

## บทที่ 6

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นมาในยุคที่ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ อินเทอร์เน็ตย่อโลกให้เล็กลงและทำให้การสื่อสารระหว่างซีกโลกหนึ่งกับอีกซีกโลกหนึ่งเป็นไปอย่างสะดวกสบายและรวดเร็ว อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อทางเลือกที่เพิ่มขึ้นมาจากสื่ออื่นๆ ที่มีอยู่คือ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ คุณสมบัติที่โดดเด่นของสื่ออินเทอร์เน็ตคือการผสานเอาคุณสมบัติของหลายสื่อเข้าด้วยกัน อินเทอร์เน็ตจึงมีทั้งข้อความ ภาพ และเสียง ทำให้อินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมและแพร่หลายไปทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็ว

ความนิยมที่มากขึ้นของสื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้เริ่มมีการมองถึงการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต เกิดสิ่งที่เรียกว่า “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)” ขึ้น นั่นคือการขายสินค้าหรือบริการผ่านเว็บไซต์ภายในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การทำธุรกิจในลักษณะนี้เป็นที่แพร่หลายมากไม่เว้นแม้แต่ในประเทศไทย เนื่องจากการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตสามารถเริ่มต้นได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าการทำธุรกิจบนสื่อประเภทอื่นๆ และยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั้งในและต่างประเทศ

ธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตมีหลากหลายประเภททั้งการขายสินค้าที่จับต้องได้ เช่น หนังสือ และการขายบริการ เช่น ข่าวสารต่างๆ แต่สำหรับประเทศไทยแล้วเว็บไซต์ส่วนใหญ่มักจะเป็นการทำธุรกิจขายบริการมากกว่าการขายสินค้า เนื่องจากเรื่องของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังไม่เป็นที่นิยมในหมู่คนไทย การซื้อสินค้าบนอินเทอร์เน็ตมักจะต้องจ่ายเงินผ่านบัตรเครดิต ซึ่งส่วนใหญ่แล้วคนไทยยังคงเคยชินกับการชำระค่าสินค้าด้วยเงินสดมากกว่า

ธุรกิจบริการบนเว็บไซต์ของไทยมีเนื้อหาที่หลากหลาย เช่น เครื่องมือค้นหา (Search Engine) เว็บไซต์วาไรตี้ เว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารความบันเทิง ฯลฯ เนื้อหาประเภทหนึ่งที่เริ่มเป็นที่ต้องการมากขึ้นของผู้บริโภคชาวไทยก็คือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬา โดยเฉพาะอย่างยิ่งกีฬาฟุตบอลที่เป็นกีฬาอดนิยมนับหนึ่งของคนไทยหรือของโลกก็ว่าได้ ซึ่งคนไทยมีความชื่นชอบกับกีฬาฟุตบอลเป็นอย่างมากและให้ความสนใจกับฟุตบอลต่างประเทศเป็นพิเศษ เนื่องจากการถ่ายทอดสดฟุตบอลจากลีกต่างๆ มายังประเทศไทยทางฟรีทีวีและเคเบิลทีวีเป็นประจำทุกสัปดาห์ ประกอบกับการแข่งขันฟุตบอลในประเทศยังไม่ได้มาตรฐานและความสนุกสนานในระดับที่ผู้บริโภคต้องการ ทำให้ฟุตบอลต่างประเทศยิ่งทวีความนิยมมากขึ้นอีก

เมื่อผู้บริโภคได้รับชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลแล้ว ก็มีความต้องการหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลมาประกอบการรับชมให้เกิดอรรถรสมากยิ่งขึ้น โดยผู้บริโภคก็มีช่องทางในการหาข่าวสารจากสื่อที่มีอยู่อย่างสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งหนังสือพิมพ์และนิตยสาร วิทยุและโทรทัศน์ แต่เมื่อสื่ออินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นก็ทำให้ผู้บริโภคมีสื่อทางเลือกเพิ่มขึ้นอีกในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งผู้ประกอบการก็จำเป็นจะต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสื่อที่เกิดขึ้นใหม่ และเป็นการสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่ได้จำกัดการค้นหาข้อมูลแค่สื่อที่มีอยู่เดิมอีกต่อไป ทำให้เกิดเป็นธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลในเว็บไซต์ขึ้น

เว็บไซต์ที่ให้บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลในเมืองไทยเริ่มมีมากขึ้นตามกระแสความนิยมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตที่มีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นกัน โดยจุดเริ่มต้นของผู้ให้บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลผ่านเว็บไซต์ในเมืองไทยจะไม่มีการณ์มุ่งหวังในการแสวงหาผลกำไร แต่เป็นเพียงความสนุกสนานและการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ของผู้จัดทำเว็บไซต์เท่านั้น ผู้บริโภคก็ไม่จำเป็นจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์แต่อย่างใด ในขณะที่ผู้จัดทำเว็บไซต์ก็จะใช้เงินทุนส่วนตัวในการดำเนินงานจัดทำเว็บไซต์

เมื่อผู้บริโภคเริ่มให้ความนิยมใช้บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลผ่านเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้จัดทำเว็บไซต์เริ่มมีภาระในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว ผู้จัดทำเว็บไซต์บางรายจึงเริ่มคิดหาวิธีการที่จะหารายได้เข้าสู่เว็บไซต์เหมือนกับที่เว็บไซต์ในต่างประเทศปฏิบัติกัน เพื่อเป็นการนำรายได้มาใช้ในการชำระค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น และบางเว็บไซต์ก็กลายมาเป็นเว็บไซต์ที่ดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ แสวงหารายได้และผลกำไรจากการจัดทำเว็บไซต์อย่างจริงจัง ซึ่งการดำเนินธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลในเว็บไซต์ของไทยมีการดำเนินงานใน 3 ระดับ คือ เว็บไซต์ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ โดยใช้เกณฑ์ของบริษัทผู้ประกอบการเว็บไซต์มาใช้ในการแบ่งระดับ โดยดูว่าบริษัทผู้ประกอบการมีเครือข่ายการสื่อสารด้านกีฬาฟุตบอลครอบคลุมในสื่ออื่นๆ อย่างครบวงจรหรือไม่

เว็บไซต์ธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลส่วนใหญ่ในประเทศไทยจะเป็นเว็บไซต์ขนาดเล็กที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการอิสระรายย่อย โดยจะเริ่มทำเว็บไซต์ด้วยใจรักเป็นงานอดิเรกก่อนที่จะหันมาทำเป็นธุรกิจอย่างจริงจัง ซึ่งในบรรดาเว็บไซต์ขนาดเล็กที่มีอยู่อย่างมากมายนั้น มีเว็บไซต์ขนาดเล็กที่มีความโดดเด่นมากกว่าเว็บไซต์ขนาดเล็กรายอื่นๆ คือ [www.hotleague.com](http://www.hotleague.com) ที่มีการจดทะเบียนตั้งบริษัทเพื่อดำเนินงานในเชิงธุรกิจอย่างเต็มตัว และยังมีผู้ร่วมทุนเป็นบริษัททีวีพอร์ม จำกัด โดยเป็นบริษัทผู้ดำเนินการผลิตรายการ “บี ออน อะ ฮอท ดิก” ทางสถานีโทร

ทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ซึ่งเป็นรายการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของประเทศอังกฤษและฟุตบอลบุนเดสลีกาของประเทศเยอรมัน

เว็บไซต์ธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลขนาดกลางในประเทศไทยมีอยู่เพียงเว็บไซต์เดียวคือ [www.thailandsonline.com](http://www.thailandsonline.com) ซึ่งเป็นสื่อในเครือบริษัทฐานเศรษฐกิจ นอกเหนือจากเว็บไซต์แล้วบริษัทฐานเศรษฐกิจยังมีขบขายการสื่อสารด้านกีฬาฟุตบอลครอบคลุมไปในสื่อหนังสือพิมพ์ รายการวิทยุ และรายการโทรทัศน์ ซึ่งจัดว่าเป็นบริษัทที่มีเครือข่ายการสื่อสารกีฬาฟุตบอลเกือบครบวงจรในทุกๆ สื่อ

ส่วนเว็บไซต์ธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลขนาดใหญ่ในประเทศไทยก็มีอยู่เพียงเว็บไซต์เดียวเช่นเดียวกันคือ [www.siamsport.co.th](http://www.siamsport.co.th) ในเครือของบริษัทสยามสปอร์ตซึ่งเป็นผู้นำสื่อกีฬาในเมืองไทย มีเครือข่ายการสื่อสารด้านกีฬาครอบคลุมอย่างครบวงจรในทุกๆ สื่อทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร รายการวิทยุ และรายการโทรทัศน์

นโยบายและวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลทั้ง 3 ขนาดจะมีความคล้ายคลึงกันที่ต้องการให้เว็บไซต์เป็นทางเลือกของผู้บริโภคในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารฟุตบอลนอกเหนือจากสื่อที่มีอยู่เดิม นอกจากนั้นก็ต้องการใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานธุรกิจสื่อกีฬาอื่นๆ ของบริษัทที่มีอยู่ก่อนแล้ว และยังเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทที่มีสื่อทันสมัยอย่างเว็บไซต์เป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารให้ข้อมูลกับผู้บริโภค และที่สำคัญคือการแสวงหารายได้และผลกำไรจากการประกอบการเว็บไซต์ ซึ่งจะสามารถช่วยให้เว็บไซต์เปิดดำเนินการอยู่ได้อย่างต่อเนื่อง

เว็บไซต์ขนาดเล็กและเว็บไซต์ขนาดกลางจะมุ่งเน้นกับการสร้างรายได้และแสวงหาผลกำไรเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนเว็บไซต์ขนาดใหญ่ยังคงมุ่งหวังในการใช้เว็บไซต์เป็นทางเลือกของผู้บริโภคในการค้นหาข้อมูลข่าวสาร และการใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือสนับสนุนสื่ออื่นๆ ในเครือสยามสปอร์ต โดยเว็บไซต์สยามสปอร์ตจะยังคงไม่มีการเปิดรับสปอนเซอร์อย่างเป็นทางการ นอกจากข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาแล้ว ภายในเว็บไซต์จะมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของสื่อในเครือสยามสปอร์ตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเว็บไซต์สยามสปอร์ตได้รับเงินทุนสนับสนุนการดำเนินงานจากบริษัทสยามสปอร์ตมากเพียงพอ แม้จะยังไม่มีการเปิดรับสปอนเซอร์ก็ยังคงสามารถประกอบการเว็บไซต์ได้อย่างไม่เดือดร้อน ซึ่งถือเป็นความได้เปรียบของเว็บไซต์ขนาดใหญ่ที่เป็นสื่อในเครือของบริษัทผู้ผลิตสื่อกีฬาขนาดใหญ่อย่างบริษัทสยามสปอร์ต

โครงสร้างการดำเนินงานของเว็บไซต์ฮอตลิกและเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์จะมีรูปแบบการจดทะเบียนตั้งเป็นบริษัทที่ทำธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลผ่านเว็บไซต์อย่างจริงจัง ทำให้ผลประกอบการของบริษัทเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรกเพื่อให้บริษัทดำรงอยู่ได้ สิ่งนี้จึงเป็นสาเหตุที่เว็บไซต์ขนาดเล็กและขนาดกลางจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการหารายได้เข้าสู่เว็บไซต์ ส่วนเว็บไซต์สยามสปอร์ตมีฐานะเป็นเพียงแผนกหนึ่งในบริษัทสยามสปอร์ต ทำให้ความคล่องตัวหรือความยืดหยุ่นในการดำเนินงานอาจจะมีน้อยกว่าเว็บไซต์ฮอตลิกและเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์ เนื่องจากการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเว็บไซต์ในแต่ละครั้งจะต้องการงานให้ผู้บริหารทราบตามลำดับชั้น ในทางตรงกันข้ามเว็บไซต์ฮอตลิกและเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์จะมีความคล่องตัวในการดำเนินงานมาก เพราะมีพนักงานในบริษัทอยู่น้อยแค่แห่งละประมาณ 10 คน ทำให้ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการวางแผนปรับปรุงเว็บไซต์ร่วมกันทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารหรือพนักงานในระดับปฏิบัติการ ซึ่งทุกคนในบริษัทจะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน

เว็บไซต์สยามสปอร์ตจะมีจำนวนพนักงานมากกว่าเว็บไซต์ฮอตลิกและสปอร์ตส์ออนไลน์กว่าเท่าตัวคือประมาณ 20 คน ทำให้การดำเนินการผลิตเว็บไซต์เป็นไปอย่างราบรื่น พนักงานแต่ละคนมีหน้าที่รับผิดชอบตามตำแหน่งที่แน่นอนและมีจำนวนมากเพียงพอที่จะรองรับกับการเปลี่ยนแปลงข้อมูลภายในเว็บไซต์ที่เป็นไปอย่างรวดเร็วตลอดเวลา ซึ่งบุคลากรที่มีความจำเป็นสำหรับการผลิตเว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลคือเว็บมาสเตอร์ที่ทำหน้าที่ดูแลการผลิตเว็บไซต์ในภาพรวม เว็บโปรแกรมเมอร์ทำหน้าที่เขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เว็บไซต์ดีไซน์เนอร์ทำหน้าที่ออกแบบให้เว็บไซต์มีความสวยงาม และพนักงานข้อมูลที่ได้รับผิดชอบการหาข้อมูลและพิมพ์ข้อมูลนั้นนำเสนอสู่ผู้บริโภคบนเว็บไซต์

เว็บไซต์ฮอตลิกและสปอร์ตส์ออนไลน์ก็มีพนักงานที่มีตำแหน่งคล้ายคลึงกับเว็บไซต์สยามสปอร์ตเช่นเดียวกัน แต่ความแตกต่างอยู่ที่จำนวนพนักงานที่มีน้อยกว่าทางสยามสปอร์ต ทำให้พนักงานแต่ละคนมักจะต้องทำงานในหลายหน้าที่ คือเว็บโปรแกรมเมอร์อาจจะต้องทำหน้าที่เป็นพนักงานข้อมูลในบางครั้ง หรือพนักงานข้อมูลก็จะต้องมีความรู้ที่จะออกแบบเว็บไซต์ได้ ซึ่งเป็นความเสียเปรียบที่ทำให้พนักงานเกิดความสับสนในตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบของตัวเอง และอีกปัญหาหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการมีบุคลากรไม่เพียงพอก็คือ พนักงานต้องทำงานมากเกินไปหรือทำงานไม่ทันกับการอัปเดตข้อมูลในเว็บไซต์ที่จะต้องทำอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นความเร็วในการอัปเดตข้อมูลจึงเป็นข้อได้เปรียบที่เว็บไซต์สยามสปอร์ตมีเหนือกว่าเว็บไซต์ฮอตลิกและเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์ แม้จะเสียเปรียบในด้านความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงานก็ตาม

รูปแบบและเนื้อหาภายในเว็บไซต์เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจเว็บไซต์ทุกประเภทจะต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ไม่เว้นกระทั่งเว็บไซต์ธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอล เนื่องจากรูปแบบเนื้อหาภายในเว็บไซต์ถือได้ว่าเป็น “สินค้า” ที่ผู้ประกอบการจะเสนอขายแก่ผู้บริโภคนั่นเอง โดยเนื้อหาของเว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลของไทยทั้ง 3 ขนาดจะเกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นรายงานผลการแข่งขัน, ข่าวคราวความเคลื่อนไหวต่างๆ ไป, ประวัตินักฟุตบอล, บทวิจารณ์การแข่งขัน, ตารางคะแนนสะสมของสโมสรต่างๆ และอัตราต่อรองการแข่งขัน ซึ่งการคัดเลือกข้อมูลข่าวสารมาลงในเว็บไซต์จะเน้นไปที่ฟุตบอลอังกฤษ, เยอรมัน, อิตาลี และฟุตบอลสโมสรยุโรปเป็นหลัก เนื่องจากเป็นรายการแข่งขันที่ผู้บริโภคชาวไทยให้ความสนใจติดตามการแข่งขันมากที่สุด แต่ปริมาณของข้อมูลและการอัปเดตข้อมูลให้ทันสมัยจะมีความต่างกันระหว่างเว็บไซต์ทั้ง 3 ขนาด โดยเว็บไซต์ขนาดใหญ่จะมีปริมาณข้อมูลและความถี่ในการอัปเดตข้อมูลมากที่สุด รองลงมาคือเว็บไซต์ขนาดกลางและเล็กตามลำดับ เนื่องจากเว็บไซต์ขนาดใหญ่จะมีแหล่งข้อมูลและจำนวนพนักงานมากที่สุด ทำให้การผลิตเนื้อหาภายในเว็บไซต์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

การค้นหาข้อมูลกีฬาฟุตบอลจากสื่ออินเทอร์เน็ตมีจุดเด่นที่แตกต่างจากการค้นหาข้อมูลจากสื่ออื่นๆ ในแง่ที่ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของพื้นที่และเวลาเหมือนกับสื่ออื่นๆ ผู้ประกอบการสามารถนำเสนอรายละเอียดของข้อมูลข่าวสารและภาพประกอบได้มากเท่าที่ต้องการและเป็นสื่อที่ผู้บริโภคสามารถเข้ามาใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง เสมือนกับเป็นร้านค้าที่สามารถเปิดดำเนินงานได้ตลอดวันตลอดคืนโดยไม่มีวันหยุด นอกจากนี้ผู้บริโภคยังได้รับความสะดวกที่จะสามารถเลือกเปิดรับเฉพาะข่าวสารที่ตนเองต้องการจากสถานที่ใดก็ได้ในโลกรวมทั้งการอ่านข่าวย้อนหลัง เนื่องจากข้อมูลภายในเว็บไซต์จะมีการแบ่งหมวดหมู่ออกอย่างชัดเจนตามความสนใจของผู้บริโภคซึ่งมีปริมาณและความละเอียดของข้อมูลที่มากกว่าการเปิดรับจากสื่ออื่นๆ

นอกจากข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลซึ่งเป็นเนื้อหาหลักที่มีมากที่สุดในเว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลของไทยทั้ง 3 ขนาดแล้ว ก็ยังมีบริการอื่นๆ ที่เว็บไซต์ทั้ง 3 ขนาดมีไว้บริการผู้บริโภคเหมือนกัน นั่นคือ บริการรับสมัครสมาชิก, โดเรคเมนท์, กระดานสนทนาหรือเว็บบอร์ด และข่าวประชาสัมพันธ์ของเว็บไซต์ ซึ่งผู้บริโภคสามารถใช้บริการทั้งหมดที่มีอยู่ได้โดยไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใดทั้งสิ้น ส่วนบริการอื่นๆ ที่แต่ละเว็บไซต์มีเพิ่มขึ้นมาก็เพื่อที่จะสร้างความแตกต่างระหว่างเว็บไซต์ของตนเองกับเว็บไซต์อื่นๆ ที่มีอยู่ เปรียบเสมือนเป็นจุดขายของแต่ละเว็บไซต์นั่นเอง โดยเว็บไซต์ขอลูกซึ่งเป็นเว็บไซต์ขนาดเล็กจะมีจุดขายเพิ่มเติมอยู่ที่บริการเกมส์บนเว็บไซต์ที่ผู้บริโภคสามารถร่วมสนุกเพื่อชิงของรางวัลได้ ส่วนเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์

และสยามสปอร์ตซึ่งเป็นเว็บไซต์ขนาดกลางและใหญ่ ก็จะมีจุดขายของตัวเองอยู่ที่บริการข้อมูล ข่าวสารของกีฬาประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากฟุตบอล และบริการรับฟังรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อในเครือที่ทั้งสองเว็บไซต์มีอยู่

บริการทั้งหมดที่เว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลทั้ง 3 ขนาดนำเสนอสู่ผู้บริโภคที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ล้วนแล้วแต่เป็นบริการที่ผู้บริโภคไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ดังนั้นรายได้ที่ผู้ประกอบการจะได้รับจึงไม่ได้มาจากผู้บริโภคโดยตรง แต่รายได้หลักของผู้ประกอบการเว็บไซต์จะมาจากสปอนเซอร์ที่จะเข้ามาซื้อพื้นที่ลงโฆษณาภายในเว็บไซต์ การผลิตเนื้อหาของเว็บไซต์ที่มีบริการต่างๆ มากมายสำหรับผู้บริโภคโดยไม่คิดมูลค่าก็เพื่อเป็นการดึงให้ผู้บริโภคเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์เป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการยืนยันให้สปอนเซอร์มั่นใจได้ว่าการซื้อพื้นที่ลงโฆษณาจะไม่สูญเปล่า เพราะมีกลุ่มเป้าหมายที่แน่นอนที่จะมองเห็นโฆษณาของสปอนเซอร์ ซึ่งรูปแบบของโฆษณาภายในเว็บไซต์ทั้ง 3 ขนาดจะมี 2 รูปแบบคือ โฆษณาแบบแบนเนอร์ที่มีลักษณะเป็นแถบสี่เหลี่ยมผืนผ้ายาว มักจะอยู่ด้านบนหรือล่างของหน้าเว็บเพจ และโฆษณาแบบ Button Ads มีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัสหรือสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดเล็กกว่าโฆษณาแบบแบนเนอร์ มักจะวางอยู่ด้านข้างของเว็บเพจ โดยอัตราค่าโฆษณาแบบแบนเนอร์จะสูงกว่าและยังขึ้นอยู่กับตำแหน่งในการวางโฆษณาว่าสามารถเห็นได้ชัดเจนหรือไม่

การหาสปอนเซอร์ของเว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลทั้ง 3 เว็บไซต์จะมีความได้เปรียบเว็บไซต์ที่มีอยู่ทั่วไป เนื่องจากเป็นเว็บไซต์ในเครือของบริษัทที่ประกอบการทางด้านการผลิตสื่อกีฬาอยู่ก่อนหน้าแล้ว ทำให้บรรดาสปอนเซอร์มีความไว้วางใจในประสบการณ์และชื่อเสียงของบริษัทแม่ของทั้ง 3 เว็บไซต์ ไม่ว่าจะเป็นบริษัททีวีฟอรัมซึ่งเป็นผู้ร่วมทุนของเว็บไซต์ฮอตลีก บริษัทฐานเศรษฐกิจซึ่งเป็นบริษัทแม่ของเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์ และบริษัทสยามสปอร์ตซึ่งเป็นบริษัทแม่ของเว็บไซต์สยามสปอร์ต ทำให้การหาสปอนเซอร์ของทั้ง 3 เว็บไซต์เป็นไปอย่างราบรื่นมีรายได้จากสปอนเซอร์เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดในภาวะที่เศรษฐกิจตกต่ำ แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของการมีพันธมิตรทางธุรกิจที่ประกอบการธุรกิจไปในแนวทางเดียวกันคือการสื่อสารด้านกีฬาฟุตบอล ว่าพันธมิตรที่ดีสามารถช่วยสนับสนุนการประกอบธุรกิจซึ่งกันและกันได้ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นคู่แข่งกันเอง

นอกจากรายได้หลักที่ได้รับจากสปอนเซอร์แล้ว แต่ละเว็บไซต์ก็ยังมีวิธีการหารายได้เพิ่มเติมเข้าสู่เว็บไซต์ด้วยการใช้ประโยชน์จากข้อมูลหรือทรัพยากรที่แต่ละเว็บไซต์มีอยู่ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสิ่งที่มีอยู่แล้วโดยไม่ต้องลงทุนเพิ่ม เว็บไซต์ฮอตลีกมีวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ

ข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลของตนเองจากการได้รับคัดเลือกจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GSM และ GSM 1800 ให้เป็นผู้รายงานผลการแข่งขันและข่าวคราวความเคลื่อนไหวในวงการฟุตบอลไปยังผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบดังกล่าวด้วยข้อความสั้น รวมทั้งผู้ใช้บริการวิทยุติดตามตัว Phonelink ด้วย นอกจากนี้เว็บไซต์ฮอตลิกยังเป็นผู้ดำเนินการให้ข้อมูลและรายงานผลการแข่งขันฟุตบอลผ่านทางหมายเลขโทรศัพท์ 1900-111-022 เพิ่มเติมอีกทางหนึ่ง

เว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์มีวิธีการเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่และเป็นช่องทางสร้างรายได้ด้วยการรับจ้างผลิตเว็บไซต์ให้กับสปอนเซอร์ที่มีความต้องการ แม้บริการนี้จะทำให้เฉพาะสปอนเซอร์ที่สนใจและไม่มีกีดกันเปิดเผยอย่างเป็นทางการ แต่ก็เป็นการที่ช่วยสร้างรายได้เสริมให้กับเว็บไซต์ได้เป็นอย่างมากและยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มสปอนเซอร์อีกด้วย ส่วนเว็บไซต์สยามสปอร์ตใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่ด้วยการใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้า เนื่องจากบริษัทสยามสปอร์ตมีสินค้าในเครืออยู่มากจึงทดลองนำสินค้าเสนอขายแก่ผู้บริโภคในรูปแบบของอีคอมเมิร์ซ ผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ได้ทันที ในเบื้องต้นสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้คือหนังสือการ์ตูนและนิตยสาร ซึ่งเป็นสื่อในเครือสยามสปอร์ตเช่นกัน และผู้บริโภคยังสามารถเล่นเกมส์ตอบปัญหาเกี่ยวกับฟุตบอลอังกฤษและฟุตบอลอิตาลีได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 1900-1900-22 เพื่อชิงเงินรางวัลได้อีกด้วย ผู้ประกอบการก็จะได้รับรายได้จากค่าบริการโทรศัพท์นั่นเอง

แหล่งข้อมูลของเว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลทั้ง 3 ขนาดจะมีแหล่งที่มาที่คล้ายคลึงกันจากสื่ออื่นๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์ รวมทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้มาจากเว็บไซต์ของต่างประเทศ แต่แม้จะมีแหล่งที่มาของข้อมูลคล้ายกัน เว็บไซต์สยามสปอร์ตซึ่งเป็นเว็บไซต์ขนาดใหญ่ก็มีความได้เปรียบในเรื่องแหล่งข้อมูลมากกว่าอีก 2 เว็บไซต์ เพราะบริษัทสยามสปอร์ตมีสื่ออยู่ในเครืออย่างครบวงจรและมีนักข่าวที่ประจำอยู่ในสื่อต่างๆ มากมาย ทำให้เว็บไซต์สยามสปอร์ตมีแหล่งข้อมูลเหลือเฟือที่สามารถจะดึงจากสื่อในเครือมาใช้ได้ทันที ในขณะที่เว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์ซึ่งเป็นเว็บไซต์ขนาดกลางที่มีสื่อในเครือครบวงจรมากกว่าเว็บไซต์ขนาดเล็กอย่างเว็บไซต์ฮอตลิกก็มีแหล่งข้อมูลมากกว่าตามไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้จากปริมาณข้อมูลภายในเว็บไซต์ขนาดใหญ่จะมีจำนวนมากและละเอียดกว่าอีก 2 เว็บไซต์

องค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการประกอบธุรกิจเว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลนอกเหนือจากรูปแบบเนื้อหาภายในเว็บไซต์ก็คือ การวางแผนงานด้านการตลาดเพื่อทำการสื่อสารกับผู้บริโภคให้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการที่ทั้ง 3

เว็บไซต์มีรูปแบบการดำเนินงานในเชิงพาณิชย์เพื่อหารายได้จากการผลิตเว็บไซต์ ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องวางแผนการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ประกอบกับสภาพตลาดที่ได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต โดยสื่อมีความหลากหลายขึ้นและเป็นสื่อที่เจาะเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคในกลุ่มย่อยๆ มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการแสวงหาข่าวสารมากขึ้น จึงเกิดแนวคิดใหม่ในการทำการตลาดที่สอดคล้องกับสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปคือแนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ซึ่งเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นในการใช้สื่อหลายสื่อมาผสมผสานกันด้วยจุดมุ่งหมายเดียวกันที่ต้องการสร้างการรับรู้ และทัศนคติในหมู่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมในแนวทางที่ผู้วางแผนการสื่อสารการตลาดต้องการในที่สุด

กลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลของไทยทั้ง 3 ขนาดมีความคล้ายคลึงกัน นั่นก็คือกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพศชายเพราะผู้ชายจะนิยมชมชอบในกีฬาฟุตบอลมากกว่าผู้หญิง แม้ว่าผู้หญิงมีแนวโน้มที่จะหันมาดูฟุตบอลเพิ่มมากขึ้นกว่าแต่ก่อน สัดส่วนของผู้ชายที่เข้ามาใช้บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลของทั้ง 3 เว็บไซต์ยังคงมีมากกว่า 80-90% โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยไปจนกระทั่งคนวัยทำงานในช่วงอายุระหว่าง 17 – 35 ปี และยังคงเป็นผู้ที่นิยมเล่นอินเทอร์เน็ตอีกด้วย

การวางแผนการสื่อสารการตลาดของเว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลทั้ง 3 ขนาดยังคงไม่มีการเขียนแผนการออกมาอย่างเป็นทางการ โดยจะเห็นจากโครงสร้างการดำเนินงานของทั้ง 3 เว็บไซต์ว่ายังไม่มีบุคลากรในตำแหน่งเจ้าหน้าที่การตลาด ซึ่งเป็นบุคคลที่จะสามารถวางแผนการสื่อสารการตลาดได้อย่างเป็นระบบ เพราะฉะนั้นเว็บมาสเตอร์จึงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดแผนการสื่อสารการตลาด โดยอาศัยการประชุมร่วมกันกับพนักงานทั้งหมดภายในบริษัท วัตถุประสงค์ในการสื่อสารการตลาดของเว็บไซต์ทั้ง 3 เว็บไซต์ก็คือ การสื่อสารกับผู้บริโภคเพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นให้ผู้บริโภคแวะเวียนเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอเพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้จากสปอนเซอร์ และการใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือสนับสนุนกิจกรรมและการดำเนินงานของสื่ออื่นๆ ที่แต่ละบริษัทมีอยู่ในเครือ

กลวิธีในการสื่อสารการตลาดที่แต่ละเว็บไซต์นำมาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสารการตลาดก็คือการนำเสนอบริการต่างๆ ที่หลากหลายภายในเว็บไซต์ เพื่อเป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจที่จะเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ ซึ่งบริการของแต่ละเว็บไซต์ก็จะมีปริมาณและรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป แสดงให้เห็นว่าการทำธุรกิจเว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลให้ดำเนินอยู่ได้จะต้องสร้างเนื้อหาหรือบริการที่โดดเด่นและมีความแตกต่างจากเว็บไซต์ที่มีอยู่ แม้ว่า



จะเป็นเว็บไซต์ขนาดเล็กอย่างเว็บไซต์ฮอทลิกก็สามารถจะหาบริการที่ไม่มีอยู่ในเว็บไซต์ขนาดกลางและเว็บไซต์ขนาดใหญ่ นั่นคือบริการเกมส์บนเว็บไซต์ที่สร้างจุดขายให้กับเว็บไซต์ฮอทลิก

เว็บไซต์ยังสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริมกิจกรรมของสื่ออื่นๆ ในเครือได้ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวคราวและกิจกรรมของสื่อเหล่านั้นผ่านทางเว็บไซต์ ทำให้ตัวเว็บไซต์กลายเป็นส่วนหนึ่งของแผนการสื่อสารการตลาดขององค์กรโดยรวมที่ใช้สื่อหลากหลายสื่อที่มีอยู่ ทำการสื่อสารด้านกีฬาฟุตบอลไปสู่ผู้บริโภค ช่วยเพิ่มทางเลือกในการเปิดรับข่าวสารของผู้บริโภค และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทที่มีเครือข่ายการสื่อสารด้านกีฬาเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในหลากหลายช่องทาง ในขณะที่เดียวกันเว็บไซต์ก็ได้รับประโยชน์จากสื่ออื่นๆ ในเครือในแง่ของการได้มีโอกาสโฆษณาประชาสัมพันธ์ตัวเว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักในหมู่ผู้บริโภคด้วยเช่นกัน แสดงให้เห็นอีกครั้งว่าการมีพันธมิตรทางธุรกิจที่ประกอบธุรกิจในแนวทางเดียวกันจะช่วยส่งเสริมและก่อให้เกิดประโยชน์ซึ่งกันและกัน

เว็บไซต์ฮอทลิกจะใช้ประโยชน์จากสื่อที่มีอยู่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตัวเองหรือการสร้าง Brand Contact นั่นคือการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักในหมู่ผู้บริโภคผ่านรายการ “บี ออน อะ ฮอท ดิก” ทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เป็นประจำต่อเนื่องทุกสัปดาห์ ส่วนเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ผ่านหนังสือพิมพ์กีฬารายวันคิกออฟและรายการวิทยุสปอร์ตส์ออนไลน์ทางคลื่น FM 97.0 MHz ซึ่งเป็นสื่อในเครือ ส่วนเว็บไซต์สยามสปอร์ตก็จะประชาสัมพันธ์ตัวเองผ่านหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน, สตาร์ชอคเกอร์รายวัน และสปอร์ตพูล ซึ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ 3 ฉบับที่มียอดจำหน่ายสูงสุดในเครือบริษัทสยามสปอร์ต การวัดผลของแผนการสื่อสารการตลาดก็จะดูจากจำนวนผู้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ ซึ่งเว็บไซต์สยามสปอร์ตมีสถิติผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์มากที่สุด รองลงมาคือเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์และฮอทลิกตามลำดับ

ถ้าหากมองในภาพที่ใหญ่ขึ้น จะเห็นได้ว่าการที่เว็บไซต์รวมถึงสื่ออื่นๆ ได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอล โดยเฉพาะฟุตบอลต่างประเทศ ทำให้เว็บไซต์ไทยกลายเป็นเครื่องมือหนึ่งของการสื่อสารการตลาดในระดับโลก เพราะการรายงานข่าวความเคลื่อนไหวของนักฟุตบอล, สโมสรต่างๆ, ผลการแข่งขัน, ฯลฯ รวมถึงการได้มีโอกาสรับชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลอยู่เป็นประจำทุกสัปดาห์ ล้วนแล้วแต่สร้างความคลั่งไคล้เพิ่มขึ้นในความรู้สึกของผู้บริโภค ส่งผลให้การแข่งขันฟุตบอลในลีกหรือรายการนั้นๆ ได้รับความนิยมไปทั่วโลก อาศัยประโยชน์จากสื่อมวลชนท้องถิ่นในประเทศต่างๆ ที่ช่วยรายงานข่าวเป็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาดโดยไม่ต้องลงทุน ซึ่งความนิยมที่เกิดขึ้นอย่างกว้างขวางในหมู่ผู้บริโภคก็จะทำให้เม็ดเงินจำนวน

มหาศาลไหลกลับไปสู่ผู้จัดการแข่งขัน, สโมสรฟุตบอล และนักฟุตบอลในที่สุด เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่ามูลค่าธุรกิจฟุตบอลต่างประเทศในปัจจุบันมีมากถึงหลักหลายหมื่นหรือหลายแสนล้านบาทในแต่ละปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าสปอนเซอร์และค่าลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอดสดการแข่งขันไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งจะเห็นได้ว่าการสื่อสารการตลาดระดับโลกมีรูปแบบเป็นวงกลมที่ต่อเนื่องไม่สิ้นสุด และเว็บไซต์ไทยก็เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายการสื่อสารนี้

การทำธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลผ่านเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จ นอกจากมีองค์ประกอบสำคัญในเรื่องรูปแบบเนื้อหาภายในเว็บไซต์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและการวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว อีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญไม่แพ้กันก็คือลักษณะการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภคหรือผู้บริโภคกับผู้บริโภคด้วยตนเอง ซึ่งการสื่อสารภายในเว็บไซต์จะเป็นการสื่อสารในเชิงปฏิสัมพันธ์ผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่จำเป็นต้องเห็นหน้าค่าตากัน และเป็นการสร้างกลุ่มสังคมใหม่ขึ้นมาเป็นสังคมเสมือน (virtual community) ที่ไม่จำเป็นต้องเป็นสถานที่ที่เป็นรูปธรรมในการรวมกลุ่ม แต่อาศัยพื้นที่ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ซึ่งสังคมที่เกิดขึ้นใหม่นี้จะส่งผลให้ผู้ประกอบการเว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลได้รับประโยชน์ในแง่ของการมีกลุ่มผู้บริโภคประจำเว็บไซต์ที่แน่นอนที่จะเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง การสื่อสารในเชิงปฏิสัมพันธ์ทั้งหมดภายในเว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลจะเป็นแบบ Asynchronous นั่นคือผู้บริโภคหรือผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องทำการสื่อสารในเวลาและสถานที่เดียวกัน

การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารในเชิงปฏิสัมพันธ์ของผู้บริโภคมีอยู่หลายวัตถุประสงค์ด้วยกัน นั่นคือการค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลและการเล่นเกมสบนเว็บไซต์ ซึ่งเป็นการปฏิสัมพันธ์กับข้อมูลและโปรแกรมที่ผู้ประกอบการเว็บไซต์ได้จัดทำขึ้น เป็นการเพิ่มทางเลือกในการค้นหาข่าวสารและสร้างความสนุกสนานจากการได้เล่นเกมส นอกจากนี้ผู้บริโภคยังสามารถเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์สยามสปอร์ตในรูปแบบของอีคอมเมิร์ซ ช่วยให้ผู้บริโภคมีความสะดวกสบายและทำให้ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าเพิ่มมากขึ้น

การแสดงความคิดเห็นร่วมกับผู้อื่นก็เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารในเชิงปฏิสัมพันธ์ เหมือนกับการพูดโทรศัพท์หรือการสนทนาแลกเปลี่ยนทัศนคติกับผู้คนในสังคม ซึ่งผู้บริโภคอาจจะส่งอีเมลเข้าไปสอบถามปัญหาหรือพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ประกอบการ แล้วผู้ประกอบการก็จะส่งอีเมลตอบกลับตรงไปยังผู้บริโภครายนั้นๆ ซึ่งช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดี

ระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ในขณะที่ผู้ประกอบการจะส่งไดเรกต์เมสซีให้กับผู้บริโภคเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือกิจกรรมของเว็บไซต์หรือสื่อในเครือ ซึ่งเป็นวิธีการที่ช่วยลดต้นทุนได้เป็นอย่างมากแทนที่จะส่งจดหมายถึงผู้บริโภคแต่ละคน

การแสดงความคิดเห็นผ่านทางกระดานสนทนาหรือเว็บบอร์ดก็เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่ผู้บริโภคของเว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลทั้ง 3 ขนาดให้ความนิยม โดยเว็บบอร์ดจะมีลักษณะเป็นเหมือนกระดานข่าวที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคเข้ามาตั้งกระทู้ในเรื่องราวต่างๆ โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับฟุตบอล หากผู้บริโภคคนไหนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันก็สามารถฝากข้อความตอบกระทู้ที่นั่นหรือจะตั้งกระทู้ขึ้นมาใหม่ก็ได้เช่นเดียวกัน ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้งานเว็บบอร์ดจะมีทั้งผู้บริโภคที่เข้ามาใช้งานเป็นประจำและผู้ใช้เป็นครั้งคราว เรื่องราวที่มีการพูดคุยกันภายในเว็บบอร์ดส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอล ไม่ว่าจะเป็นผลการแข่งขันฟุตบอล, การทายผลการแข่งขัน, นักฟุตบอล, สถิติ, โปรแกรมการแข่งขัน, อัตราต่อรอง และแฟนคลับ ส่วนเรื่องอื่นที่นอกเหนือจากฟุตบอลที่มีการพูดคุยกันจะเป็นเรื่องภาพยนตร์, การ์ตูน, เพลง, การหาคู่หรือหาเพื่อน และข่าวคราวที่เกิดขึ้นในสังคม

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลในเว็บไซต์ของไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้น เนื่องจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังมีจำนวนที่น้อยเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งประเทศ ผู้ประกอบการเว็บไซต์ขนาดใหญ่ยังคงมีความได้เปรียบเว็บไซต์ขนาดกลางและเล็กทั้งในเรื่องของเงินทุน, แหล่งข้อมูล, จำนวนพนักงาน, ประสบการณ์ในการผลิตสื่อด้านกีฬาฟุตบอล และการสนับสนุนจากสื่ออื่นๆ ที่มีอยู่ในองค์กร อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการจะต้องหาจุดเด่นที่จะทำให้เว็บไซต์ของตนเองมีความแตกต่างจากเว็บไซต์อื่นๆ ที่มีอยู่ ปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การทำธุรกิจเว็บไซต์บริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลประสบความสำเร็จคือรูปแบบเนื้อหาและบริการภายในเว็บไซต์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย, พันธมิตรทางธุรกิจหรือผู้ร่วมทุนที่มีศักยภาพในการส่งเสริมการทำธุรกิจเว็บไซต์, แผนการสื่อสารการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และการสื่อสารในเชิงปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่ช่วยสร้างกลุ่มสังคมใหม่ที่จะกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ถาวรของเว็บไซต์

**วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของเว็บไซต์ขนาดเล็ก ([www.hotleague.com](http://www.hotleague.com))**

**จุดแข็ง**

1. เว็บไซต์ฮอทลิกมีการร่วมทุนกับบริษัทที่เป็นผู้ผลิตสื่อทางโทรทัศน์ คือบริษัททีวีพอร์ม ทำให้มีความได้เปรียบเว็บไซต์ขนาดเล็กรายอื่น ในฐานะที่มีผู้ร่วมทุนที่มีศักยภาพให้การสนับสนุน
2. เว็บไซต์ฮอทลิกมีกิจกรรมการเล่นเกมที่หลากหลาย อีกทั้งยังมีของรางวัลไว้แจกให้กับผู้บริโภคมามากมาย ทำให้ผู้บริโภคได้ร่วมสนุกกับทางเว็บไซต์
3. เว็บไซต์ฮอทลิกเป็นบริษัทขนาดเล็ก จึงมีความยืดหยุ่นและมีความคล่องตัวในการบริหารงาน
4. เว็บไซต์ฮอทลิกมีกลวิธีการสื่อสารการตลาดที่อาศัยประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ โดยไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก

#### จุดอ่อน

1. เกมที่มีอยู่ในเว็บไซต์บางเกมมีรูปแบบและกติกาที่ค่อนข้างซับซ้อน ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน
2. ระบบการคิดคะแนนในการเล่นเกมส์มักจะเกิดความผิดพลาด ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจในบางครั้ง
3. ข้อมูลข่าวสารยังมีน้อย และไม่มีการอัปเดตข้อมูลตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ไม่ได้ใช้ศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างเต็มที่

#### วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของเว็บไซต์ขนาดกลาง (www.thailandsonline.com)

##### จุดแข็ง

1. เว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์เป็นบริษัทในเครือฐานเศรษฐกิจ ซึ่งมีศักยภาพในการสนับสนุนการทำธุรกิจเว็บไซต์
2. เว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์ใช้ประโยชน์จากสื่อหลักๆ ในเครือฐานเศรษฐกิจ มาช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์
3. เว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์มีความคล่องตัวในการบริหารงาน จากการจดทะเบียนเป็นบริษัทแยกออกจากบริษัทฐานเศรษฐกิจ
4. เว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์มีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารตลอด 24 ชั่วโมง

##### จุดอ่อน

1. ภายในเว็บไซต์ไม่มีกิจกรรมในการร่วมสนุกกับผู้บริโภค

2. จำนวนพนักงานยังไม่เพียงพอที่จะขยายงานให้กว้างขึ้น
3. รูปแบบของเว็บไซต์ยังไม่มีความสะดวกเท่าที่ควร

### วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของเว็บไซต์ขนาดใหญ่ (www.siamsport.co.th)

#### จุดแข็ง

1. เว็บไซต์สยามสปอร์ตอยู่ในเครือของบริษัทสยามสปอร์ต ซึ่งเป็นผู้นำสื่อด้านกีฬาที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคมากที่สุด
2. บริษัทสยามสปอร์ตมีสื่อต่างๆ ในเครือที่ครบวงจร ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของเว็บไซต์ได้
3. เว็บไซต์สยามสปอร์ตมีข้อมูลข่าวสารจำนวนมากและละเอียด
4. เว็บไซต์สยามสปอร์ตมีการอัปเดตข้อมูลตลอด 24 ชั่วโมง
5. เว็บไซต์สยามสปอร์ตมีจำนวนพนักงานที่มากพอในการพัฒนาเว็บไซต์

#### จุดอ่อน

1. ไม่มีกิจกรรมบนเว็บไซต์ในการร่วมสนุกกับผู้บริโภค
2. ความคล่องตัวในการบริหารงานมีน้อยกว่าเว็บไซต์ขนาดกลางและเล็ก

### วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลในเว็บไซต์ของไทย

#### โอกาส

1. แนวโน้มของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต
2. ความคิดสร้างสรรค์ในการวางรูปแบบและเนื้อหาให้แตกต่างจากคู่แข่ง เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงเป็นอย่างมาก
3. แนวโน้มของอุปกรณ์เครื่องคอมพิวเตอร์และค่าบริการอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มที่จะปรับลดลงเรื่อยๆ
4. ต้องสร้างรายได้จากเว็บไซต์ โดยวางแผนการตลาดอย่างจริงจัง
5. ใช้ประโยชน์จากรูปแบบการสื่อสารในเชิงปฏิสัมพันธ์ของสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างกลุ่มเป้าหมายและตลาด

#### อุปสรรค

1. เทคโนโลยีของประเทศไทยยังเทียบเท่ากับต่างประเทศไม่ได้
2. ผู้ประกอบการชาวไทยยังขาดประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจเว็บไซต์
3. การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต ยังไม่เป็นที่นิยมในหมู่ผู้ประกอบการชาวไทย
4. ผู้ประกอบการไม่สามารถสร้างเว็บไซต์ที่มีรูปแบบและเนื้อหาที่โดดเด่นและแตกต่างไปจากเว็บไซต์ที่มีอยู่ได้
5. ความแข็งแกร่งของผู้ประกอบการเดิมที่มีอยู่

### ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการศึกษา การสื่อสารการตลาดของธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลในเว็บไซต์ของไทย ดังนี้

#### 1) การวางแผนการสื่อสารการตลาด

การวางแผนการสื่อสารการตลาด หรือแม้แต่แผนการตลาดของเว็บไซต์ทั้ง 3 แห่ง ยังไม่มีรูปแบบที่เป็นรูปธรรมชัดเจน การดำเนินงานในแต่ละครั้งจะเป็นแบบรวมความคิดจากพนักงานในบริษัทแล้วทำตามแผนนั้นทันที โดยไม่มีขั้นตอนการวางแผนที่รัดกุม นอกจากนั้นยังไม่มีแผนการตลาดประจำบริษัท ซึ่งจะสามารถกำหนดแผนงานและการวัดผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีเพียงเว็บไซต์สยามสปอร์ตเท่านั้นที่มีการวางแผนว่าจะต้องมีฝ่ายการตลาดเข้ามาดูแลการตลาดของเว็บไซต์ ซึ่งก็จะต้องรอดูกันต่อไปว่าถ้าสยามสปอร์ตลงมาทำตลาดเว็บไซต์อย่างจริงจังแล้ว จะส่งผลกระทบต่อเว็บไซต์ขนาดเล็กและขนาดกลางมากน้อยแค่ไหน ซึ่งในปัจจุบันเว็บไซต์สยามสปอร์ตยังไม่สามารถใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบที่มีสื่อในเครือข่ายครบวงจรมาเป็นจุดแข็งในการทำการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการได้อย่างเต็มที่ โดยเลือกใช้เพียงแค่สื่อหนึ่งสื่อพิมพ์เป็นหลักเพียงแค่นั้นในการทำการสื่อสารการตลาดร่วมกับเว็บไซต์

แนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าควรจะมีการเสริมพนักงานฝ่ายการตลาดเข้าไป เนื่องจากในการทำธุรกิจทุกประเภท ฝ่ายการตลาดจะเป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีบทบาทกับความสำเร็จของบริษัทเป็นอย่างมาก โดยเจ้าหน้าที่การตลาดจะสามารถวิเคราะห์ตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และวางแผนการตลาดให้กับบริษัทได้อย่างเป็นรูปธรรมอย่างมีระบบ ส่ง

ผลให้การวัดผลตอบแทนของแผนการตลาดมีข้อมูลที่แน่นอน เพื่อจะได้เลือกใช้เครื่องมือทางการตลาดที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

เว็บไซต์ขนาดเล็กอาจจะมีข้อเสียเปรียบในเรื่องของช่องทางการสื่อสารการตลาดกับผู้บริโภคที่มีน้อยกว่าเว็บไซต์ขนาดกลางและใหญ่ การหาพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจเพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารการตลาดจึงมีความสำคัญ โดยเฉพาะการร่วมมือกันทำการตลาดระหว่างเว็บไซต์ขนาดเล็กด้วยกันเอง เนื่องจากเว็บไซต์ธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเป็นเว็บไซต์ขนาดเล็กที่ไม่ได้มีสื่ออื่นๆ มารองรับ การรวมกลุ่มกันในหมู่ผู้ประกอบการเว็บไซต์ขนาดเล็กจะส่งผลประโยชน์ในเรื่องของการแบ่งปันข้อมูล การแลกเปลี่ยนกันประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ และอาจจะมีการจัดกิจกรรมพิเศษขึ้นเพื่อนำกลุ่มผู้บริโภคของแต่ละเว็บไซต์มาพบปะสังสรรค์กัน ซึ่งจะเป็นการลดต้นทุนได้เป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นแหล่งข้อมูลที่เพิ่มมากขึ้น การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักเพราะเว็บไซต์ขนาดเล็กไม่มีเงินทุนมากพอในการซื้อสื่อโฆษณา และการจัดกิจกรรมที่ต้องใช้เงินจำนวนมากก็จะมีผลเสียกันในหมู่ผู้ประกอบการ

เว็บไซต์ขนาดกลางมีสื่อในเครือข่ายครอบคลุมเกือบครบวงจร ทำให้มีช่องทางการสื่อสารการตลาดกับผู้บริโภคมากกว่าเว็บไซต์ขนาดเล็ก ดังนั้นเว็บไซต์ขนาดกลางจึงจำเป็นที่จะต้องรักษาความได้เปรียบที่มีมากกว่าเว็บไซต์ขนาดเล็กเอาไว้โดยการวางแผนการสื่อสารการตลาดร่วมกันระหว่างสื่อในเครือข่ายให้ดำเนินไปในแนวทางเดียวกัน รวมถึงการจัดกิจกรรมร่วมกันเพื่อสร้างกลุ่มผู้บริโภคให้มีความจงรักภักดีกับเว็บไซต์และสื่อในเครือข่ายแล้วแต่เป็นสื่อของบริษัทฐานเศรษฐกิจ นอกจากนี้เว็บไซต์ขนาดกลางยังอาจจะทำกิจกรรมร่วมกับสปอนเซอร์ของเว็บไซต์ที่มีอยู่มากมาย เพื่อเป็นการดึงกลุ่มผู้บริโภคของสปอนเซอร์ให้กลายเป็นผู้บริโภคของเว็บไซต์ด้วย เช่น ในช่วงมหกรรมการแข่งขันฟุตบอลโลกที่สปอนเซอร์บางรายมักจะอาศัยช่วงเวลานี้ในการทำตลาดเว็บไซต์ก็อาจจะเสนอตัวเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมทางการตลาดนั้นๆ

เว็บไซต์ขนาดใหญ่มีศักยภาพในการทำการสื่อสารการตลาดกับผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เนื่องจากเว็บไซต์ขนาดใหญ่เป็นสื่อในเครือข่ายสปอนเซอร์ที่มีสื่อด้านกีฬาฟุตบอลครอบคลุมอย่างครบวงจรและยังเป็นบริษัทที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในฐานะผู้นำทางด้านการผลิตสื่อกีฬาในประเทศไทย ทำให้เว็บไซต์ขนาดใหญ่มีข้อได้เปรียบทั้งในเรื่องเงินทุนในการดำเนินการ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ผ่านสื่อในเครือข่าย รวมทั้งแหล่งข้อมูลที่มีอยู่หลากหลาย แต่อย่างไรก็ตามเว็บไซต์ขนาดใหญ่ยังมีฐานะเป็นเพียงสื่อทางเลือกของผู้บริโภคคนนอกเหนือไปจากสื่ออื่นๆ ในเครือข่ายสปอนเซอร์ เว็บไซต์ยังไม่ใช่แหล่งรายได้ของบริษัทเนื่องจากยังไม่มีเปิดรับสปอนเซอร์

ดังนั้นเว็บไซต์จึงยังไม่ได้รับการให้ความสำคัญเท่ากับสื่ออื่นๆ นอกเหนือไปจากการเป็นอีกช่องทางที่ผู้บริโภคจะสามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ และการใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือโฆษณาประชาสัมพันธ์สื่อในเครือ ถ้าหากเว็บไซต์สยามสปอร์ตดำเนินงานในเชิงพาณิชย์และกลายเป็นแหล่งรายได้ของบริษัทสยามสปอร์ตในอนาคต ก็ขึ้นอยู่กับว่าผู้ประกอบการจะนำสื่อในเครือมาช่วยผลักดันให้เว็บไซต์มีความโดดเด่นเหนือเว็บไซต์อื่นๆ ได้หรือไม่ ทั้งเรื่องของบริการข้อมูล บริการเกมส์ บริการขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ หรือแม้แต่บริการอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการเว็บไซต์สยามสปอร์ตจะสามารถนำเสนอผู้บริโภคที่ให้ความไว้วางใจสื่อในเครือสยามสปอร์ตอยู่แล้วได้ เกิดความพอใจสูงสุด การวางแผนการสื่อสารการตลาดที่ดีโดยอาศัยความได้เปรียบจากการมีสื่อที่ครอบคลุมครบวงจรของเว็บไซต์ขนาดใหญ่ น่าจะสร้างความยากลำบากในการดำเนินธุรกิจให้กับเว็บไซต์ขนาดเล็กและกลางได้ในอนาคตด้วยประสบการณ์ เงินทุน การตอบสนองจากผู้บริโภค รวมทั้งสปอนเซอร์ที่พร้อมให้การสนับสนุนเว็บไซต์ขนาดใหญ่ที่มีแนวโน้มจะเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมากกว่าเว็บไซต์ขนาดเล็กและขนาดกลาง

## 2) รูปแบบและเนื้อหา

เว็บไซต์ทั้ง 3 แห่งยังไม่ได้ใช้ประโยชน์จากประสิทธิภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะในส่วนของรูปแบบการสื่อสารในเชิงปฏิสัมพันธ์ ที่ไม่ได้นำข้อมูลของผู้บริโภคมาสร้างประโยชน์ในเชิงธุรกิจเท่าที่ควร รวมทั้งการจัดกิจกรรมภายในเว็บไซต์ที่ยังมีอยู่น้อยมาก เว็บไซต์ฮอตลิกมีเกมส์ให้ผู้บริโภคร่วมสนุกหลายเกมส์ แต่วิธีการเล่นในบางเกมส์ก็ค่อนข้างสับสน ในกติกาการเล่น ส่วนเว็บไซต์สปอร์ตส์ออนไลน์และสยามสปอร์ตไม่มีกิจกรรมในเว็บไซต์ให้ผู้บริโภคร่วมสนุกเลย ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความเบื่อหน่าย นอกจากนี้ทั้ง 3 เว็บไซต์ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับโดเร็คเมนต์เท่าที่ควร ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่จะช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมของเว็บไซต์และสื่อในเครือตรงไปยังผู้บริโภคด้วยต้นทุนต่ำ อีกประการหนึ่งคือเว็บไซต์ทั้ง 3 แห่งยังมีช่องทางในการหารายได้เข้าสู่เว็บไซต์เพิ่มเติมอีกหลายรูปแบบ เช่น การเก็บเงินจากสมาชิกในการใช้บริการทั้งการหาข้อมูลข่าวสารและการเล่นเกมส์, การทำระบบอีคอมเมิร์ซให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นเพื่อจำหน่ายสินค้า เป็นต้น

แนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าควรจะมีการเก็บข้อมูลของผู้บริโภคอย่างจริงจัง โดยการเพิ่มพนักงานหรือมอบหมายงานให้มีผู้ที่จะคอยดูแลเกี่ยวกับเรื่องของการอำนวยความสะดวกและคิดหากิจกรรมภายในเว็บไซต์โดยเฉพาะ ที่สำคัญพนักงานในส่วนนี้ควร จะอยู่ในความดูแลของฝ่ายการตลาด เพราะแนวทางในการทำงานมีความคล้ายคลึงกัน คือหาวิธี



ในการเข้าถึงและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งเว็บไซต์ในต่างประเทศจะให้ความสำคัญกับฐานข้อมูลสมาชิกเป็นอย่างมาก มีการเก็บข้อมูลอย่างละเอียดถึงเวลาที่ผู้บริโภคใช้ในเว็บเพจแต่ละหน้า ซึ่งสามารถบ่งชี้ได้ว่าผู้บริโภคแต่ละคนให้ความสนใจกับเนื้อหาประเภทใด แล้วผู้ประกอบการก็จะส่งไดเรกต์เมลล์บอกกล่าวข่าวคราวของเว็บไซต์ได้ตรงกับผู้บริโภคแต่ละคนได้มากที่สุด ซึ่งเป็นการตลาดแบบตัวต่อตัวที่สื่ออื่นไม่สามารถทำได้เหมือนสื่ออินเทอร์เน็ต หรือหากจะทำได้ก็จำเป็นจะต้องใช้ต้นทุนมหาศาลในการดำเนินการ เว็บไซต์ธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลของไทยควรตระหนักถึงคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างจากสื่ออื่นๆ แล้วนำประโยชน์ของสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งในแง่ของบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและการบรรลุแผนการตลาดเพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้เข้าสู่เว็บไซต์ในที่สุด

### ข้อจำกัดทางการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบข้อจำกัดในเรื่องของการหาข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานทางการตลาด เนื่องจากทุกเว็บไซต์ยังไม่มีฝ่ายการตลาดที่ดูแลรับผิดชอบในเรื่องนี้โดยตรง ซึ่งข้อมูลต่างๆ เหล่านี้จึงต้องใช้การสอบถามจากผู้บริหารระดับสูงและผู้ปฏิบัติงานในระดับหัวหน้าฝ่าย แล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาทำการเรียบเรียงด้วยตัวเอง แล้วจึงนำไปปรึกษาหารือถึงความถูกต้องกับแหล่งข้อมูลอีกครั้ง นอกจากนี้ก็ยังมีเรื่องของข้อมูลด้านการเงิน เช่น รายรับหรือรายจ่าย ที่เป็นความลับของบริษัท และไม่สามารถนำมาเปิดเผยได้ อีกส่วนหนึ่งคือการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบของอีเมล ซึ่งไม่ได้ปรากฏอยู่บนเว็บไซต์ ทำให้ไม่สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ได้ ผู้วิจัยได้ขอข้อมูลในส่วนนี้จากผู้ประกอบการ แต่ได้รับการปฏิเสธเนื่องจากเป็นความลับของผู้บริโภค ประการสุดท้ายคือรูปแบบเนื้อหาภายในเว็บไซต์ทั้ง 3 แห่งมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหลายครั้งในช่วงของการทำวิจัย เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่าย ทำให้ผู้วิจัยต้องทำการเก็บข้อมูลใหม่หลายครั้ง

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ศึกษาการสื่อสารการตลาดของเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาประเภทอื่นๆ
2. ศึกษาการสื่อสารการตลาดของเว็บไซต์ที่ทำธุรกิจในการขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์