

บทความวิจัย

การนำเสนอข่าวสารด้านกีฬาของสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา “นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย” ของกรมการการกีฬาแห่งประเทศไทย

สุรเชษฐ์ ชัยวงศ์¹ และอติป แทนรัตนกุล²

Received 9 June 2024

Revises 24 June 2024

Accepted 27 June 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อค้นหาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้เปิดรับข่าวสาร “นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย” ของกรมการการการกีฬาแห่งประเทศไทย 2) เพื่อค้นหาสื่อออนไลน์ที่นำเสนอข่าวสาร “นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย” ของกรมการการการกีฬาแห่งประเทศไทย การวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา ใช้วิธีการเขียนโปรแกรม อัลกอริทึมแบบทำซ้ำ (Repetition Algorithm) ขึ้นมาใหม่ เพื่อปล่อยให้ โปรแกรมค้นหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการจับข้อความวลีที่จัดพิมพ์ว่า “นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย” “ทิศทางการกีฬาไทย” โดยกรมการการการกีฬา วุฒิสภา กับกลุ่มตัวอย่างประเภทสื่อออนไลน์ ได้แก่ Facebook, Website, Web News, YouTube และ X โดยใช้ระบบอัลกอริทึมค้นหาข้อมูลในช่วงแถลง ข่าวการจัดนิทรรศการ วันที่ 15-30 พฤศจิกายน 2566 วันที่ 1-12 ธันวาคม

¹ พลเอก, ประธานกรมการการการกีฬา วุฒิสภา.

² ดร., นักวิชาการอิสระ, E-mail : nineatip@hotmail.com



2566 และวันที่ 13-29 ธันวาคม 2566 และหลังจัดงานนิทรรศการ จากการค้นหาค้นพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามนิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย เป็นเพศชาย ร้อยละ 62 และเพศหญิง ร้อยละ 38 อายุที่ติดตามมากที่สุดทั้งเพศชายและเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุ 18-25 ปี 2) ทั้ง 3 ช่วงเวลารวมกันสื่อประเภทที่แสดงให้เห็นว่ามีคนติดตามช่วงนี้สูงสุด คือ ข่าวจาก PPTV HD 36 มีผู้รับทราบข่าวสารการจัดนิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย 3,511,432 Audience และประเภทสื่อออนไลน์ที่คนติดตามข่าวนิทรรศการทิศทางการกีฬาไทยน้อยที่สุด ได้แก่ สื่อ X โดยประโยชน์ของงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการสื่อสารด้านกีฬาสำหรับกลุ่มคนที่ติดตามข่าวด้านกีฬาเป็นสื่อออนไลน์ประเภท Facebook เป็นหลัก และเป็นช่องทางการสื่อสารข่าวด้านกีฬาที่มีคนติดตามมากที่สุด

คำสำคัญ: ข่าวกีฬา, นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย, กรมการกีฬาวุฒิสภา, อัลกอริทึม



Presentation of sports news by online media Case Study of “Exhibition of Thai Sports Direction” by the Senate Sports Commissioner

Surachet Chaiwong¹ and Atip Tanrattanakul²

Abstract

This research aims to 1) find information about people with personal characteristics interested in news about exhibitions and directions for Thai sports. 2) find modern media, such as online media, that allows access to basic information about the actors who follow them. This research is qualitative. Through programming algorithms to allow the online media system to capture phrases printed as “Thai Sports Direction Exhibition” “Thai Sports Direction” by the Senate Sports Committee with a sample group of online media types including Facebook, Website, Web news, YouTube, and X. From the search, it was found that for all 3 periods combined, the type of media that showed the highest number of people following during this period was news from PPTV HD 36, with 3,511,432 Audiences receiving news about

¹ Gen., Dr., Chairman of the senate sport committee

² Dr., Independent Scholar E-mail: nineatip@hotmail.com

exhibitions, directions for Thai sports, and the type of media that people followed exhibition news. The least direction for Thai sports is the website media. The benefit of this research is that it will serve as a model for sports communication. People follow sports news. Facebook is a type of media that broadcasts or communicates sports news. Most followed people Sports organizers should therefore choose to use media first.

Keywords: Sports News, Exhibition of Thai Sports Direction,
The Senate Sports Commissioner, Algorithm



บทนำ

ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2562 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2567 วุฒิสภาได้แต่งตั้งกรรมการการกีฬาวิวุฒิสภาขึ้นมา 1 ชุด โดยมีหน้าที่ศึกษาประเด็นต่าง ๆ ด้านกีฬาในการส่งเสริม สนับสนุน เพื่อให้เกิดการพัฒนากีฬาของชาติ (Wichitcholchai, 2024) ทั้งนี้ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 71 วรรคหนึ่ง ได้บัญญัติให้รัฐส่งเสริม พัฒนากีฬาสู่ความเป็นเลิศ เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน ทั้งนี้ วุฒิสภาได้ขับเคลื่อนด้านนี้โดยคณะกรรมการการกีฬาวิวุฒิสภา (Singprai, 2024) เพื่อดำเนินงานในนามกรรมการการกีฬาวิวุฒิสภามาจนสิ้นสุดวาระของวุฒิสภาในเดือนพฤษภาคม 2567 คณะกรรมการการกีฬาวิวุฒิสภาจึงมีมติเห็นชอบร่วมกันว่า ควรสร้างการรับรู้และความเข้าใจบทบาทของคณะกรรมการการกีฬาวิวุฒิสภาให้แก่ประชาชนได้รับทราบถึงการพัฒนากีฬาไทย และให้ประชาชนกับหน่วยงานมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จึงได้มีการจัดนิทรรศการโดยมีชื่อว่า “ทิศทางการกีฬาไทย” ขึ้นมา ในวันที่ 13-15 ธันวาคม 2566 ณ อาคารรัฐสภา (Chaiwong, 2024)

ทั้งนี้ มติของคณะอนุกรรมการจัดงานนิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย มีการกำหนดแผนงานให้มีการประชาสัมพันธ์ก่อนจัดนิทรรศการ 3 ช่วง คือ ระหว่างวันที่ 15-30 พฤศจิกายน 2566 วันที่ 1-12 ธันวาคม 2566 และวันที่ 13-29 ธันวาคม 2566 โดยจัดให้มีการแถลงข่าว เชิญข่าวแจก เชิญสื่อมวลชน 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 เชิญผ่านกรมประชาสัมพันธ์ กลุ่มที่ 2 เชิญผ่านสมาคมผู้สื่อข่าวกีฬาออนไลน์ และเชิญสื่อมวลชนชุดเดิมอีกครั้งในวันเปิดงานนิทรรศการ (Sport Direction of Thailand, 2024) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการใช้อัลกอริทึมในการค้นหาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้เปิดรับข่าวสาร



“นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย” ของกรมการกีฬาพัฒนา และเพื่อค้นหาสื่อออนไลน์ที่นำเสนอข่าวสาร “นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย” ของกรมการกีฬาพัฒนา เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้วางแผนและปฏิบัติในการจัดงานด้านกีฬาที่ต้องการสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยสื่อประเภทสื่อออนไลน์

ผลสำรวจข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าในปี พ.ศ. 2561 ประชากรประมาณ 63.4 ล้านคน ใช้อินเทอร์เน็ต 38.5 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 60.8 โดยระบุว่าประชากรในช่วงอายุระหว่าง 15-24 ปี เป็นช่วงอายุที่มีแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตสูงมากที่สุดถึงร้อยละ 93.5 ของจำนวนประชากรทั้งหมดที่ใช้อินเทอร์เน็ต เนื่องมาจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และการกำเนิดของสื่อสังคม อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) บล็อก (Blog) และโซเชียลแคมป์ (Social Camp) และอินสตาแกรม (Instagram) ฯลฯ มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ทั้งในบริบทการสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม และการสื่อสารมวลชน (Wongrak, Prasartketkarn & Tipsorn, 2023)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อค้นหาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้เปิดรับข่าวสาร “นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย” ของกรมการกีฬาพัฒนา
2. เพื่อค้นหาสื่อออนไลน์ที่นำเสนอข่าวสาร “นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย” ของกรมการกีฬาพัฒนา



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

นำผลการวิจัยไปใช้วางแผนและปฏิบัติในการจัดงานด้านกีฬาที่ต้องการสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยสื่อประเภทสื่อออนไลน์

วรรณกรรม

การจัดนิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย ได้ดำเนินการใช้อัลกอริทึมสำหรับการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลและนำมาสรุปผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการกล่าวถึง “ทิศทางการกีฬาไทย” “นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย” “วุฒิสภา” และนำมาวิเคราะห์ประเภทสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมให้มีความครอบคลุมและเข้าถึงได้มากยิ่งขึ้น

อัลกอริทึม หมายถึง ขั้นตอนวิธี หรือกระบวนการและขั้นตอนการทำงานโดยละเอียด ที่สามารถนำไปปฏิบัติตามเพื่อแก้ปัญหาที่กำหนดไว้ โดยส่วนใหญ่มักใช้เรียกขั้นตอนวิธีในการเขียนชุดคำสั่งหรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งใช้เพื่อการจัดการข้อมูลชนิดต่าง ๆ เช่น ขั้นตอนวิธีการเรียงลำดับ (Sorting Algorithm) หรือขั้นตอนวิธีการค้นหา (Searching Algorithm) (Natural History Museum : NSM, 2021)

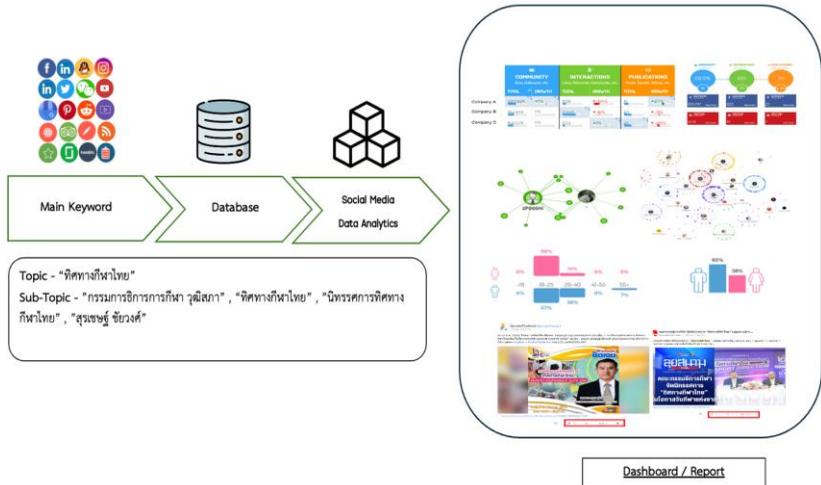
ประโยชน์ของอัลกอริทึม

อัลกอริทึม คือ กระบวนการหรือวิธีการทำงานที่ไม่ให้เกิดความสับสน เพราะกิจกรรมทุกอย่างจะถูกจัดเรียงเป็นขั้นตอนและทางเลือกไว้อย่างชัดเจน เมื่อนำมาประยุกต์ใช้จะส่งผลให้การทำงานสำเร็จอย่างรวดเร็ว ปัญหาลดลง



หรือสามารถค้นหาสาเหตุของปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งประโยชน์ของอัลกอริทึม (Krubom,2023) มีดังนี้

1. สามารถช่วยคอมพิวเตอร์ทำการคำนวณต่าง ๆ อย่างเร็วและแม่นยำ
 2. การค้นหาข้อมูลจากฐานข้อมูลหรืออินเทอร์เน็ต เพื่อค้นหาข้อมูลที่เราต้องการ
 3. การจัดเรียงข้อมูลหรือการเรียงลำดับข้อมูลตามลำดับที่ต้องการ ผลการค้นหาตามความสอดคล้อง และมีประสิทธิภาพในการค้นหา
 4. การประมวลผลภาพ เพื่อสร้างรูปภาพที่สวยงามหรือแก้ไขรูปภาพที่เกี่ยวข้องทั้งหมด
 5. การทำนายแนวโน้มต่าง ๆ เช่น การทำนายสภาวะอากาศ การทำนายการตลาดหุ้น หรือการทำนายการเงิน เพื่อช่วยในการตัดสินใจและวางแผน
 6. การเข้ารหัสและถอดรหัสข้อมูล เพื่อความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และในการถอดรหัสข้อมูลเพื่ออ่านข้อมูลที่ถูกรหัส
- วิธีการทำงานของอัลกอริทึมในการจับวลี “ทิศทางการกีฬาไทย” “นิตรรศการทิศทางการกีฬาไทย” “วุฒิสภา” ดังภาพ



ภาพที่ 1 วิธีการทำงานของอัลกอริทึม

จากภาพเป็นการทำงานของอัลกอริทึม โดยการกำหนดหัวข้อหลักคือ ทิศทางการกีฬาไทย และกำหนดคำสำคัญ หรือคำหลัก (Keyword) ที่ต้องการค้นหา เช่น “ทิศทางการกีฬาไทย”, “กรรมการบริหารการกีฬา วุฒิสภา”, “นิทรรศการกีฬาไทย” จากนั้นกำหนดขอบเขตระยะเวลาในการค้นหา และกำหนดสื่อโซเชียลมีเดียที่ต้องการค้นหา

เมื่อกำหนดคำหลักและระยะเวลาในการค้นหาแล้ว โปรแกรมจะดำเนินการค้นหาการกล่าวถึง เช่น “การกล่าวถึงนิทรรศการกีฬาไทย บนหน้าเพจสยามกีฬา”, การกล่าวถึงกรรมการบริหารการกีฬา วุฒิสภา บน X เป็นต้น

จากนั้นจะทำการวิเคราะห์ด้านต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับความรู้สึกรู้ Location วันที่กล่าวถึง สื่อโซเชียลมีเดีย การแชร์ จำนวน Reach การกด Like และการ Review เป็นต้น และรวบรวมข้อมูลที่มีการกล่าวถึง

นิทรรศการกีฬาไทย จากสื่อโซเชียลมีเดียจากสื่อออนไลน์ที่ยินยอมให้เข้าถึง
ปัจจัยส่วนบุคคลขั้นพื้นฐาน เพื่อนำไปวิเคราะห์ระดับความรู้สึกรู้สึกในการกล่าวถึง
ในเชิงบวกหรือเชิงลบ และยังสามารถจำแนกกลุ่มเพศ และอายุของ
ผู้กล่าวถึง

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อ

สื่อออนไลน์ (Online Media) หมายถึง สื่อที่เป็นสื่อทางเลือก
สื่อเสริม หรือสื่อใหม่ ที่สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา มีช่องทางโต้ตอบกับ
ผู้รับสารได้ในทันที จัดเก็บสารสนเทศไว้ได้โดยง่าย เช่น เครือข่ายอินทราเน็ต
(Intranet) เอ็กซ์ทราเน็ต (Extranet) บริการส่งข้อความสั้น (SMS) บริการส่ง
ข้อความสื่อผสม (MMS) เน้นความสดใหม่ของข่าว เน้นข่าวเชิงลึก (ข่าวเชิง
สืบสวน) เน้นความมีส่วนร่วมของผู้อ่านผ่านกระดานข่าว (Web Board) เน้น
ส่วนร่วมโดยสร้างพื้นที่ส่วนตัว หรือ Blog เปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปได้เข้ามา
มีส่วนร่วมในการรายงานข่าวที่เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ (Thompson, 2017;
Roberts, 2018; Harris, 2020) ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของ
เทคโนโลยีที่เป็นเครื่องมือต่าง ๆ ที่ทำงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและ
เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับอนุญาต สำหรับแลกเปลี่ยนเนื้อหาและสื่อสาร
กับบุคคลอื่น ๆ (Williamson, 2013)

วิธีดำเนินการวิจัย

กระบวนการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา ใน
ลักษณะกำหนดคำสำคัญไว้ล่วงหน้า (Linechareavn, 2012) กำหนดประชากร
เป็นกลุ่มที่ติดตามข่าวนิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย และกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สนใจ



ติดตามข่าวนิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย กรรมาธิการกีฬาวุฒิสภา ตั้งแต่ช่วง
แถลงข่าวการจัดนิทรรศการ จนถึงวันจัดงานนิทรรศการ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้โปรแกรมอัลกอริทึมแบบทำซ้ำ (Repetition Algorithm) ที่สร้างขึ้น เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย โดยผู้วิจัยโหลดโปรแกรมอัลกอริทึม
ที่ลงในระบบออนไลน์ และป้อนคำว่า “ทิศทางการกีฬาไทย” “นิทรรศการทิศทาง
กีฬาไทยวุฒิสภา” (ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวนิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย หรือการ
กล่าวถึงทิศทางการกีฬาไทย มีเพียงกรรมาธิการการกีฬาวุฒิสภาที่กล่าวออกสื่อ
อย่างจริงจัง) ผู้วิจัยจะดำเนินการหลังจากแถลงข่าว และเมื่อเสร็จสิ้นการจัด
นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย

ขอบเขตของการเก็บข้อมูล

ก่อนจัดนิทรรศการ 3 ช่วง คือ ระหว่างวันที่ 15-30 พฤศจิกายน
2566 วันที่ 1-12 ธันวาคม 2566 และวันที่ 13-29 ธันวาคม 2566 ทั้งนี้
สื่อออนไลน์ที่ผู้วิจัยเลือกค้นหา ได้แก่ Facebook, Website, Web News,
YouTube และ X ด้วยสื่อออนไลน์ดังกล่าวนี้ยินยอมให้เข้าถึงปัจจัยส่วนบุคคล
ขั้นพื้นฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการประมวลผลจากโปรแกรมอัลกอริทึม เพื่อสรุป
ข้อมูล โดยแบ่งตามข้อมูลประชากรศาสตร์ที่สามารถเข้าถึงได้ คือ เพศ อายุ
และประเภทสื่อออนไลน์ที่มีการกล่าวถึง “ทิศทางการกีฬาไทย”



ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 จำแนกกลุ่มประชากรตามเพศ

เพศ	ร้อยละ
เพศชาย	62.00
เพศหญิง	38.00

จากตารางที่ 1 พบว่า แนวโน้มการกล่าวถึง “ทิศทางการกีฬาไทย” เป็นเพศชาย (ร้อยละ 62) มีการกล่าวถึงมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 38)

ตารางที่ 2 จำแนกกลุ่มประชากรตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	เพศหญิง	เพศชาย
18-25 ปี	86.00	57.00
26-40 ปี	14.00	36.00
41-55 ปี	0.00	0.00
55 ปีขึ้นไป	0.00	7.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ช่วงอายุที่มีการกล่าวถึง “ทิศทางการกีฬาไทย” เพศชายและเพศหญิง จำแนกตามช่วงอายุได้ ดังนี้

1. เพศหญิง อายุระหว่าง 18-25 ปี มากที่สุด รองลงมา 26-40 ปี
2. เพศชาย อายุระหว่าง 18-25 ปี มากที่สุด รองลงมา 26-40 ปี และอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป

สื่อออนไลน์ที่ได้มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่การจัดงาน “ทิศทางการกีฬาไทย” ทั้ง 3 ช่วง คือ วันที่ 15-30 พฤศจิกายน 2566 วันที่ 1-12 ธันวาคม 2566 และวันที่ 13-29 ธันวาคม 2566 สามารถสรุปตารางแสดงผู้นำการเผยแพร่สื่อออนไลน์ (Influencers) ที่มีการกล่าวถึง “ทิศทางการกีฬาไทย” ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบการกล่าวถึงบนสื่อออนไลน์ระหว่างวันที่ 15-30 พฤศจิกายน 2566 วันที่ 1-12 ธันวาคม 2566 และวันที่ 13-29 ธันวาคม 2566

สื่อออนไลน์	วันที่ 15-30 พฤศจิกายน 2566	วันที่ 1-12 ธันวาคม 2566	วันที่ 13-29 ธันวาคม 2566
	จำนวนการ กล่าวถึง	จำนวนการ กล่าวถึง	จำนวนการ กล่าวถึง
Facebook	12 (38.71)	45 (46.88)	32 (50.00)
Website	8 (25.81)	16 (16.67)	8 (12.50)
Web News	6 (19.35)	15 (15.63)	9 (14.06)
YouTube	4 (12.90)	12 (12.50)	8 (12.50)
Instagram	0 (0.00)	5 (5.21)	5 (7.81)



สื่อออนไลน์	วันที่ 15-30 พฤศจิกายน	วันที่ 1-12 ธันวาคม	วันที่ 13-29 ธันวาคม
	จำนวนการ กล่าวถึง	จำนวนการ กล่าวถึง	จำนวนการ กล่าวถึง
X	1 (3.23)	0 (0.00)	0 (0.00)
Other	0 (0.00)	3 (3.13)	2 (3.13)

จากตารางที่ 3 การประชาสัมพันธ์เผยแพร่การจัดงาน “ทิศทางการกีฬาไทย” ทั้ง 3 ช่วง คือ วันที่ 15-30 พฤศจิกายน 2566 วันที่ 1-12 ธันวาคม 2566 และวันที่ 13-29 ธันวาคม 2566 สามารถจำแนกช่วงเวลาได้ ดังนี้

1. วันที่ 15-30 พฤศจิกายน 2566 พบว่า อันดับที่ 1 การกล่าวถึงบน Facebook มีจำนวน 12 Mentions คิดเป็นร้อยละ 38.71 อันดับที่ 2 ได้แก่ Website มีจำนวน 8 Mentions คิดเป็นร้อยละ 25.81 อันดับที่ 3 ได้แก่ Web News มีจำนวน 6 Mentions คิดเป็นร้อยละ 19.35 อันดับที่ 4 ได้แก่ YouTube จำนวน 4 Mentions คิดเป็นร้อยละ 12.9 และ X มีจำนวน 1 Mentions คิดเป็นร้อยละ 3.23

2. วันที่ 1-12 ธันวาคม 2566 พบว่า อันดับที่ 1 การกล่าวถึงบน Facebook มีจำนวน 45 Mentions คิดเป็นร้อยละ 46.88 อันดับที่ 2 ได้แก่ Website มีจำนวน 16 Mentions คิดเป็นร้อยละ 16.67 อันดับที่ 3 ได้แก่ Web News มีจำนวน 15 Mentions คิดเป็นร้อยละ 15.63 อันดับที่ 4 ได้แก่



YouTube จำนวน 12 Mentions คิดเป็นร้อยละ 12.5 และ Instagram มีจำนวน 5 Mentions คิดเป็นร้อยละ 5.21

3. วันที่ 13-29 ธันวาคม 2566 พบว่า อันดับที่ 1 การกล่าวถึงบน Facebook มีจำนวน 32 Mentions คิดเป็นร้อยละ 50 อันดับที่ 2 ได้แก่ Website มีจำนวน 8 Mentions คิดเป็นร้อยละ 12.5 อันดับที่ 3 ได้แก่ Web News มีจำนวน 9 Mentions คิดเป็นร้อยละ 14.06 อันดับที่ 4 ได้แก่ YouTube จำนวน 8 Mentions คิดเป็นร้อยละ 12.5 อันดับที่ 5 Instagram มีจำนวน 5 Mentions คิดเป็นร้อยละ 7.81 และอันดับ 6 ได้แก่ Other มีจำนวน 2 Mentions คิดเป็นร้อยละ 3.13

จากข้อมูลเปรียบเทียบทั้ง 3 ช่วงระยะเวลาสามารถสรุปแนวโน้มการกล่าวถึงบนสื่อออนไลน์ได้ ดังนี้

ตารางที่ 4 จำนวนการกล่าวถึงบนสื่อออนไลน์ทั้ง 3 ช่วงระยะเวลา

สื่อออนไลน์	รวมจำนวน การกล่าวถึง	ร้อยละ
Facebook	89	5.34
Website	32	1.92
Web News	30	1.80
YouTube	24	1.44
Instagram	10	0.60
X	1	0.06
Other	5	0.30



จากตารางที่ 4 พบว่า จำนวนการกล่าวถึง “ทิศทางการกีฬาไทย” บนสื่อออนไลน์ทั้ง 3 ช่วงเวลา อันดับที่ 1 การกล่าวถึงบน Facebook มีจำนวน 89 Mentions คิดเป็นร้อยละ 5.34 อันดับที่ 2 ได้แก่ Website มีจำนวน 32 Mentions คิดเป็นร้อยละ 1.92 อันดับที่ 3 ได้แก่ Web News มีจำนวน 30 Mentions คิดเป็นร้อยละ 1.80 อันดับที่ 4 ได้แก่ YouTube จำนวน 24 Mentions คิดเป็นร้อยละ 1.44 อันดับที่ 5 ได้แก่ Instagram จำนวน 10 Mentions คิดเป็นร้อยละ 0.60 อันดับที่ 6 ได้แก่ สื่ออื่น จำนวน 5 Mentions คิดเป็นร้อยละ 0.30 และอันดับที่ 7 ได้แก่ X จำนวน 1 Mention คิดเป็นร้อยละ 0.06

จากข้อมูลเปรียบเทียบการกล่าวถึง สามารถสรุปแนวโน้มการกล่าวถึง “ทิศทางการกีฬาไทย” พบว่า ช่วงระยะวันที่ 1-12 ธันวาคม 2566 จะมีการกล่าวถึงมากที่สุด และลดลงในช่วงระยะวันที่ 13-29 ธันวาคม 2566

จากการดึงข้อมูลการกล่าวถึง “ทิศทางการกีฬาไทย” บนสื่อออนไลน์ในภาพรวม สามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 5 ผู้นำการเผยแพร่สื่อออนไลน์ (Influencers)

All	Type	Score	Influence	Mentions	Audience
PPTV HD 36	Facebook	10	10	1	3511432
พรรคพลังประชาชนรัฐ	Facebook	9	9	1	602229
สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์	Facebook	8	8	1	271232



All	Type	Score	Influence	Mentions	Audience
Stadium TH	Facebook	8	8	1	221927
วุฒิสภา	Facebook	8	8	1	193941
สยามกีฬา	Facebook	16	8	2	147852
Thai Sport Plus	Facebook	8	8	1	139968
Nakhonratchasima FC	Facebook	16	8	2	135507
Probike	Facebook	7	7	1	98977
UFC Thailand	Facebook	7	7	1	97429
บี บางปะกง - Bebangpakong	Facebook	14	7	2	72493
กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ	Facebook	7	7	1	71069
การกีฬาแห่งประเทศไทย	Facebook	28	7	4	55330
กระทรงการทองเที่ยวและกีฬา	Facebook	7	7	1	50536
Lady Society	Facebook	6	6	1	42485
PLAY Bike Shop	Facebook	6	6	1	39864
Siriraj Channel	Facebook	6	6	1	39864

All	Type	Score	Influence	Mentions	Audience
CarOnline.net รถยนต์กับคน ออนไลน์	Facebook	6	6	1	28591
สวท.สระแก้ว	Facebook	6	6	1	23945
เฮีย.เฉียบ	Facebook	6	6	1	20008
PR.Roi-Etสำนักงาน ประชาสัมพันธ์ จังหวัดร้อยเอ็ด	Facebook	6	6	1	17326
PPTV HD 36	X	10	10	1	402106
พายุ เรื่องจ่านงค์ Payu Nerngchamnong	X	7	7	1	7755
พญาหอยทาก	X	5	5	1	2118
chp_ph9@hotmail l.com#Save112	X	5	5	1	1810
Hunter	X	5	5	1	1426
agust	X	4	4	1	546
อินเทอร์เน็ตV2	X	3	3	1	387
On Cloud	X	3	3	1	362
ใจใจ	X	3	3	1	349



All	Type	Score	Influence	Mentions	Audience
สำนักประชาสัมพันธ์ เขต 6	X	3	3	1	296
ไฉยยศ จิระเมธากร Chaiyos Chirametakorn	X	2	2	1	207
mintMINTmint	X	1	1	1	87
pimpun koonthong	X	1	1	1	86
สปป.มหาสารคาม เขต 1	X	1	1	1	27
Probike	X	2	1	2	20
พรกนก เดชช่วย	X	1	1	1	1
Thai PBS News	X	10	10	1	2190000
FM99 ActiveRadio	Video	60	10	6	43800
News NBT2HD	Video	10	10	1	40600
Probike Channel	Video	10	10	1	6250
ลือเรนโบว์ LorRainbow	Video	8	8	1	80
สุภาพร ซ็องวารินทร์	Video	8	8	1	78
กลุ่มนันทนาการ	Video	7	7	1	18



All	Type	Score	Influence	Mentions	Audience
สัมพันธ์ สำนัก นันทนาการ					
siamspport.co.th	Web	16	8	2	130251
dailynews.co.th	Web	16	8	2	93207
efinancethai.com	Web	8	8	1	86069
komchadluek.net	Web	8	8	1	82415
autodeft.com	Web	5	5	1	8400
chiangmainews.co .th	Web	5	5	1	6899
mainstand.co.th	Web	5	5	1	6899
pantip.com	Web	4	4	1	12
companyofmen.o rg	Web	1	1	1	1
thsport.live	Web	1	1	1	1

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้นำหลักทางสื่อออนไลน์ที่เผยแพร่ นิทรรศการ
ทิศทางการกีฬาไทย ทั้ง 3 ช่วงเวลา คือ Facebook ผู้นำการเผยแพร่สื่อออนไลน์
(Influencers) เพราะเป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านกีฬา และหน่วยงานที่เชิญเข้า
ร่วมแถลงข่าวที่มีเพจสำหรับการเผยแพร่ข่าวสารด้านกีฬาโดยเฉพาะ

สรุป

1. เพื่อค้นหาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้เปิดรับข่าวสาร “นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย” ของกรมการกีฬาแห่งประเทศไทย ของกรมการกีฬาแห่งประเทศไทย พบว่า กลุ่มประชากรที่เป็นเพศชายให้ความสนใจมากกว่าเพศหญิง โดยแบ่งตามกลุ่มอายุจะพบว่า เพศชายจะมีสามช่วงอายุ คือ ระหว่าง 18-25 ปี 26-40 ปี และมากกว่า 55 ปีขึ้นไป ที่ให้ความสนใจข่าวนิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย

2. เพื่อค้นหาสื่อออนไลน์ที่นำเสนอข่าวสาร “นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย” ของกรมการกีฬาแห่งประเทศไทย ที่ยินยอมให้เข้าถึงข้อมูลพื้นฐานของผู้แสดงการติดตาม และสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการกล่าวถึงในการให้ความสนใจข่าวนิทรรศการทิศทางการกีฬาไทยเป็นอย่างมากจากผลสำรวจ พบว่า สื่อออนไลน์ Facebook เป็นช่องทางที่มีการกล่าวถึงการให้ความสนใจในข่าวนิทรรศการทิศทางการกีฬาไทยมากที่สุด อันดับที่ 2 ได้แก่ Website ของหน่วยงาน อันดับที่ 3 ได้แก่ Web News เช่น SiamSport Dailynews KomChadluek อันดับที่ 4 ได้แก่ YouTube และอันดับที่ 5 ในระยะเวลาที่ 1 ได้แก่ X และเป็น Instagram ในช่วงเวลาที่สองและสาม ในส่วนผู้นำการเผยแพร่ (Influencers) จาก Facebook Page 5 อันดับแรก ได้แก่ อันดับที่ 1 คือ PPTV HD 36 อันดับที่ 2 คือ พรรคพลังประชารัฐ อันดับที่ 3 คือ สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์ อันดับที่ 4 คือ Stadium TH และอันดับที่ 5 คือ วุฒิสภา

ดังนั้น การนำเสนอข่าวสารด้านกีฬาของสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา “นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย” ของกรมการกีฬาแห่งประเทศไทย ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในยุคปัจจุบัน ต้องใช้ Facebook ของหน่วยงาน เป็นสื่อออนไลน์หลัก เพราะมียอดผู้ติดตามที่สนใจเกี่ยวกับกีฬาโดยเฉพาะ ทำให้ง่ายต่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ หน่วยงานดังกล่าวยังมีรูปแบบการ



นำเสนอข่าวสารตามแนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่อง การนำเสนอข่าวและภาพข่าวกีฬา เพื่อปฏิบัติตามข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ. 2564

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยการนำเสนอข่าวสารด้านกีฬาของสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา “นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย” ของกรมการกีฬาพัฒนา โดยใช้โปรแกรมอัลกอริทึม ที่พัฒนามาใช้ในการหาข้อมูลการกล่าวถึงนิทรรศการทิศทางการกีฬาไทยจากสื่อออนไลน์ โดยโปรแกรมจะประมวลผลตามการกำหนดข้อมูลตั้งต้นหรือคำหลัก เช่น “ทิศทางการกีฬาไทย” “วุฒิสมาชิก” “กรมการกีฬา” เป็นต้น จากผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ในประเทศไทยเป็นหลัก และกำหนดขอบเขตสื่อออนไลน์ที่รวบรวมข้อมูล คือ Facebook, Website, Web News, YouTube, X, Instagram และสื่อออนไลน์อื่นที่ยินยอมให้เข้าถึง ปัจจัยส่วนบุคคลขั้นพื้นฐานได้ คือ เพศ และอายุ สอดคล้องกับ Pongsri (2018) ที่ศึกษาเรื่อง “การแสดงตัวตนของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์บน Facebook ของ Generation C ในกรุงเทพมหานคร” โดยพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการแสดงตัวตนบน Facebook ในส่วนของข้อมูลส่วนตัว การเขียนข้อความ การแสดงความคิดเห็น การแชร์ และการส่งรูปที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับ Wongrak, Prasartketkarn, and Tipsorn (2023) ที่กล่าวว่า ประชากรในช่วงอายุระหว่าง 15-24 ปี เป็นช่วงอายุที่มีแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตสูงมากขึ้น ส่วนการค้นหาสื่อออนไลน์ที่นำเสนอข่าวสาร “นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย” ของกรมการกีฬาพัฒนา มีการกล่าวถึงผ่านสื่อออนไลน์ Facebook มากที่สุด สอดคล้องกับ Poomkumarn (2019) ที่

กล่าวว่า แฟนบอลผู้สูงอายุของสโมสรชลบุรี เอฟซี ส่วนใหญ่ใช้ Facebook สำหรับการติดตามความเคลื่อนไหวของสโมสร และ Line สำหรับใช้ติดต่อสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเพื่อน โดยสื่อใหม่เข้ามามีบทบาทสำคัญ คือ 1) ช่วยให้เกิดการรวมกลุ่มกัน 2) สามารถติดตามข่าวสารและการติดต่อกันสะดวกเพิ่มมากขึ้น 3) ทำให้เกิดแนวทางการปฏิบัติร่วมกัน เช่นเดียวกับ Pongsri (2018) ที่กล่าวว่า ประชากรในเจนเอเรชั่นซี (Generation C) มีการใช้งาน Facebook ทุกวัน เพื่อความสนุกหรือเพื่อผ่อนคลาย และ Wongrak, Prasartketkarn and Tipsorn (2023) ที่กล่าวว่า การเพิ่มศักยภาพการประชาสัมพันธ์ทางการกีฬา ควรใช้ Facebook, YouTube และ X นำเสนอในช่วงเวลาระหว่าง 18.00-24.00 น. เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์เข้าถึงผู้รับสารได้มากที่สุด และสามารถเพิ่มการรับรู้และการเปิดรับข่าวสารได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การกำหนดรูปแบบของสื่อออนไลน์จึงมีความสำคัญในการเผยแพร่และนำเสนอข่าวให้มีความครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ตามที่ Pitathasang (2018) กล่าวว่า การบริหารจัดการสื่อมีความจำเป็นในแง่ของการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร รวมถึงกระตุ้นให้ประชาชนหันมาสนใจเรื่องกีฬา โดยให้ความสำคัญกับ 2 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ 1) กรอบแนวคิดของเนื้อหา (Content) คือ กำหนดกรอบเนื้อหาให้ชัดเจนว่าจะมุ่งไปในทิศทางใด สอดคล้องกับการสื่อสารอย่างมีระบบ และสามารถนำไปประเมินผลได้ 2) รูปแบบการนำเสนอ (Form) คือ การเพิ่มช่องทางการสื่อสารจากกรอบแนวคิดที่ชัดเจน จะส่งผลให้การออกแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

สำหรับผู้จัดกีฬาที่ต้องการให้คนติดตาม ต้องมีนโยบายให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของคณะกรรมการจัดกีฬาใช้สื่อออนไลน์ Facebook เป็นสื่อหลัก โดยกำหนดรูปแบบการแจ้งข่าวไปยังสำนักงานหนังสือพิมพ์ที่มีช่องทางใช้ Facebook ออนไลน์ จะเป็นโทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็ได้ หรือสื่อทั้ง 2 ชนิด และหากมีการซื้อโฆษณา อาจจะทำให้เน้นไปยังกลุ่มของผู้ชาย และช่วงอายุ 18-25 ปี ทั้งในลักษณะการโพสต์รูปภาพ และจัดทำคลิป Reel และใช้การ Live ถ่ายทอดสดการจัดงานกีฬา ให้มีการแชร์โพสต์ต่าง ๆ ให้เกิดการกด Like and Share สำหรับเพิ่มช่องทางการตอบรับจากกลุ่มอายุอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนสามารถนำโปรแกรมอัลกอริทึมไปพัฒนาต่อเพื่อใช้ในการสำรวจข้อมูลจากสื่อออนไลน์ด้านต่าง ๆ ที่ต้องการทราบได้ ดังเช่นในงานวิจัยเรื่อง “การนำเสนอข่าวสารด้านกีฬาของสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา “นิทรรศการทิศทางการกีฬาไทย” ของกรมการกีฬาพัฒนา” โดยใช้โปรแกรมอัลกอริทึม ทำให้ทราบข้อมูลตามช่วงเวลาที่ต้องการ รวมถึงกลุ่มประชากร เพศ อายุ และระดับความรู้สึกในการกล่าวถึง ทำให้สามารถนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการสำรวจ และสามารถพัฒนาในการกำหนดขอบเขตด้านสถานที่ ภาษาที่หลากหลายตามที่ต้องการนอกเหนือจากภาษาไทย ภาษาอังกฤษ การพัฒนาให้โปรแกรมสามารถประมวลผลด้านความรู้สึกให้ใกล้เคียงกับภาษามนุษย์ (NLP: Natural Language Processing) ที่สามารถประมวลผลภาษา วลี หรือคำที่มีการกล่าวถึงที่มีความซับซ้อนเข้าใจยาก รวมถึงการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI: Artificial Intelligence) มาพัฒนาใน



ด้านการเรียนรู้ (Learning) ในการรับรู้ข้อมูลและนำไปใช้ การนำหลักเหตุผล เพื่อให้เหมาะสมกับผลลัพธ์ที่ต้องการ การแก้ไขข้อผิดพลาดในการวิเคราะห์ ข้อมูลได้ละเอียดยิ่งขึ้น และวิเคราะห์ผลข้อมูลได้อย่างแม่นยำ และการที่ โปรแกรมสามารถมีความคิดสร้างสรรค์จากที่ผู้พัฒนาสามารถสร้างกฎ หรืออ้างอิงสถิติ รวมถึงเทคนิคต่าง ๆ เพื่อให้เกิดผลการวิเคราะห์ การเชื่อมโยง ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

Chaiwong, S. (2024). *Sport direction of Thailand*. Ebook. Retrieved from <https://www.sente.go.th>

Harris, J. (2020). The role of internet media in shaping consumer behavior. In *Internet Media Quarterly*, pp. B1-B3.

Krubom (2023). *What is an algorithm?*. Retrieved from <https://krubom.com/blog/Technology-m1/what-is-Algorithms>

Linechareavn, A. (2012). Qualitative data analysis techniques. *Journal of educational measurement Mahasarakham University*, 17(1), 1-13.

Natural History Museum: NSM. (2021). *Algorithm*. Retrieved from <https://www.nsm.or.th/nsm/th/node/5540>

Pitathasang, P. (2018). *Political communication in sport city program*. Dissertation the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy, Program in Mass Communication,



Faculty of Journalism and Mass communication,
Thammasat University.

Pongsri, N. (2018). *Self-Identification of facebook users belonging to generation c in Bangkok*. K. M.Com.Arts, Strategic Communications, Graduate School, Bangkok University.

Poomkumarn, S. (2019). *Usage of new media of elderly football fan for recreation and their perception of the case of social relation and quality of life: A case study of Chonburi Football Club*. A Thesis Submitted of Requirements for the Degree of Doctor Of Philosophy in Communication Arts Program Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University.

Roberts, S. (2018). *Online journalism and its impact on public discourse*. Digital Journalism Review, 5(3), 101-115.

Singprai, S. (2024). *Sport direction of Thailand*. Ebook. Retrieved from <https://www.sente.go.th>

Sport Direction of Thailand. (2024). *Sport direction of Thailand*. Ebook. Retrieved from <https://www.sente.go.th>

Thompson, L. (2017). The influence of internet media on public opinion. *Journal of Internet Studies*, 10(2), 45-58.

Wichitcholchai, P. (2024). *Sport direction of Thailand*. Ebook. Retrieved from <https://www.sente.go.th>



Williamson, A. (2013). *Socialmedia guidelines for parliaments.*

Retrieved from

archive.ipu.org/PDF/publications/SMG2013EN.pdf

Wongrak, M., Prasartketcharn, C., & Tipsorn, W. (2023). A communication model on virtual setting for enhancing the public relations potential of sports organization. *Lawasri Journal*, 78(1), 76-90.