

ความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัล ในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา

THE NEEDS OF SPORTS ACTIVITIES RECREATIONAL PURSUITS AND DIGITAL TOOLS USING FOR EXERCISE AMONG SPORTS JOURNALISTS

เบญจภรณ์ ปานปิ่น^{1*} สุปราณี ขวัญบุญจันทร์¹ พิมพ์ ม่วงศิริธรรม¹

Benjaporn Panpin^{1*} Supranee Kwanboonchan¹ Pimpa Moungsirithum¹

¹ สาขาพลศึกษา กีฬา และนันทนาการ, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, ประเทศไทย

¹ Program in Physical Education Sport and Recreation, Faculty of Education, North Bangkok University, Thailand

* Corresponding author e-mail: benjaporn.panp@northbkk.ac.th

Received: 09/06/2026 | Revised: 07/07/2026 | Accepted: 28/07/2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา และ 2) เปรียบเทียบความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา ตามตัวแปรเพศ อายุ และสมาคมที่สังกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาที่เป็นสมาชิกในสมาคมนักข่าวช่างภาพกีฬาแห่งประเทศไทย สมาคมผู้สื่อข่าวกีฬาแห่งประเทศไทย และสมาคมผู้สื่อข่าวกีฬาออนไลน์ จำนวน 230 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 54 ข้อ มีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.971 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ ความแปรปรวนแบบทางเดียว และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการแอลเอสดี ผลการวิจัยพบว่า 1) นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬามีความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกาย โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.50, S.D.=0.20) 2) นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาที่มีเพศ อายุ และสมาคมที่สังกัดต่างกัน มีความต้องการกิจกรรมกีฬา

นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกาย โดยรวม ไม่แตกต่างกัน 3) ความต้องการ กิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการ กีฬา เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาที่มีอายุต่างกัน มีความต้องการ กิจกรรมกีฬาและนันทนาการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่านักสื่อสารมวลชน ทางการกีฬากลุ่มอายุ 31–45 ปี มีความต้องการกิจกรรมกีฬา ($\bar{X}$ = 3.53, S.D.=0.28) สูงกว่ากลุ่มอายุ 46 ปี ขึ้นไป ($\bar{X}$ = 3.41, S.D.=0.30) และมีความต้องการกิจกรรมนันทนาการ ($\bar{X}$ = 3.56, S.D.=0.31) สูงกว่ากลุ่ม อายุต่ำกว่า 31 ปี ($\bar{X}$ = 3.42, S.D.=0.28) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ความต้องการ; กิจกรรมกีฬา; นันทนาการ; เครื่องมือดิจิทัล; นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา

Abstract

The purposes of this research were: (1) to investigate the needs for sports activities, recreational activities, and the use of digital tools for exercise among sports journalists; and (2) to compare these needs according to gender, age, and professional association membership. The sample consisted of 230 sports journalists who were members of the Sports Journalists Association of Thailand, the Thailand Sports Writers Association, and the Online Sports Journalists Association. The participants were selected through stratified random sampling. The research instrument was a researcher-developed questionnaire consisting of 54 items. The Index of Item-Objective Congruence (IOC) was 1.00, and the reliability coefficient was 0.971. The data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, independent samples t-test, one-way analysis of variance (One-way ANOVA), and Fisher's Least Significant Difference (LSD) test for pairwise comparisons. The results of the study were as follows 1) The overall need for sports activities, recreational activities, and the use of digital tools for exercise among sports journalists was at a high level ($\bar{x}$ = 3.50, SD = 0.20). 2) Sports journalists with different genders, ages, and professional association memberships showed no significant differences in their overall needs for sports activities, recreational activities, and the use of digital tools for exercise. 3) When each aspect was considered separately, sports journalists of different age groups demonstrated statistically significant differences in their needs for sports activities and recreational activities at the .05 level. Sports journalists aged 31–45 years reported significantly higher needs for sports activities ($\bar{x}$ = 3.53, SD = 0.28) than those aged 46 years and above ($\bar{x}$ = 3.41, SD = 0.30). Likewise, sports journalists aged 31–45 years exhibited significantly higher needs for recreational activities ($\bar{x}$ = 3.56, SD = 0.31) than those aged below 31 years ($\bar{x}$ = 3.42, SD = 0.28).

Keywords: Needs; Sports activities; Recreational activities; Digital tools; Sports journalists

บทนำ

ประเทศไทย ได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) ให้เป็นกรอบทิศทางหลักในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน โดยหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญ คือ การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างคนไทยให้มีสุขภาพดี มีทักษะที่จำเป็นต่อศตวรรษที่ 21 และมีคุณภาพชีวิตที่สมดุลทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) ยุทธศาสตร์ดังกล่าวได้เน้นย้ำให้ประชากรทุกกลุ่มอาชีพ โดยเฉพาะผู้มีบทบาทต่อการขับเคลื่อนสังคมและวัฒนธรรม เช่น นักสื่อสารมวลชนได้รับการสนับสนุนด้านสุขภาวะและมีโอกาสเข้าถึงกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างทั่วถึง สอดคล้องกับแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2566–2570) ซึ่งให้ความสำคัญกับ “การพัฒนากำลังคนทางกีฬา” และ “การส่งเสริมกิจกรรมกีฬาเพื่อมวลชน” โดยมุ่งหวังให้ทุกภาคส่วนของสังคมสามารถเข้าถึงกีฬาและกิจกรรมนันทนาการเพื่อพัฒนาสุขภาพกาย สุขภาพจิต และคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) ในแผนดังกล่าวนี้ มีการระบุถึงกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกีฬา ไม่เพียงเฉพาะนักกีฬา แต่รวมถึงผู้ฝึกสอน ครู เจ้าหน้าที่ และนักสื่อสารมวลชน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงจูงใจและภาพลักษณ์ที่ดีต่อวงการกีฬาในสังคม

นักสื่อสารมวลชนทางกีฬา (Sports Journalists) ถือเป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมกีฬาและการส่งเสริมสุขภาพของประชาชนผ่านการสื่อสารเชิงรุก ไม่เพียงแค่ทำหน้าที่รายงานข่าวกีฬา แต่ยังมีอิทธิพลในการสร้างค่านิยม ทศนคติ และแรงบันดาลใจให้กับสังคมในการมีกิจกรรมทางกายอย่างสม่ำเสมอ (Rojas-Torrijos & Nölleke, 2023) ทำให้บทบาทของสื่อกีฬามีส่วนสำคัญทั้งในเชิงข้อมูลและในมิติทางสังคมวัฒนธรรม

ในยุคดิจิทัล การทำงานของนักสื่อสารมวลชนทางกีฬาได้เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในด้านการรูปแบบการรายงาน ความรวดเร็วของการนำเสนอข่าว และการแข่งขันที่รุนแรงทางออนไลน์ ส่งผลให้บุคลากรในสายงานนี้ต้องเผชิญกับแรงกดดันสูงในการทำงานที่เร่งรีบและต่อเนื่อง (ศุภลักษณ์ เกษมสุข, 2564) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การทำงานที่แข่งกับเวลาและขาดช่วงเวลาพักผ่อน ส่งผลกระทบโดยตรงต่อสุขภาพ ทั้งทางกายและจิตใจ ทำให้นักสื่อสารมวลชนทางกีฬามีโอกาสประสบกับความเครียดเรื้อรังและภาวะหมดไฟ (burnout) ทั้งนี้ จากรายงานวิจัยของ Center for Innovation and Sustainability in Local Media (2023) ได้กล่าวถึง วิกฤตภาวะหมดไฟในกลุ่มนักข่าวท้องถิ่นของสหรัฐอเมริกาได้ทวีความรุนแรงขึ้น โดยระบุว่า นักข่าวท้องถิ่น มีภาวะหมดไฟจากการทำงาน สูงถึงร้อยละ 70 และจากผลการศึกษา ยังชี้ให้เห็นว่าภาวะดังกล่าวเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลให้นักข่าวกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 72 มีความคิดอย่างจริงจังที่จะลาออกจากงาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของอุตสาหกรรมสื่อ (CISLM, 2023). นอกจากนี้สภาพแวดล้อมการทำงานของสื่อกีฬายังเปลี่ยนแปลงจากการเป็นเพียงผู้รายงานข่าวเฉพาะด้านไปสู่การเป็น “ผู้ผลิตเนื้อหา” แบบครบวงจร (content creator) ที่ต้องมีทักษะหลากหลาย ทั้งการถ่ายทำ การตัดต่อวิดีโอ การจัดการสื่อออนไลน์ และการรายงานสดแบบเรียลไทม์ (Ehrenberg & Alpuim, 2024) ความซับซ้อนของกระบวนการทำงานตลอดจนข้อจำกัดด้านเวลา ความคาดหวังจากผู้บริโภค และการ

แข่งขันที่ทวีความรุนแรงในอุตสาหกรรมสื่อ ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อสารมวลชนกีฬา ต้องเผชิญกับความเครียดและภาระงานที่หนักหน่วงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งภาวะดังกล่าวส่งผลกระทบต่อภาวะความเหนื่อยล้าทางจิตใจ รวมถึงคุณภาพชีวิตของบุคลากรในวิชาชีพนี้ (Rojas-Torrijos & Nölleke, 2023)

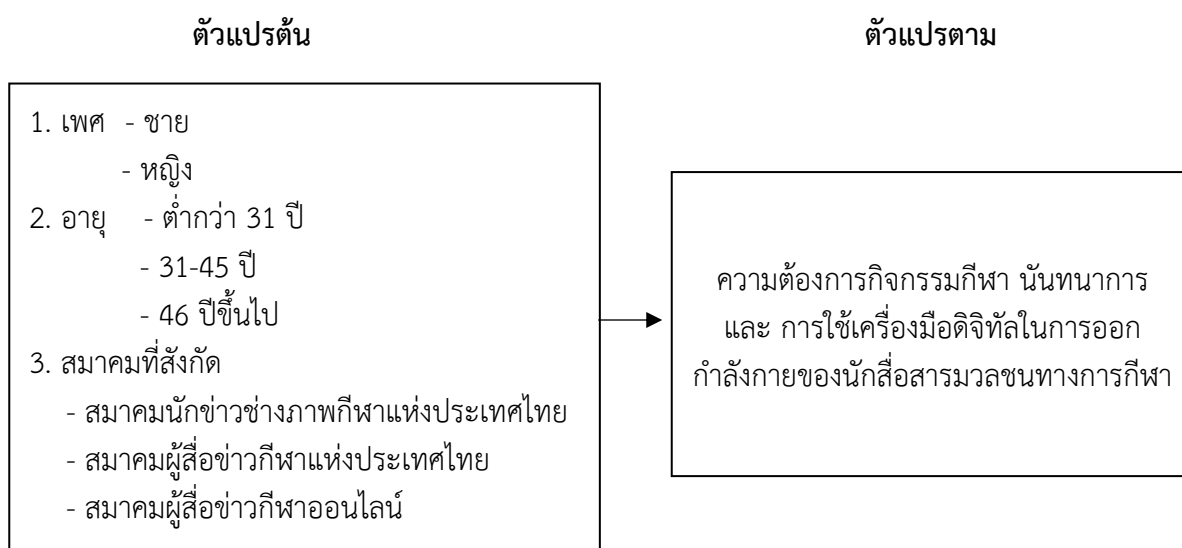
กิจกรรมกีฬาและนันทนาการ มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมสุขภาพกาย สุขภาพจิต และช่วยลดความเครียดจากการทำงาน โดยเฉพาะในกลุ่มวัยทำงานที่มีภาระงานสูง (Beard & Ragheb, 1983; กรมพลศึกษา, 2565) การออกแบบกิจกรรมกีฬาและนันทนาการ สำหรับนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา ในยุคดิจิทัล ยังไม่มีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับ "ความต้องการ" ที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายนี้ ไม่ว่าจะเป็นประเภทของกิจกรรม หรือรูปแบบการเข้าร่วม หรือแรงจูงใจ ที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าร่วมกิจกรรม นอกจากนี้ ความต้องการเหล่านี้ อาจแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ เพศ สมาคมที่สังกัด และประสบการณ์การทำงาน (นันทิกา นนทปัทม์, 2562)

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำงานวิจัยเรื่อง “ความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา” เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับการออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสม และส่งเสริมคุณภาพชีวิตของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาให้มีสุขภาวะที่ดีทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคมอย่างยั่งยืน รวมถึงสนับสนุนการดำเนินนโยบายตามแผนยุทธศาสตร์ชาติในด้านการพัฒนา ทักษะการมนุษย์อย่างรอบด้าน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา
2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สื่อมวลชนทางกีฬาที่เป็นสมาชิกในสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชนทางกีฬาในประเทศไทย จำนวน 3 สมาคม ได้แก่

1. สมาคมนักข่าวช่างภาพกีฬาแห่งประเทศไทย เป็นองค์กรที่รวบรวมสื่อมวลชนที่ทำงานด้านการถ่ายภาพและการผลิตข่าวเกี่ยวกับกีฬา ปัจจุบันมีสมาชิก 165 คน
2. สมาคมผู้สื่อข่าวกีฬาแห่งประเทศไทย เป็นองค์กรที่รวบรวมสื่อมวลชนที่ทำงานด้านการรายงานข่าวกีฬา โดยเฉพาะดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ ปัจจุบันมีสมาชิก 187 คน
3. สมาคมผู้สื่อข่าวกีฬาออนไลน์ เป็นองค์กรที่รวบรวมสื่อมวลชนที่ทำงานด้านการสื่อสารกีฬาผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และแอปพลิเคชัน ปัจจุบันมีสมาชิก 118 คนรวมประชากรทั้งหมด 470 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาที่เป็นสมาชิกใน 3 สมาคมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชนทางกีฬาในประเทศไทย จำนวน 3 สมาคม โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) อ้างถึงใน (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543) จำนวน 214 คน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 230 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) แบ่งประชากรออกเป็น 3 ชั้น ตามสมาคมที่สังกัด และกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้น ให้สอดคล้องกับสัดส่วนของประชากรในแต่ละชั้น

การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแต่ละชั้น

ชั้นที่ 1 สมาคมนักข่าวช่างภาพกีฬาแห่งประเทศไทย

1. ประชากร = 165 คน (35.1% ของประชากรรวม)
2. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง = $230 \times (165/470) = 81$ คน

ชั้นที่ 2 สมาคมผู้สื่อข่าวกีฬาแห่งประเทศไทย

1. ประชากร = 187 คน (39.8% ของประชากรรวม)
2. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง = $230 \times (187/470) = 91$ คน

ชั้นที่ 3 สมาคมผู้สื่อข่าวกีฬาออนไลน์

1. ประชากร = 118 คน (25.1% ของประชากรรวม)
2. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง = $230 \times (118/470) = 58$ คน

รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 230 คน

2) ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา ประกอบด้วย เพศ อายุ และสมาคมที่สังกัด

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา

3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 7 ข้อ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยเลือกตอบความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา ได้กำหนดค่าระดับคะแนนไว้ 5 ระดับ (Rating Scale) คือ ระดับ 5 = มากที่สุด ระดับ 4 = มาก ระดับ 3 = ปานกลาง ระดับ 2 = น้อย และ ระดับ 1 = น้อยที่สุด จำนวน 38 ข้อ ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบสองตัวเลือก โดยเลือกตอบเกี่ยวกับอุปสรรคในการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาและนันทนาการ จำนวน 9 ข้อ และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเป็นคำถามปลายเปิด

การสร้างแบบสอบถามความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอการรับรองโครงการวิจัยด้านจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ต่อคณะกรรมการจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ และได้รับการพิจารณารับรองตามเอกสารเลขที่ ED1/ 2568 ลงวันที่ 12 ตุลาคม 2568 โดยผู้วิจัยได้ร่างแบบสอบถามความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาและนำ (ร่าง) แบบสอบถามไปทดสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย 2 ส่วน คือ 1) หาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจสอบความถูกต้องและความครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการศึกษา 2) การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (α Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาช (Cronbach) ทำการทดสอบ (Try Out) จำนวน 70 ชุด กับนักสื่อสารมวลชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบว่าคำถาม สามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการ และมีความเหมาะสม

4) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ช่วงเวลาการเก็บข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลจะดำเนินการในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือน มีนาคม พ.ศ. 2569 เป็นระยะเวลา 2 เดือนดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม และวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ จำนวน 3 ท่าน

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ยื่นหนังสือถึงบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ เพื่อทำหนังสือขอความร่วมมือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชนทางการกีฬาในประเทศไทย จำนวน 3 สมาคม เพื่อขอความอนุเคราะห์สมาชิกในสมาคมตอบแบบสอบถาม จำนวน 230 ฉบับ

4.3 ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบสอบถามดังนี้ 1) การแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง สำหรับสมาชิกที่สามารถติดต่อได้โดยตรง เช่น ในงานประชุมสมาคม การแข่งขันกีฬา หรือกิจกรรมต่างๆ ของสมาคม 2) การส่งแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านระบบ Google Forms สำหรับสมาชิกที่ต้องการความสะดวกในการตอบและการส่งคืน โดยส่งลิงก์ผ่านอีเมลหรือข้อความ 3) การติดตามการตอบกลับ ผู้วิจัยใช้การตอบกลับทันทีกับการกำหนดระยะเวลาตอบกลับภายใน 1-3 วัน เพื่อให้ได้อัตราการตอบกลับที่เพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

4.4 การควบคุมคุณภาพข้อมูล ทำได้ดังนี้ 1) การตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน ได้รับแบบสอบถามที่มีข้อมูลสมบูรณ์ 100 % 2) การรักษาความลับของข้อมูล ผู้วิจัยรักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอย่างเคร่งครัด โดยไม่เปิดเผยชื่อหรือข้อมูลส่วนตัวในการรายงานผลการวิจัย และเก็บรักษาแบบสอบถามในที่ปลอดภัย

4.5 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผลต่อไป

5) การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และแปลผลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาคุณภาพของแบบสอบถาม ประกอบด้วย

5.1.1 การหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม และวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) ได้ค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1.00

5.1.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (α Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาช (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือทั้งฉบับเท่ากับ 0.971

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วย

5.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

5.2.2 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายถึงข้อมูลเกี่ยวกับ ความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา

5.2.2.1 การหาค่าพิสัย (Range) สำหรับการตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลและค่าผิดปกติกำหนดการแปลผลให้คะแนน แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543)

$$\begin{aligned}\text{อันดับภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าพิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ \text{ค่าพิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80\end{aligned}$$

จากผลการคำนวณดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นเกณฑ์วัดค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการ

5.2.2.2 การจัดอันดับ (Ranking) ตามค่าเฉลี่ยของความต้องการในแต่ละรายการ การแปลผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความต้องการ กำหนดเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ต้องการมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ต้องการมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ต้องการปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ต้องการน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ต้องการน้อยที่สุด

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา โดยใช้การประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ตามโปรแกรม SPSS for window version 20 (Statistical Package for Social Science) ดังนี้

5.3.1 การทดสอบความแตกต่างสำหรับตัวแปรที่มี 2 กลุ่ม ด้วยการทดสอบค่าที (Independent Samples t-test) สำหรับเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความต้องการระหว่างตัวแปรต้น 2 กลุ่ม คือตัวแปรเพศชาย และ เพศหญิง

5.3.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) สำหรับเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความต้องการระหว่างตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม คือตัวแปรกลุ่มอายุและสมาคมที่สังกัด เมื่อพบว่ามีความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีผลต่างเป็นสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา ผู้วิจัยนำเสนอผลตามลำดับ ดังนี้

1. ความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความต้องการกิจกรรมนันทนาการ ($\bar{X}$ = 3.51) รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมกีฬา ($\bar{X}$ = 3.49) และด้านการใช้เครื่องมือดิจิทัล ($\bar{X}$ = 3.47) ตามลำดับ ดังตาราง 1

ตารางที่ 1 ความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และ การใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา โดยรวม (n = 230)

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<u>ความต้องการรายด้าน</u>			
- กิจกรรมกีฬา	3.49	0.36	มาก
- กิจกรรมนันทนาการ	3.51	0.36	มาก
- การใช้เครื่องมือดิจิทัล	3.47	0.49	มาก
โดยรวม	3.50	0.20	มาก

2. ผลการเปรียบเทียบความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และ การใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา โดยรวม พบว่า นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาที่มีอายุต่างกันมีความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และ การใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายไม่แตกต่างกัน

3. ผลการเปรียบเทียบความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และ การใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา รายด้าน พบว่า นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาที่มีอายุต่างกัน มีความต้องการกิจกรรมกีฬาและนันทนาการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตาราง 2

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และ การใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา รายด้าน

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ด้านกิจกรรมกีฬา	ระหว่างกลุ่ม	.065	2	.325	4.232*	.016
	ภายในกลุ่ม	17.44	227	.077		
	รวม	17.488	229			
ด้านกิจกรรมนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	.725	2	.362	4.199*	.016
	ภายในกลุ่ม	19.594	227	.086		
	รวม	20.319	229			
ด้านการใช้เครื่องมือดิจิทัล	ระหว่างกลุ่ม	.415	2	.207	1.861	.158
	ภายในกลุ่ม	25.292	227	.111		
	รวม	25.706	229			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	.109	2	.055	1.349	.261
	ภายในกลุ่ม	9.208	227	.041		
	รวม	9.531	229			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา จำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่านักสื่อสารมวลชนทางการกีฬากลุ่มอายุ 31–45 ปี มีความต้องการกิจกรรมกีฬาสูงกว่ากลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไป และกลุ่มอายุ 31–45 ปี มีความต้องการกิจกรรมนันทนาการสูงกว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 31 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตาราง 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา จำแนกตามกลุ่มอายุ

ระดับอายุ		ต่ำกว่า 30 ปี	31–45 ปี	46 ปีขึ้นไป
<u>ด้านกิจกรรมกีฬา</u>				
	$\bar{X}$	3.48	3.53	3.41
1. อายุต่ำกว่า 31 ปี	3.48	-	.048	.078
2. อายุ 31–45 ปี	3.53	-	-	.125*
3. อายุ 46 ปีขึ้นไป	3.41	-	-	-
<u>ด้านกิจกรรมนันทนาการ</u>				
	$\bar{X}$	3.42	3.56	3.49
1. อายุต่ำกว่า 31 ปี	3.42	-	-.138*	-.069
2. อายุ 31–45 ปี	3.56	-	-	.069
3. อายุ 46 ปีขึ้นไป	3.49	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. อภิปรายผลเกี่ยวกับการศึกษาความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา ผลการวิจัยพบว่า โดยรวม นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬามีความต้องการด้านกิจกรรมกีฬาและด้านกิจกรรมนันทนาการอยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักสื่อสารมวลชนทางการกีฬามีความต้องการกิจกรรมนันทนาการสูงกว่ากิจกรรมกีฬาเล็กน้อย ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะกิจกรรมนันทนาการมีความยืดหยุ่นสูงกว่าและสามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งที่บ้าน ในเวลาว่างสั้นๆ หรือผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ จึงเหมาะสมกับลักษณะการทำงานของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาที่มีตารางงานไม่แน่นอน สอดคล้องกับ Stebbins (2017) ที่กล่าวว่ากิจกรรมนันทนาการเป็นกิจกรรมที่บุคคลเข้าร่วมด้วยความสมัครใจในเวลาว่างเพื่อความพึงพอใจและความสุขส่วนบุคคล และสอดคล้องกับ McLean และ Hurd (2015) ที่อธิบายว่ากิจกรรมนันทนาการมีลักษณะเป็นอิสระ ให้ความพึงพอใจ และมีคุณค่าต่อผู้เข้าร่วม ซึ่งตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนทำงานที่มีเวลาจำกัดได้เป็นอย่างดี จากการวิเคราะห์แนวคิดที่ได้จากผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลดังนี้

1.1 ความต้องการด้านกิจกรรมกีฬา

ในด้านกิจกรรมกีฬา ที่นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬามีความต้องการสูงสุด คือ กิจกรรมกีฬาทางออนไลน์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาต้องการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา ณ สถานที่จริงมากกว่ารูปแบบอื่น สอดคล้องกับ Eime และคณะ (2013) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬา ณ สถานที่จริงมีประโยชน์ทั้งด้านสุขภาพกาย สุขภาพจิต และการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานที่การเล่นกีฬาอย่างสม่ำเสมอช่วยลดความเสี่ยงของโรคเรื้อรัง ลดความเครียด และเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม นอกจากนี้ ความต้องการกิจกรรมกีฬาเพื่อการแข่งขันที่อยู่ในอันดับ 2 ($\bar{X} = 3.56$) ยังสะท้อนให้เห็นว่านักสื่อสารมวลชนทางการกีฬามีความสนใจในกีฬาเพื่อการแข่งขันซึ่งอาจเกิดจากการที่กลุ่มนี้ทำงานใกล้ชิดกับวงการกีฬาและได้รับอิทธิพลจากบรรยากาศการแข่งขัน สอดคล้องกับ Gould และ Maynard (2009) ที่อธิบายว่าการเข้าร่วมกีฬาเพื่อการแข่งขันช่วยพัฒนาทักษะทางจิตวิทยา เช่น การจัดการความเครียด การตั้งเป้าหมาย และความมุ่งมั่น ซึ่งทักษะเหล่านี้สามารถถ่ายโอนไปใช้ในชีวิตประจำวันและการทำงานได้ โดยมีความต้องการประเภทกีฬาบุคคล (เช่น วิ่ง, แบดมินตัน) สูงที่สุด และระบุช่วงเวลาที่ต้องการเข้าร่วมมากที่สุดคือ ช่วงเวลาก่อนเข้างาน (06.00 – 09.00 น.) ผู้วิจัยมีความเห็นและวิเคราะห์ว่า ปรากฏการณ์ดังกล่าวเกิดจากลักษณะเฉพาะของวิชาชีพสื่อสารมวลชนทางการกีฬาที่ตารางเวลาการทำงานในแต่ละวันจะผูกติดอยู่กับตารางการแข่งขันกีฬาและการรายงานข่าวสาร ซึ่งมักจะเกิดขึ้นในช่วงบ่าย ค่า หรือตึก ส่งผลให้ช่วงเวลาครึ่งวันหลังเป็นช่วงเวลาที่ไม่สามารถควบคุมได้และมีเสียงสูงต่อการเกิดภารกิจด่วน ดังนั้น ช่วงเวลาเช้าตรู่ก่อนเข้างานจึงเป็น เวลาเชิงยุทธศาสตร์ ที่กลุ่มตัวอย่างสามารถบริหารจัดการและควบคุมได้ด้วยตนเองอย่างแน่นอนที่สุด การเลือกกิจกรรมกีฬาประเภทบุคคล เช่น การวิ่ง หรือแบดมินตัน ยังสะท้อนถึงการลดเงื่อนไขความยุ่งยากในการนัดหมายกลุ่มคนจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตที่ต้องแข่งกับเวลา นอกจากนี้ การออกกำลังกายในตอนเช้ายังช่วยเพิ่มการหลั่งสารเอ็นดอร์ฟินและโดปามีน ทำให้ร่างกายมีความตื่นตัวและสมองมีความพร้อมในการสร้างสรรค์เนื้อหาข่าวสารในสมรรถนะที่มีการแข่งขันสูงตลอดทั้งวัน สอดคล้องกับแนวคิดในเอกสารวิชาการทางพลศึกษาของ Teixeira และคณะ (2018) ที่ระบุว่า ความต้องการทางกายภาพของมนุษย์ทำงานจะพัฒนาไปสู่แรงขับภายในทำให้บุคคลเลือกกิจกรรมทางกายที่สอดคล้องกับเงื่อนไขการดำเนินชีวิตเพื่อรักษาภาวะธำรงดุล (Homeostasis) ของร่างกาย และยังสนับสนุนทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (1943) ในขั้นความต้องการทางสรีรวิทยา และความต้องการความปลอดภัย ซึ่งมนุษย์ยุคปัจจุบันมองว่าการมีสุขภาพกายที่แข็งแรงและการปราศจากโรคภัยเป็นรากฐานสำคัญในการประกอบอาชีพและสร้างความมั่นคงในชีวิต

ส่วนกิจกรรมกีฬาที่มีความต้องการต่ำสุด คือ กิจกรรมกีฬาแบบเดี่ยว อาจเป็นเพราะกิจกรรมประเภทนี้ต้องอาศัยเวลาในการฝึกฝนและเตรียมตัวมาก สอดคล้องกับข้อจำกัดด้านเวลาของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา ซึ่งสอดคล้องกับ Fraser-Thomas และ Côté (2009) ที่พบว่าในกลุ่มคนทำงานที่มีข้อจำกัดด้านเวลา กิจกรรมกีฬาที่ต้องการความเข้มข้นสูงมักเป็นตัวเลือกสำรอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rojas-Torrijos & Nölleke (2023) ที่ศึกษาโครงสร้างการทำงานและสุขภาวะของคนทำงานสื่อกีฬาในยุคดิจิทัล พบว่าข้อจำกัดเรื่องเวลาที่ยืดหยุ่นและการทำงานนอกเวลาบีบให้นักสื่อสารมวลชนทางกีฬา

ต้องปรับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพมาอยู่ในช่วงเช้าตรู่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิกา นนทปัทม์ (2562) ที่กล่าวว่า วิทยากรในเขตเมืองใหญ่ที่มีความกดดันจากภาระงานสูง มีแนวโน้มจะเลือกออกกำลังกายประเภทบุคคลในช่วงเช้า เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ไม่มีกระทบต่อตารางนัดหมายทางธุรกิจและตารางการปฏิบัติงาน

1.2 ความต้องการด้านกิจกรรมนันทนาการ

ในด้านกิจกรรมนันทนาการ ที่นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬามีความต้องการสูงสุด คือ ช่วงพักกลางวัน (12.00–14.00 น.) ร้อยละ 29.6 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่านักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาต้องการทำกิจกรรมนันทนาการในช่วงเวลาพักระหว่างวัน ความต้องการด้านกิจกรรมนันทนาการในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก โดยกิจกรรมที่ได้รับความสนใจสูงคือ กิจกรรมประเภทดนตรี ความบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sonnentag และ Fritz (2007) ที่ศึกษาพบว่า การฟื้นฟูพลังงานจากการทำงานในระหว่างวัน (recovery from work) มีความสำคัญต่อประสิทธิภาพการทำงาน โดยเฉพาะการแยกตัวทางจิตใจจากงาน (psychological detachment) และการพักผ่อน (relaxation) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ช่วยให้บุคคลฟื้นฟูพลังงานและกลับมาทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Newman และคณะ (2014) ที่พบว่าการมีกิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสมช่วยลดความเสี่ยงของภาวะหมดไฟ และเพิ่มความผูกพันต่อการทำงาน (work engagement) ดังนั้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การที่นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาเลือกช่วงเวลาก่อนพักกลางวันในการทำกิจกรรมนันทนาการ สะท้อนให้เห็นว่าพวกเขาไม่ได้มองนันทนาการเป็นเพียงแค่การใช้เวลาให้หมดไปวันๆ หรือเห็นว่านันทนาการเป็นความบันเทิงที่ไร้สาระ หากแต่ใช้กิจกรรมนันทนาการเป็น "เครื่องมือบำบัดจิตใจและตัดสลับความเครียดแบบเฉียบพลัน (Acute Stress Management)" เนื่องจากภารกิจของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาในยุคดิจิทัลนั้นต้องเผชิญหน้ากับสถานะข้อมูลล้นเหลือ (Information Overload) และความกดดันในการรีบเร่งผลิตและรายงานเนื้อหาตั้งแต่ช่วงเช้า การได้ใช้เวลาสั้นๆ เพียง 1-2 ชั่วโมงในตอนกลางวันผ่านเสียงดนตรี ความบันเทิง หรือการสนทนาร่วมกับเพื่อนร่วมงาน จึงเป็นกลไกทางจิตวิทยาในการระบายความตึงเครียดสะสม (Mental Reset) เพื่อชาร์จพลังงานสมองและอารมณ์ให้พร้อมกลับไปลุยงานหนักต่อในภาคบ่ายและในช่วงค่ำ

ส่วนความต้องการกิจกรรมนันทนาการในช่วงวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ ที่ต่ำสุด ร้อยละ 23.5 สอดคล้องกับการศึกษาของ English (2016) ที่ศึกษาพบว่านักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาในยุคดิจิทัลมีความยากลำบากในการสร้างสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน เนื่องจากต้องทำงานในวันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อรายงานข่าวการแข่งขันกีฬา และสอดคล้องกับการศึกษาของ Reinardy (2011) ที่พบว่านักข่าวกีฬาที่ต้องทำงานในวันหยุดนักขัตฤกษ์บ่อยครั้ง มีความพึงพอใจน้อยในการดำเนินชีวิตและมีความเสี่ยงสูงต่อภาวะหมดไฟ สอดคล้องกับ ทฤษฎีนั้นนันทนาการของ Iso-Ahola (2015) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการเลือกกิจกรรมเวลาว่างของมนุษย์ถูกขับเคลื่อนด้วยแรงจูงใจ 2 มิติ คือ การหนี (Escape) จากความซ้ำซากจำเจ และความกดดันของสิ่งแวดล้อมหลัก (งาน) กับการแสวงหา (Seeking) รางวัลทางจิตวิทยาเพื่อสร้างความพึงพอใจ สอดคล้องกับหลักการความพึงพอใจในนันทนาการในมิติด้านการผ่อนคลาย (Relaxation

Dimension) ของ Beard & Ragheb (1983) ที่กล่าวว่า กิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสมจะช่วยลดระดับความวิตกกังวลและเพิ่มความสุขสมบูรณ์ (Well-being) ให้กับบุคคลได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภลักษณ์ เกษมสุข (2564) ที่ศึกษาภาวะหมดไฟและความเครียดของพนักงานสื่อดิจิทัลในประเทศไทย พบว่า นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาที่จัดสรรเวลาพักระหว่างวันเพื่อทำกิจกรรมนันทนาการบ่อยๆ มีอัตราความเครียดสะสมและการเกิดภาวะหมดไฟ ต่ำกว่ากลุ่มที่ทำงานติดต่อกันโดยไม่มีการพักผ่อนอย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ehrenberg & Alpuim (2024) ที่พบว่าในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Industry) การจัดพื้นที่และเวลานันทนาการระยะสั้นในที่ทำงานเป็นตัวแปรสำคัญในการรักษาประสิทธิภาพการทำงานและความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร

1.3 ความต้องการด้านการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกาย

สำหรับความต้องการกิจกรรมการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกาย หรือความต้องการด้านแพลตฟอร์มหรือเทคโนโลยี โดยแอปพลิเคชันคลาสออนไลน์ (เช่น Zoom Fitness) อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 27.8 สะท้อนให้เห็นว่านักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม สอดคล้องกับ Maturo และ Setiffi (2016) ที่กล่าวว่าการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกิจกรรมกีฬาเป็นส่วนหนึ่งของปรากฏการณ์ "การทำให้สุขภาพเป็นข้อมูล" (quantified self) ซึ่งผู้คนสามารถติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลสุขภาพของตนเองได้อย่างละเอียด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Romeo และคณะ (2019) ที่ศึกษาพบว่าแอปพลิเคชันที่มีฟีเจอร์การตั้งเป้าหมาย การให้ผลย้อนกลับ และการวางแผนโภชนาการช่วยเพิ่มแรงจูงใจและความสม่ำเสมอในการดูแลสุขภาพ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Brickwood และคณะ (2019) ที่พบว่าการใช้แอปพลิเคชันติดตามกิจกรรมทางกายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเพิ่มขึ้นของกิจกรรมทางกาย นอกจากนี้ แอปพลิเคชันติดตามการออกกำลังกาย อยู่ในระดับร้อยละ 26.5 และ Virtual Event/ Challenge Platform อยู่ในระดับร้อยละ 26.1 ที่มีค่าร้อยละสูงเป็นอันดับ 2 และ 3 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chtourou และคณะ (2020) ที่พบว่าการใช้บริการฟิตเนสออนไลน์ได้เพิ่มขึ้นอย่างมากและยังคงได้รับความนิยมต่อเนื่อง และสอดคล้องกับการศึกษาของ Torous และคณะ (2020) ที่พบว่าแพลตฟอร์มออนไลน์ช่วยเพิ่มการเข้าถึงกิจกรรมกีฬาสำหรับกลุ่มคนที่มีข้อจำกัดด้านเวลา และสถานที่ดังที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามาช่วยลดข้อจำกัดด้านพื้นที่ในการออกกำลังกาย และเงื่อนไขข้อจำกัดด้านเวลา การใช้แอปพลิเคชันคลาสออนไลน์ช่วยเปลี่ยนโฉมให้ทุกพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นห้องพัก ห้องติดต่อ หรือโรงแรมระหว่างเดินทางไปทำชว่นอกสถานที่ ให้กลายเป็นพื้นที่ออกกำลังกายเสมือนจริง (Virtual Fitness Space) ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ประกอบกับการใช้อุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะที่ช่วยบันทึกข้อมูล (Data Analytics) ช่วยจับชีพจร วัดระยะทาง และคำนวณแคลอรีพลังงาน สิ่งเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นประจักษ์พยานความสำเร็จและเป็นแรงจูงใจเชิงบวก (Positive Reinforcement) ที่ทำให้นักสื่อสารมวลชนทาง การกีฬายังคงรักษาวินัยการออกกำลังกายไว้ได้ภายใต้ข้อจำกัดของวิชาชีพ อธิบายได้ด้วยทฤษฎีการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล และการหลอมรวมทางเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการปรับวิถีชีวิตมนุษย์ (Digital Lifestyle) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการปรับปรุงลำดับขั้นความต้องการในศตวรรษที่ 21 ของ Kenrick และคณะ (2010) ที่ระบุว่า มนุษย์ในสังคมร่วมสมัยจะบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็น

เครื่องมือในการเพิ่มประสิทธิภาพส่วนบุคคล (Efficiency Optimization) เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานด้านสุขภาพและการพัฒนาตนเองให้สำเร็จภายใต้สภาพแวดล้อมที่เร่งรีบ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Rojas-Torrijos & Nölleke (2023) ที่ศึกษาพบว่า นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬายุคใหม่มีอัตราการเปิดรับและพร้อมใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Technology Readiness) ในชีวิตประจำวันสูงกว่าประชากรกลุ่มอื่น เนื่องจากลักษณะงานที่ต้องอยู่กับหน้าจอและอุปกรณ์ดิจิทัลตลอดเวลา ดังข้อมูลการรายงานสถานการณ์แนวโน้มพฤติกรรมสุขภาพของ กรมพลศึกษา (2565) ที่ระบุว่า กลุ่มคนทำงานยุคใหม่ในเมืองใหญ่มีสถิติการหันมาใช้แอปพลิเคชันคลาสสอนไลน์และการประมวลผลผ่าน Smartwatch เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 50 เนื่องจากตอบโจทย์เรื่องความสะดวกสบายและการจัดสรรเวลาที่ยืดหยุ่นได้ดีที่สุด

2. อภิปรายผลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความต้องการกิจกรรมกีฬา นันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬา จำแนกตามตัวแปรต่างๆ ได้ดังนี้

2.1 จำแนกตามเพศ พบว่า นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการกิจกรรมกีฬา กิจกรรมนันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกายในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน โดยทั้งสองกลุ่มมีระดับความต้องการเฉลี่ยอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุดในทุกทิศทางเดียวกัน ผู้วิจัยมีความเห็นและวิเคราะห์ว่า ปรากฏการณ์ที่ผลการวิจัยไม่พบความแตกต่างกันในมิติของเพศสภาพนั้น สะท้อนให้เห็นถึงพลวัตการเปลี่ยนแปลงในวิชาชีพของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬายุคปัจจุบันอย่างแท้จริง ซึ่งข้อค้นพบจากการวิจัยนี้สามารถนำมาอภิปรายผลเชิงลึกที่เกิดจาก 2 ปัจจัยหลัก คือ

2.1.1 การทลายกำแพงทางเพศในวิชาชีพข่าวสายกีฬา (Gender Equality in Sports Journalism) ในอดีต นักสื่อสารมวลชนสายกีฬาและผู้สื่อข่าวภาคสนามส่วนใหญ่มักเป็นเพศชาย เนื่องจากลักษณะงานที่ต้องลงพื้นที่สนามแข่งขัน เดินทางข้ามจังหวัด หรือทำงานในเวลากลางคืน แต่ในปัจจุบันอัตราส่วนของผู้สื่อข่าวและช่างภาพกีฬาที่เป็นเพศหญิงมีเพิ่มขึ้น และที่สำคัญคือ มาตรฐานและรูปแบบการปฏิบัติงานไม่มีการแบ่งแยกเพศสภาพ นักข่าวเพศหญิงต้องลงพื้นที่ภาคสนาม แบกรับภาระงานแบกอุปกรณ์ และเผชิญกับสภาวะความกดดันในการทำข่าวการแข่งขันกีฬาในเวลาค่ำคืนหรือดึกดื่นไม่ต่างจากนักข่าวเพศชาย

2.1.2 อุปสรรคเชิงโครงสร้างที่เป็นตัวร่วมของอาชีพ จากข้อค้นพบการวิจัยที่ระบุว่า อุปสรรคอันดับหนึ่งและสองของกลุ่มตัวอย่างคือ ตารางงานไม่แน่นอน ต้องทำงานนอกเวลา ร้อยละ 63.48 และยังมี ความเหนื่อยล้าจากการทำงานมาแล้วทั้งวัน ปัจจัยเหล่านี้เป็นสภาวะที่คุกคามสุขภาวะของคนทำงานสื่อทุกคนโดยไม่เลือกว่าเป็นเพศใด ความเหนื่อยล้าทางกายภาพและความเครียดสะสมจากการเร่งรีบผลิตเนื้อหาข่าวสารตลอด 24 ชั่วโมง ส่งผลให้นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาทั้งชายและหญิงเกิดแรงขับภายใน ที่ต้องการทำกิจกรรมกีฬานันทนาการเพื่อการฟื้นฟูสภาพร่างกายและเยียวยาจิตใจในระดับที่สูงมากเท่ากัน ยิ่งไปกว่านั้น ในมิติการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกาย ทั้งสองเพศต่างมีความเป็น "มนุษย์ยุคดิจิทัล (Digital Citizen)" ที่คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว การเลือกใช้แอปพลิเคชันคลาสสอนไลน์หรืออุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะจึงเป็นทางออกเชิงพฤติกรรมที่ตอบโจทย์ความสะดวกสบายของทั้งสองเพศโดยไม่มีข้อจำกัดทางสรีรวิทยาทางเพศมาเป็นอุปสรรค ดังคำกล่าวจากหลักแนวคิดเรื่อง

วัฒนธรรมวิชาชีพร่วม (Shared Professional Culture) และทฤษฎีพฤติกรรมองค์กรของ Robbins และ Judge (2019) ที่กล่าวไว้ว่า เมื่อบุคคลหรือกลุ่มคนเข้ามาปฏิบัติงานภายใต้ระบบงานหรือระบบนิเวศทางสังคมที่มี "ปัจจัยกระตุ้นหลักที่รุนแรงและเป็นสิ่งเร้าเดียวกัน (Dominant Stimulus/Environment)" สถานะความต้องการภายใน (Internal Needs) และรูปแบบพฤติกรรมตอบสนองของมนุษย์จะถูกหล่อหลอมให้เกิดลักษณะที่เป็นเนื้อเดียวกัน (Homogeneity) ทำให้ปัจจัยย่อยทางประชากรศาสตร์ขั้นพื้นฐาน เช่น เพศสภาพ จะลดบทบาทและอิทธิพลในการสร้างความแตกต่างเชิงพฤติกรรมลงไป นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (1943) ที่อธิบายถึงความต้องการด้านสุขภาพ สุขภาวะ และความปลอดภัย (Physiological & Safety Needs) ที่เป็นการต้องการพื้นฐานหลักของมนุษย์ทุกคน กล่าวคือเมื่อมนุษย์เผชิญกับสภาพแวดล้อมที่ตึงเครียด กลไกการปกป้องตนเองและการแสวงหา ความสมบูรณ์ของร่างกายจะทำงานในระดับที่เข้มข้นเท่ากันโดยไม่จำกัดเพศ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ehrenberg และ Alpuim (2024) ที่ทำการศึกษาระบบห้องข่าว (Newsroom) และพฤติกรรมสุขภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมสื่อยุคดิจิทัล พบว่า ปัจจุบันความต้องการกิจกรรมเพื่อสุขภาพและการลดความเครียดของพนักงานชายและหญิงไม่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากโครงสร้างงานบังคับให้ทุกคนต้องใช้ชุดทักษะ ความเร็ว และเผชิญกับแรงกดดันในมิติเวลาที่เท่ากัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภลักษณ์ เกษมสุข (2564) ที่ศึกษาเกี่ยวกับภาวะเครียดสะสมและความต้องการนันทนาการของนักสื่อสารมวลชนยุคดิจิทัล พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีระดับความต้องการสถานที่ผ่อนคลายทางจิตใจไม่แตกต่างกัน เนื่องจากทั้งสองเพศทุกคนเผชิญกับสภาวะข้อมูลเกิน (Information Overload) เหมือนกัน สอดคล้องกับการรายงานสถานการณ์พฤติกรรมสุขภาพของกรมพลศึกษา (2565) ที่สนับสนุนว่าในกลุ่มประชากรวัยทำงานที่อยู่ในเขตเมืองใหญ่และมีลักษณะตารางงานหรือการทำงานนอกเวลาหรือตารางการทำงานไม่แน่นอน ของเพศชายและหญิงจะมีระดับความต้องการกิจกรรมทางกายไม่แตกต่างกัน แต่ปัจจัยที่มีผลโดยตรงคือข้อจำกัดเรื่องเวลาและภาระงานในวิชาชีพ

2.2 จำแนกตามอายุ พบว่า นักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาที่มีอายุต่างกัน มีความต้องการกิจกรรมกีฬา กิจกรรมนันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านกิจกรรมกีฬาและกิจกรรมนันทนาการ โดยกลุ่มอายุ 31 – 45 ปี มีความต้องการในด้านการออกกำลังกายสูงกว่ากลุ่มอายุ 46 ปี และในด้านการนันทนาการสูงกว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 31 ปี ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า กลุ่มอายุ 31 – 45 ปี เป็นช่วงวัยทำงานระดับกลาง (Mid-Career) ซึ่งถือเป็น แกนหลักและกระดูกสันหลัง" ขององค์กรสื่อสารมวลชนที่ต้องแบกรับภาระงานหนักและยาวนานที่สุด ทั้งในบทบาทผู้ผลิตเนื้อหาภาคสนาม ผู้ควบคุมการผลิต และการบริหารระดับต้น ในขณะที่กลุ่มอายุต่ำกว่า 31 ปี ยังมีความสดใหม่ของร่างกายและมีพลังงานสำรองสูง ส่วนกลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไป มักจะขยับขึ้นไปเป็นผู้บริหารระดับสูงที่มีเวลาแน่นอนขึ้นหรือเริ่มมีข้อจำกัดทางกายภาพ ดังนั้น กลุ่มอายุ 31 – 45 ปี จึงเป็นกลุ่มที่เผชิญกับสัญญาณความเสื่อมถอยของร่างกายและความเครียดสะสมสูงสุด พวกเขาจึงมี "แรงขับเพื่อการชดเชย (Compensatory Drive)" ที่ต้องการกิจกรรมกีฬามาฟื้นฟูสมรรถภาพทางกายที่เริ่มลดลง และต้องการกิจกรรมนันทนาการมาเยียวยาจิตใจเพื่อป้องกันภาวะหมดไฟจากการทำงานหนัก สอดคล้องกับแนวคิด

จิตวิทยาพัฒนาการมนุษย์และปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ของ นันทิกา นนทบุรี (2562) ที่ระบุไว้ในตำราว่า ความต้องการกิจกรรมทางกายและสันทนาการของมนุษย์ไม่ได้คงที่ แต่จะแปรผันอย่างมีนัยสำคัญตามวงจรชีวิต (Life Cycle) ข้อจำกัดทางชีวภาพ และบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบทางสังคมในแต่ละช่วงวัย และสอดคล้องกับทฤษฎีของ Maslow (1943) ในชั้นความต้องการความสำเร็จและการยอมรับในตนเอง (Esteem Needs) ซึ่งวัยทำงานระดับกลางแสวงหากิจกรรมสุขภาพเพื่อรักษาภาพลักษณ์และความมั่นคงของร่างกายควบคู่ไปกับความก้าวหน้าในอาชีพ สอดคล้องอย่างยิ่งกับงานวิจัยระดับสากลของ Cunningham & Ahn (2019) ที่ทำการสำรวจแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการและพบว่าประชากรวัยทำงานในช่วงอายุ 35 – 45 ปี จะมีความตื่นตัวและต้องการกิจกรรมทางกายเพื่อจัดการความเครียดสูงสุด เนื่องจากเป็นช่วงอายุที่ได้รับผลกระทบจากภาวะความไม่สมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work-Life Imbalance) มากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภลักษณ์ เกษมสุข (2564) ที่ยืนยันว่านักข่าวในระดับปฏิบัติการอาวุโสและหัวหน้าโต๊ะข่าว (ช่วงอายุ 31- 45 ปี) มีอัตราความต้องการพื้นที่ผ่อนคลายสูงกว่านักข่าวจบใหม่เนื่องจากแรงกดดันรอบด้าน

2.3 จำแนกตามสมาคมที่สังกัด พบว่า นักสื่อสารมวลชนทางกึ่งกีฬาที่สังกัดสมาคมที่ต่างกัน มีความต้องการกิจกรรมกีฬา กิจกรรมนันทนาการ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการออกกำลังกาย แตกต่างกันไป โดยทุกกลุ่มมีความต้องการอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุดทางเดียวกัน ผู้วิจัยมีความเห็นและวิเคราะห์เชิงลึกว่า ปรากฏการณ์ที่ผลการวิจัยไม่พบความแตกต่างกันในมิติของสมาคมที่สังกัดนั้น สะท้อนให้เห็นถึงปรากฏการณ์ การหลอมรวมทางวิถีวิชาชีพและระบบนิเวศการทำงานในยุคดิจิทัล (Professional and Ecosystem Convergence) อย่างเด่นชัด ในอดีตยุคสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) ช่างภาพ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อโทรทัศน์ อาจจะมีลักษณะงาน ตารางเวลา และวิถีชีวิต (Lifestyle) ที่แยกขาดจากกันตามกรอบของสมาคมต้นสังกัด แต่ในปัจจุบันอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนทางกึ่งกีฬาทั้งหมดได้เปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างสมบูรณ์ โครงสร้างการทำงานบีบให้นักข่าวและช่างภาพทุกคนต้องปรับตัวเป็น "ผู้ผลิตเนื้อหาแบบสารพัดประโยชน์ (Multi-skilled Content Creator)" ที่ไม่ว่าจะสังกัดสมาคมใด ก็ต้องเผชิญกับอุปสรรคและแรงกดดันในมิติเดียวกันทั้งหมด คือ "ความไม่แน่นอนของตารางเวลาแข่งขัน ความเร่งรีบในการรายงานข่าวแบบเรียลไทม์ตลอด 24 ชั่วโมง และภาวะความเหนื่อยล้าสะสมจากการทำงานนอกเวลา" ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในตอนต้นที่ 3 ที่พบว่าอุปสรรคอันดับหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างคือตารางงานที่ไม่แน่นอนสูงถึงร้อยละ 63.48 ผู้วิจัยมองว่า เงื่อนไขเชิงโครงสร้างอาชีพที่หนักหน่วงและเหมือนกันนี้ ได้ทำหน้าที่เป็นตัวหลอมละลายข้อจำกัดหรือความจำเพาะเจาะจงของสมาคมแต่ละแห่งไปจนหมดสิ้น (Homogenization) ส่งผลให้สมาชิกของทั้ง 3 สมาคม ต่างมีความต้องการพื้นฐานในการเยียวยาสุขภาพกาย สุขภาพจิต และต้องการพึ่งพาเครื่องมือดิจิทัล (เช่น แอปพลิเคชันคลาसออนไลน์ และอุปกรณ์ Wearable Device) เพื่อช่วยคลายข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ในการออกกำลังกายในระดับที่สูงมาก และเร่งด่วนเท่าเทียมกัน โดยไม่มีปัจจัยเรื่องรูปแบบหรือชื่อของสมาคมที่ตนเองสังกัดมาสร้างความแตกต่างทางพฤติกรรมอีกต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดวัฒนธรรมวิชาชีพร่วม (Shared Professional Culture) และทฤษฎีพฤติกรรมองค์กรของ Robbins และ Judge (2019) ที่ระบุไว้ในตำราว่า เมื่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคล

เข้ามาปฏิบัติงานภายใต้สภาพแวดล้อมทางกายภาพและระบบนิเวศทางสังคมที่มี "ปัจจัยกระตุ้นหลักที่รุนแรงและเป็นสิ่งเร้าเดียวกัน (Dominant Stimulus/Environment)" สภาพะความต้องการภายใน (Internal Needs) และรูปแบบพฤติกรรมตอบสนองเพื่อความอยู่รอดของมนุษย์จะถูกหล่อหลอมให้เกิดลักษณะที่เป็นเนื้อเดียวกัน (Homogeneity) ปัจจัยย่อยทางสังคมหรือการแบ่งกลุ่มย่อยในวิชาชีพ (เช่น การแยกสมาคม) จึงไม่มีอิทธิพลเพียงพอในการสร้างความแตกต่างเชิงพฤติกรรมและความต้องการอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดความต้องการนันทนาการและพลศึกษาของ Teixeira และคณะ (2018) ที่ระบุว่า ความต้องการกิจกรรมทางกายเพื่อสุขภาพจะถูกขับเคลื่อนด้วย "ข้อจำกัดเชิงสถานการณ์ (Situational Constraints)" เป็นสำคัญ ซึ่งในบริบทนี้คือตารางงานและสภาวะแวดล้อมดิจิทัลที่สมาชิกทุกคนเผชิญร่วมกัน สอดคล้องอย่างยิ่งกับงานวิจัยระดับสากลของ Rojas-Torrijos และ Nölleke (2023) ที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการปรับตัวและสุขภาวะของพนักงานสื่อกีฬายุคใหม่ โดยพบว่า แพลตฟอร์มที่สังกัดหรือรูปแบบการทำงานดั้งเดิมไม่ได้ส่งผลต่อระดับความเครียดและการดูแลสุขภาพที่แตกต่างกัน เนื่องจากในห้องข่าว (Newsroom) ยุคดิจิทัล สื่อมวลชนทุกคนถูกขับเคลื่อนด้วยความเร็วและเทคโนโลยีชุดเดียวกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยในประเทศของ ศุภลักษณ์ เกษมสุข (2564) ที่ศึกษาภาวะหมดไฟและความต้องการพื้นที่ผ่อนคลายของพนักงานสื่อสารมวลชน ซึ่งสรุปว่า รูปแบบของสมาคมหรือประเภทของกองบรรณาธิการไม่ได้เป็นตัวแปรที่ทำให้ความต้องการกิจกรรมนันทนาการแตกต่างกัน แต่ปัจจัยที่มีผลร่วมกันคือภาระงานและเวลาที่ไม่แน่นอนของอาชีพสื่อ และสอดคล้องกับการรายงานสถานการณ์พฤติกรรมสุขภาพของกรมพลศึกษา (2565) ที่กล่าวไว้ว่า บุคลากรที่ทำงานในสายอาชีพหรืออุตสาหกรรมเดียวกันที่มีลักษณะการจัดตารางงาน (Job Schedule) คล้ายคลึงกัน จะมีระดับความต้องการกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ใกล้เคียงกันอย่างมาก โดยปัจจัยด้านสื่อองค์กร หรือลักษณะงาน หรือบทบาทหน้าที่ในสมาคมที่สังกัดจะไม่มีผลต่อความต้องการของนักสื่อสารมวลชนทางการกีฬาแต่อย่างใด

ข้อเสนอแนะ

1. ควรจัดกิจกรรมกีฬาและนันทนาการที่มีความยืดหยุ่นด้านเวลา สถานที่ และกิจกรรมที่จัดขึ้นควรมีหลายรอบเวลาให้เลือก เนื่องจากนักสื่อสารมวลชนทางกีฬามีอุปสรรคเกี่ยวกับการมีตารางเวลาทำงานไม่แน่นอน
2. ควรส่งเสริมการจัดกิจกรรมกีฬา ณ สถานที่จริง (ออนไซต์) เป็นหลัก เนื่องจากเป็นรูปแบบที่นักสื่อสารมวลชนทางกีฬาต้องการมากที่สุด พร้อมทั้งเสริมด้วยรูปแบบผสมผสาน (Hybrid) เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการเข้าร่วม
3. ควรส่งเสริมการใช้แพลตฟอร์มและเทคโนโลยีดิจิทัลในการออกกำลังกาย โดยเฉพาะแอปพลิเคชันวางแผนโภชนาการ คลาสออนไลน์ และ Virtual Event/ Challenge Platform ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่นักสื่อสารมวลชนทางกีฬาต้องการมากที่สุด สมาคมอาจจัดทำข้อตกลงกับผู้ให้บริการเพื่อให้สมาชิกเข้าถึงได้ในราคาพิเศษ

4. ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมกีฬาและนันทนาการให้ทั่วถึงมากขึ้น เนื่องจากการไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมเป็นอุปสรรคอันดับ 3 สมาคมควรใช้ช่องทางสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียในการเผยแพร่ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

5. ควรลดอุปสรรคด้านค่าใช้จ่ายโดยจัดกิจกรรมฟรีหรือมีค่าใช้จ่ายต่ำ เช่น กิจกรรมวิ่ง ปั่นจักรยาน โยคะในสวนสาธารณะ หรือจัดหาส่วนลดค่าสมาชิกพิตเนสให้กับสมาชิกสมาคม

เอกสารอ้างอิง

- กรมพลศึกษา. (2565). *นโยบายการพัฒนา กีฬาและนันทนาการ*. สำนักงานปลัดกระทรวงการศึกษา. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2566–2570)*. นันทิกา นนทบุรี. (2562). ความต้องการกิจกรรมนันทนาการและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าร่วมของคนทำงาน. *วารสารวิจัยทางสังคม*, 45(2), 123–145.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 8). สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ศุภลักษณ์ เกษมสุข. (2564). ความเครียดในการทำงานของสื่อมวลชนทางกีฬาในยุคดิจิทัล. *วารสารศึกษาศาสตร์*, 32(3), 78–95.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580)*. สำนักงาน ก.พ.ส.
- Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1983). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15(3), 219–228.
- Brickwood, K. J., Watson, G., O'Brien, J., & Williams, A. D. (2019). Consumer-based wearable activity trackers increase physical activity participation: Systematic review and meta-analysis. *JMIR mHealth and uHealth*, 7(4), Article e11819.
- Center for Innovation and Sustainability in Local Media. (2023). *Local news burnout report*. University of North Carolina at Chapel Hill.
- Chtourou, H., Trabelsi, K., H'Mida, C., Boukhris, O., Glenn, J. M., Brach, M., Bentlage, E., Bott, N., Shephard, R. J., Ammar, A., et al. (2020). Staying physically active during the quarantine and self-isolation period for controlling and mitigating the COVID-19 pandemic: A systematic overview of the literature. *Frontiers in Psychology*, 11, Article 1708.
- Cunningham, G. B., & Ahn, N. Y. (2019). Moderation in sport management research: Room for growth. *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 23(4), 301–313.

- Ehrenberg, K., & Alpuim, M. (2024). *Mental health, self-care and resilience in journalism* (Psychology for Journalists, No. 12). Bonn Institute.
- Eime, R. M., Young, J. A., Harvey, J. T., Charity, M. J., & Payne, W. R. (2013). A systematic review of the psychological and social benefits of participation in sport for adults: Informing development of a conceptual model of health through sport. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 10(1), Article 135.
- English, P. (2016). Twitter's diffusion in sports journalism: Role models, laggards and followers of the social media innovation. *New Media & Society*, 18(3), 484–501.
- Fraser-Thomas, J., & Côté, J. (2009). Understanding adolescents' positive and negative developmental experiences in sport. *The Sport Psychologist*, 23(1), 3–23.
- Gould, D., & Maynard, I. (2009). Psychological preparation for the Olympic Games. *Journal of Sports Sciences*, 27(13), 1393–1408.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychology of recreational travel. *Leisure Studies*, 1(1), 45–56.
- Kenrick, D. T., Griskevicius, V., Neuberg, S. L., & Schaller, M. (2010). Renovating the pyramid of needs: Contemporary extensions built upon ancient foundations. *Perspectives on Psychological Science*, 5(3), 292–314.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- Maturo, A., & Setiffi, F. (2016). The gamification of risk: How health apps foster self-confidence and why this is not enough. *Health, Risk & Society*, 17(7–8), 477–494.
- McLean, D. D., & Hurd, A. R. (2015). *Kraus' recreation and leisure in modern society* (10th ed.). Jones & Bartlett Learning.
- Newman, D. B., Tay, L., & Diener, E. (2014). Leisure and subjective well-being: A model of psychological mechanisms as mediating factors. *Journal of Happiness Studies*, 15(3), 555–578.
- Reinardy, S. (2011). Newspaper journalism in crisis: Burnout on the rise, eroding young journalists' career commitment. *Journalism*, 12(1), 33–50.

- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational behavior* (18th ed.). Pearson.
- Rojas-Torrijos, J. L., & Nölleke, D. (2023). Rethinking sports journalism. *Journalism and Media*, 4(3), 853–860.
- Romeo, A., Edney, S., Plotnikoff, R., Curtis, R., Ryan, J., Sanders, I., Crozier, A., & Maher, C. (2019). Can smartphone apps increase physical activity? Systematic review and meta-analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 21(3), Article e12053.
- Sonnentag, S., & Fritz, C. (2007). The Recovery Experience Questionnaire: Development and validation of a measure for assessing recuperation and debates from work. *Journal of Occupational Health Psychology*, 12(3), 204–221.
- Stebbins, R. A. (2017). *Leisure activities in context: A micro-macro/agency-structure interpretation of leisure*. Routledge.
- Teixeira, D. S., Silva, M. N., & Palmeira, A. L. (2018). How does frustration make you feel? A motivational analysis in exercise context. *Motivation and Emotion*, 42(3), 419–428.
- Torous, J., Myrick, K. J., Rauseo-Ricupero, N., & Firth, J. (2020). Digital mental health and COVID-19: Using technology today to accelerate the curve on access and quality tomorrow. *JMIR Mental Health*, 7(3), Article e18848.