้รับสารได้และไม่อาจมีอิทธิพลต่อผู้ที่ไม่ได้ใช้สื่อมวลชนได้

- การให้ข่าวสารและความรู้มากกว่าที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสารจากการที่ผู้รับสารสามารถเลือกใช้สื่อมวลชนได้ และการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสารก็เป็นการใช้ตามความต้องการ รสนิยม และทัศนคติของตน สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นผู้ส่งเสริมสนับสนุน ทัศนคติ หรือพฤติกรรมของผู้รับสารมากกว่าที่จะเป็นผู้เปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร

ในการประชาสัมพันธ์นั้นมีสื่อหลายชนิดที่สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือหรือตัวกลางในการนำสารจากองค์กรไปยังสาธารณชนกลุ่มต่างๆ ซึ่งจะกล่าวถึงลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

1. สื่อบุคคล (Personal Media) สื่อบุคคลเป็นวิธีการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุด ใช้กันตั้งแต่เริ่มมีมนุษย์ขึ้นในโลก เป็นสื่อที่ใช้กันมากในกลุ่มประชาชนทั่วไป เครื่องมือของสื่อบุคคลมีทั้งที่เป็นคำพูด กริยาท่าทาง การแสดงออกทางอากัปกิริยา วิธีการสื่อสารด้วยบุคคลจะเป็นการใช้คำพูดเป็นหลัก ด้วยวิธีการสนทนา อภิปราย บรรยาย สาธิต ประชุม เป็นต้น ซึ่งคำพูด (Spoken Word) เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทุกคนคุ้นเคยกันดีอยู่แล้ว และทุกคนต้องใช้คำพูดในชีวิตประจำวัน ในงานอาชีพ ในชีวิตส่วนตัว สื่อคำพูดจึงเป็นสื่อที่เก่าแก่ที่สุดชนิดหนึ่ง นอกจากนี้หากคำพูดนั้นพูดโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงที่สังคมยกย่องนับถือก็ยิ่งเพิ่มน้ำหนักในคำพูดนั้นมากขึ้นเป็นเงาตามตัว การพูดจึงเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดชักนำความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ออกมาให้ผู้อื่นได้ทราบและเข้าใจ คำพูดจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้มนุษย์เกิดความร่วมมือร่วมใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน สื่อบุคคลหรือการสื่อสารด้วยคำพูดนั้นมี 2 แบบ คือ (1) แบบที่เป็นทางการ (Formal Oral Communication) เช่น การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา (2) แบบที่ไม่เป็นทางการ (Informal Oral Communication) คือ การพูดจา สนทนาปราศรัยต่างๆ ในการพูดที่เป็นทางการนั้น ผู้พูดจะต้องพูดให้ผู้ฟังสนใจ เข้าใจ ประทับใจ เกิดศรัทธา แล้วยังอาจจะมีวัตถุประสงค์อื่นๆ ในทางการพูดด้วย เช่น เพื่อให้ข่าวสารความรู้ เพื่อชักจูงใจ เพื่อกระตุ้นเร้าอารมณ์ เพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติการหรือทำให้รู้สึกซาบซึ้ง
2. สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) คือ สิ่งที่พิมพ์ขึ้น ไม่ว่าจะแผ่นกระดาษหรือวัตถุใดๆ ด้วยวิธีการต่างๆ อันเกิดเป็นชิ้นงานที่มีลักษณะเหมือนต้นฉบับขึ้นหลายสำเนาในปริมาณมากเพื่อเป็นสิ่งที่ทำการติดต่อ หรือชักนำให้บุคคลอื่นได้เห็นหรือทราบ ข้อความต่างๆ ซึ่งสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (The Printed Words) ประกอบด้วย
 - 2.1 หนังสือพิมพ์ (Newspaper) เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก และมีระยะเวลากำหนดออกที่แน่นอนเป็นประจำสม่ำเสมอ นอกจากนั้น หนังสือพิมพ์สามารถเสนอข่าวสารเรื่องราวต่างๆ หลายด้านปะปนผสมผสานกันไปโดยฉบับเดียวกัน มีทั้งข่าวสาร เรื่องราว ที่ประชาชนเฉพาะกลุ่มและประชาชนทั่วไปสนใจ เช่น ข่าวการเมือง อาชญากรรม เศรษฐกิจ สังคม กีฬา บันเทิง เป็นต้น ซึ่งหนังสือพิมพ์ จะมีข้อดีคือ หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่เสนอข่าวที่น่าสนใจสม่ำเสมอและรวดเร็ว จึงเป็นสื่อที่มวลชนยอมรับข่าวการเผยแพร่ มีความคงทนถาวรกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น เพราะเมื่อผู้อ่าน

ไม่เข้าใจตอนใดก็ย้อนกลับมาอ่านบททวนใหม่ได้ เสนอเรื่องราวข่าวสารหลายประเภท มีทั้งเรื่องราวข่าวสารที่ประชาชนเฉพาะกลุ่ม และประชาชนทั่วไปสนใจ จึงสามารถเข้าถึงประชาชนได้หลายกลุ่มหลายอาชีพ เสนอข่าวหรือเรื่องราวต่างๆ ครึ่งละหลายๆ ได้ รวมทั้งเสนอข่าวประจำวันทุกวันเป็นประจำ ทำให้ประชาชนสามารถติดตามข่าวสาร เรื่องราวต่างๆ ได้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง มีภาพถ่ายประกอบช่วยดึงดูดความสนใจ และเข้าใจข่าวสารได้ยิ่งขึ้น ราคาถูก หาซื้อได้ง่าย และมีหลายภาษาข้อจำกัดของ หนังสือพิมพ์ คือ ไม่สามารถเข้าถึงผู้อ่านที่อ่านหนังสือไม่ออกหรือผู้สูงอายุที่สายตาไม่ดี หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ไม่มีสีสันสวยงาม ไม่มีสิ่งใดสะดุดตาผู้อ่านนอกจากภาพหัวข่าวซึ่ง ควรเป็นข้อความที่กะทัดรัด อ่านเข้าใจง่าย และสัมพันธ์กับเนื้อเรื่องของข่าว มีอายุสั้น ผู้อ่านอ่านครั้งเดียวแล้วจะทิ้งไป ประชาชนไม่นิยมเก็บหนังสือพิมพ์ไว้เป็นเวลานาน มี ช่วงอายุที่สั้น เมื่อคนอ่านเพียงครั้งเดียวแล้วก็ผ่านไป เพราะข่าวต่างๆ มีผ่านเข้ามาทุกวัน ผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะอ่านเพียงบางเรื่องหรือบางคอลัมน์ที่เขาเกี่ยวข้องหรือสนใจ เท่านั้น ไม่มีสีสันหรือภาพสีที่สวยงามสะดุดตาชวนอ่าน

- 2.2 วารสาร (Journal) มีการจัดทำเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม อาจเป็นภายในหรือภายนอกองค์กรก็ได้ จัดทำเป็นรูปเล่ม มีระยะเวลาออกที่แน่นอน และมีความต่อเนื่อง ซึ่งวารสาร มีข้อดี คือ (1) การจัดทำนิตยสารมักทำในรูปของธุรกิจโดยทีมงานขององค์กร (2) วารสารมีการวางแผนงานจัดทำอย่างเป็นระบบ ทำให้มีรูปเล่มที่สวยงามและเนื้อหาแปลกใหม่ ไม่ซ้ำหรือทำให้น่าเบื่อ (3) สามารถนำเสนอรายละเอียดเรื่องราวได้มาก และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้ (4) จำนวนการผลิตไม่มาก มีการบอกเงื่อนไขการรับเป็นสมาชิก ทำให้ไม่สูญเปล่า (5) ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารนานกว่าหนังสือพิมพ์
 - 2.3 ป้ายประกาศและโปสเตอร์ เป็นสื่อที่ใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนที่มีความเด่น และสะดุดตา จัดทำด้วยสีสันสวยงาม มีภาพและตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย แม้อยู่ไกล
 - 2.4 แผ่นพับ (Folder) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ขององค์กร
 - 2.5 เอกสารแจก มักทำเป็นเอกสารที่รวมเป็นเล่ม เพื่อเผยแพร่หรือแจกให้อ่าน
 - 2.6 จุลสาร (Booklet And Bulletin) เป็นเอกสารเชิงความรู้ทางวิชาการ มีลักษณะคล้าย แผ่นพับแต่เย็บเป็นเล่ม
 - 2.7 ใบปลิว (Leaflet) มีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นเดียว บรรจุข่าวสาร เรื่องราวต่างๆ ที่ ต้องการจะประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบอย่างทั่วถึงในกลุ่มเป้าหมายได้อย่าง กว้างขวาง
3. สื่อโสตทัศน (Audio Visual Media) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการใช้ทั้งภาพและเสียง มีทั้ง ภาพและเสียงประกอบอื่นๆ เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวเป็นชุด ภาพโปรเจกต์ ทั้งนี้เป็นเทคนิค ต่างๆที่จะให้นักประชาสัมพันธ์เลือกใช้ให้เหมาะกับงานแต่ละแบบภาพยนตร์เป็นสื่อที่ใช้ ประสาทสัมผัสทางตา นับว่าเป็นสื่อที่ให้ความประทับใจและทำให้ผู้คนจดจำเรื่องราวเนื้อหา

ได้นาน เพราะผู้ชมจะได้ดูและได้ฟังคำบรรยายไปพร้อมๆกัน โดยข้อดีของภาพยนตร์ประกอบด้วย มีทั้งแสง สี เสียง และภาพเคลื่อนไหวประกอบดนตรี ทำให้ประทับใจและจดจำ สามารถเร้าความสนใจของผู้ชมได้ตลอดเวลาที่ภาพยนตร์ฉายอยู่ สามารถสอดแทรกความคิดเห็น และเป็นสื่อในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติพฤติกรรมได้ง่าย สามารถเสนอภาพในอดีตที่ผู้สนใจทั่วไปไม่สามารถย้อนกลับไปชมได้อีก ใช้เทคนิคสร้างเหตุการณ์ประกอบฉากการถ่ายทำได้อย่างสมจริงสมจังที่สุด

3.1 วิทยุ (Radio) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งข่าวสารได้รวดเร็ว และเผยแพร่ข่าวไปได้ไกลเป็นที่นิยมทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ ประชาชนมีใช้มากแม้ในชนบทที่อยู่ห่างไกลและยังไม่มีไฟฟ้าใช้ มีหลากหลายรายการ ทั้งข่าวสาร บันเทิง รายการเพลง รายการละคร ซึ่งวิทยุ มีข้อดี คือ มีราคาถูก มีความรวดเร็ว แม้จะอยู่ห่างไกลจากสถานี เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับฟังได้ ครอบคลุมบริเวณพื้นที่กว้างขวางมาก ให้ความรู้สึกเป็นกันเองกับผู้ฟัง สร้างความใกล้ชิด ซ้ำยังพกติดตัวได้ตลอดเวลา ให้ความรู้สึกเร้าอารมณ์ และเป็นสื่อที่จูงใจได้ง่าย เพราะเน้นจังหวะ ลีลาที่ใส่อารมณ์ทำให้ผู้ฟังจินตนาการ และมีความรู้สึกร่วมด้วย สามารถฟังไปด้วยและทำงานอื่นไปด้วยได้

3.2 โทรทัศน์ (Television) เป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้ทั้งโดยคำพูด ข้อเขียน และรูปภาพ เป็นทั้งภาพสี ขาวดำ และภาพนิ่ง ภาพยนตร์และอื่นๆ ถ่ายทอดข่าวสารได้เร็วมาก และส่งภาพในระยะทางไกลๆได้ด้วย รายการทางโทรทัศน์จะคล้ายกับวิทยุ มีความหลากหลาย โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มีบทบาทและมีผู้นิยมมาก โดยข้อดีของโทรทัศน์ คือ ดึงดูดความสนใจได้มาก เพราะสามารถทดแทนได้ทั้ง หนังสือพิมพ์ วิทยุ และภาพยนตร์ ผู้ชมเก็บข่าวสารได้มากเพราะมีทั้งภาพและเสียง ถ่ายทอดข่าวสารได้รวดเร็ว ทำให้ข่าวเป็นที่น่าเชื่อถือ สามารถเสนอรายการบางรายการได้ดีกว่าวิทยุและหนังสือพิมพ์ เช่น รายการสารคดี การสาธิตทางวิชาการต่างๆ

4. สื่อกิจกรรมต่างๆ (Activity Media) ที่จัดในลักษณะกิจกรรมตามวาระหรือโอกาสต่างๆ โดยมากจัดในรูปของนิทรรศการ การออกร้าน งานฉลอง การประกวด การแข่ง หรือการเปิดให้เข้าชมกิจการในวันสำคัญ มีลักษณะเด่น 3 ประการ คือ ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนจำนวนมากมาเข้าร่วมงาน ประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงานและองค์กรให้เป็นที่รู้จักของประชาชน ประชาชนที่มาร่วมงานได้รับประโยชน์ ส่วนองค์กรได้สร้างภาพพจน์ที่ดีในสายตาประชาชนเพิ่มขึ้น

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า นักประชาสัมพันธ์ขององค์กรหรือบุคลากรที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานการกีฬาแห่งประเทศไทย ควรจะรู้จักถึงข้อดีและข้อเสียของสื่อประเภทต่างๆ ในการนำไปใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ ทำให้ประชาชนเกิดความสนใจ ความรู้ ความเข้าใจ และนิยมเลื่อมใสในข่าวสารและสื่อขององค์กร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและการเลือกรับสาร

วิลโลว์ พิตาลชนะกุล (2551) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและการเลือกรับสาร พบว่า การเปิดรับ (Exposure) หมายถึง การที่ประสาทสัมผัสของผู้บริโภคถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าซึ่งผู้บริโภคจะเป็นผู้เลือกเองว่าสิ่งเร้าใดตรงกับความต้องการของตน โดยจะหลีกเลี่ยงการเปิดรับสิ่งเร้าที่ตนเองไม่ต้องการ ไม่สนใจ และเห็นว่าไม่สำคัญ

การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งต่อการสื่อสาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในของผู้รับสาร เช่น ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา และปัจจัยภายนอก เช่น โอกาสในการเข้าถึงสื่อ ซึ่งประกอบด้วย การเข้าถึงสื่อในเชิงกายภาพ (Physical Accessibility) เช่น ผู้รับสารอยู่ใกล้หรือไกลจากข่าวสารและสื่อ การเข้าถึงสื่อในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Accessibility) เช่น ฐานะทางเศรษฐกิจเอื้ออำนวยต่อการซื้อข่าวสารหรือไม่ และการเข้าถึงสื่อในเชิงสังคม-วัฒนธรรม (Socio-Accessibility) เช่น ระดับการอ่านออกเขียนได้ของผู้รับสาร ทั้งนี้ แบบแผนการเปิดรับสื่อซึ่งส่งผลต่อกระบวนการสื่อสาร มี 2 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. พฤติกรรมการรับสื่อเชิงเครื่องมือ (Instrumental Viewing Behavior) เป็นการเปิดรับสาร ผู้รับสารตั้งใจเจาะจงจะเปิดรับ โดยมีจุดมุ่งหมายว่าจะนำเอาข่าวสารไปใช้ประโยชน์บางอย่าง
2. พฤติกรรมการรับสื่อเชิงพิธีกรรม (Ritualistic/Habitual Viewing Behavior) เป็นการเปิดรับที่ไม่ได้มีเป้าหมายพิเศษ ไม่ได้ตั้งจุดมุ่งหมายเอาไว้ว่าจะนำเอาความรู้ไปใช้ประโยชน์อะไรเป็นการเปิดดูเพราะความเคยชิน ดูไปเรื่อยๆ ไม่ได้เจาะจงคาดหวังอะไรเป็นพิเศษ ทั้งนี้สามารถจำแนกพฤติกรรมการเปิดรับได้เป็น 3 รูปแบบ คือ
 - 2.1 การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ การที่บุคคลแสวงหาข่าวสารเพื่อต้องการให้เรื่องใดเรื่องหนึ่งมีความคล้อยคลึงกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง
 - 2.2 การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ การที่บุคคลเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจและอยากรู้ เช่น การรับฟังรายการวิทยุที่ตนเองชื่นชอบ
 - 2.3 การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) เป็นการที่บุคคลเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการกระทำหรือความต้องการเรียนรู้บางอย่างใดอย่างหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

Stone, Singletary, and Richmond (1999) ได้กล่าวถึง กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือกระบวนการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเปรียบเหมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 5 ชั้น ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคล จะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น
2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือ ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)
3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาของ ผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย
4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ เป็นต้น ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้ำกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึคนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น
5. การเลือกระลึก (Selective Recall) การเลือกระลึกถึงข้อมูลที่สนับสนุนข้อมูลเดิมและหลงลืมข้อมูลที่ขัดแย้งความเชื่อเดิม การเลือกระลึกถึงข่าวสารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ ผู้รับสารสามารถจดจำข่าวสารนั้นได้ ถ้าผู้รับสารไม่เคยมีการเปิดรับข้อมูลและจดจำข้อมูล จะไม่สามารถระลึกถึงข้อมูลนั้นได้ หรือบางทีอาจจะระลึกถึงข้อมูลอย่างไม่ถูกต้อง ถ้าผู้รับสารมีการรับรู้ที่แตกต่างกันของแหล่งที่มาของข้อมูล การเลือกรับข้อมูล อาจทำให้ข้อมูลนั้นบิดเบือนได้ ถ้าผู้รับสารไม่สามารถจดจำข้อมูลที่รับเข้ามาได้ อาจทำให้เกิดการสูญเสียข้อมูล จากนั้นผู้รับสารอาจเก็บรักษาข้อมูลได้น้อยหรือไม่มีข้อมูลคงเหลืออยู่เลย

นอกจากนี้ Todd Hunt and Brent d. Ruben (1993) (อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล จะมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคมเพื่อความพอใจ เป็นต้น
2. ทักษะและค่านิยม (Attitude and Values) ทักษะ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่เราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับ สิ่งแวดล้อมและคนซึ่งทักษะและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ
3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรม ต่างๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน
4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้
5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ เป็นต้น
7. สถานะ (Context) สถานะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา
8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคน พัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่งสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เป็นต้น

ดังนั้น การรับรู้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสาร ทศนคติและความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับเป็นกระบวนการเลือกรับสารการจัดสารเข้าด้วยกัน และการตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง เรารับรู้และตีความหมายสิ่งที่เราประสบโดยอาศัยความหมายจากประสบการณ์ที่เรามีอยู่ หากสิ่งที่เราพบเห็นเป็นสิ่งที่ใหม่ ซึ่งเราไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อนเราก็ทำให้สิ่งนั้นมีความหมายได้ด้วยการเลือก (Select) เพิ่มเติม (Add) บิดเบือน (Distort) หรือโยงสิ่งนั้นให้เข้ากับประสบการณ์ (Experience) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ (Perception) และความหมาย (Meaning) ของคน แต่เนื่องจากคนแต่ละคนจึงมีการรับรู้ต่อสิ่งที่พบเห็นแตกต่างกันไป ในเรื่องการรับรู้นี้ เนื่องจากคนเราจะมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน ความล้มเหลวของการสื่อสารจึงอาจเกิดขึ้นได้ถ้าเราไม่ยอมรับความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร

อ้อมทิพย์ เมฆรักษาวนิช แคมป์ (2556) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร โดยผู้รับสารในการสื่อสารนั้น อาจมีความหมายถึงบุคคลคนเดียว (Individual) เช่น ผู้ฟังของการสนทนาของบุคคล 2 คน หรืออาจมีความหมายถึงกลุ่มบุคคล (Group) เช่น กลุ่มผู้ฟังการบรรยายหรือกลุ่มผู้ชมการแสดง เป็นต้น และอาจหมายถึงมวลชน (Mass) ได้ เช่น ผู้ชมรายการโทรทัศน์ ผู้ฟังรายการวิทยุหรือผู้อ่านหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

การจำแนกประเภทผู้รับสาร

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2532) (อ้างถึงใน อ้อมทิพย์ เมฆรักษาวนิช แคมป์, 2556) จำแนกประเภทของผู้รับสารเป็น 3 ประเภทคือ

1. ประเภทของผู้รับสารจำแนกตามลักษณะของการสื่อสาร ซึ่งแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะ คือ
 - 1.1 ผู้รับสารในการสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้รับสารลักษณะนี้อาจจะเป็นผู้ที่เป็นผู้ที่รับข่าวสารประเภทเดียวที่ไม่ค่อยมีอิทธิพลในการสื่อสารหรือมีอิทธิพลมากในการสื่อสาร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของการสื่อสารว่าจะเป็นการบอกกล่าวหรือให้ความรู้ การซักถามหรือสัมภาษณ์ การแลกเปลี่ยนความรู้และทัศนคติ อย่างไรก็ตามไม่ว่าผู้รับสารจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสารลักษณะนี้มากหรือน้อย ประสิทธิภาพในการสื่อสารยังขึ้นอยู่กับ การเข้ารหัส (Encoding) ของผู้ส่งสารและการถอดรหัส (Decoding) ของผู้รับสารด้วย
 - 1.2 ผู้รับสารในการสื่อสารกลุ่มเล็ก การสื่อสารลักษณะนี้จะคล้ายกับการสื่อสารระหว่างบุคคล แต่การสื่อสารกลุ่มเล็กจะมีผู้รับสารจำนวนมากขึ้น ปกติจะมีประมาณ 5-9 คน (หรือมากน้อยกว่าจำนวนนี้เล็กน้อย) ผู้รับสารของการสื่อสารลักษณะนี้มีคุณสมบัติที่เหมือนกัน (Homogeneous) หรือแตกต่างกัน (Heterogeneous) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของการสื่อสารว่า มีลักษณะเป็นการบอกกล่าวหรือให้ความรู้หรือการสื่อสารที่มีลักษณะแลกเปลี่ยนความรู้และทัศนคติ

1.3 ผู้รับสารในการสื่อสารสาธารณะ ลักษณะของการสื่อสารประเภทนี้จะมีผู้รับสารจำนวนมากตั้งแต่ 30-40 คนไปจนถึงพันๆ คน แล้วแต่สถานการณ์ของการสื่อสารนั้นๆ ดังนั้น โอกาสที่ผู้รับสารจะแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบจึงอยู่ในขอบเขตจำกัด กล่าวคือผู้รับสารจะสามารถแสดงออกได้ด้วยการตบมือ หัวเราะ หรือให้ความสนใจ แต่การแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบที่ลึกซึ้ง หรือการแลกเปลี่ยนความรู้หรือทัศนคตินั้นมีน้อยมาก ดังนั้น ประสิทธิภาพในการสื่อสารจึงขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารเป็นสำคัญ และยังมีคามผันแปรไปตามจุดมุ่งหมายของการสื่อสารด้วย

1.4 ผู้รับสารในการสื่อสารมวลชน ผู้รับสารในการสื่อสารประเภทนี้มีลักษณะเด่น 3 ประการคือ

1.4.1 มีความแตกต่างกัน เนื่องจากสื่อสารมวลชนครอบคลุมผู้รับสารได้กว้างไกลและไม่สามารถจะสร้างขอบเขตจำกัดการสื่อสารเพื่อผู้รับสารกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะได้ จึงทำให้มี ผู้รับสารจำนวนมากและแน่นอนว่าจะต้องส่งผลไปยังผู้รับสารที่มีความแตกต่างกันทั้งเพศ อาชีพ อายุ สถานที่ สถานะทางสังคม เศรษฐกิจ ฯลฯ

1.4.2 ไม่รู้จักกัน สื่อสารมวลชนอาศัยสื่อมวลชน (Mass Media) เป็นสื่อกลางในการสื่อสารทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารไม่พบหน้ากัน โอกาสที่จะทำความรู้จักกันจึงมีน้อย

1.4.3 มีข้อจำกัดในการแสดงออก จากการที่ ผู้รับสารในการสื่อสารประเภทนี้มีจำนวนมาก และมีความหลากหลายแตกต่างกัน ดังนั้น โอกาสในการแสดงความคิดเห็นหรือมีปฏิกิริยา โต้กลับ (Feedback) ต่อการสื่อสารจึงมีน้อยมาก

2. ประเภทผู้รับสารจำแนกตามผลกระทบของการสื่อสาร ผลกระทบของการสื่อสารทำให้สามารถจำแนกผู้รับสารออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1 ผู้รับสารที่เป็นผู้ถูกระทำ (Passive Receiver) หมายถึงผู้รับสารที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ และพฤติกรรม เนื่องจากการสื่อสาร ซึ่งอาจเกิดผลของการเปลี่ยนแปลงโดยตรงทันทีหรือโดยทางอ้อมและใช้เวลาก็ได้

แนวความคิดเกี่ยวกับผู้รับสารที่มีลักษณะเป็นผู้ถูกระทำนี้ เริ่มตั้งแต่ต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 โดยทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic Needle Theory) หรือเป็นที่รู้จักกันว่าทฤษฎีกระสุนปืน (Bullet Theory) ซึ่งกล่าวว่าการสื่อสารมีพลังที่จะสามารถเปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรมของคนได้

2.2 ผู้รับสารที่เป็นผู้กระทำ (Active Receiver) หมายถึงผู้รับสารที่มีอิทธิพลในการกำหนดการสื่อสารได้ เช่น กำหนดผู้ส่งสาร กำหนดข่าวสารและกำหนดสื่อ เป็นต้น

แนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะของผู้รับสารกลุ่มนี้ เกิดขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าและข้อเท็จจริงที่ว่าผู้รับสารไม่ได้เป็นผู้ถูกระทำเสมอไป และการสื่อสารไม่มีผลหรืออิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารด้วย

3. ประเภทของผู้รับสารจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร

ความเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจและการเมือง ประจวบกับวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีและวิทยาการการสื่อสารสมัยใหม่ เป็นเหตุให้การสื่อสารในปัจจุบันมีความซับซ้อนมากขึ้น และผลที่ได้อย่างหนึ่งจากการเปลี่ยนแปลงเช่นนี้คือมีการจำแนก ผู้รับสารออกเป็น 2 ประเภท คือ

3.1 ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ซึ่งมีลักษณะเด่นดังนี้

3.1.1 มีจำนวนที่คาดคะเนได้ (Predictable Size) กล่าวคือ เมื่อผู้ส่งสารมีจุดมุ่งหมายในการสื่อสารเพื่อบุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดแล้ว เขาก็พอจะคาดคะเนได้ว่าบุคคลกลุ่มนี้มีจำนวนประมาณเท่าไร

3.1.2 มีลักษณะที่เหมือนกัน (Homogeneous) กล่าวคือ อาจมีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่เหมือนกัน หรืออย่างน้อยจะต้องมีความสนใจข่าวสารร่วมกัน

3.1.3 มีความเห็นที่เป็นที่ยอมรับ (Accepted Expression) ในเมื่อจุดมุ่งหมายของการสื่อสารเพื่อกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนั้นข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะ คำติชมหรือปฏิกริยาโต้ตอบในรูปต่างๆ มักเป็นที่ยอมรับในการพิจารณา

3.2 ผู้รับสารทั่วไป (General Audience) แตกต่างจากผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

3.2.1 มีจำนวนที่คาดคะเนไม่ได้ (Unpredictable Size) คือไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนชัดเจนของผู้รับสารได้ โดยเฉพาะการสื่อสารมวลชน

3.2.2 มีลักษณะที่แตกต่างกัน (Heterogeneous) เนื่องจากผู้รับสารทั่วไปมีจำนวนมาก จึงมีความหลากหลายแตกต่างกันในตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ ความสนใจ ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ

3.2.3 มีข้อจำกัดในการแสดงความคิดเห็น (Limited Expression) เนื่องจากไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายโดยตรง ถึงแม้จะมีปฏิกริยาโต้ตอบมาบ้าง ปฏิกริยาดังกล่าวมักจะไม่มีความหมายต่อผู้ส่งสารมาก ยกเว้นในกรณีที่มีปฏิกริยาโต้ตอบมากๆ และเป็นกลุ่ม

Clause (1968) (อ้างถึงใน อ้อมทิพย์ เมฆรักรัษานิช แคมป์, 2556) ใช้เกณฑ์เรื่อง “การรับสารอย่างจริงๆ” มาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งประเภทผู้รับสารเป็น 4 ประเภท คือ

1. กลุ่มผู้รับสารที่ถูกคาดว่าจะสามารถครอบคลุมการส่งสารไปได้ (Potential Public) เช่น การประมาณการของสถานีโทรทัศน์ว่ามีกำลังสูง ครอบคลุมพื้นที่ในกึ่งจังหวัดหรือตัวเลขครัวเรือนที่มีจำนวนเครื่องรับวิทยุ
2. กลุ่มผู้รับสารที่เปิดรับสารนั้นจริงๆ (Effective Public) ได้แก่ จำนวนคนที่ซื้อหนังสือพิมพ์ อ่าน เปิดวิทยุรับฟัง เปิดโทรทัศน์ดูรายการจริงๆ
3. กลุ่มผู้รับสารที่เปิดรับแต่เนื้อหาเฉพาะๆ แบบประจำ รายการ (Particular Message Public) ได้แก่ ผู้ฟังรายการเพลงของสถานีวิทยุ ผู้ที่ชมรายการละครโทรทัศน์ ดังที่มีการสำรวจความนิยมกันอยู่เป็นประจำ

กลุ่มพิเศษที่มีความสัมพันธ์ที่เป็นลักษณะเฉพาะกับสื่อ ซึ่งเราอาจจะศึกษาได้จากพฤติกรรมผู้รับสารหลายอย่าง เช่น การเขียนจดหมายเข้าไปแสดงความคิดเห็น การเข้าร่วมกิจกรรมที่รายการวิทยุจัด เป็นต้น การแบ่งประเภทดังกล่าวนี้ ทำให้การศึกษาผู้รับสารมีความละเอียดลออมากยิ่งขึ้น

McQuail (1997) (อ้างถึงใน อ้อมทิพย์ เมฆรักขานิช แคมป์, 2556) ได้จำแนกประเภทของผู้รับสาร โดยใช้เกณฑ์ทางสังคมและเกณฑ์ของสื่อเอง เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มสังคมหรือสาธารณชน (The Audience as Group or Public) ผู้รับสารคือกลุ่มหรือสาธารณชนซึ่งมีความเป็นกลุ่ม และมีเอกลักษณ์ก่อนที่จะมาเป็นผู้ชม ในสังคมสมัยใหม่การแบ่งแยกกลุ่มต่างๆ รวมทั้งการนิยามกลุ่มที่เป็นกลุ่มผู้ชมเป็นเรื่องที่ยาก อย่างไรก็ตามยังมีกลุ่มที่สามารถกำหนดความเป็นกลุ่มได้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มการเมืองกับกลุ่มศาสนา เช่น การผลิตหนังสือพิมพ์ประจำกลุ่มการเมืองกับกลุ่มศาสนาหรือกลุ่มที่ไปทำกิจกรรมที่โบสถ์ ซึ่งผลิตขึ้นเพื่อสื่อสารกันภายในกลุ่มหรือนอกกลุ่ม โดยอาจจะมียัตถุประสงค์ในการสรรหาสมาชิกใหม่หรือการเผยแพร่แนวความคิดของกลุ่มไปสู่ภายนอก

การจำแนกประเภทผู้รับสารแบบนี้มีความหลากหลาย ตัวอย่างเช่น พรรคคอมมิวนิสต์ หรือสิ่งพิมพ์ของพรรคคอมมิวนิสต์ในรัสเซีย ซึ่งความจริงแล้วไม่ได้เป็นสิ่งตีพิมพ์สำหรับมวลชนแต่เป็นสิ่งพิมพ์สำหรับสมาชิกในกลุ่ม ขณะนี้อินเตอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีใหม่ล่าสุดที่ใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

2. ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มสนใจ (The Gratification Set as Audience) คือ การที่ผู้รับสารอาจจะจัดกลุ่มกันเองตามความ สนใจหรือความต้องการต่างๆ แล้วแต่เรื่อง กลุ่มต่างๆ ประกอบด้วยสมาชิกซึ่งอาจจะไม่มีอะไรร่วมกันอยู่ นอกจากความสนใจเฉพาะเรื่องเฉพาะเวลานั้น ทั้งนี้การกำหนดผู้รับสารจะกำหนดจากความสนใจร่วมกันมากกว่าลักษณะประจำตัวของสมาชิกของกลุ่ม นั่นคือจะมอง ผู้รับสารตามความสนใจร่วมกัน ไม่มองตามลักษณะส่วนบุคคล
3. การมองผู้รับสารตามสื่อ (The Medium Audience) เป็นการนิยามผู้รับสารตามสื่อ เช่น โทรทัศน์ ภาพยนตร์ สิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นการกำหนดตามพฤติกรรมของผู้รับสาร เช่น นักดูภาพยนตร์ นักอ่าน นักดูโทรทัศน์ ซึ่งไม่ยากที่จะกำหนดผู้รับสารตามสื่อเหล่านี้ ทั้งนี้อาจจะถือว่าผู้รับสารประเภทนี้เป็นมวลชนจริงๆ เพราะประกอบด้วยผู้คนที่หลากหลาย
4. ผู้รับสารที่กำหนดด้วยช่องทางหรือเนื้อหา (Audiences Defined by Channel or Content) อาจจะมีการกำหนดกลุ่มผู้รับสารว่าเป็นกลุ่มผู้อ่านหนังสือเล่มหนึ่ง หรือผู้ชมภาพยนตร์เรื่องหนึ่งหรือผู้ฟังรายการวิทยุ รายการหนึ่ง การกำหนดผู้ชมประเภทนี้ง่ายกว่าประเภทอื่น และมีความหมายในเชิงการตลาด (Marketing) ที่ชัดเจนสมควร การกำหนดกลุ่มผู้รับสารตามแนวคิดนี้อาจจะเป็นการกำหนดกลุ่มผู้รับสารที่มีประโยชน์มากกว่าวิธีอื่นและเป็นวิธีที่มีประโยชน์ในทางปฏิบัติและเชิงการตลาดที่ชัดเจนและปฏิบัติได้ทันที ตัวอย่างเช่น อาจจะมีผู้ชมประจำของช่องใดช่องหนึ่งหรือรายการใดรายการหนึ่งซึ่งง่ายต่อการวัด อาจจะมีกลุ่มผู้ชมตามประเภทของเรื่อง ประเภทของข่าว ประเภทของกีฬา ตามตัว นักแสดง นักร้อง นักเขียนก็ได้ อันนำไปสู่การเป็นผู้รับสารประจำ รายการ ประจำนักแสดง ประจำคน และคน

ที่เป็นสมาชิกกลุ่มผู้รับสารประจำนั้นจะมีพฤติกรรมเฉพาะกลุ่ม การแต่งกายเฉพาะกลุ่ม การพูดเฉพาะกลุ่ม การใช้สื่อเฉพาะกลุ่ม อาจจะถือว่ากลุ่มผู้รับสารประจำวัน เป็นกลุ่มทางสังคมก็ได้ หรือเป็นกลุ่มที่ถูกสร้างขึ้นมาโดยสื่อมวลชนแต่การพัฒนาของผู้รับสารประจำรายการนั้นไม่สามารถทำนายได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจอยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีที่เน้นการสื่อสารมวลชน เรียกว่า ทฤษฎีเชิงหน้าที่(Functional Perspective) การวิเคราะห์ในเชิงหน้าที่ของสื่อมวลชนนี้ตั้งอยู่บนความเชื่อที่ว่าพฤติกรรมและปรากฏการณ์ในสังคมมนุษย์ต่างก็เกี่ยวข้องในเชิงหน้าที่ต่อกัน กล่าวคือ มีความเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นระบบ ทั้งแบบลูกโซ่และแบบวงจร ดังนั้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้นๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นทฤษฎีที่มีความเชื่อว่า ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองและประเภทของสื่อที่เลือกใช้ รวมถึงลักษณะของเนื้อหาสาระที่เปิดรับ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนให้มากที่สุด โดยเน้นถึงความสำคัญของผู้รับสารว่าเป็นตัวจัดการสำคัญที่สามารถตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการเป็นหลักแนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้สื่อและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ มีดังนี้

1. ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น คนเรามีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อควบคุมสถานการณ์เพื่อเตรียมสำหรับการลงมือกระทำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น การเตรียมตัวเพื่อรับมือกับภัยธรรมชาติจากสึนามิ เป็นต้น
2. เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อมีใช้กิจกรรมที่กระทำไปตามยถากรรมหรือไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์ที่แน่นอน
3. ในท่ามกลางสภาวะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนี้สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกทางเดียวของบุคคล หากทว่าเป็นเพียงตัวเลือกตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกตัวอื่นๆ และสื่อมวลชนคงต้องพบว่า แหล่งข่าวสารอื่นๆ มีฐานเป็นคู่แข่งไปโดยปริยาย
4. สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้นจะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวก็จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหากการใช้สื่อประเภทต่างๆ

ในการดำเนินงานใดๆ ก็ตาม วัตถุประสงค์เป็นสิ่งหนึ่งที่ต้องมีการกำหนดขึ้น เพราะเป็นเสมือนแนวทางในการดำเนินงานให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ที่ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมในการใช้สื่อนั้นๆกับบุคคลเป้าหมายใด และมีความต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมไปในทิศทางใด เพื่อให้การกำหนดวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อนั้น เป็นไปอย่างเหมาะสม

ความหมายของความพึงพอใจ

วงคราญ ดงเย็นและคณะ (2555) ได้กล่าวถึง ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะของอารมณ์ ความรู้สึก และเจตคติของบุคคล โดยแสดงออกมาเป็นความสนใจ กระตือรือร้น เต็มใจและสนุก ร่าเริง เป็นต้น เมื่อบุคคลเกิดความพึงพอใจที่ทำ พนักงานก็จะมี ความพยายาม อุทิศสาคหะ มีความสุขในการทำงาน และความมุ่งมั่นจนงานนั้นสำเร็จตามวัตถุประสงค์

สัมพันธ์ แผล่งป่าหมื่น (2555) ได้กล่าวถึง ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในการทำงาน เป็นความรู้สึกรวมของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวก เป็นความสุขของบุคคลที่เกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลตอบแทน คือ ผลที่เป็นความพึงพอใจ ที่ทำให้บุคคลเกิด ความรู้สึกกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญกำลังใจ สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อประสิทธิภาพ และประสิทธิผลการทำงาน รวมทั้งการส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในการทำงาน เป็นความรู้สึกรวมของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวก เป็นความสุขของบุคคลที่เกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับ โดยเกิดจากองค์ประกอบหลายประการ ไม่ว่าจะเป็น สภาพแวดล้อม กระบวนการทำงาน ความสัมพันธ์กับบุคคลในหน่วยงาน ความก้าวหน้าจากการปฏิบัติงานค่าตอบแทน ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญกำลังใจ สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลการทำงาน

แนวคิด ทฤษฎีการสร้างความพึงพอใจ

Mumford (1972) (อ้างถึงใน ญัษฐา กริหิรัญ, 2550) ได้จำแนกแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มความต้องการทางด้านจิตวิทยา (The Psychological Needs School) ซึ่งกลุ่มนี้ได้แก่ มาสโลว์ (Maslow) เฮอร์ชเบิร์ก (Herzberg) ลิเคิร์ต (Likert) โดยมองความพึงพอใจเกิดจาก ความต้องการของบุคคลที่ต้องการความสำเร็จของงานและความต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น
2. กลุ่มภาวะผู้นำ (Leadership School) มองความพึงพอใจจากรูปแบบและการปฏิบัติงานของผู้นำที่มีต่อผู้ใต้บังคับบัญชา กลุ่มนี้ได้แก่ เบลค Blake) มูตัน (Mouton) และฟิดเลอร์ (Fiedler)
3. กลุ่มความพยายามต่อรางวัล (Effort-Reward Bargain School) เป็นกลุ่มที่มองความพึงพอใจจากรายได้ เงินเดือนและผลตอบแทนอื่น กลุ่มนี้ได้แก่ กลุ่มบริหารธุรกิจของ มหาวิทยาลัยแมนเชสเตอร์ (Manchester Business School)
4. กลุ่มอุดมการณ์ทางการจัดการ (Management Ideology School) มองความพึงพอใจจากพฤติกรรมการบริหารขององค์กร ได้แก่ โครซิเออร์ และโกลเนอร์ (Crozier and Gouldner)
5. กลุ่มเนื้อหาองงานและการออกแบบงาน (Work Content and Job Design) ความพึงพอใจเกิดจากเนื้อหาของตัวงาน กลุ่มแนวความคิดนี้ได้แก่ นักวิชาการจากสถาบันทาวิสตอค (Tavistock Institute) มหาวิทยาลัยลอนดอน

ซึ่งนักทฤษฎี กรีหิรัญ (2550) ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงแนวคิด ทฤษฎีการสร้างควมพึงพอใจ ซึ่งผู้วิจัยหลังจากได้ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ แล้ว ทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดกลุ่มแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ ที่จะส่งผลให้เกิดการสร้างควมพึงพอใจในการปฏิบัติ คือแนวคิดและทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Maslow's Hierarchical Theory of Motivation) ซึ่งศูนย์การเรียนรู้ทางอิเล็กทรอนิกส์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (2555) ได้กล่าวถึงทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นโดย อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) นักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยแบรนดีส์ ระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากระดับพื้นฐานที่สุดไปยังระดับสูงสุด กรอบความคิดที่สำคัญ ของทฤษฎีนี้ มีสามประการ คือ (1) บุคคลเป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการ ความต้องการมีอิทธิพลหรือเป็นเหตุจูงใจต่อพฤติกรรม ความต้องการที่ยังไม่ได้รับ การสนองตอบเท่านั้นที่เป็นเหตุจูงใจ ส่วนความต้องการที่ได้รับการสนองตอบแล้วจะไม่เป็นเหตุจูงใจอีกต่อไป (2) ความต้องการของบุคคลเป็นลำดับขั้นเรียงตามความสำคัญจากความต้องการพื้นฐาน ไปจนถึงความต้องการที่ซับซ้อน (3) เมื่อความต้องการลำดับต่ำได้รับการสนองตอบอย่างดีแล้ว บุคคลจะก้าวไปสู่ความต้องการลำดับที่สูงขึ้นต่อไป มักจะแสดงลำดับของความต้องการเหล่านี้ ดังนี้

- ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการลำดับต่ำสุดและเป็นพื้นฐานของชีวิต เป็นแรงผลักดันทางชีวภาพ เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย หากพนักงานมีรายได้จากการปฏิบัติงานเพียงพอ ก็จะสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้โดยมีอาหารและที่พักอาศัย พนักงานจะมีกำลังที่จะทำงาน ต่อไป และการมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม เช่น ความสะอาด ความสว่าง การระบายอากาศที่ดี การบริการสุขภาพ เป็นการสนองความต้องการในลำดับนี้ได้
- ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่จะเกิดขึ้นหลังจากที่ความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองอย่างไม่ขาดแคลนแล้ว หมายถึง ความต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยทั้งทางกายและจิตใจ ความมั่นคงในงาน ในชีวิตและสุขภาพ การสนองความต้องการนี้ ต่อพนักงาน ทำได้หลายอย่าง เช่น การประกันชีวิตและสุขภาพ กฎระเบียบข้อบังคับที่ยุติธรรม การให้มีสภาพแรงงาน ความปลอดภัยใน การปฏิบัติงาน เป็นต้น
- ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เมื่อมีความปลอดภัยในชีวิตและมั่นคงในการงานแล้ว มนุษย์จะต้องการความรัก มิตรภาพ ความใกล้ชิดผูกพัน ต้องการเพื่อน การมีโอกาสเข้าสมาคมสังสรรค์กับผู้อื่น ได้รับการยอมรับเป็นสมาชิกในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่ม
- ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) เมื่อความต้องการทางสังคมได้รับการตอบสนองแล้ว คนเราจะต้องการสร้างสถานภาพของตัวเองให้สูงเด่น มีความภูมิใจและสร้างการนับถือตนเอง ขึ้นชมในความสำเร็จของงานที่ทำ ความรู้สึกมั่นใจในตัวเองแลเกียรติยศ ความต้องการเหล่านี้ได้แก่ ยศ ตำแหน่ง ระดับเงินเดือนที่สูง งานที่ท้าทาย ได้รับการยกย่องจากผู้อื่น มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในงาน โอกาสแห่งความก้าวหน้าในงานอาชีพ เป็นต้น

- ความต้องการเติมเต็มความสมบูรณ์ให้ชีวิต (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการระดับสูงสุด คือต้องการจะเติมเต็มศักยภาพของตนเอง ต้องการความสำเร็จในสิ่งที่ปรารถนาสูงสุดของตัวเอง ความเจริญก้าวหน้า การพัฒนาทักษะความสามารถให้ถึงขีดสุดยอด มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจและการคิดสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ การก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในอาชีพและการทำงาน เป็นต้น

นอกจากนี้ การแบ่งความต้องการเหล่านี้ออกเป็นสองกลุ่ม คือ ความต้องการที่เกิดจากความขาดแคลน (Deficiency Needs) เป็น ความต้องการ ระดับต่ำ ได้แก่ ความต้องการทางกายและความต้องการความปลอดภัย อีกกลุ่มหนึ่งเป็น ความต้องการก้าวหน้า และพัฒนาตนเอง (Growth Needs) ได้แก่ความต้องการทางสังคม เกียรติยศชื่อเสียง และความต้องการเติมเต็มความสมบูรณ์ให้ชีวิต จัดเป็นความต้องการระดับสูง และอธิบายว่า ความต้องการระดับต่ำจะได้รับการสนองตอบจากปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ส่วนความต้องการระดับสูง จะได้รับการสนองตอบ จากปัจจัยภายในตัวบุคคลเอง

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการกีฬาแห่งประเทศไทยและสนามกีฬาหัวหมาก

ประวัติการกีฬาแห่งประเทศไทย

การกีฬาแห่งประเทศไทย (2545) นับตั้งแต่กิจกรรมกีฬาสากลได้แพร่หลายในประเทศไทยในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เป็นต้นมา กีฬาสากลในประเทศไทยได้รับการส่งเสริมและเป็นที่สนใจของประชาชนอย่างกว้างขวางควบคู่กับกีฬาพื้นบ้านหรือกีฬาประเพณีมาโดยตลอด ในการดำเนินการกีฬาในสมัยนั้น ได้รับพระราชกิจจานุเบกษาว่าด้วยการส่งเสริมกีฬาเพื่อเป็นแนวทางการสนับสนุนการจัดการแข่งขันกีฬาตลอดจนการรับผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศมาช่วยเหลือการกีฬาในประเทศ เป็นต้น ทั้งนี้โดยมีกระทรวงธรรมการ หรือกระทรวงศึกษาธิการในปัจจุบันเป็นหน่วยงานที่ได้รับมอบเป็นผู้ดำเนินการกิจการกีฬาในประเทศไทย ได้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง กีฬาชนิดต่างๆได้รับความนิยมจากประชาชนอย่างแพร่หลาย การเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาระหว่างประเทศในขณะนั้น เป็นการดำเนินงานของสมาคมกีฬา ยังไม่มีหน่วยงานกีฬาของรัฐให้การสนับสนุนเช่นเดียวกับนานาประเทศ การแข่งขันของทีมกีฬาไทยจึงมักจะมีประสบปัญหาด้านงบประมาณและไม่บรรลุผลเท่าที่ควร ด้วยเหตุนี้ บุคคลในวงการกีฬาของไทยในสมัยนั้นประกอบด้วยข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ที่สนใจในกีฬาและเป็นผู้ก่อตั้งสมาคมกีฬาต่างๆ และคณะกรรมการโอลิมปิกแห่งประเทศไทย อาทิ พระยาจินดารักษ์ , หลวงสุขุมนัยประดิษฐ์, นายกัลย์ อิศรเสนา ณ อยุธยา, นายโกลก โกมารกุล ณ นคร, นายวิลาศ บุณนาค, นายสวัสดิ์ เลขยานนท์ และนายกอง วิสุทธารมณ ได้มีความเห็นพ้องต้องกันว่า ประเทศไทยควรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบการกีฬาของประเทศในภาครัฐบาลขึ้นโดยเฉพาะ เพื่อทำหน้าที่ดำเนินนโยบายของประเทศ ตลอดจนดูแลและประสานงานส่งเสริมกีฬาระดับประชาชน ให้ประชาชนได้เล่นกีฬาอย่างกว้างขวาง และมีโอกาสคัดเลือกนักกีฬาที่มีศักยภาพไปแข่งขันกับต่างประเทศ

ในปี 2507 ความพยายามที่จะก่อตั้งองค์การกีฬาระดับรัฐเป็นผลสำเร็จ เมื่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า โดยที่เป็นการสมควรจัดตั้งองค์การส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทย อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการจัดตั้ง

องค์การของรัฐบาล พ.ศ.2496 จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ.2507 ขึ้น เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2507 (เหตุผลในการประกาศใช้พระราชกฤษฎีกาฉบับนี้ คือ เนื่องจากกีฬาเป็นสิ่งสำคัญยิ่งอย่างหนึ่งในการสร้างเสริมพลังกายและกำลังใจของบุคคลให้รู้จักตัดสินใจในทางที่ถูกต้อง เป็นการเผยแพร่ให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักแก่ชาวโลก และเป็นเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดความผูกพันทางมิตรภาพระหว่างประเทศ แต่ขณะนี้กีฬาของประเทศไทยยังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร จำเป็นต้องเร่งรีบส่งเสริมให้ทัดเทียมนานาประเทศ โดยสนับสนุนให้เกิดความสนใจและนิยมกีฬามากยิ่งขึ้น อีกประการหนึ่งคณะกรรมการเกี่ยวกับกีฬาต่าง ๆ ยังกระจัดกระจายกันอยู่ การดำเนินงานไม่สะดวกและรวดเร็วตามต้องการ สมควรต้องมีองค์การรับผิดชอบโดยเฉพาะขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชน) โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ส่งเสริมกีฬา
2. ช่วยเหลือ แนะนำ และร่วมมือในการจัดและดำเนินการกีฬาสมัครเล่น
3. สำรวจ จัดสร้าง และบูรณะสถานที่สำหรับกีฬาสมัครเล่น
4. ติดต่อร่วมมือกับองค์การหรือสมาคมกีฬาสมัครเล่น ทั้งในและนอกราชอาณาจักร
5. ประกอบธุรกิจอื่น ๆ อันเกี่ยวแก่หรือเพื่อประโยชน์ของกีฬาสมัครเล่น
6. เสนอแนะแก่หน่วยราชการ หรือองค์การของรัฐบาลในเรื่องกีฬาเพื่อปรับปรุงแก้ไขหรือชักจูงเร่งเร้าให้เกิดความนิยมในกีฬาอย่างกว้างขวาง
7. เสาะแสวงหาและรวบรวมหลักฐานต่าง ๆ จากหน่วยราชการองค์การของรัฐบาลหรือเอกชน เพื่อประโยชน์ในการจัดทำสถิติเกี่ยวกับกีฬาสมัครเล่น

เพื่อดำเนินการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว ให้ อ.ส.ก.ท.มีอำนาจรวมถึง การสอดส่องและควบคุมการดำเนินกิจการกีฬาสมัครเล่น เพื่อป้องกันมิให้เกิดอันตรายแก่ผู้เล่นกีฬา หรือเกิดความเสียหาย หรือเป็นภัยแก่ประเทศชาติด้วย

องค์การส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทย (อ.ส.ก.ท.) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี บริหารงานโดยคณะกรรมการองค์การส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งคณะรัฐมนตรีเป็นผู้แต่งตั้ง มีผู้อำนวยการ อ.ส.ก.ท.ซึ่งคณะกรรมการแต่งตั้งเป็นกรรมการเพื่อดำเนินกิจการของ อ.ส.ก.ท. และมีหลวงสุขุมพันธุ์ประดิษฐ์ เลขาธิการสำนักงาน ก.พ. ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งสมาคมกีฬาหลายแห่ง ได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้อำนวยการองค์การส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทย (อ.ส.ก.ท.) คนแรก

องค์การส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทยในยุคแรกเริ่ม ยังไม่มีสำนักงานหรือที่ทำการของตนเอง ได้อาศัยสระว่ายน้ำโอลิมปิกของกรมพลศึกษาในบริเวณสถานกีฬาแห่งชาติเป็นที่ทำการชั่วคราว ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2507 - 9 มีนาคม 2511 เป็นเวลานานถึง 4 ปี ก่อนจะย้ายไปอยู่ที่สำนักงานแห่งใหม่ที่สนามกีฬาหัวหมาก

แม้ว่าองค์การส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทย จะยังไม่มีอาคารที่ทำการถาวร แต่ไม่เป็นอุปสรรคในการปฏิบัติภารกิจเพื่อสนองนโยบายของรัฐในด้านการกีฬา โดยได้รับผิดชอบกิจการกีฬาของชาติตามขอบเขตและวัตถุประสงค์ ทั้งระดับในประเทศและระหว่างประเทศ ในส่วนกีฬาระหว่าง

ประเทศภารกิจแรกที่ อ.ส.ก.ท.ได้รับมอบหมายจากรัฐบาลในสมัยนั้น คือ เป็นสำนักเลขาธิการ คณะกรรมการจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 5 ที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพในปี 2509 ภายหลังการแข่งขันเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 5 ในปี 2509 สิ้นสุดลง คณะรัฐมนตรีในการประชุมเมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2510 ได้รับทราบสรุปรายงานการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 5 และมีมติมอบ สถานกีฬาและที่ดินในบริเวณสถานกีฬาหัวหมากทั้งหมด ซึ่งมีพื้นที่รวม 265.452 ไร่ ให้ อ.ส.ก.ท.เป็นผู้ดูแลรักษา และเมื่อได้รับมอบหมายให้ดูแลสถานกีฬาดังกล่าว อ.ส.ก.ท.ยังต้องจัดซื้อที่ดินที่มีปัญหา ติดค้างมาจากการเวนคืนที่ 1 แปลง ซึ่งเป็นพื้นที่ดินที่อยู่ในเขตกีฬาด้านหน้า มีเนื้อที่จำนวน 4 ไร่ 96 ตารางวา (ด้วยเงินงบประมาณประจำปี 2511 จำนวน 280,000 บาท) สถานกีฬาหัวหมากจึงมีพื้นที่รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน ประมาณ 270 ไร่ ตั้งแต่นั้นมา

องค์การส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทย (อ.ส.ก.ท.) จึงได้ย้ายที่ทำการชั่วคราวจากอาคารสะพานน้ำ โอลิมปิกในกรีฑาสถานแห่งชาติ มาตั้งสำนักงานที่อินดอร์สเตเดียม สนามกีฬาหัวหมาก ตั้งแต่วันที่ 10 มีนาคม 2511 และเนื่องจากมีความจำเป็นต้องซ่อมแซมอาคารอินดอร์สเตเดียมเป็นส่วนใหญ่ องค์การส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทย จึงได้ย้ายที่ทำการจากอาคารอินดอร์สเตเดียมไปอยู่ที่ อาคารศูนย์ฝึกกีฬาในร่ม ในสนามกีฬาหัวหมาก ตั้งแต่วันที่ 15 เมษายน 2519 ต่อมาในปี 2520 อ.ส.ก.ท.ได้จัดสร้างอาคารที่ทำการถาวรขึ้นใหม่ที่บริเวณด้านหน้าของสนามกีฬาหัวหมาก และเป็นที่ทำการสำนักงานถาวร เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2521

การสถาปนา “การกีฬาแห่งประเทศไทย”

แม้ว่าเมืองการส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทย(อ.ส.ก.ท.) ซึ่งเป็นองค์กรของรัฐรับผิดชอบภารกิจของประเทศแล้วก็ตาม แต่โดยฐานะของ อ.ส.ก.ท. ก็เป็นเพียงหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกา ซึ่งยังเป็นอุปสรรคต่อการบริหารงานกีฬาของชาติเป็นส่วนรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาด้านงบประมาณที่ได้รับจากรัฐบาลไม่เพียงพอต่อการขยายตัวของภารกิจในชาติ และปัญหาการสอดส่องการดำเนินกิจกรรมกีฬาของภาคเอกชนให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐ ประกอบกับได้มีบุคคลในวงการกีฬาหลายฝ่ายเห็นว่า การบริหารกีฬาของไทยยังไม่มีแบบแผนที่ดี ขาดประสิทธิภาพต่อการส่งเสริมกีฬาอย่างแท้จริง รวมทั้งปรากฏว่า มีกลุ่มบุคคลนำกีฬาไปสร้างความไม่ดีไม่งาม อันกระทบต่อชื่อเสียงของประเทศโดยที่ไม่มีหน่วยงานใดสามารถควบคุมหรือสอดส่อง เพื่อระงับและป้องกันการกระทำดังกล่าวได้ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จึงได้มีพระมหากรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2528 ขึ้น ซึ่งได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 102 ตอนที่ 149 ลงวันที่ 17 ตุลาคม 2528 โดยเหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ เพื่อจัดตั้ง “การกีฬาแห่งประเทศไทย” (กกท.) แทน ”องค์การส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทย” และให้การกีฬาแห่งประเทศไทย มีอำนาจหน้าที่ในการส่งเสริมการกีฬาและควบคุมการดำเนินกิจการกีฬาได้กว้างขวางและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การกีฬาแห่งประเทศไทย หรือ กกท. จึงได้รับการสถาปนาขึ้นแทน องค์การส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 17 ตุลาคม 2528 เป็นต้นมา โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ส่งเสริมกีฬา
2. ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการประสานงานเกี่ยวกับการกีฬา
3. ศึกษา วิเคราะห์และจัดทำโครงการ แผนงานและสถิติเกี่ยวกับการส่งเสริมการกีฬา รวมทั้งประเมินผล
4. จัด ช่วยเหลือ แนะนำ และร่วมมือในการจัดและดำเนินการกีฬา
5. สำรวจ จัดสร้าง และบูรณะสถานที่สำหรับการกีฬา
6. ติดต่อ ร่วมมือกับองค์กรหรือสมาคมกีฬาทั้งในและนอกราชอาณาจักร
7. สอดส่องและควบคุมการดำเนินการทางกีฬา
8. ประกอบกิจการอื่น ๆ อันเกี่ยวแก่ หรือประโยชน์ของการกีฬา

ต่อมา ในปี พ.ศ.2545 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ.2545 ขึ้น โดยนัยแห่งพระราชบัญญัติฉบับนี้ ได้มีการจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาขึ้น เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2545 และได้มีพระราชกฤษฎีกาโอนกิจการบริหารและอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ.2545 โดยนัยแห่งพระราชกฤษฎีกานี้ มีผลให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นประธานกรรมการการกีฬาแห่งประเทศไทย และการกีฬาแห่งประเทศไทยได้โอนไปสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแทนสำนักนายกรัฐมนตรี ตั้งแต่วันที่ 9 ตุลาคม 2545 เป็นต้นไป และเปลี่ยนอธิบดีกรมพลศึกษา เป็นผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ และต่อมาคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2550 ให้คณะกรรมการการกีฬาแห่งประเทศไทยมีกรรมการ จำนวน 15 คน

วิสัยทัศน์

“การกีฬาแห่งประเทศไทย เป็นองค์กรหลักในการพัฒนากีฬา เพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพ ให้ประเทศเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้นำทางการกีฬาของเอเชีย”

พันธกิจ

1. กำหนดนโยบาย/ทิศทาง/กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา
2. ส่งเสริม/สนับสนุน/ประสานงานเพื่อการพัฒนากีฬาสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืน
3. ส่งเสริม/สนับสนุนให้เกิดสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบด้านกีฬามีความเหมาะสม
4. อำนวยการ บริหารจัดการ สถานที่กีฬา อุปกรณ์กีฬาและบริการทางการกีฬา

กองประชาสัมพันธ์ การกีฬาแห่งประเทศไทย (2556) ได้กล่าวถึง ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย ประกอบไปด้วย วารสารรายเดือน, สถานีโทรทัศน์ช่อง T Sport Channel, สถานีวิทยุ Active Radio (คลื่นวิทยุ FM 99), www.sat.or.th (การกีฬาแห่งประเทศไทย) กรณีมีกิจกรรมพิเศษที่ต้องการประชาสัมพันธ์จะใช้สื่ออื่นๆ เช่น หนังสือพิมพ์, ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์, ใบปลิว แผ่นพับ เป็นต้น

สนามกีฬาหัวหมาก

การกีฬาแห่งประเทศไทย (2545) สถานกีฬาการกีฬาแห่งประเทศไทย ศูนย์หัวหมาก (SPORTS AUTHORITY OF THAILAND'S SPORTS COMPLEX OR HUAMARK SPORT COMPLEX) หรือเรียกว่า “สนามกีฬาหัวหมาก” ตั้งอยู่เลขที่ 286 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240 ติดกับมหาวิทยาลัยรามคำแหง และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ วิทยาเขตหัวหมาก

การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้ดำเนินการพัฒนาสนามกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย หัวหมาก ประกอบด้วยพื้นที่ 265 ไร่ 1 งาน 80.8 ตารางวา สำหรับให้เป็นสถานกีฬาที่เอื้อประโยชน์ต่อการฝึกซ้อมและแข่งขันกีฬาประกอบด้วย

1. ราชมังคลากีฬาสถาน เป็นสนามกีฬาที่จัดสร้างขึ้นเพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสเฉลิมพระเกียรติพระชนมพรรษา 5 รอบ และในพิธีรัชมังคลาภิเษก นอกจากนี้ เป็นสนามกีฬาเพื่อรองรับการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพในปี พ.ศ.2541 โดยสนามแห่งนี้เป็นสนามกีฬาขนาดใหญ่ มีพื้นที่ใช้สอย 190,137.70 ตารางเมตร สามารถจุผู้ชมได้ถึง 60,000 ที่นั่ง ประกอบด้วย
 - สนามฟุตบอลขนาดมาตรฐาน
 - ลู่วิ่ง - ลานกรีฑา ขนาด 400 เมตรต่อรอบ จำนวน 8 ลู่วิ่งยกระดับสูงจากพื้นดิน 5 เมตร ได้จัดจันท์เป็นที่โล่งเอนกประสงค์ มีห้องต่างๆ ฯลฯ เช่น ห้องที่ทำการ ห้องพักผ่อนกีฬา ห้องพักรถจักรยาน ห้องประชุม ห้องที่ทำการของสมาคมกีฬาต่างๆ ฯลฯ พร้อมลานจอดรถกว่า 300 คัน นอกจากนี้ ยังมีพิพิธภัณฑ์กีฬาแห่งชาติ และห้องสมุด ตั้งอยู่หลังประตูทางเข้าหลักของสนาม
2. อินดอร์สเตเดียม เริ่มก่อสร้างประมาณปี พ.ศ.2508 เพื่อรองรับการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 5 ต่อมาได้มีการปรับปรุงซ่อมแซมครั้งใหญ่เพื่อรองรับการจัดการแข่งขันกีฬาแห่งนี้ มีพื้นที่ 1,600 ตร.ม. ใช้เป็นสถานที่จัดการแข่งขันกีฬาและกิจกรรมเอนกประสงค์ ติดเครื่องปรับอากาศ สามารถจุผู้ชมได้ 6,245 ที่นั่ง ในอินดอร์รูปไข่
3. เวลโลโดรม เดิมเป็นสนามแข่งขันจักรยานลู่เอียงระยะทาง 400 เมตร ที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 5 และได้ทุบทิ้งเพื่อสร้างใหม่ในปี พ.ศ.2537 เพื่อรองรับการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 พื้นที่ใช้สอยโดยประมาณ 14,767 ตร.ม. ขนาดจุผู้ชม 2,000 ที่นั่ง มีลู่วิ่ง 7 เมตร ยาว 333.33 เมตร ต่อรอบ สำหรับแข่งขันและฝึกซ้อมจักรยาน
4. อาคารสนามยิงปืน อาคารนี้จุผู้ชมได้ 2,000 ที่นั่ง ติดเครื่องปรับอากาศ ก่อสร้างเพื่อรองรับการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ประกอบด้วย
 - ช่องยิงปืนยาวและปืนสั้นอัดลม ระยะ 10 เมตร 80 ช่องยิง พร้อมเครื่องมือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกแก่กีฬาคนพิการ
 - ช่องยิงปืนสั้น ระยะ 25 เมตร เป้าพลิก 16 สถานี(สถานีละ 5 ช่องยิง) รวม 80 ช่องยิง

- ช่องยิงปืนยาว ระยะ 50 เมตร 80 ช่องยิง
- ห้องยิงปืนอิเล็กทรอนิกส์ 10 เมตร เพื่อใช้ในการแข่งขันรอบชิงชนะเลิศ จำนวน 10 ช่องยิง
- 5. อาคารสนามยิงเป้าบิน ขนาดความจุ 500 ที่นั่ง สำหรับแข่งขันและฝึกซ้อมยิงเป้าบิน ประกอบด้วยอาคารที่ทำการหอส่งเป้าอัตโนมัติ 2 ทาง 2 สนาม ใช้แข่งขันทั้งประเภทแทรปและสกีต
- 6. สระว่ายน้ำ เริ่มดำเนินการก่อสร้าง เมื่อวันที่ 30 กันยายน พ.ศ.2539 ใช้เป็นสระฝึกซ้อมของนักกีฬาทีมชาติและเปิดให้บริการสำหรับประชาชนทั่วไป ประกอบด้วย สระว่ายน้ำขนาดมาตรฐาน 50 เมตร จำนวน 8 ลู มีห้องกระจกใต้น้ำ สำหรับสังเกตการณ์ของผู้ฝึกสอน และสระกระโดด ขนาด 21x21x5 เมตร พร้อมสปริงบอร์ดกระโดดน้ำ 1 เมตร, 3 เมตร และแพลตฟอร์ม 10 เมตร มีอัฒจันทร์จุผู้ชมประมาณ 3,000 ที่นั่ง นอกจากนี้ยังมีสระฝึกซ้อมขนาด 10 เมตร จำนวน 8 ลู พร้อมอาคารบริการ
- 7. สนามฝึกซ้อมยิงธนู เป็นสนามฝึกซ้อมยิงธนูของนักกีฬาทีมชาติ ระยะ 30,50,70 และ 90 เมตร ได้อย่างละ 5 ช่องยิง โดยสนามดังกล่าวจากเดิมมีพื้นที่ต่ำมากมักประสบปัญหาน้ำท่วมในช่วงฤดูฝน ในปี พ.ศ.2543 กท. จึงได้จัดสรรงบประมาณ จำนวน 3 ล้านบาท ในการปรับปรุงและยกระดับพื้นให้สูงขึ้น พร้อมระบบระบายน้ำให้ได้มาตรฐาน
- 8. อาคารศูนย์ฝึกกีฬาในร่ม เป็นโรงฝึกกีฬาขนาดใหญ่ ประกอบด้วย ห้องฝึกซ้อมและแข่งขันกีฬาสำหรับสมาชิกและประชาชนทั่วไป 8 ชนิดกีฬา คือ แบดมินตัน, ยิมนาสติก, มวยสากล, วอลเลย์บอล, ยูโด, บาสเกตบอล, เทเบิลเทนนิส และมวยไทย นอกจากนี้ยังมีห้องซาวน่าและห้องพยาบาล เพื่อให้บริการกับสมาชิก และนักกีฬาทีมชาติอีกด้วย
- 9. อาคารศูนย์ฝึกกีฬาเพื่อการแข่งขัน เริ่มก่อสร้างเมื่อวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ.2540 เพื่อรองรับการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 มีพื้นที่ใช้สอยโดยประมาณ 22,290 ตร.ม. อาคารศูนย์ฝึกกีฬาเพื่อการแข่งขันนี้ ประกอบด้วยห้องฝึกซ้อมกีฬาต่างๆ ดังนี้ ยิมนาสติก, ยูโด, บาสเกตบอล, วอลเลย์บอล, เซปักตะกร้อ, ฟันดาบ, ห้องทดสอบสมรรถภาพนักกีฬาและห้องฝึกกล้ามเนื้อ
- 10. สวนสุขภาพ เป็นที่สำหรับการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ มีจุดฝึกจำนวน 12 จุดฝึก และมีเส้นทางวิ่งสำหรับวิ่งออกกำลังกาย มีทัศนียภาพสวยงาม เหมาะสำหรับประชาชนทุกเพศทุกวัย และสำหรับผู้ที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ
- 11. สนามฟุตบอลพร้อมลู่วิ่ง - ลานกรีฑา เริ่มก่อสร้างเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ.2539 ประกอบด้วย สนามสำหรับฝึกซ้อมฟุตบอลและกรีฑา ลู่วิ่งปูด้วยวัสดุยางสังเคราะห์ พร้อมรั้วเหล็กรอบลู่วิ่งและเสาไฟส่องสนามฟุตบอล
- 12. อาคารศูนย์ยกน้ำหนัก เป็นอาคารสำหรับฝึกซ้อมนักกีฬายกน้ำหนัก และฝึกกล้ามเนื้อสำหรับการฝึกซ้อมของนักกีฬาทีมชาติ และเปิดให้บริการสำหรับประชาชนทั่วไป

13. สนามเทนนิส เริ่มก่อสร้างเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม พ.ศ.2542 ใช้งบประมาณการก่อสร้างเป็นเงิน 2,500,000 มีสนาม 6 สนาม ใช้เป็นสนามซ้อมและเปิดให้บริการสำหรับประชาชนทั่วไปด้วย
14. ลานพลาซ่า ลานกว้างบริเวณข้างอินดอร์สเตเดียม สำหรับประชาชนทั่วไปใช้ในการออกกำลังกายโดยเฉพาะการเดินแอโรบิค ช่วงเวลา 17:30 - 18:30 น. ของทุกวัน
15. อาคารที่พักนักกีฬา 2 อาคาร เริ่มก่อสร้างเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ.2536 รวมวงเงินค่าก่อสร้างเป็นเงิน 117,400,000 บาท ใช้เป็นสถานที่เก็บตัวฝึกซ้อมของนักกีฬาทีมชาติประกอบด้วย
 - อาคารที่ 1 ประกอบด้วยห้องพักจำนวน 200 เตียง, ห้องประชุม, ห้องเอนกประสงค์, ห้องสันทนาการ, ห้องบริการซัก อบ รีด
 - อาคารที่ 2 ประกอบด้วยห้องพักจำนวน 300 เตียง, ห้องประชุม และห้องอาหาร
16. อาคารเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ พระชนมพรรษา เป็นอาคารสูง 25 ชั้น เป็นศูนย์รวมที่ทำกิจกรรมกีฬาในประเทศไทย

การบริการประชาชน(SERVICES)

การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้จัดให้บริการอื่นๆ นอกเหนือจากการพัฒนากีฬาตามหน้าที่ของหน่วยงาน คือ

1. ศูนย์ฝึกกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย

ให้บริการฝึกสอนกีฬาสมาชิก รวม 14 ชนิดกีฬา คือ ยิมนาสติก ฟุตบอล เทนนิส แบดมินตัน เทเบิลเทนนิส สควอช วอลเลย์บอล ยูโด มวยสากล มวยไทย บาสเกตบอล วายน้ำ ยกน้ำหนัก แอโรบิก นอกจากนี้ยังมีห้องฝึกกล้ามเนื้อให้บริการแก่นักกีฬาทีมชาติ สมาชิก และประชาชนทั่วไป ห้องซาวน่า และสวนสุขภาพ

อัตราค่าสมาชิกศูนย์ฝึกกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. ผู้สมัครประเภททุกชนิดกีฬา
 - นักเรียน (ป.1 - ม.6)
 - นักศึกษา (อุดมศึกษา) อายุไม่เกิน 25 ปี
 - ประชาชน
2. ผู้สมัครประเภทระบุ 2 ชนิดกีฬา
 - นักเรียน (ป.1 - ม.6)
 - นักศึกษา (อุดมศึกษา) อายุไม่เกิน 25 ปี
 - ประชาชน

ผู้สมัครต้องมีอายุตั้งแต่ 7 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป โดยเปิดให้บริการในวันจันทร์ - วันศุกร์ (ยกเว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์) เวลา 06.00 - 19.00 น.

2. ห้องสมุดกีฬา

ห้องสมุดกีฬา จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2519 ปัจจุบันตั้งอยู่โซน W5 - W6 ณ ราชมังคลากีฬาสถาน มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งจัดเก็บข้อมูลข่าวสารทางการกีฬาและเพื่อเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการด้านกีฬา แก่นักเรียน นิสิต นักศึกษาและประชาชนทั่วไป โดยจัดหมวดหมู่หนังสือเอกสาร ด้วยระบบทศนิยมดิวอี้ มีวัสดุตีพิมพ์และวัสดุไม่ตีพิมพ์ ไว้ให้บริการดังนี้

- วารสารด้านกีฬาทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ และวารสารทั่วไป
- หนังสือทางด้านกีฬา การออกกำลังกาย วิทยาศาสตร์การกีฬา และสุขภาพอนามัยทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ
- รายงานการวิจัย/รายงานการประชุมทางวิชาการอื่นๆ
- กฎ กติกาและการแข่งขันกีฬา ของกีฬาประเภทต่างๆ รวมทั้งหนังสือ OFFICIAL REPORT ของการแข่งขันที่จัดแข่งขันทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เช่น โอลิมปิกเกมส์ เอเชียนเกมส์ ซีเกมส์ กีฬาแห่งชาติ กีฬาเยาวชนแห่งชาติ ฯลฯ
- สิ่งพิมพ์ที่จัดพิมพ์เนื่องในโอกาสพิเศษ ทั้งของหน่วยราชการและเอกชน
- วัสดุไม่ตีพิมพ์ เช่น วีดิทัศน์ เทปคาสเซ็ท ซีดีรอม ฯลฯ ที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา การฝึกสอน กีฬาประเภทต่างๆ ฯลฯ
- ข้อมูลข่าวสารของราชการใน การกีฬาแห่งประเทศไทย
- ระเบียบการใช้บริการห้องสมุด

ผู้มีสิทธิ์เข้าใช้บริการ

1. พนักงานและลูกจ้างการกีฬาแห่งประเทศไทย
2. นักเรียน นิสิต นักศึกษา
3. ประชาชนทั่วไป

โดยเปิดให้บริการฟรี ทุกวันจันทร์ - ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 08.30 - 16.30 น.

นอกจากนี้ ห้องสมุดกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย ยังเป็นศูนย์ข้อมูลข่าว กทท. ตามพระราชบัญญัติ ข้อมูลข่าวสารของราชการด้วย ซึ่งบริการประชาชนตามนโยบายของพระราชบัญญัติดังกล่าว

3. หอพิพิธภัณฑ์กีฬาแห่งชาติ การกีฬาแห่งประเทศไทย

พื้นที่จัดแสดง

มีพื้นที่จัดแสดงและเผยแพร่ ออกเป็น 9 ห้อง จัดแสดงในรูปแบบของนิทรรศการถาวร ประกอบด้วย

1. โถงต้อนรับ และมุมจำหน่ายสินค้าที่ระลึก กกท.
2. ห้องวิวัฒนาการกีฬาสากลของไทย
3. ห้ององค์การกีฬา
4. หอเกียรติยศนักกีฬา
5. ห้องสมาคมกีฬาและกีฬาพื้นบ้านไทย
6. ห้องกิตติคุณ
7. ห้องพระองค์เจ้าพีระ
8. ห้องพระบรมวงศานุวงศ์กับการกีฬา
9. ห้องพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวกับการกีฬา

การให้บริการอื่นๆ

- ศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬา กกท. ได้ให้บริการด้านคลินิกกีฬาสำหรับนักกีฬาที่บาดเจ็บจากกีฬา การจัดทำฟันปลอมให้กับนักกีฬามวยทีมชาติ การฝึกกล้ามเนื้อ การทดสอบสมรรถภาพทางกายแก่นักกีฬาทีมชาติ คลินิกเคลื่อนที่สำหรับผู้มาออกกำลังกายในสวนสุขภาพ
- การกีฬาได้รับสนับสนุนสปอร์ตคอร์ท ซึ่งเป็นพื้นที่สนามสังเคราะห์สำหรับเล่นกีฬา จำนวน 2 คอร์ท จากบริษัทสปอร์ตคอร์ทอิงค์ และบริษัทไนกี้ จำกัด โซน N ได้ให้บริการแก่เยาวชนในการกีฬาทุกวัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2547) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การประเมินพฤติกรรมการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงระดับพฤติกรรมการรับรู้ของประชาชนเป้าหมายที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย โดยใช้แบบจำลอง Goal-Free Evaluation Model เป็นหลักในการดำเนินการ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจภาคสนามการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล

จากผลการวิจัยพบว่า การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง 12 ชนิด ปรากฏว่า ส่วนใหญ่แล้วเป็นงานเผยแพร่ความรู้ ยังไม่ใช่เป็นงานประชาสัมพันธ์ ยกเว้นกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ การเสนอข่าวและงานวารสารกีฬา และเนื่องจากส่วนใหญ่ของสื่อเหล่านี้ไม่ได้มุ่งไปยังประชาชนมีเพียงสื่อวิทยุกับโทรทัศน์ ซึ่งจากการประเมินแล้วพบว่า ไม่ได้ก่อให้เกิดการรับรู้ต่องานประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เพราะปัญหาเกี่ยวกับการผลิตงานที่ยังขาดคุณภาพ ประกอบกับการเผยแพร่ไม่เป็นที่แพร่หลายและไม่เป็นระบบ

ข้อเสนอแนะหลักในการปรับปรุงงานเหล่านี้ก็คือ ต้องการความช่วยเหลือจากมืออาชีพที่เข้าใจงานประชาสัมพันธ์และเข้าใจกีฬาอย่างดี และมีแผนการเผยแพร่และงบประมาณการเผยแพร่ที่ชัดเจน

สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์ (2531) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่โดยการสุ่มตัวอย่างมาศึกษาเป็นจำนวน 286 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ส่วนการวิเคราะห์ที่ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

จากผลการวิจัยพบว่า (1) ปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยกเว้น ปริมาณการเปิดรับข่าวสารประเภทเกร็ดความรู้และสารคดีจากวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นอกจากนี้ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแล้วยังมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปริมาณการเปิดรับข่าวสารประเภทข่าวสารบ้านเมืองจากสื่อบุคคล (2) ปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว เฉพาะปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์และสื่อบุคคล นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับข่าวสารประเภทต่างๆ จากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่า ทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปริมาณการเปิดรับข่าวสารประเภทเกร็ดความรู้และสารคดีจากโทรทัศน์และประเภทข่าวสารบ้านเมืองจากสื่อจากสื่อบุคคล (3) ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยกเว้น ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ดีรับจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว (4) ผลประโยชน์ที่ครอบครัวได้รับจากการประกอบกิจการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

นิตยา บุญชุ่ม (2546) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจในข่าวสาร เรื่องการประกันคุณภาพการศึกษาของอาจารย์มหาวิทยาลัยในภาคเหนือ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจที่ได้รับจากข่าวสาร เรื่องการประกันคุณภาพการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ อาจารย์ที่ทำการสอนในมหาวิทยาลัยในภาคเหนือ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวโดยวิธีการแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

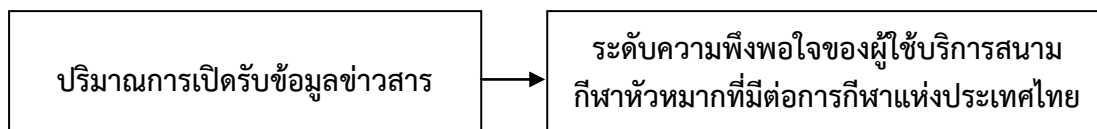
จากผลการวิจัยพบว่า (1) อาจารย์ที่มีเพศต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน อาจารย์ที่มีอายุ ระดับการศึกษาสถานภาพการทำงาน อัตราเงินเดือน หน้าที่ทำงานและประสบการณ์การทำงานในมหาวิทยาลัยแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องการประกันคุณภาพการศึกษาไม่แตกต่างกัน (2) การเปิดรับข่าวสารเรื่องการประกันคุณภาพการศึกษาของอาจารย์มหาวิทยาลัยในภาคเหนือมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร (3) การเปิดรับข่าวสารเรื่องการประกันคุณภาพการศึกษาของอาจารย์มหาวิทยาลัยในภาคเหนือมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในข่าวสาร (4) การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเรื่องการประกันคุณภาพการศึกษาของอาจารย์มหาวิทยาลัยในภาคเหนือมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ

ชลธิชา ชูยจินา (2553) ได้ทำการศึกษา เรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์แก่องค์กรกรณีศึกษาโครงการโรงเรียนในฝันของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การเปิดรับข่าวสาร และความคิดเห็นของประชาชนชุมชนบ้านบางโหนดต่อโครงการโรงเรียนในฝัน (โรงเรียนชุมชนบ้านบางโหนด) ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ และใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเขตชุมชนบ้านบางโหนด ตำบลขนอม อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการโรงเรียนในฝัน เน้นกลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ โดยจะใช้สื่อแบบผสมผสานแต่จะเน้นไปที่สื่อบุคคล ซึ่งได้แก่ ผู้นำทางความคิด ซึ่งเป็นบุคคลในท้องถิ่นเดียวกันถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารทำให้มีความเข้าใจถ่องแท้ เพื่อเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย และเน้นสื่อกิจกรรมเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของโครงการฯ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการโรงเรียนในฝัน (โรงเรียนชุมชนบ้านบางโหนด) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการโรงเรียนในฝันจากสื่อบุคคลในระดับสูงสุด รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์และสื่ออินเทอร์เน็ต สรุปได้ว่า การใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารของประชาชนชุมชนบ้านบางโหนด มีความสอดคล้องกันโดยการเลือกใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อหลัก ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการโรงเรียนในฝัน (โรงเรียนชุมชนบ้านบางโหนด) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการโรงเรียนในฝันว่า เป็นโครงการที่ทำให้คุณภาพการศึกษาของเยาวชนในชุมชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น ประชาชนในชุมชนบ้านบางโหนดได้รับประโยชน์จากโครงการโรงเรียนในฝัน ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพด้านการศึกษาของชุมชนที่ดีขึ้นได้รับความช่วยเหลือในเรื่องทุนการศึกษามากขึ้นสำหรับนักเรียนผู้ที่ด้อยโอกาส เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ทำให้ประชาชนในชุมชนเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรที่มีความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน และเป็นองค์กรที่จัดโครงการดีๆ เพื่อตอบแทนสังคม นอกจากนี้ ยังพบว่า ประชาชนชุมชนบ้านบางโหนดมีความต้องการให้องค์กรเข้ามาช่วยสร้างรายได้ สร้างอาชีพให้ประชาชนในชุมชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย”



การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย จากกรอบแนวคิด การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ผู้วิจัยยึดหลักตามทฤษฎีกระบวนการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ประกอบไปด้วย 1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) 2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) 3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception) 4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) 5. การเลือกระลึก (Selective Recall) การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร สามารถแบ่งปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จากนั้นนำข้อมูลปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ไปหาความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย และทดสอบสมมติฐานที่ว่า ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การเปิดรับสื่อและการเลือกรับสาร ประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร ความพึงพอใจ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการกีฬาแห่งประเทศไทยและสนามกีฬาหัวหมาก เพื่อบรรลุซึ่งวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถนำแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวมาประกอบกับการทำวิจัย และตั้งเป็นสมมติฐานของการวิจัยได้ว่า ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ฉบับนี้ เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยศึกษาจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากประชากร มีการกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมาก ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายถึง ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ขั้นตอนการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การเปิดรับสื่อและการเลือกรับสาร ประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร ความพึงพอใจ การกีฬาแห่งประเทศไทย สนามกีฬาห้วยหมาก และศึกษางานวิจัยของ สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2547) เรื่อง การประเมินพฤติกรรมการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงระดับพฤติกรรมการรับรู้ของประชาชนเป้าหมายที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย จากผลการวิจัยพบว่า การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง 12 ชนิด ปรากฏว่า ส่วนใหญ่แล้วเป็นงานเผยแพร่ความรู้ ยังไม่ใช่เป็นงานประชาสัมพันธ์ ยกเว้นกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ การเสนอข่าวและงานวารสารกีฬา และเนื่องจากส่วนใหญ่ของสื่อเหล่านี้ไม่ได้มุ่งไปยังประชาชนมีเพียงสื่อวิทยุกับโทรทัศน์ ซึ่งจากการประเมินแล้วพบว่า ไม่ได้ก่อให้เกิดการรับรู้ต่องานประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เพราะปัญหาเกี่ยวกับการผลิตงานที่ยังขาดคุณภาพ ประกอบกับการเผยแพร่ไม่เป็นที่แพร่หลายและไม่เป็น

ระบบ ข้อเสนอแนะหลักในการปรับปรุงงานเหล่านี้ก็คือ ต้องการความช่วยเหลือจากมืออาชีพที่เข้าใจงานประชาสัมพันธ์และเข้าใจกีฬาอย่างดี และมีแผนการเผยแพร่และงบประมาณการเผยแพร่ที่ชัดเจน จากงานวิจัยดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยได้รับความรู้และเข้าใจถึงกระบวนการการประชาสัมพันธ์ของวงการกีฬาแห่งประเทศไทยมากยิ่งขึ้นและนำข้อมูลดังกล่าวไปประกอบกับการทำวิจัยฉบับนี้ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องฉบับอื่นๆ ประกอบไปด้วยงานวิจัยของ สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์ (2531) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ งานวิจัยของ นิตยา บุญชุ่ม (2546) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจในข่าวสาร เรื่องการประกันคุณภาพการศึกษาของอาจารย์มหาวิทยาลัยในภาคเหนือ งานวิจัยของ ชลธิชา ชูยจินา (2553) ได้ทำการศึกษา เรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์แก่องค์กรกรณีศึกษาโครงการโรงเรียนในฝันของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อวงการกีฬาแห่งประเทศไทย ในเนื้อหาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการศึกษาความสัมพันธ์

2. ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสำรวจปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของวงการกีฬาแห่งประเทศไทย ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากและเจ้าหน้าที่กองประชาสัมพันธ์ของวงการกีฬาแห่งประเทศไทย
3. ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการกีฬาท่านอาจารย์ ดร.จุฑา ดิงศภักดิ์ ในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ของวงการกีฬาแห่งประเทศไทยและการทำวิจัยฉบับนี้ทั้งหมด ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ท่านรองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ ในเรื่องของแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และการนำทฤษฎีเหล่านี้ไปประกอบกับการทำวิจัย รวมถึงการสร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ที่สุด ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการกีฬาและกระบวนการวิจัย ท่านรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย ในเรื่องของการเขียนงานวิจัย กระบวนการและขั้นตอนการทำวิจัยทุกขั้นตอน ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติ ท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด ในเรื่องของสถิติที่ใช้ในงานวิจัย การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติเพื่อประมวลผลงานวิจัย และการเขียนงานวิจัยเพื่อนำเสนอข้อมูลตัวเลขในงานวิจัย
4. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเพื่อให้เครื่องมือมีความเที่ยง(Reliability) ตรง (Validity) และสมบูรณ์ภายใต้การแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ได้แก่ ท่านที่ 1 รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย ดำรงตำแหน่งเป็นรองคณบดี กำกับดูแลหน่วยแผนและงบประมาณ หน่วยประกันคุณภาพและเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นประธานแขนงวิชาหลักสูตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา และเป็นอาจารย์ประจำแขนงวิชาการจัดการการกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ท่านที่ 2 รองศาสตราจารย์ศุภฤกษ์ มั่นใจตน เป็นอาจารย์ผู้ฝึกสอนกีฬาโยโด

และที่ปรึกษาชมรมยูโต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นอาจารย์ประจำกลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา และหัวหน้าระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๑ โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ฝ่ายมัธยม ท่านที่ 3 ดร.บรรพต สร้อยศรี เป็นผู้จัดการศูนย์พัฒนาสื่อ นวัตกรรมและเทคโนโลยี สำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและเป็นอาจารย์พิเศษสาขาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ท่านที่ 4 รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ ดำรงตำแหน่งเป็นคณบดี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยามและเป็นอาจารย์พิเศษ วิชาการส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ท่านที่ 5 ดร.อมรทัตต์ อัครกะพู่ ดำรงตำแหน่งเป็นเลขานุการรองอธิบดีกรมพลศึกษา การนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยมีเกณฑ์การประเมิน ด้วยคะแนน 3 ระดับ คือ ให้ 1 คะแนน เมื่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ให้ 0 คะแนน เมื่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาว่าไม่แน่ใจในความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ให้ -1 คะแนน เมื่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ จากนั้นผู้วิจัยได้นำผลการให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence Index: IOC) โดยค่าดัชนีที่สามารถยอมรับได้ต้องมีค่ามากกว่า 0.5 (สุวิมล ติรกันันท์, 2546) แสดงว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเพื่อให้เกิดความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability) ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ของแบบสอบถามฉบับนี้ มีค่าเท่ากับ 1.00 จึงถือว่าผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 10 จำนวน 40 คนนำมาทดสอบด้วยวิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Measure of Internal Consistency) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha) ของ Cronbach โดยกำหนดค่าความเที่ยงที่สามารถยอมรับได้ต้องมีค่ามากกว่า 0.65 (ประคองกรรณสูตร, 2542) แสดงว่าแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเที่ยงตรง และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในขั้นตอนต่อไปได้ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามฉบับนี้ มีค่าเท่ากับ 0.85 จึงถือว่าผ่านการตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability)

5. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) บริเวณหน้าประตูทางเข้าสนามกีฬาหัวหมาก ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างวันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ.2556 ถึงวันที่ 21 มกราคม พ.ศ.2557 ยกเว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์ เพื่อการกระจายตัวของข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลออกเป็น 40 วัน เก็บข้อมูลวันละ 10 ชุด และกำหนดช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล คือ

ช่วงที่ 1 เวลา 6:00-9:00 น.	จำนวน 2 ชุด
ช่วงที่ 2 เวลา 9:01-12:00 น.	จำนวน 2 ชุด
ช่วงที่ 3 เวลา 12:01-15:00 น.	จำนวน 2 ชุด
ช่วงที่ 4 เวลา 15:01-18:00 น.	จำนวน 2 ชุด
ช่วงที่ 5 เวลา 18:01 น. เป็นต้นไป	จำนวน 2 ชุด

- นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่ออธิบายถึงลักษณะข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) ค่าร้อยละ (Percentage) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Statistics Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยใช้สถิติ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation)
- การสรุปผลการวิจัยผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางความเรียงโดยแสดงตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยและนำมาอธิบายถึงลักษณะข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างและผลการทดสอบสมมติฐาน การอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยอภิปรายผลตามข้อมูลผลสำรวจที่ได้รับจากการวิจัย ผู้วิจัยอภิปรายแนวคิดทฤษฎีที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัย ความคิดเห็นของผู้วิจัย โดยอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย การเขียนข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยนำผลการวิจัยที่ได้รับมาวิเคราะห์ควบคู่ไปกับแนวคิดทฤษฎีและคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญการประชาสัมพันธ์ท่านรองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ มาเขียนสรุปเป็นข้อเสนอแนะให้กับการกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อนำไปปรับปรุงองค์กร ในด้านงานการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed Ended Questionnaires) ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แบบสอบถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในเรื่องต่างๆ โดยแบ่งเนื้อหาแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลลักษณะประชากรและข้อมูลผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากของกลุ่มตัวอย่าง เป็นข้อคำถามอยู่ในนามบัญญัติ (Nominal Scale) และอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

กำหนดการให้ค่าคะแนนของระดับข้อมูลผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากของกลุ่มตัวอย่าง ในคำตอบ (Likert, 1967) ดังนี้

<u>ระดับข้อมูล</u>	<u>คะแนนที่ได้</u>
ไม่เคย	0 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
มาก	4 คะแนน
มากที่สุด	5 คะแนน

ระดับข้อมูลผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายของคะแนนค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ (ประคอง กรรณสูตร, 2542) ดังนี้

<u>เกณฑ์</u>	<u>แปลความหมาย</u>
0.00-1.50	ข้อมูลอยู่ในระดับน้อยที่สุด
1.51-2.50	ข้อมูลอยู่ในระดับน้อย
2.51-3.50	ข้อมูลอยู่ในระดับปานกลาง
3.51-4.50	ข้อมูลอยู่ในระดับมาก
4.51-5.00	ข้อมูลอยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เป็นข้อคำถามอยู่ในระดับอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

กำหนดการให้ค่าคะแนนของระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ในคำตอบ (Likert, 1967) ดังนี้

<u>ระดับการเปิดรับ</u>	<u>คะแนนที่ได้</u>
ไม่เคย	0 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
มาก	4 คะแนน
มากที่สุด	5 คะแนน

ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายของคะแนนค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ (ประคอง กรรณสูตร, 2542) ดังนี้

<u>เกณฑ์</u>	<u>แปลความหมาย</u>
0.00-1.50	ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับน้อยที่สุด
1.51-2.50	ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับน้อย
2.51-3.50	ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง
3.51-4.50	ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมาก
4.51-5.00	ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย เป็นข้อคำถามอยู่ในระดับอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

กำหนดการให้ค่าคะแนนของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ในคำตอบ (Likert, 1967) ดังนี้

<u>ระดับความพึงพอใจ</u>	<u>คะแนนที่ได้</u>
ไม่เคย	0 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
มาก	4 คะแนน
มากที่สุด	5 คะแนน

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายของคะแนนค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ (ประคอง กรรณสูตร, 2542) ดังนี้

<u>เกณฑ์</u>	<u>แปลความหมาย</u>
0.00-1.50	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด
1.51-2.50	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
2.51-3.50	ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
3.51-4.50	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
4.51-5.00	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าทางสถิติมีความถูกต้องเชื่อถือได้และมีความรวดเร็วในการคำนวณ ผู้วิจัยจะใช้วิธีการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่ออธิบายถึงลักษณะข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) ค่าร้อยละ (Percentage) จากสูตร

$$\% = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ % = แทนค่าร้อยละ

f = ความถี่ หรือจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

n = จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าเฉลี่ย (Mean) ของคะแนน จากสูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ \bar{X} = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

$\sum X$ = ผลรวมของคะแนน

n = จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S)

$$S = \sqrt{\frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n-1}}$$

เมื่อ S = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน

$\sum X^2$ = ผลรวมของคะแนนที่ยกกำลังสอง

$(\sum X)^2$ = ผลรวมของคะแนนก่อนยกกำลังสอง

n = จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Statistics Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยใช้สถิติ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ซึ่งในการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สันหรือสหสัมพันธ์อย่างง่าย ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวกันโดยมี 2 ตัวแปรที่ต้องการศึกษาความสัมพันธ์ ซึ่งอยู่ในมาตรา (Interval Scale) ซึ่งการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สันโปรดคโมเมนต์ (Person Product Moment Correlation Coefficient) เป็นการวัดความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ชุด เมื่อตัวแปรทั้งสองชุดนั้นเป็นตัวแปรต่อเนื่อง (Continuous Data) หรือเป็นข้อมูล อันตรภาคชั้นหรืออัตราส่วน สูตรในการคำนวณหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันโปรดคโมเมนต์ มีสูตรดังนี้

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	r	=	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X, Y
	X	=	ตัวแปรที่ 1
	Y	=	ตัวแปรที่ 2
	n	=	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

การวัดตัวแปรจากสมมติฐาน

ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

การอธิบายค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับการความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ใช้เกณฑ์ในการแปลความหมาย (Cohen, 1988) ดังนี้

<u>ค่าสหสัมพันธ์</u>	<u>แปลความหมาย</u>
- 0.29 ถึง - 0.10 หรือ 0.10 ถึง 0.29	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ
- 0.49 ถึง - 0.30 หรือ 0.30 ถึง 0.49	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง
- 1.00 ถึง - 0.50 หรือ 0.50 ถึง 1.00	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

การดำเนินการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยฉบับนี้ ผู้วิจัยพบปัญหาและอุปสรรคในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. เนื่องจากสถานการณ์ทางการเมืองไม่ปกติ บริเวณการกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยจึงไม่สะดวกในการติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่การกีฬาแห่งประเทศไทย ส่งผลให้การประสานงานเกิดความล่าช้า
2. ผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากส่วนใหญ่ไม่สะดวกให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เนื่องจากผู้ให้บริการสนามกีฬาห้วยหมากกำลังทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การออกกำลังกาย การเล่นกีฬา การพักผ่อนหย่อนใจ ฯลฯ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรและข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย
- ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์และคำย่อที่ใช้แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

X	หมายถึง	ตัวแปรที่ 1 การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร
Y	หมายถึง	ตัวแปรที่ 2 ความพึงพอใจ
n	หมายถึง	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
r	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X, Y
p	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรและข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ข้อมูลผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก ได้แก่ สถานะสมาชิก ลักษณะการเสียค่าใช้บริการ ฯลฯ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดังตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 8

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (n)	ร้อยละ
1. ชาย	192	48.00
2. หญิง	208	52.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาครั้งนี้ เป็นเพศหญิงมีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 และกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (n)	ร้อยละ
1. 18 - 25ปี	142	35.50
2. 26 - 33ปี	107	26.75
3. 34 - 41ปี	100	25.00
4. 42 - 49ปี	24	6.00
5. 50ปีขึ้นไป	27	6.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี มีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26 - 33 ปีมีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 42 - 49 ปีมีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานะสมาชิก

สถานะสมาชิก	จำนวน (n)	ร้อยละ
1. เป็น	78	19.50
2. ไม่เป็น	322	80.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีสถานะไม่เป็นสมาชิกคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะไม่เป็นสมาชิกมีจำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.50 และกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะเป็นสมาชิกมีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการเสียค่าใช้จ่ายใช้บริการ

ลักษณะการเสียค่าใช้จ่ายใช้บริการ	จำนวน (n)	ร้อยละ
1. เสียค่าใช้จ่ายใช้บริการ	57	14.25
2. ไม่เสียค่าใช้จ่ายใช้บริการ	343	85.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีลักษณะไม่เสียค่าใช้จ่ายใช้บริการคือ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายใช้บริการมีจำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 85.75 และกลุ่มตัวอย่างที่เสียค่าใช้จ่ายใช้บริการมีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเวลาในการเดินทางมาใช้บริการ

เวลา	จำนวน (n)	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 30 นาที	138	34.50
2. 30 นาที - 1 ชั่วโมง	79	19.75
3. 1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง	36	9.00
4. 2 ชั่วโมง - 3 ชั่วโมง	74	18.50
5. 3 ชั่วโมงขึ้นไป	73	18.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการเดินทางน้อยกว่า 30 นาทีที่มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการเดินทาง 30 นาที - 1 ชั่วโมงมีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือคือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการเดินทาง 1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมงมีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่หรือความบ่อยครั้งในการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์

ความบ่อยครั้งต่อสัปดาห์	จำนวน (n)	ร้อยละ
1. ทุกวัน	62	15.50
2. 5 – 6 วัน	91	22.75
3. 3 – 4 วัน	103	25.75
4. 1 – 2 วัน	122	30.50
5. นานๆครั้ง	22	5.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการ 1 – 2 วันต่อสัปดาห์มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการ 3 – 4 วันต่อสัปดาห์มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการนานๆครั้งมีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ข้อมูลทั่วไป
1. ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ สนามกีฬาหัวหมาก	400	3.34	1.00	ปานกลาง
2. ความสนใจและชอบกีฬา	400	3.59	1.04	มาก
3. ความเชื่อเกี่ยวกับคุณประโยชน์ต่างๆ ของการออกกำลังกายและเล่นกีฬา	400	3.43	1.21	ปานกลาง
4. การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของการ กีฬาแห่งประเทศไทย	400	2.95	1.31	ปานกลาง
5. ความรักและศรัทธาต่อการกีฬาแห่ง ประเทศไทย	400	3.12	1.24	ปานกลาง

จากตารางที่ 7 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสนใจและชอบกีฬาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 มีความเชื่อเกี่ยวกับคุณประโยชน์ต่างๆของการออกกำลังกายและเล่นกีฬา มีความสะดวกในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก มีความรักและศรัทธาต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยและมีการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43, 3.34, 3.12 และ 2.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการ

วัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการ	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ข้อมูลทั่วไป
1. เพื่อการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา	400	3.46	1.16	ปานกลาง
2. เพื่อการแข่งขันกีฬา	400	2.79	1.41	ปานกลาง
3. เพื่อการเข้าชมกีฬา	400	3.07	1.36	ปานกลาง
4. เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	400	3.58	1.24	มาก
5. เพื่ออำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น เป็นสถานที่ทำงานหรือใช้เป็นสถานที่จอดรถชั่วคราว เป็นต้น	400	3.10	1.37	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 มีวัตถุประสงค์เพื่อการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา เพื่ออำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อการเข้าชมกีฬาและเพื่อการแข่งขันกีฬาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46, 3.10, 3.07 และ 2.79 ตามลำดับ

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังมีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการอื่นๆ คือ เพื่อเข้าชมคอนเสิร์ต และเพื่อการค้าขาย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

ข้อมูลการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดังตารางที่ 9 ถึงตารางที่ 19

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร (X)	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปริมาณ การเปิดรับ ข้อมูลข่าวสาร
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามประเภทของสื่อ	400	3.00	0.90	ปานกลาง
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสื่อมวลชน	400	2.95	0.70	ปานกลาง
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสาร	400	3.33	1.02	ปานกลาง
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามรายละเอียดของข่าวสาร	400	3.45	0.84	ปานกลาง
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเหตุการณ์ต่างๆ	400	3.40	0.74	ปานกลาง
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามเนื้อหาของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย	400	3.25	0.90	ปานกลาง
รวม	400	3.23	0.61	ปานกลาง

จากตารางที่ 9 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของสื่อต่างๆ

ตัวแปร (X)	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปริมาณ การเปิดรับ ข้อมูลข่าวสาร
1. ข่าวสารจากสื่อบุคคลต่างๆ เช่น เพื่อนบ้าน คนรู้จัก เจ้าหน้าที่การกีฬาแห่งประเทศไทย ฯลฯ	400	3.01	1.18	ปานกลาง
2. ข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์	400	2.97	1.10	ปานกลาง
3. ข่าวสารจากสื่อวารสารหรือนิตยสาร	400	2.84	1.10	ปานกลาง
4. ข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์	400	3.34	1.11	ปานกลาง
5. ข่าวสารจากสื่อวิทยุ	400	2.76	1.10	ปานกลาง
6. ข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต	400	3.05	1.25	ปานกลาง
รวม	400	3.00	0.90	ปานกลาง

จากตารางที่ 10 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามประเภทของสื่อต่างๆอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร จากสื่อโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 รองลงมาคือสื่ออินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 ลำดับสุดท้ายคือสื่อวิทยุอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสื่อมวลชน

ตัวแปร (X)	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปริมาณ การเปิดรับ ข้อมูลข่าวสาร
ฉบับหนังสือพิมพ์	400	3.10	0.69	ปานกลาง
สถานีโทรทัศน์	400	3.09	0.78	ปานกลาง
สถานีวิทยุ	400	2.65	1.29	ปานกลาง
รวม	400	2.95	0.70	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสื่อมวลชนอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจ จากฉบับหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับปานกลางและมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 ลำดับสุดท้ายคือสถานีวิทยุอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของฉบับหนังสือพิมพ์

ตัวแปร (X)	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปริมาณ การเปิดรับ ข้อมูลข่าวสาร
1. ไทยรัฐ	400	3.41	0.87	ปานกลาง
2. เดลินิวส์	400	3.31	0.84	ปานกลาง
3. มติชน	400	2.93	1.09	ปานกลาง
4. สยามกีฬา	400	2.72	1.23	ปานกลาง
รวม	400	3.10	0.69	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจจากฉบับหนังสือพิมพ์ไทยรัฐอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 รองลงมาคือฉบับหนังสือพิมพ์เดลินิวส์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 ลำดับสุดท้ายคือฉบับหนังสือพิมพ์สยามกีฬาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจ จากฉบับหนังสือพิมพ์อื่นๆ คือ ฉบับหนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก, บ้านเมือง, ผู้จัดการ, ข่าวสด, โพสต์ทูเดย์ และกรุงเทพธุรกิจ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสถานีโทรทัศน์

ตัวแปร (X)	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปริมาณ การเปิดรับ ข้อมูลข่าวสาร
1. สถานีโทรทัศน์ช่อง 3	400	3.70	0.95	มาก
2. สถานีโทรทัศน์ช่อง 5	400	3.29	0.99	ปานกลาง
3. สถานีโทรทัศน์ช่อง 7	400	3.53	1.07	มาก
4. สถานีโทรทัศน์ช่อง 9	400	3.20	1.00	ปานกลาง
5. สถานีโทรทัศน์ช่อง NBT	400	2.82	1.22	ปานกลาง
6. สถานีโทรทัศน์ช่อง Thai PBS	400	2.89	1.26	ปานกลาง
7. สถานีโทรทัศน์ช่อง T Sport Channel	400	2.18	1.49	น้อย
รวม	400	3.09	0.79	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ลำดับสุดท้ายคือสถานีโทรทัศน์ช่อง T Sport Channel อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.18

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจ จากสถานีโทรทัศน์อื่นๆ คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง Nation Channel

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสถานีวิทยุ

ตัวแปร (X)	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปริมาณ การเปิดรับ ข้อมูลข่าวสาร
1. 89.0MHZ	400	2.47	1.41	น้อย
2. 93.0MHZ	400	2.74	1.44	ปานกลาง
3. 99.0MHZ	400	2.61	1.42	ปานกลาง
4. 106.0MHZ	400	2.74	1.40	ปานกลาง
รวม	400	2.65	1.29	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจจากสถานีวิทยุคลื่น 93.0MHZ และสถานีวิทยุคลื่น 106.0MHZ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 รองลงมาคือสถานีวิทยุคลื่น 99.0MHZ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 ลำดับสุดท้ายคือสถานีวิทยุคลื่น 89.0MHZ อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.47

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจ จากสถานีวิทยุคลื่นอื่นๆ คือ สถานีวิทยุคลื่น 94.0MHZ, 97.5MHZ, 91.5MHZ, 100.0MHZ และ 101.75MHZ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสาร

ตัวแปร (X)	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปริมาณ การเปิดรับ ข้อมูลข่าวสาร
1. ติดตามการแข่งขันกีฬาและผลการแข่งขันกีฬาต่างๆ	400	3.33	1.10	ปานกลาง
2. สาระ องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา	400	3.32	1.08	ปานกลาง
3. บุคลากรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬา หรือ ดารากีฬา	400	3.35	1.19	ปานกลาง
รวม	400	3.33	1.02	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาในหัวข้อเกี่ยวกับบุคลากรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬา หรือดารากีฬาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 รองลงมาคือหัวข้อเกี่ยวกับการติดตามการแข่งขันกีฬาและผลการแข่งขันกีฬาต่างๆอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ลำดับสุดท้ายคือหัวข้อเกี่ยวกับสาระ องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและการเล่นกีฬาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายละเอียดของข่าวสาร

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร
(X)	(n)	(\bar{X})	(S.D.)	
1. ชื่อเรื่อง หัวข้อ	400	3.39	1.07	ปานกลาง
2. เนื้อหาสาระ	400	3.36	0.96	ปานกลาง
3. รูปภาพ	400	3.60	1.06	มาก
รวม	400	3.45	0.84	ปานกลาง

จากตารางที่ 16 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามรายละเอียดของข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาในส่วนของรูปภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยที่ 3.60 รองลงมาคือส่วนของชื่อเรื่อง หัวข้ออยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ลำดับสุดท้ายคือส่วนของเนื้อหาสาระอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุการณ์ต่างๆ

ตัวแปร (X)	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปริมาณ การเปิดรับ ข้อมูลข่าวสาร
1. เมื่อต้องการระลึกถึง	400	3.50	0.89	ปานกลาง
2. เมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารซ้ำ	400	3.37	0.85	ปานกลาง
3. เมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารอื่นที่มีความคล้ายคลึงกัน	400	3.37	0.88	ปานกลาง
4. เมื่อ ข้อมูลข่าวสารนั้นมีความคล้ายคลึงกับประสบการณ์โดยตรง	400	3.35	0.88	ปานกลาง
รวม	400	3.40	0.74	ปานกลาง

จากตารางที่ 17 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเหตุการณ์ต่างๆอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาเมื่อต้องการระลึกถึงอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 รองลงมาคือเมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารซ้ำ และเมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารอื่นที่มีความคล้ายคลึงกันอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 3.37 ลำดับสุดท้ายคือเมื่อข้อมูลข่าวสารนั้นมีความคล้ายคลึงกับประสบการณ์โดยตรงอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย

ตัวแปร (X)	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปริมาณ การเปิดรับ ข้อมูลข่าวสาร
1. ติดตามการแข่งขันกีฬาและผลการแข่งขันกีฬาต่างๆ	400	3.35	1.05	ปานกลาง
2. สาระ องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา	400	3.20	1.08	ปานกลาง
3. บุคลากรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬา หรือดารากีฬา	400	3.20	1.12	ปานกลาง
รวม	400	3.25	0.90	ปานกลาง

จากตารางที่ 18 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในหัวข้อเกี่ยวกับการติดตามการแข่งขันกีฬาและผลการแข่งขันกีฬาต่างๆอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 กลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในหัวข้อเกี่ยวกับสาระ องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา และบุคลากรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬา หรือดารากีฬาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 3.20

ตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามที่มาของเนื้อหาของข่าวสาร

ตัวแปร (X)	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปริมาณ การเปิดรับ ข้อมูลข่าวสาร
ข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับกีฬา	400	3.33	1.02	ปานกลาง
ข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย	400	3.25	0.90	ปานกลาง

จากตารางที่ 19 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับกีฬามากกว่าการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และ 3.25

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

ข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูล แสดงดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

ตัวแปร (Y)	จำนวน (n)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านเนื้อหาของข่าวสาร				
1. ด้านการประชาสัมพันธ์ของข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับ การแข่งขันกีฬา ต่างๆ	400	2.99	1.20	ปานกลาง
2. ด้านการประชาสัมพันธ์ของข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับ สาระ องค์ความรู้ ด้านกีฬา	400	2.98	1.14	ปานกลาง
ด้านประเภทของสื่อเฉพาะกิจ				
3. สื่อเว็บไซต์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย (www.sat.or.th)	400	2.74	1.34	ปานกลาง
4. สื่อวารสารรายเดือนของการกีฬาแห่ง ประเทศไทย	400	2.78	1.37	ปานกลาง
5. สื่อป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ ใบปลิว แผ่นพับ บริเวณสนามกีฬา หัวหมาก	400	2.92	1.28	ปานกลาง
ด้านการให้บริการ				
6. การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	400	2.68	1.39	ปานกลาง
รวม	400	2.85	0.90	ปานกลาง

จากตารางที่ 20 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ด้านการประชาสัมพันธ์ของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแข่งขันกีฬาต่างๆอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 กลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยมีความพึงพอใจ ด้านการประชาสัมพันธ์ของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ สาระ องค์ความรู้ด้านกีฬาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ สื่อป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ ใบปลิว แผ่นพับ บริเวณสนามกีฬาห้วยหมาก อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 รองลงมาคือสื่อวารสารรายเดือนของการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 กลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยมีความพึงพอใจ จากสื่อเว็บไซต์ของการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ ด้านการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

- ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามประเภทของสื่อต่างๆมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย
- ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย
- ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย
- ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามรายละเอียดของข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย
- ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเหตุการณ์ต่างๆมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย
- ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากกีฬาแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดังตารางที่ 21 ถึงตารางที่ 28

ตารางที่ 21 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และระดับความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร (X)	ระดับความพึงพอใจ (Y)		
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์
ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	0.362**	0.000	ปานกลาง

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 21 แสดงว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อภารกิจแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.362 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย ผลที่ได้จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

ตารางที่ 22 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และระดับความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามประเภทของสื่อกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร (X)	ระดับความพึงพอใจ (Y)		
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์
1. ข่าวสารจากสื่อบุคคลต่างๆ เช่น เพื่อนบ้าน คนรู้จัก เจ้าหน้าที่การศึกษาแห่งประเทศไทย ฯลฯ	0.334**	0.000	ปานกลาง
2. ข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์	0.190**	0.000	ต่ำ
3. ข่าวสารจากสื่อวารสารหรือนิตยสาร	0.325**	0.000	ปานกลาง
4. ข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์	0.221**	0.000	ต่ำ
5. ข่าวสารจากสื่อวิทยุ	0.287**	0.000	ต่ำ
6. ข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต	0.175**	0.000	ต่ำ
รวม	0.322**	0.000	ปานกลาง

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 22 แสดงว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของสื่อต่างๆมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.322 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากประเภทของสื่อต่างๆมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากประเภทของสื่อต่างๆน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย ผลที่ได้จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจากสื่อบุคคลต่างๆ สื่อวารสารหรือนิตยสาร สื่อวิทยุสื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.334, 0.325, 0.287, 0.221, 0.190 และ 0.175 ตามลำดับ กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อดังกล่าวมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อดังกล่าวน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย

ตารางที่ 23 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และระดับความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสื่อมวลชนกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร (X)	ระดับความพึงพอใจ (Y)		
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์
ฉบับหนังสือพิมพ์	0.339**	0.000	ปานกลาง
สถานีโทรทัศน์	0.140**	0.005	ต่ำ
สถานีวิทยุ	0.199**	0.000	ต่ำ
รวม	0.283**	0.000	ต่ำ

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 23 แสดงว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.283 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสื่อมวลชนมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสื่อมวลชนน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย ผลที่ได้จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจากฉบับหนังสือพิมพ์สถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.339, 0.199 และ 0.140 ตามลำดับ กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อดังกล่าวมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อดังกล่าวน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย

ตารางที่ 24 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และระดับความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร (X)	ระดับความพึงพอใจ (Y)		
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์
1. ติดตามการแข่งขันกีฬาและผลการแข่งขันกีฬาต่างๆ	0.205**	0.000	ต่ำ
2. สารระ องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา	0.244**	0.000	ต่ำ
3. บุคลากรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬา หรือดารากีฬา	0.230**	0.000	ต่ำ
รวม	0.248**	0.000	ต่ำ

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 24 แสดงว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.248 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย ผลที่ได้จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาของกลุ่มตัวอย่างในหัวข้อเกี่ยวกับสารระ องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและการเล่นกีฬากุศลกรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬา หรือดารากีฬา และการติดตามการแข่งขันกีฬาและผลการแข่งขันกีฬาต่างๆมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ 0.244, 0.230 และ 0.205 ตามลำดับ กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากเนื้อหาของข่าวสารดังกล่าวมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากเนื้อหาของข่าวสารดังกล่าวน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย

ตารางที่ 25 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และระดับความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามรายละเอียดของข่าวสารกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร (X)	ระดับความพึงพอใจ (Y)		
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์
1. ชื่อเรื่อง หัวข้อ	0.286**	0.000	ต่ำ
2. เนื้อหาสาระ	0.215**	0.000	ต่ำ
3. รูปภาพ	0.145**	0.004	ต่ำ
รวม	0.263**	0.000	ต่ำ

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 25 แสดงว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายละเอียดของข่าวสารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.263 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามรายละเอียดของข่าวสารมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามรายละเอียดของข่าวสารน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย ผลที่ได้จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาของกลุ่มตัวอย่างในส่วนของชื่อเรื่อง หัวข้อ เนื้อหาสาระและรูปภาพมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.286, 0.215 และ 0.145 ตามลำดับ กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากรายละเอียดของข่าวสารดังกล่าวมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากรายละเอียดของข่าวสารดังกล่าวจะน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย

ตารางที่ 26 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และระดับความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเหตุการณ์ต่างๆกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร (X)	ระดับความพึงพอใจ (Y)		
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์
1. เมื่อต้องการระลึกถึง	0.139**	0.005	ต่ำ
2. เมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารซ้ำ	0.185**	0.000	ต่ำ
3. เมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารอื่นที่มีความคล้ายคลึงกัน	0.137**	0.006	ต่ำ
4. เมื่อข้อมูลข่าวสารนั้นมีความคล้ายคลึงกับประสบการณ์โดยตรง	0.143**	0.004	ต่ำ
รวม	0.179**	0.000	ต่ำ

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 26 แสดงว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุการณ์ต่างๆมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.179 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเหตุการณ์ต่างๆมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเหตุการณ์ต่างๆน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย ผลที่ได้จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาของกลุ่มตัวอย่างเมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารซ้ำเมื่อข้อมูลข่าวสารนั้นมีความคล้ายคลึงกับประสบการณ์โดยตรงเมื่อต้องการระลึกถึง และเมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารอื่นที่มีความคล้ายคลึงกันมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.185, 0.143, 0.139 และ 0.137 ตามลำดับ กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากเหตุการณ์ดังกล่าวมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากเหตุการณ์ดังกล่าวน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย

ตารางที่ 27 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และระดับความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร (X)	ระดับความพึงพอใจ (Y)		
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์
1. ติดตามการแข่งขันกีฬาและผลการแข่งขันกีฬาต่างๆ	0.177**	0.000	ต่ำ
2. สารระ องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา	0.186**	0.000	ต่ำ
3. บุคลากรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬา หรือดารากีฬา	0.262**	0.000	ต่ำ
รวม	0.254**	0.000	ต่ำ

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 27 แสดงว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.254 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย ผลที่ได้จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างในหัวข้อเกี่ยวกับบุคลากรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬา หรือดารา กีฬา สารระ องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา และการติดตามการแข่งขันกีฬาและผลการแข่งขันกีฬาต่างๆมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.262, 0.186 และ 0.177 ตามลำดับ กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยดังกล่าวมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยดังกล่าวจะมีความพึงพอใจน้อย

ตารางที่ 28 แสดงการเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และระดับความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามที่มาของเนื้อหาของข่าวสาร

ตัวแปร (X)	ระดับความพึงพอใจ (Y)		
	r	p	ระดับ ความสัมพันธ์
ข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับกีฬา	0.248**	0.000	ต่ำ
ข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย	0.254**	0.000	ต่ำ

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 28 แสดงว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง จากเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยมากกว่าข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับกีฬาอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.254 และ 0.248

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยฉบับนี้ ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงจำนวน 208 คน และเป็นเพศชายจำนวน 192 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี มีสถานะไม่เป็นสมาชิก มีลักษณะไม่เสียค่าใช้บริการ ใช้เวลาในการเดินทางเข้ามาใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากน้อยกว่า 30 นาที มีความถี่หรือความบ่อยครั้งในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ มีความสนใจและชอบกีฬาอยู่ในระดับมาก มีความสะดวกในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก มีความเชื่อเกี่ยวกับคุณประโยชน์ต่างๆของการออกกำลังกายและเล่นกีฬา มีการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของการกีฬาแห่งประเทศไทย มีความรักและศรัทธาต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลางและมีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

ระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยได้ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนดไว้ คือ 400 คน ทั้งนี้แบบสอบถามทุกชุดมีความสมบูรณ์ จึงกล่าวได้ว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นตัวแทนคำตอบที่แท้จริงของกลุ่มประชากรทั้งหมดได้อย่างสมบูรณ์ และผู้วิจัยมีความพึงพอใจกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเนื่องจากบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ในการทำวิจัยฉบับนี้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรและข้อมูลผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมาก

ข้อมูลลักษณะประชากร

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงจำนวน 208 คน และเป็นเพศชายจำนวน 192 คน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี รองลงมาคือ อายุระหว่าง 26 - 33 ปี ตามลำดับ

ข้อมูลผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมาก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานะไม่เป็นสมาชิกมากกว่าเป็นสมาชิก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะไม่เสียค่าใช้บริการมากกว่าเสียค่าใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้เวลาในการเดินทางเข้ามาใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากน้อยกว่า 30 นาที รองลงมาคือ ใช้เวลาในการเดินทาง 30 นาที - 1 ชั่วโมง ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่หรือความบ่อยครั้งในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ รองลงมาคือ เข้าใช้บริการ 3 - 4 วันต่อสัปดาห์ ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสะดวกในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากอยู่ในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจและชอบกีฬาอยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเชื่อเกี่ยวกับ คุณประโยชน์ต่างๆของการออกกำลังกายและเล่นกีฬาอยู่ในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรักและศรัทธาต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง

วัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมาคือ เพื่อการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 เมื่อจำแนกตามประเภทของสื่อต่างๆ แหล่งที่มาของสื่อมวลชน เนื้อหาของข่าวสาร รายละเอียดของข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆ และเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

- การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามประเภทของสื่อต่างๆ

กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามประเภทของสื่อต่างๆอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก สื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

- การเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสื่อมวลชน

กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสื่อมวลชนอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสื่อมวลชนอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจจากแหล่งที่มาของฉบับหนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ ลำดับสุดท้ายคือ สถานีวิทยุ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร จากฉบับหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ รองลงมาคือ ฉบับหนังสือพิมพ์เดลินิวส์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร จากสถานีวิทยุคลื่น 93.0MHZ และ 106.0MHZ รองลงมาคือ 99.0MHZ

- การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬา จากเนื้อหาของข่าวสาร

กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากเนื้อหาของข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากเนื้อหาของข่าวสารในหัวข้อเกี่ยวกับบุคลากรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬาหรือดารากีฬา รองลงมาคือ หัวข้อเกี่ยวกับการติดตามการแข่งขันกีฬาและผลการแข่งขันกีฬาต่างๆ ลำดับสุดท้ายคือ หัวข้อเกี่ยวกับสาระ องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา

- การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬา จากรายละเอียดของข่าวสาร

กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากรายละเอียดของข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างในส่วนของการเลือกจดจำรูปภาพ มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมาก ส่วนการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากรายละเอียดของข่าวสารอื่นๆอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากรายละเอียดของข่าวสาร ในส่วนของรูปภาพ รองลงมาคือ ในส่วนของชื่อเรื่อง หัวข้อ ลำดับสุดท้ายคือ ในส่วนของเนื้อหาสาระ

- การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างในการระลึกถึงข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากเหตุการณ์ต่างๆ

กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากเหตุการณ์ต่างๆอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากเหตุการณ์ต่างๆ อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาเมื่อต้องการระลึกถึง รองลงมาคือเมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารซ้ำ และเมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารอื่นที่มีความคล้ายคลึงกัน ตามลำดับ

- การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกรับรู้ข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย จากเนื้อหาของข่าวสาร

กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยจากเนื้อหาของข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย จากเนื้อหาของข่าวสารในหัวข้อเกี่ยวกับการติดตามการแข่งขันกีฬาและผลการแข่งขันกีฬาต่างๆ รองลงมาคือ หัวข้อเกี่ยวกับสาระ องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา และบุคลากรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬาหรือดารากีฬา

- การเปรียบเทียบระดับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากที่มาของเนื้อหาของข่าวสารระหว่างข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับกีฬากับข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับกีฬามากกว่าการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากที่มาของเนื้อหาของข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

ความพึงพอใจที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 โดยผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากมีความพึงพอใจต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ประกอบไปด้วย ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ด้านสื่อเฉพาะกิจหรือสื่อประเภทต่างๆของการกีฬาแห่งประเทศไทย ด้านการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

- ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารจากเนื้อหาของข่าวสารของการกีฬาแห่งประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารจากเนื้อหาของข่าวสารของการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ด้านการประชาสัมพันธ์ของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ การแข่งขันกีฬาต่างๆ รองลงมาคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ สาระ องค์ความรู้ด้านกีฬา

- ด้านสื่อประเภทต่างๆของการกีฬาแห่งประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อประเภทต่างๆของการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อด้านสื่อป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ ใบปลิว แผ่นพับ บริเวณสนามกีฬาห้วยหมาก รองลงมาคือ สื่อวารสารรายเดือนของการกีฬาแห่งประเทศไทย ลำดับสุดท้ายคือสื่อเว็บไซต์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย (www.sat.or.th)

- ด้านการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานของการวิจัย

ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

- ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามประเภทของสื่อต่างๆมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย
- ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามความสนใจจากแหล่งที่มาของสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย
- ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย
- ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามรายละเอียดของข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย
- ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจำแนกตามเหตุการณ์ต่างๆมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย
- ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำแนกตามเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

จากสรุปผลการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ โดยหาค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงจำนวน 208 คน และเป็นเพศชายจำนวน 192 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปีมีสถานะไม่เป็นสมาชิก มีลักษณะไม่เสียค่า ใช้บริการใช้เวลาในการเดินทางเข้ามาใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากน้อยกว่า 30 นาที มีความถี่หรือความบ่อยครั้งในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ มีความสะดวกในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากอยู่ในระดับปานกลาง มีความสนใจและชอบกีฬาอยู่ในระดับมาก มีความเชื่อเกี่ยวกับ คุณประโยชน์ต่างๆของการออกกำลังกายและเล่นกีฬาอยู่ในระดับปานกลาง มีการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง มีความรักและศรัทธาต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง มีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
2. ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
3. ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเมื่อจำแนกตามประเภทของสื่อต่างๆ แหล่งที่มาของสื่อมวลชน เนื้อหาของข่าวสาร รายละเอียดของข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆ และเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยพบว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยทุกข้ออย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
4. เมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับกีฬาของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยพบว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากจากเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยมากกว่าข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับกีฬาอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากสรุปผลการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย เป็นการศึกษากระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตามทฤษฎีของ Cutlip et al. (1994) ในขั้นตอนที่ 1 คือ การวิจัย-รับฟัง หรือ การศึกษาหาข้อมูล (Research-Listening/Fact-Finding) เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการศึกษาหาข้อเท็จจริงข้อมูลต่างๆ ที่ได้มาจากการวิจัยหรือการรับฟังความคิดเห็น เป็นการตรวจสอบประชาคติ ทศนคติตลอดจนปฏิกิริยาของกลุ่มประชาชนที่องค์การจะทำการประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2547) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การประเมินพฤติกรรมการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นการศึกษากระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในขั้นตอนที่ 4 คือ การประเมินผล (Evaluation) การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ นับเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การประเมินผลเป็นการประเมินประสิทธิภาพของงานที่กระทำไปแล้วว่า ส่วนใดที่ต้องแก้ไขหรือปรับปรุงให้ดีขึ้น นับเป็นงานที่มีความสำคัญมากเพื่อจะได้ทราบว่า การดำเนินงานขององค์การไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินการมากน้อยเพียงใดสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายครอบคลุมทั่วถึงหรือไม่

จากผลการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากเป็นเพศหญิงจำนวน 208 คน และเป็นเพศชายจำนวน 192 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี ซึ่งจัดว่าอยู่ในช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนต้นหรือวัยหนุ่มสาว (Young Adult) จากปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจจากแหล่งที่มาของฉบับหนังสือพิมพ์ สถานีโทรทัศน์ และสถานีวิทยุ พบว่าผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากฉบับหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และสถานีวิทยุคลื่น 93.0MHz ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นเพราะสื่อเหล่านี้สามารถนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมาก กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มวัยผู้ใหญ่ตอนต้นหรือวัยหนุ่มสาวได้ตรงจุดมากที่สุด นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลยังพบว่า ผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากมีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก สถานีโทรทัศน์ช่อง T Sport Channel อยู่ในระดับน้อย ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นเพราะสื่อดังกล่าวไม่เป็นที่รู้จักของประชาชนผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมาก เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์สื่อดังกล่าวให้มีชื่อเสียง ผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากส่วนใหญ่มีสถานะไม่เป็นสมาชิกและมีลักษณะไม่เสียค่าใช้จ่าย ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นเนื่องจากการกีฬาแห่งประเทศไทยให้บริการสนามกีฬาหัวหมากในลักษณะของการให้บริการโดยไม่หวังผลกำไรและมุ่งถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก อีกทั้งประชาชนส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการกีฬาแห่งประเทศไทยในการพัฒนาสนามกีฬาหัวหมากคือ เพื่อให้เป็นสถานกีฬาที่เอื้อประโยชน์ต่อการออกกำลังกาย ฝึกซ้อมกีฬา

แข่งขันกีฬา และเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชน (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2545) ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเดินทางเข้ามาใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากน้อยกว่า 30 นาที มีความถี่หรือความบ่อยครั้งในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ มีความสนใจและชอบกีฬาอยู่ในระดับมาก มีความสะดวกในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก มีความเชื่อเกี่ยวกับ คุณประโยชน์ต่างๆของการออกกำลังกายและเล่นกีฬา มีการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของการกีฬาแห่งประเทศไทย มีความรักและศรัทธาต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงข้อมูลพื้นฐานของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก การกีฬาแห่งประเทศไทยจึงสามารถนำข้อมูลในส่วนนี้ไปศึกษาประกอบกับการพัฒนาองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากควบคู่ไปกับพันธกิจของการกีฬาแห่งประเทศไทย คือ กำหนดนโยบาย ทิศทาง กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา ส่งเสริม สนับสนุนประสานงานเพื่อการพัฒนากีฬาสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืน ส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบด้านกีฬาที่มีความเหมาะสม อำนวยการ บริหารจัดการ สถานที่กีฬา อุปกรณ์กีฬาและบริการทางการกีฬา (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2545) ให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

จากวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้ ผลการวิจัยพบว่า ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยา บุญชุ่ม (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจในข่าวสารเรื่องการประกันคุณภาพการศึกษาของอาจารย์มหาวิทยาลัยในภาคเหนือ ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเรื่องการประกันคุณภาพการศึกษาของอาจารย์มหาวิทยาลัยในภาคเหนือมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในข่าวสาร จึงสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากช่องทางสื่อต่างๆและมีความสนใจข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬามาก จะมีความพึงพอใจต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีกระบวนการเปิดรับข่าวสาร ที่ประกอบไปด้วย ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากมีการเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) จากสื่อต่างๆ ตามความสนใจ (Selective Attention) ของแต่ละบุคคล จากนั้นผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากจะเลือกสนใจแต่ข่าวสารที่ตรงตามความต้องการของตนเอง เพื่อรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception) ข่าวสารนั้นๆ และจากนั้นผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากจะเลือกที่จะจดจำ (Selective Retention) ข่าวสารดังกล่าวและสามารถระลึกถึงข่าวสาร (Selective Recall) นั้นๆได้เมื่อต้องการจะระลึกถึงหรือเมื่อข่าวสารนั้นๆมีความใกล้เคียงกับประสบการณ์ตรงและอื่นๆ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยตามแนวคิดทฤษฎีกระบวนการเปิดรับข่าวสารได้ ดังนี้

การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) สื่อต่างๆของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วหมาก เมื่อพิจารณาจากปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วหมากจากสื่อต่างๆ พบว่า ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วหมากจากประเภทของสื่อต่างๆมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากประเภทของสื่อต่างๆมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากประเภทของสื่อต่างๆน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย เมื่อพิจารณาพบว่าสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วหมากมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นเพราะสื่อบุคคลนั้นเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็วและมีความสะดวกมากที่สุดเพราะเป็นสื่อจำเป็นที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต (2542) ได้กล่าวถึง สื่อบุคคล(Personal Media) ไว้ว่า เป็นวิธีการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุด ใช้กันตั้งแต่เริ่มมีมนุษย์ขึ้นในโลก เป็นสื่อที่ใช้กันมากในกลุ่มประชาชนทั่วไป เครื่องมือของสื่อบุคคลมีทั้งที่เป็นคำพูด กริยาท่าทาง การแสดงออกทางอากัปกิริยา วิธีการสื่อสารด้วยบุคคลจะเป็นการใช้คำพูดเป็นหลัก ซึ่งคำพูด (Spoken Word) เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทุกคนคุ้นเคยกันดีอยู่แล้ว และทุกคนต้องใช้คำพูดในชีวิตประจำวัน ในงานอาชีพ ในชีวิตส่วนตัว และอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา ชูยจินา (2553) ได้ทำการศึกษา เรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์แก่องค์กรกรณีศึกษาโครงการโรงเรียนในฝันของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการโรงเรียนในฝัน เน้นกลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ โดยจะใช้สื่อแบบผสมผสานแต่จะเน้นไปที่สื่อบุคคล ซึ่งได้แก่ ผู้นำทางความคิด ซึ่งเป็นบุคคลในท้องถิ่นเดียวกันถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารทำให้มีความเข้าใจถ่องแท้ เพื่อเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย และพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการโรงเรียนในฝันจากสื่อบุคคลในระดับสูงสุด นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วหมากส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นเพราะสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความน่าสนใจ สามารถดึงดูดผู้ชมได้มากที่สุดเพราะประกอบไปด้วย ภาพ แสง สี เสียงที่ความน่าสนใจและมีการนำเสนอได้หลากหลายรูปแบบ ไม่ซ้ำใคร ทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต (2542) ที่ได้กล่าวว่า โทรทัศน์ (Television) เป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้ทั้งโดยคำพูด ข้อเขียน และรูปภาพ เป็นทั้งภาพสี ขาวดำ และภาพนิ่ง ภาพยนตร์และอื่นๆ ถ่ายทอดข่าวสารได้เร็วมาก และส่งภาพในระยะทางไกลๆได้ด้วย รายการทางโทรทัศน์จะคล้ายกับวิทยุ มีความหลากหลาย โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มีบทบาทและมีผู้นิยมมาก โดยข้อดีของโทรทัศน์ คือ ดึงดูดความสนใจได้มาก เพราะสามารถทดแทนได้ทั้ง หนังสือพิมพ์ วิทยุ และภาพยนตร์ ผู้ชมเก็บข่าวสารได้มากเพราะมีทั้งภาพและเสียง ถ่ายทอดข่าวสารได้รวดเร็ว ทำให้ข่าวเป็นที่น่าเชื่อถือ สามารถเสนอรายการบางรายการได้ดีกว่าวิทยุ และหนังสือพิมพ์ เช่น รายการสารคดี การสาธิตทางวิชาการต่างๆ

การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) จากแหล่งที่มาของข่าวสารจากสื่อมวลชน ประกอบไปด้วยฉบับหนังสือพิมพ์, สถานีโทรทัศน์, สถานีวิทยุของผู้ใช้บริการสนามกีฬา หัวหมาก เมื่อพิจารณาจากปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากตามความสนใจจากแหล่งที่มาของข่าวสารจากสื่อมวลชน พบว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากตามความสนใจจากแหล่งที่มาของข่าวสารจากสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่มาของข่าวสารจากสื่อมวลชนมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่มาของข่าวสารจากสื่อมวลชนน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย เมื่อพิจารณาพบว่าแหล่งที่มาของข่าวสารจากฉบับหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นเพราะแหล่งที่มาของหนังสือพิมพ์หรือฉบับของหนังสือพิมพ์มีความสำคัญต่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม เพราะหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้เฉพาะผู้ที่ให้ความสนใจจะอ่าน ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโชค (2542) ได้กล่าวว่า หนังสือพิมพ์ (Newspaper) เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก และมีระยะเวลาที่กำหนดออกที่แน่นอนเป็นประจำสม่ำเสมอ นอกจากนั้น หนังสือพิมพ์ สามารถเสนอข่าวสารเรื่องราวต่างๆ หลายด้านปะปนผสมผสานกันไปในฉบับเดียวกัน มีทั้งข่าวสาร เรื่องราวที่ประชาชนเฉพาะกลุ่มและประชาชนทั่วไปสนใจ เช่น ข่าวการเมือง อาชญากรรม เศรษฐกิจ สังคม กีฬา บันเทิง เป็นต้น ข้อจำกัดของหนังสือพิมพ์คือ ไม่สามารถเข้าถึงผู้อ่านที่อ่านหนังสือไม่ออกหรือผู้สูงอายุที่สายตาไม่ดี หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ไม่มีสีสันสวยงาม ไม่มีสิ่งใดสะดุดตาผู้อ่านนอกจากพาดหัวข่าวซึ่งควรเป็นข้อความที่กะทัดรัด อ่านเข้าใจง่าย และสัมพันธ์กับเนื้อเรื่องของข่าว มีอายุสั้น ผู้อ่านอ่านครั้งเดียวแล้วจะทิ้งไป ประชาชนไม่นิยมเก็บหนังสือพิมพ์ไว้เป็นเวลานาน มีช่วงอายุที่สั้น เมื่อคนอ่านเพียงครั้งเดียวแล้วก็ผ่านไป เพราะข่าวต่างๆ มีผ่านเข้ามาทุกวัน ผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะอ่านเพียงบางเรื่องหรือบางคอลัมน์ที่เขาเกี่ยวข้องหรือสนใจเท่านั้น ไม่มีสีสันหรือภาพที่สวยงามสะดุดตาชวนอ่าน นอกจากนั้นผู้วิจัยพบว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และสถานีวิทยุคลื่น 93.0 MHz เป็นแหล่งที่มาของข่าวสารที่มีผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากให้ความสนใจมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นสื่อที่ควบคุมได้ยาก การที่ผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมากให้ความสนใจกับแหล่งที่มาของข่าวสารแตกต่างกันของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ Rogers and Shoemaker (1971) ได้กล่าวว่า สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง สื่อที่สามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มผู้รับที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ แพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนา และสอดคล้องกับคำกล่าวของ Bruce and MacLean (อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงสื่อมวลชนว่ามีลักษณะคือ เป็นประสิทธิผลของการสื่อสารที่มีอยู่จำกัด เนื่องจากผู้รับสารมีความแตกต่างกันผู้รับสารมีจำนวนมากและการไม่สามารถเลือกผู้รับสารได้ ดังนั้น การจะเตรียมเนื้อหาของสารในสื่อมวลชนให้เป็นที่พอใจและถูกใจของผู้รับสารทุกคน จึงย่อมเป็นไปได้ยาก ผลการวิจัยข้างต้นจึงมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์ (2531) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ของประชาชนในเขตเทศบาลนคร

เชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยกเว้น ปริมาณการเปิดรับข่าวสารประเภทเกร็ดความรู้และสารคดีจากวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากเนื้อหาของข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมาก เมื่อพิจารณาจากปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากจากเนื้อหาของข่าวสารเกี่ยวกับกีฬา พบว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากจากเนื้อหาของข่าวสารเกี่ยวกับกีฬา มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากเนื้อหาของข่าวสารมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ให้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากเนื้อหาของข่าวสารน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย เมื่อพิจารณาพบว่าเนื้อหาของข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาในหัวข้อสาระ องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและการเล่นกีฬามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าในหัวข้อสาระ องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา เป็นหัวข้อที่ประชาชนทุกคนสามารถเข้าใจถึงเนื้อหาของข่าวสารได้ง่าย เพราะปัจจุบันการออกกำลังกายและการกีฬาถือว่ามีผลสำคัญต่อชีวิตมนุษย์ เพราะมนุษย์เชื่อว่า การออกกำลังกายและการกีฬาสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับ จูฑา ดิงศภัทย์ (2555) (อ้างถึงใน เทพประสิทธิ์ กุศลวิชชัย, 2556) ได้กล่าวถึง ประโยชน์ของกีฬา ประกอบไปด้วย 1.กีฬาเพื่อสุขภาพ (Health) 2.กีฬาเพื่อสังคม (Social) 3.กีฬาเพื่อการบันเทิง (Entertainment) 4.กีฬาเพื่อการอาชีพ (Professional) นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าผู้ให้บริการสนามกีฬาห้วยหมาก ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬา ในหัวข้อเกี่ยวกับบุคลากรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬา หรือดารากีฬา ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าจากเนื้อหาของข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาในหัวข้อบุคลากรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬา หรือดารากีฬาจัดได้ว่าเป็นหัวข้อที่สามารถดึงดูดความสนใจของบุคคลต่างๆได้ง่าย เพราะบุคคลที่มีชื่อเสียงในด้านกีฬาเหล่านี้ มักจะเป็นบุคคลตัวอย่างหรือบุคคลต้นแบบในการดำเนินชีวิตให้ประสบความสำเร็จในด้านกีฬาต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Maslow's Hierarchical Theory of Motivation) ในขั้นความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) คือ เมื่อความต้องการทางสังคมได้รับการตอบสนองแล้ว คนเราจะต้องการสร้างสถานภาพของตัวเองให้สูงเด่น มีความภูมิใจและสร้าง การนับถือตนเอง ขึ้นชมในความสำเร็จของงานที่ทำ ความรู้สึกมั่นใจในตัวเองแลเกียรติยศ

การเลือกจดจำ (Selective Retention) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากรายละเอียดของข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมาก เมื่อพิจารณาจากปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากจากรายละเอียดของข่าวสารเกี่ยวกับกีฬา พบว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากจากรายละเอียดของข่าวสารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ

กีฬาจากรายละเอียดของข่าวสารมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากรายละเอียดของข่าวสารน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย เมื่อพิจารณาพบว่าในส่วนของชื่อเรื่อง หัวข้อ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ชื่อเรื่อง หัวข้อ จัดเป็นองค์ประกอบหลักของข่าวสาร ที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจถึงประเด็นเรื่องราวที่จะนำเสนอหรือประโยชน์ที่จะทำให้เข้าใจถึงภาพรวมของข่าวสารนั้นๆ เพราะการตั้งชื่อเรื่องต้องมีความสอดคล้องกับเนื้อเรื่อง โดยดึงเอาจุดเด่นหรือจุดสำคัญมาตั้งเป็นชื่อเรื่อง นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าจากรายละเอียดของข่าวสารในส่วนของรูปภาพ เป็นส่วนที่มีผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากเลือกที่จะจดจำมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เป็นเพราะรูปภาพเป็นสิ่งที่ใช้สื่อความหมาย สื่อความเข้าใจได้เป็นอย่างดียิ่งกว่าคำพูดหรือตัวอักษร จึงทำให้ผู้ดูสามารถจดจำได้ง่ายเพราะมีความน่าสนใจและดึงดูดสายตาที่สุด ทั้งนี้การเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารสอดคล้องกับคำกล่าวของ Todd Hunt and Brent d. Ruben (1993) (อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล ในหัวข้อการใช้ประโยชน์ (Utility) คือ กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

การเลือกระลึก (Selective Recall) ถึงข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาที่เคยรับรู้มาแล้วจากเหตุการณ์ต่างๆ เมื่อพิจารณาจากปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากจากเหตุการณ์ต่างๆ พบว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากจากเหตุการณ์ต่างๆ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากเหตุการณ์ต่างๆ มาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากเหตุการณ์ต่างๆ น้อย จะมีความพึงพอใจน้อย เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากจะระลึกถึงข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาเมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารซ้ำ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เมื่อบุคคลต่างๆ มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เมื่อมีการเปิดข้อมูลข่าวสารซ้ำหรือเป็นข่าวสารที่เคยรับรู้มาแล้วจะทำให้บุคคลดังกล่าวสามารถระลึกถึงข่าวสารนั้นๆ ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทางเลือกจดจำหรือความสามารถในการจดจำของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ Todd Hunt and Brent d. Ruben (1993) (อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล ในหัวข้อความสามารถ (Capability) คือ ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาข่าวสารนั้นไว้ นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า การระลึกได้ถึงข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากส่วนใหญ่เกิดขึ้นเมื่อต้องการระลึกถึง ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เป็นเพราะผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากมีความสามารถในการจดจำข่าวสารต่างๆ ได้เพราะมีความสนใจในข่าวสารนั้นๆ และสามารถระลึกถึงข่าวสารนั้นๆ ได้เมื่อต้องการระลึกถึง ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ Todd Hunt and Brent d. Ruben (1993) (อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล ในหัวข้อเป้าหมาย (Goal) คือ มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิต

ทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรม ต่างๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

การศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมาก จากเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย พบว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากจากเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย กล่าวคือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยมาก จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนผู้ให้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยน้อย จะมีความพึงพอใจน้อย เมื่อพิจารณาพบว่าเนื้อหาของข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาในบุคลากรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬา หรือดารากีฬาที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นเพราะบุคลากรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬาหรือดารากีฬานั้นจัดได้ว่าเป็นบุคคลสาธารณะ ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะเป็นที่สนใจของประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะกลุ่มนักกีฬา เพราะบุคคลที่มีชื่อเสียงในด้านกีฬาเหล่านี้ มักจะเป็นบุคคลตัวอย่างหรือบุคคลต้นแบบในการดำเนินชีวิตให้ประสบความสำเร็จในด้านกีฬาต่างๆ นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าผู้ให้บริการสนามกีฬาห้วยหมาก ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬา ในหัวข้อเกี่ยวกับการติดตามการแข่งขันกีฬาและผลการแข่งขันกีฬาต่างๆ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นเพราะองค์กรการกีฬาแห่งประเทศไทยมีหน้าที่หลักในการพัฒนากีฬาและส่งเสริมกีฬาในนามตัวแทนของประเทศไทยเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาในรายการต่างๆ เพื่อสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศ และสนับสนุนให้ประชาชนทุกคนติดตามข่าวสารการแข่งขันกีฬาและผลการแข่งขันกีฬาต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันวงการกีฬาให้พัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย คือ การกีฬาแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรหลักในการพัฒนากีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่ออาชีพให้ประเทศเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้นำทางการกีฬาของเอเชีย (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2545)

เมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับกีฬาของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย พบว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากจากเนื้อหาของข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย มากกว่าข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับกีฬา และเมื่อพิจารณาพบว่า ผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับกีฬามากกว่าการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากการกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของพรทิพย์ วรจิโรคาทร (2532) (อ้างถึงใน อ้อมทิพย์ เมฆรักษาวนิช แคมป์, 2556) ได้กล่าวว่า ผู้รับสารแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1. ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ซึ่งมีลักษณะเด่นดังนี้ มีจำนวนที่คาดคะเนได้ (Predictable Size) กล่าวคือ เมื่อผู้ส่งสารมีจุดมุ่งหมายในการสื่อสารเพื่อบุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดแล้ว เขาก็พอจะคาดคะเนได้ว่าบุคคลกลุ่มนี้มีจำนวนประมาณเท่าไร มีลักษณะที่เหมือนกัน (Homogeneous) กล่าวคืออาจมีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่เหมือนกัน หรืออย่าง

น้อยจะต้องมีความสนใจข่าวสารร่วมกัน มีความเห็นที่เป็นที่ยอมรับ (Accepted Expression) ในเมื่อจุดมุ่งหมายของการสื่อสารเพื่อกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนั้นข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะ คำติชมหรือปฏิกิริยาโต้ตอบในรูปต่างๆ มักเป็นที่ยอมรับในการพิจารณา 2. ผู้รับสารทั่วไป (General Audience) แตกต่างจากผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้ มีจำนวนที่คาดคะเนไม่ได้ (Unpredictable Size) คือไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนชัดเจนของผู้รับสารได้ โดยเฉพาะการสื่อสารมวลชน มีลักษณะที่แตกต่างกัน (Heterogeneous) เนื่องจากผู้รับสารทั่วไปมีจำนวนมาก จึงมีความหลากหลายแตกต่างกันในตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ ความสนใจ ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ มีข้อจำกัดในการแสดงความคิดเห็น (Limited Expression) เนื่องจากไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายโดยตรง ถึงแม้จะมีปฏิกิริยาโต้ตอบมาบ้าง ปฏิกิริยาดังกล่าวมักจะไม่มีความหมายต่อผู้ส่งสารมาก ยกเว้นในกรณีที่มีปฏิกิริยาโต้ตอบมากๆ และเป็นกลุ่ม

จากข้อมูลสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย การกีฬาแห่งประเทศไทยสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปประกอบกับการพัฒนาองค์กรดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทยต่อไปได้ ดังข้อเสนอแนะงานวิจัย ดังนี้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย ดังนั้น การกีฬาแห่งประเทศไทยจึงควรเร่งพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เพื่อให้ประชาชนสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการกีฬาแห่งประเทศไทยควรมีการพัฒนาและขยายงานด้านการประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

1. เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูลข่าวสารต่างๆให้มีความทั่วถึงมากยิ่งขึ้นเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข่าวสารได้ง่าย เช่น เพิ่มสื่อและกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย มีการทำวิจัยสำรวจความคิดเห็นความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากเพราะจะทำให้การกีฬาแห่งประเทศไทยสามารถพัฒนาปรับปรุงแก้ไขด้านการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทยได้อย่างตรงจุดและเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด
2. การกีฬาแห่งประเทศไทยควรเพิ่มเนื้อหาของข่าวสารให้มีความน่าสนใจมากขึ้น ให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าใจถึงเนื้อหาของข่าวสารเกี่ยวกับกีฬา เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนทุกคนหันมาสนใจกีฬาเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นเนื้อหาของข่าวสารที่น่าเสนอออกไปควรมีความน่าสนใจ ดึงดูดประชาชนทุกเพศ ทุกวัย

3. การกีฬาแห่งประเทศไทยควรมุ่งเน้นพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์ขององค์กรให้มีชื่อเสียง ให้ประชาชนรู้จักและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น ก่อนที่จะพัฒนาเนื้อหาข่าวสาร เช่น การประชาสัมพันธ์วารสาร สถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย

อีกทั้งการกีฬาแห่งประเทศไทยควรพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับกีฬา เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนหันมาสนใจด้านการออกกำลังกายและการเล่นกีฬาเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นงานด้านการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทยจัดได้ว่ามีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างมากและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทุกคนเพราะสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มาจากกีฬาแห่งประเทศไทยได้โดยตรง องค์กรการกีฬาแห่งประเทศไทยจึงถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาให้วงการการกีฬาของประเทศก้าวไปข้างหน้าสู่ระดับสากลอย่างมีประสิทธิภาพ ดังวิสัยทัศน์ของการกีฬาแห่งประเทศไทยคือ “การกีฬาแห่งประเทศไทย เป็นองค์กรหลักในการพัฒนากีฬา เพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพ ให้ประเทศเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้นำทางการกีฬาของเอเชีย”

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้นและหรือนำไปศึกษากับสถานกีฬาอื่นๆ เช่น การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนคนไทยกับสถานกีฬาอื่นๆ
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นๆนอกเหนือจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เช่น พฤติกรรมการรับรู้ความรู้ ทัศนคติ ฯลฯ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ และศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทยในเชิงลึก เพื่อเป็นข้อมูลในการแก้ไขและพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- Bernays, E. L. (1955). *Public Relations*. University of Oklahoma Press.
- Cohen, J. (1988). *Multiple regression and correlation analysis Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Cutlip, M. S., Center, H. A., & Broom, M. G. (1994). *Effective Public Relations* (7th ed.). N.T.: Prentice Hall.
- Likert, R. (1967). *The Method of Constructing and Attitude Scale*. New York Wiley and Son.
- Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of Innovation : A Cross-Cultural Approach*. The Free Press. New York.
- Stone, G. S., Singletary, M., & Richmond, V. P. (1999). *Clarifying Communication Theories*. South State Avenue: Iowa State University Press.
- Yamane, T. (1973). *An Introductory Analysis Statistic*. New York: Harper and Row.
- กองประชาสัมพันธ์ การกีฬาแห่งประเทศไทย (2556, 22 กรกฎาคม 2556). [สื่อการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย].
- การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2545). การกีฬาแห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: การกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2555). นโยบายผู้ว่าการ. Retrieved 3 เมษายน 2556, from <http://www.sat.or.th/th/about/policy.aspx>
- ชลธิชา ชูยจินา. (2553). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์แก่องค์กรกรณีศึกษา โครงการโรงเรียนในฝันของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ณัฏฐา กริทธิบุญ. (2550). การศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เทพประสิทธิ์ กุลธวัชชัย. (2556). เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชาการจัดการการกีฬา. คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงการจัดการกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร.
- นิตยา บุญชุ่ม. (2546). การเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจในข่าวสารเรื่องการแข่งขันคุณภาพ การศึกษาของอาจารย์มหาวิทยาลัยในภาคเหนือ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2541). กระบวนการและทฤษฎี. In 2 (Ed.), การสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ประคอง วรรณสูตร. (2542). สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประไพพรรณ เวชรักษ์. (2556). การประชาสัมพันธ์. from <http://www.moe.go.th/wijai/administrator.htm>

- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). การประชาสัมพันธ์ พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คพับลิเคชั่น.
- วงศกรณ ดงเย็นและคณะ. (2555). พฤติกรรมในองค์กร. Retrieved 15 สิงหาคม 2556, from <http://comschool.site40.net/s4.html>
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2553). การประชาสัมพันธ์ (12 ed.). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิล พิศาลชนะกุล. (2551). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การรู้จัก ทศนคติ ของนักเรียนสตรีระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนักรณรงค์เกาหลี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศูนย์การเรียนรู้ทางอิเล็กทรอนิกส์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. (2555). ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพมหานคร.
- ศูนย์การเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2555). เรื่องที่ 8.1.1 ความหมายและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. กรุงเทพมหานคร.
- สะอาด ตันศุภผล. (2527). คู่มือการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: การศาสนา.
- สัมพันธ์ แหล่งป่าหมื่น. (2555). ความพึงพอใจในงาน. Retrieved 15 สิงหาคม 2556, from <http://www.elecnnet.chandra.ac.th/learn/courses/5514306/lecture7.pdf>
- สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2547). การประเมินพฤติกรรมการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของกีฬาแห่งประเทศไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, การกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์. (2531). การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิมล ติรกานันท์. (2546). การใช้สถิติในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ แนวทางสู่การปฏิบัติ (1 ed.). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรธรณ ปิลันธน์โอวาท. (2537). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อ้อมทิพย์ เมฆรักชาวนิช แคมป์. (2556). บทที่ 5 การวิเคราะห์ผู้รับสาร. Retrieved 15 สิงหาคม 2556, from <http://coursewares.mju.ac.th:81/e-learning47/section2/ca520/5.htm>
- อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโฆษิต. (2542). การเขียนในสื่อต่างๆเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ที.พี.พริ้นท์ จำกัด.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาคผนวก ก
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

1. รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย
 - รองคณบดี กำกับดูแลหน่วยแผนและงบประมาณ หน่วยประกันคุณภาพและเทคโนโลยีสารสนเทศ
 - ประธานแขนงวิชาหลักสูตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
 - อาจารย์ประจำแขนงวิชาการจัดการการกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. รองศาสตราจารย์ศุภฤกษ์ มั่นใจตน
 - อาจารย์ผู้ฝึกสอนกีฬายูโด และที่ปรึกษาชมรมยูโด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - อาจารย์ประจำกลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา และหัวหน้าระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๑ โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ฝ่ายมัธยม
3. ดร.บรรพต สร้อยศรี
 - ผู้จัดการศูนย์พัฒนาสื่อ นวัตกรรมและเทคโนโลยี สำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - อาจารย์พิเศษสาขาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
4. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ
 - คณบดี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
 - อาจารย์พิเศษวิชาการส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
5. ดร.อมรทัตต์ อัครกะพู่
 - เลขาธิการรองอธิบดีกรมพลศึกษา



ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ที่ ศธ๐๕๑๒.๒๔/๐๙๕๗๒



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม. ๑๐๓๓๐

๑๔ ตุลาคม ๒๕๕๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน ผู้ว่าการการกีฬาแห่งประเทศไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวนวลพรรณ เนติทวีทรัพย์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วยหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ อาจารย์ ดร.จุฬา ดิงส์ทิพย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ในกรณีนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ นางสาวนวลพรรณ เนติทวีทรัพย์ เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่ผู้มาใช้บริการสถานกีฬาการกีฬาแห่งประเทศไทย ศูนย์ห้วยหมาก ในช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนธันวาคม ๒๕๕๖ ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชชัย)

รองคณบดี

รักษาการแทนคณบดี

หน่วยจัดการศึกษาศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๔๗๗



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม. ๑๐๓๓๐

๑๙ ตุลาคม ๒๕๕๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลประกอบการศึกษางานวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ การกีฬาแห่งประเทศไทย

ด้วย นางสาวนวลพรรณ เนติทวีทรัพย์ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ อาจารย์ ดร.จุฑา ดิงศักดิ์ย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษามีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกรณีนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่องดังกล่าว โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวีชัย)

รองคณบดี

รักษาการแทนคณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๔๐
 ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/ว.๖๖๓ วันที่ ๗ ตุลาคม ๒๕๕๖
 เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชชัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
 ๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวนวลพรรณ เนติทวีทรัพย์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ อาจารย์ ดร.จุฑา ดิงศภักดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทிரากรณ์)
 ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๔๐
 ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/ว.๖๖๓ วันที่ ๗ ตุลาคม ๒๕๕๖
 เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ศุภฤกษ์ มั่นใจตน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
 ๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวนวลพรรณ เนติทวีทรัพย์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แห่งวิชาการจัดการการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อภารกิจแห่งประเทศไทย” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ อาจารย์ ดร.จุฑา ดิงศภักดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกรณี คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทிரากรณ์)
 ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๔๐
 ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/ว.๖๖๓ วันที่ ๗ ตุลาคม ๒๕๕๖
 เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.บรรพต สร้อยศรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
 ๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวนวลพรรณ เนติวิทย์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการศึกษาแห่งประเทศไทย” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ อาจารย์ ดร.จุฑา ติงศภัทัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณี คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชินนทร์ชัย อินทிரากรณ์)
 ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

ที่ ศร ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๓๒๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม. ๑๐๓๓๐

๗ ตุลาคม ๒๕๕๖

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริภายะ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวนวลพรรณ เนติทวีทรัพย์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาห้วหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดำเนินการตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ ดร.จุฑา ดิงศักดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกรณี คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชรินทร์ชัย อินทிரากรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๓๓๕

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม. ๑๐๓๓๐

๗ ตุลาคม ๒๕๕๖

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ดร.อมรทัตต์ อัครกะพู่

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวนวลพรรณ เนติวิทย์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ อาจารย์ ดร.จุฑา ดิงศภิตย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชินทรชัย อินทราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ภาคผนวก ค
เครื่องมือการวิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ชุดที่

แบบสอบถาม

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬา
หัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

- คำชี้แจง :
1. แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย
 2. ผู้ตอบแบบสอบถามฉบับนี้ คือ ผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก
 3. แบบสอบถามนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย
 - ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลลักษณะประชากรและข้อมูลผู้ให้บริการสนามกีฬาหัวหมาก
 - ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร
 - ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลา ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

CHULALONGKORN UNIVERSITY

นवलพรรณ เนติวิทย์ทรัพย์

ผู้วิจัย

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องด้านขวาให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่มีต่อ ระดับ ข้อมูลผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมาก

7. ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ	ระดับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่เคย (0)
1. ความสะดวกในการเข้าใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากอยู่ในระดับใด						
2. ท่านมีความสนใจและชอบกีฬาอยู่ในระดับใด						
3. ท่านมีความเชื่อเกี่ยวกับ คุณประโยชน์ต่างๆของการออกกำลังกายและเล่นกีฬาอยู่ในระดับใด						
4. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับใด						
5. ท่านมีความรักและศรัทธาต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับใด						

8. ท่านมีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการอยู่ในระดับใด

วัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการ	ระดับวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่เคย (0)
1. เพื่อการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา						
2. เพื่อการแข่งขันกีฬา						
3. เพื่อการเข้าชมกีฬา						
4. เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ						
5. เพื่ออำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น เป็นสถานที่ทำงานหรือใช้เป็นสถานที่จอดรถชั่วคราว เป็นต้น						
6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....						

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องด้านขวาให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่มีต่อ ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

1. ท่านเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภทมากน้อยเพียงใด

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่เคย (0)
1. ข่าวสารจากบุคคลต่างๆ เช่น เพื่อน บ้าน คนรู้จัก เจ้าหน้าที่การกีฬาแห่งประเทศไทย ฯลฯ						
2. ข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์						
3. ข่าวสารจากสื่อวารสารหรือนิตยสาร						
4. ข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์						
5. ข่าวสารจากสื่อวิทยุ						
6. ข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต						

2. ท่านมีความสนใจและเลือกอ่านหนังสือพิมพ์จากหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับมากน้อยเพียงใด

ฉบับหนังสือพิมพ์	ระดับความสนใจและเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสาร					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่เคย (0)
1. ไทยรัฐ						
2. เดลินิวส์						
3. มติชน						
4. สยามกีฬา						
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....						

3. ท่านมีความสนใจและเลือกดูโทรทัศน์จากสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีมากน้อยเพียงใด

สถานีโทรทัศน์	ระดับความสนใจและเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสาร					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่เคย (0)
1. สถานีโทรทัศน์ช่อง 3						
2. สถานีโทรทัศน์ช่อง 5						
3. สถานีโทรทัศน์ช่อง 7						
4. สถานีโทรทัศน์ช่อง 9						
5. สถานีโทรทัศน์ช่อง NBT						
6. สถานีโทรทัศน์ช่อง Thai PBS						
7. สถานีโทรทัศน์ช่อง T Sport Chanel						
8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....						

4. ท่านมีความสนใจและเลือกฟังวิทยุจากสถานีวิทยุแต่ละคลื่นวิทยุมากน้อยเพียงใด

คลื่นวิทยุ	ระดับความสนใจและเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสาร					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่เคย (0)
1. 89.0MHZ						
2. 93.0MHZ						
3. 99.0MHZ						
4. 106.0MHZ						
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....						

5. ท่านเลือกรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬา จากเนื้อหาของข่าวสารแต่ละหัวข้ออย่างน้อยเพียงใด

ประเภทข้อมูลข่าวสาร	ระดับความสนใจ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่เคย (0)
1. ติดตามการแข่งขันกีฬาและผลการแข่งขันกีฬาต่างๆ						
2. สาระ องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา						
3. บุคลากรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬา หรือ ดารากีฬา						
4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....						

6. ท่านสามารถจดจำข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาจากรายละเอียดของข่าวสารแต่ละส่วนได้มากน้อยเพียงใด

รายละเอียดของข่าวสาร	ระดับความสนใจ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่เคย (0)
1. ชื่อเรื่อง หัวข้อ						
2. เนื้อหาสาระ						
3. รูปภาพ						
4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....						

7. ท่านสามารถระลึกถึงข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาที่ท่านเคยรับรู้มาแล้วจากเหตุการณ์แต่ละเหตุการณ์ได้มากน้อยเพียงใด

เหตุการณ์	ระดับการระลึก					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่เคย (0)
1. เมื่อต้องการระลึกถึง						
2. เมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารซ้ำ						
3. เมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารอื่นที่มีความคล้ายคลึงกัน						
4. เมื่อข้อมูลข่าวสารนั้นมีความคล้ายคลึงกับประสบการณ์โดยตรง						
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....						

8. ท่านเลือกรับรู้ข้อมูลข่าวสารโดยตรงจากกรีกีฬาแห่งประเทศไทย จากเนื้อหาของข่าวสารแต่ละหัวข้อมากน้อยเพียงใด

ประเภทข้อมูลข่าวสาร	ระดับความสนใจ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่เคย (0)
1. ติดตามการแข่งขันกีฬาและผลการแข่งขันกีฬาต่างๆ						
2. สาระ องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา						
3. บุคลากรที่มีชื่อเสียงด้านกีฬา หรือดารากีฬา						
4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....						

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาหัวหมากที่มีต่อการกีฬาแห่งประเทศไทย

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องด้านขวาให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่มีต่อระดับความพึงพอใจ

ไม่เคย (0) หมายถึง ท่านไม่เคยรับรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ถาม

1. ท่านมีความพึงพอใจต่อการกีฬาแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับใด

การกีฬาแห่งประเทศไทย	ระดับความพึงพอใจ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่เคย (0)
1. ด้านการประชาสัมพันธ์ของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ การแข่งขันกีฬาต่างๆ						
2. ด้านการประชาสัมพันธ์ของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ สาระ องค์ความรู้ด้านกีฬา						
3. สื่อเว็บไซต์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย (www.sat.or.th)						
4. สื่อวารสารรายเดือนของการกีฬาแห่งประเทศไทย						
5. สื่อป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ ใบปลิว แผ่นพับ บริเวณสนามกีฬาหัวหมาก						
6. การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์						

ขอบคุณสำหรับการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ผู้วิจัยชื่อ นางสาวนวลพรรณ เนติทวีทรัพย์ เกิดวันที่ 25 กันยายน พ.ศ.2532 สำเร็จ การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสตรีวัดระฆัง เมื่อปีการศึกษา 2550 สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา เกียรตินิยมอันดับ 2 จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2554 ปัจจุบันเข้ารับการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2555



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY