

การสื่อสารออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกาย
เพื่อสุขภาพของเยาวชน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
Online Communication Affecting the Decision to Exercise
for Health of Youth in Mueang District, Udon Thani Province

นเรศ บัวลอย^{1*} และอัครพล ลีกำเนิดไทย²

(Naret Bualuay^{1*} and Akkarapon Leekamnerdthai²)

^{1,2}คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอุดรธานี

^{1,2}Faculty of Liberal Arts, Thailand National Sport University, Udon Thani Campus

อีเมลผู้แต่งหลัก: akumonmilk@gmail.com เบอร์โทร: 08 6713 8597

วันที่รับบทความ 16 มกราคม 2568

Received: Jan. 16, 2025

วันที่รับแก้ไขบทความ 10 มีนาคม 2568

Revised: Mar. 10, 2025

วันที่ตอบรับบทความ 12 มีนาคม 2568

Accepted: Mar. 12, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ และเพื่อศึกษาการสื่อสารออนไลน์ที่ส่งผลต่อการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบความแตกต่าง

ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการออกกำลังกายเพื่อเพิ่มสมรรถภาพด้านร่างกาย จิตใจ และสติปัญญามากที่สุด ($\bar{x}=4.02$) รองลงมาทัศนคติต่อการออกกำลังกายเพื่อช่วยลดปัญหา ด้านสุขภาพ ($\bar{x}=4.01$) และทัศนคติต่อการออกกำลังกายสามารถทำให้ได้พบเพื่อนใหม่ ($\bar{x}=3.98$) ตามลำดับ 2) การสื่อสารออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ พบว่าการสื่อสาร ออนไลน์ด้านการออกกำลังกาย สามารถตอบโจทย์ความต้องการส่วนบุคคลมากที่สุด ($\bar{x}=3.79$) รองลงมาการสื่อสารออนไลน์ด้านการออกกำลังกายสามารถเข้าถึงได้ง่าย ($\bar{x}=3.58$) และการสื่อสาร ออนไลน์ด้านการออกกำลังกายมีความเหมาะสมสำหรับทุกช่วงวัย ($\bar{x}=3.47$) ตามลำดับ ทั้งนี้เมื่อ พิจารณาเปรียบเทียบหลายด้าน พบว่าอายุที่ต่างกันส่งผลต่อทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และรายได้ที่ต่างกันส่งผลต่อทัศนคติ พฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ และการสื่อสารออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การสื่อสารออนไลน์; การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ; ทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกาย

Abstract

This research aims to study attitudes towards exercise behavior for health and to examine online communication that influences the health-related exercise of youth in Mueang District, Udon Thani Province. The sample group consists of 400 youths

aged between 15 and 24 years, selected using stratified random sampling. Data were collected using a questionnaire and analyzed by calculating percentages, means, standard deviations, and testing for differences.

The study results revealed that: 1) Regarding attitudes toward exercise behavior for health, the average score was at a high level. Most participants had the strongest attitude toward exercising to improve physical, mental, and intellectual fitness ($\bar{x}=4.02$), followed by exercising to help reduce health problems ($\bar{x}=4.01$), and exercising as a way to meet new people ($\bar{x}=3.98$), in that order. 2) Online communication that influences decisions to exercise for health showed that online communication about exercise most effectively met individual needs ($\bar{x}=3.79$), followed by online exercise communication being easily accessible ($\bar{x}=3.58$), and online exercise communication being suitable for all age groups ($\bar{x}=3.47$), in that order. Furthermore, when comparing different groups, the results indicated that age differences significantly affected attitudes toward exercise behavior for health at the 0.05 statistical level. Income differences also had a significant effect on both attitudes toward exercise behavior for health and online communication that influenced decisions to exercise for health at the 0.05 statistical level.

Keywords: Online communication; Health exercise; Attitude to exercise behavior

บทนำ

การพัฒนาประเทศให้เจริญได้ประชากรในประเทศต้องมีความสมบูรณ์ทั้งด้านจิตใจและด้านร่างกายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพ หรือการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับความสำคัญของการออกกำลังกายและการเล่นกีฬาเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้ประชากรมีค่านิยมการออกกำลังกายและมีความสนใจเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพพลานามัยที่สมบูรณ์แข็งแรงเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติได้ต่อไป สุขภาพที่ดีจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้า การพัฒนาประชากรในประเทศให้เป็นผู้มีคุณภาพประชากรจะต้องมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรงทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพเป็นกลวิธีหนึ่งที่จะนำไปสู่การมีสุขภาพที่ดี โดยที่พฤติกรรมการออกกำลังกายจะช่วยส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคซึ่งการออกกำลังกายแต่ละชนิดจะมีรูปแบบ กระบวนการ และหลักเกณฑ์แตกต่างกันออกไป (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพเป็นพฤติกรรมสุขภาพที่เป็นประโยชน์ เพราะการออกกำลังกายทำให้ระบบอวัยวะต่าง ๆ ของร่างกายได้รับการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้น เช่น ระบบโครงสร้างและกล้ามเนื้อ ระบบไหลเวียนโลหิต ระบบประสาทอัตโนมัติ ระบบย่อยอาหาร ระบบขับถ่าย อีกทั้งยังช่วยให้ความดันโลหิตและไขมันในเลือดลดลง อวัยวะต่าง ๆ ของร่างกายทำงานได้ดีขึ้น นอกจากนี้การออกกำลังกายและการเล่นกีฬายังเป็นกิจกรรมที่สนุกสนาน ทำความสามารและสร้างสุขภาพที่ดีกับทุกเพศทุกวัย ซึ่งล้วนต้องการการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ เพราะการออกกำลังกายนอกจากจะทำให้มีร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรงแล้ว ยังทำให้มีรูปร่างที่สง่างาม

จิตใจแจ่มใส อารมณ์ที่ดีและมีสัมพันธภาพที่ดีต่อผู้อื่นตลอดจนช่วยคลายเครียดได้เป็นอย่างดี (วุฒิพงษ์ ปรมัตถากร, 2537) จังหวัดอุดรธานีเป็นหนึ่งในจังหวัดที่ได้มีการวางนโยบายสู่การพัฒนาเป็นเมืองกีฬา (Sports City) ที่ส่งเสริมและผลักดันกีฬาในระดับนานาชาติเพื่อก้าวสู่เมืองอุตสาหกรรมกีฬา (Sport Industry City) กล่าวคือเมืองที่ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนร่วมกันบริหารจัดการสนับสนุน ส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมธุรกิจและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจภายในจังหวัด

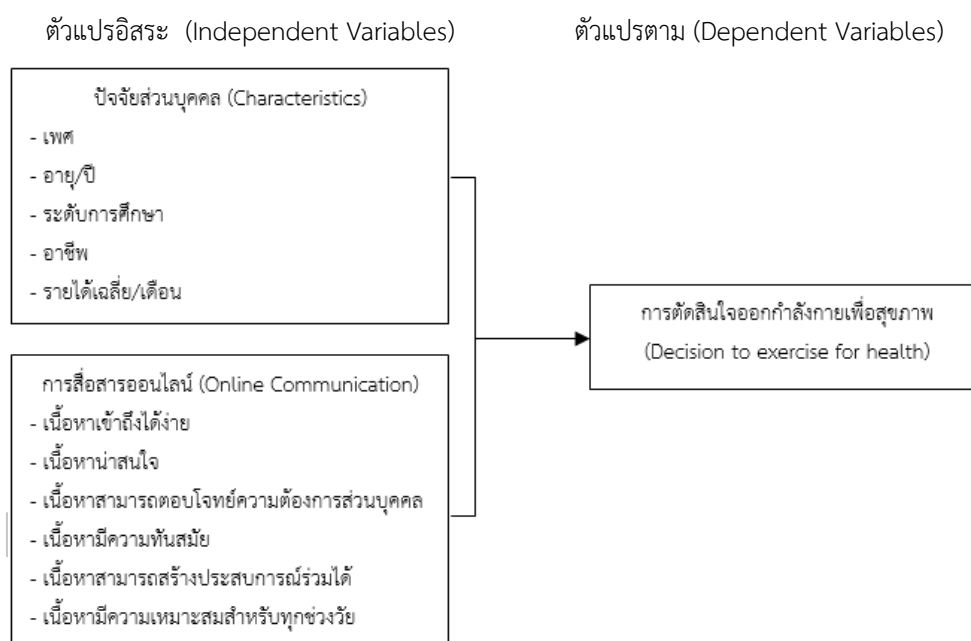
ปัจจุบันเทคโนโลยีและสื่อมีส่วนสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของบุคคลจากผลการสำรวจของสำนักพัฒนาธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ ระบุว่ากิจกรรมประจำวันของบุคคลส่วนใหญ่ คือ การใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ในการติดตามข่าวสารและสาระความบันเทิง โดยจากการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทั่วไปหลายช่องทาง โดยส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 53.91 รองลงมาคือไลน์ (Line) คิดเป็นร้อยละ 31.30 และส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 80.44 และมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเข้าถึงสารสนเทศ (โสภณ พินิจกิจเจริญกุล และปณิธาร บัวเผื่อน, 2560) ซึ่งในประเทศไทยเริ่มนำกระบวนการสื่อสารเข้ามาเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การนำเสนอวิธีการดูแลสุขภาพ และการออกกำลังกายด้วยตนเองที่ถูกต้อง พบว่าปัจจัยที่เอื้อต่อการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย 1) ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการออกกำลังกาย 2) ด้านการรับรู้อุปสรรคของการออกกำลังกาย 3) ด้านการได้รับการสนับสนุนที่เอื้อต่อการออกกำลังกายและ 4) ด้านการได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนให้ออกกำลังกาย (นาฏอนงค์ แผงพงษ์ และคณะ, 2560)

ทั้งนี้ สื่อยังถือเป็นตัวกลางในการกระตุ้นประสบการณ์ในการดูแลสุขภาพ ซึ่งผู้รับสารปัจจุบันมีการใช้สื่อเพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารในการส่งเสริมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพด้วยตนเอง และปัจจุบันการสื่อสารออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญในเรื่องการให้ข้อมูลข่าวสาร ในการส่งเสริมการดูแลสุขภาพและการออกกำลังกาย ซึ่งเห็นได้จากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่ได้มีการเผยแพร่ข้อมูลด้านการดูแลสุขภาพและการออกกำลังกายผ่านการสื่อสารออนไลน์ในช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น เช่น การส่งภาพหรือวิดีโอความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและการออกกำลังกายผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) อินสตาแกรม (Instagram) ยูทูบ (YouTube) และช่องทางอื่น ๆ ในการสร้างเนื้อหาที่ผลิตขึ้นในการส่งเสริมดูแลสุขภาพและการออกกำลังกายผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ อีกทั้งจากผลการวิจัยที่พบว่าการใช้การสื่อสารออนไลน์มีผลดีต่อคุณภาพชีวิตของคนทุกช่วงวัยในด้านการดูแลตนเองให้มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีขึ้น (Nimrod, 2010) ซึ่งแสดงให้เห็นได้ว่าการใช้การสื่อสารออนไลน์เป็นสื่อ และช่องทางที่สำคัญต่อการส่งเสริมสุขภาพและการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของบุคคลในทุกช่วงวัยรวมถึงกลุ่มเยาวชน จากที่มาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น จึงทำให้คณะผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาการสื่อสารออนไลน์ที่ส่งผลต่อตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชน อำเภอมือง จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาการสื่อสารออนไลน์ที่ส่งผลต่อการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชน อำเภอมือง จังหวัดอุดรธานี

กรอบความคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบความคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ดังนี้

1. **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี ที่อาศัยอยู่ในอำเภอมือง จังหวัดอุดรธานี คำนวณโดยใช้สูตรประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนตามเกณฑ์ของ Cochran (1977) ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

2. **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผ่านการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-objective Congruence Index หรือ IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ได้ค่าที่ระดับ 0.98 และนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยเนื้อหา 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตอนที่ 2) แบบสอบถามทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพประกอบด้วย ทัศนคติต่อการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ พฤติกรรม

การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ตอนที่ 3) แบบสอบถามด้านการสื่อสารออนไลน์ต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 คน เยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี และนำผลข้อมูลที่เก็บได้มารวบรวมและคำนวณค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปหลังจากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติการวิจัย ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ จำนวนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) 2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่ Paired sample t-test และสถิติ One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษา

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N=400)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	193	48.30
หญิง	207	51.80
อายุ (ปี)		
อายุระหว่าง 15 - 17 ปี	58	14.50
อายุระหว่าง 18 - 20 ปี	167	41.75
อายุระหว่าง 21 - 24 ปี	175	43.75
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา	15	3.75
ปวช./ปวส.	86	21.50
ปริญญาตรี	112	28.00
สูงกว่าปริญญาตรี	16	4.00
อื่น ๆ	171	42.75
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	165	41.25
รับจ้างทั่วไป	42	10.50
รับราชการ	48	12.00
อาชีพอิสระ	75	18.75
อื่น ๆ	70	17.50

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N=400)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ย (เดือน)		
0 – 5,000 บาท	89	22.25
5,001 – 15,000 บาท	163	40.75
15,001 – 30,000 บาท	196	49.00
30,001 บาทขึ้นไป	48	12.00

จากตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 207 คน (ร้อยละ 51.80) และเพศชาย จำนวน 193 คน (ร้อยละ 48.30) ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 24 ปี จำนวน 175 คน (ร้อยละ 43.75) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับอื่น ๆ จำนวน 171 คน (ร้อยละ 42.75) รองลงมาระดับปริญญาตรีจำนวน 112 คน (ร้อยละ 28.00) อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 165 คน (ร้อยละ 41.25) รองลงมาอาชีพอิสระจำนวน 75 คน (ร้อยละ 18.75) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 196 (ร้อยละ 49.00) รองลงมา 5,001 - 15,000 บาท จำนวน 163 คน (ร้อยละ 40.75) ตามลำดับ

2. ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 2 แสดงทัศนคติต่อการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชนอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

ลำดับ	ทัศนคติต่อการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	การออกกำลังกายทำให้ได้พบเพื่อนใหม่	3.98	.858	มาก
2	การออกกำลังกายทำให้ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	3.94	.829	มาก
3	การออกกำลังกายทำให้มีสุขภาพร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง	3.84	.990	มาก
4	การออกกำลังกายช่วยให้ช่วยชะลอความเสื่อมของร่างกาย	3.97	.778	มาก
5	การออกกำลังกายช่วยลดปัญหาด้านสุขภาพ	4.01	.786	มาก
6	การออกกำลังกายเพิ่มสมรรถภาพด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญา	4.02	.822	มาก
7	การออกกำลังกายช่วยลดความเครียด	3.97	.840	มาก
8	การออกกำลังกายทำให้รูปร่างกระชับได้สัดส่วน	3.94	.829	มาก
9	การออกกำลังกายทำให้มีสัดส่วนหรือกล้ามเนื้อที่สวยงาม	3.63	1.023	มาก
10	อื่น ๆ	3.96	.795	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงทัศนคติต่อการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชนอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่าส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการออกกำลังกายเพิ่มสมรรถภาพด้านร่างกาย จิตใจและสติปัญญามากที่สุด ($\bar{x}=4.02$) รองลงมาการออกกำลังกายช่วยลดปัญหาด้านสุขภาพ ($\bar{x}=4.01$) การออกกำลังกายทำให้ได้พบเพื่อนใหม่ ($\bar{x}=3.98$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชนอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

พฤติกรรมการออกกำลังกาย	จำนวน (N=400)	ร้อยละ
ประเภท		
วิ่ง/เดิน	152	38.00
ฟุตบอล/ฟุตซอล	23	5.75
แอโรบิก	20	5.00
ปั่นจักรยาน	70	17.50
ตระกร้อ	8	2.00
ว่ายน้ำ	7	1.75
วอลเลย์บอล	6	1.50
ปิงปอง	5	1.25
แบดมินตัน	4	1.00
เทควันโด	3	0.75
เปตอง	14	3.50
อื่น ๆ (ฟิตเนส, โยคะ, มวย ฯลฯ)	88	22.00
จำนวนครั้งที่ออกกำลังกาย (ครั้ง/สัปดาห์)		
จำนวน 0 – 1 ครั้ง/สัปดาห์	4	1.00
จำนวน 2 – 3 ครั้ง/สัปดาห์	59	14.80
จำนวน 4 – 5 ครั้ง/สัปดาห์	213	53.30
มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์	49	12.30
จำนวนเวลาที่ใช้ในการออกกำลังกาย (ครั้ง)		
จำนวน 0 – 30 นาที/ครั้ง	136	34.00
จำนวน 31 นาที – 1 ชั่วโมง/ครั้ง	137	34.30
จำนวน 1 – 1.30 ชั่วโมง/ครั้ง	85	21.30
จำนวน 1.31 – 2 ชั่วโมง/ครั้ง	20	5.00
มากกว่า 2 ชั่วโมงขึ้นไป	22	5.50

จากตารางที่ 3 แสดงพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่าส่วนใหญ่พฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ คือ การวิ่งหรือเดิน จำนวน 153 คน (ร้อยละ 38.00) รองลงมากีฬาประเภทอื่น ๆ (ฟิตเนส, โยคะ, มวย ฯลฯ) จำนวน 88 คน (ร้อยละ 22) และการปั่นจักรยาน จำนวน 70 คน (ร้อยละ 17.50) ทั้งนี้ส่วนใหญ่ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ 4 - 5 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 213 คน (ร้อยละ 53.30) รองลงมาออกกำลังกาย 2 - 3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 59 คน (ร้อยละ 14.80) และส่วนใหญ่ใช้เวลาในการออกกำลังกาย จำนวน 31 นาที – 1 ชั่วโมง/ครั้ง จำนวน 137 คน (ร้อยละ 34.30) รองลงมาใช้เวลาในการออกกำลังกาย 0 - 30 นาที จำนวน 136 คน (ร้อยละ 34.00) ตามลำดับ

3. การสื่อสารออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 4 แสดงการสื่อสารออนไลน์และเนื้อหาด้านการออกกำลังกายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การสื่อสารออนไลน์และเนื้อหาด้านการออกกำลังกายสามารถเข้าถึงได้ง่าย	3.58	1.034	มาก
การสื่อสารออนไลน์และเนื้อหาด้านการออกกำลังกายน่าสนใจ	3.32	1.191	มาก
การสื่อสารออนไลน์และเนื้อหาด้านการออกกำลังกายสามารถตอบโจทย์ความต้องการส่วนบุคคล	3.79	.944	มาก
การสื่อสารออนไลน์และเนื้อหาด้านการออกกำลังกายมีความทันสมัย	3.29	1.205	มาก
การสื่อสารออนไลน์และเนื้อหาด้านการออกกำลังกายสามารถสร้างประสบการณ์ร่วมได้	3.39	1.219	มาก
การสื่อสารออนไลน์และเนื้อหาด้านการออกกำลังกายมีความเหมาะสมสำหรับทุกช่วงวัย	3.47	.952	มาก

จากตารางที่ 4 แสดงการสื่อสารออนไลน์และเนื้อหาด้านการออกกำลังกายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชนอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่าการสื่อสารออนไลน์และเนื้อหาด้านการออกกำลังกาย สามารถตอบโจทย์ความต้องการส่วนบุคคลมากที่สุด ($\bar{x}=3.79$) รองลงมาการสื่อสารออนไลน์และเนื้อหาด้านการออกกำลังกายสามารถเข้าถึงได้ง่าย ($\bar{x}=3.58$) และการสื่อสารออนไลน์และเนื้อหาด้านการออกกำลังกายมีความเหมาะสมสำหรับทุกช่วงวัย ($\bar{x}=3.47$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบรายด้านเกี่ยวกับทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ และการสื่อสารออนไลน์ต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชนอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

รายด้าน	ปัจจัย	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
อายุ	1. ทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.591	4	.898	3.710	.000*
		ภายในกลุ่ม	93.416	386	.242		
		รวม	97.007	390			
	2. การสื่อสารออนไลน์ต่อการเข้าถึงการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.651	4	.413	1.296	.271
		ภายในกลุ่ม	125.878	395	.319		
		รวม	127.529	399			
การศึกษา	1. ทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.188	2	.094	.377	.686
		ภายในกลุ่ม	96.819	388	.250		
		รวม	97.007	390			
	2. การสื่อสารออนไลน์ต่อการเข้าถึงการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.245	2	.622	1.957	.143
		ภายในกลุ่ม	126.285	397	.318		
		รวม	127.529	399			

ตารางที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบรายด้านเกี่ยวกับทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพ และการสื่อสารออนไลน์ต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ของเยาวชนอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี (ต่อ)

รายด้าน	ปัจจัย	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
อาชีพ	1. ทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.443	6	.241	.967	.448
		ภายในกลุ่ม	95.564	384	.249		
		รวม	97.007	390			
	2. การสื่อสารออนไลน์ต่อการเข้าถึงการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.291	6	.382	1.198	.306
		ภายในกลุ่ม	125.238	393	.319		
		รวม	127.529	399			
รายได้	1. ทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	10.457	3	3.486	15.585	.000*
		ภายในกลุ่ม	86.551	387	.224		
		รวม	97.007	390			
	2. การสื่อสารออนไลน์ต่อการเข้าถึงการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	6.223	3	2.074	6.771	.000*
		ภายในกลุ่ม	121.307	396	.306		
		รวม	127.529	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบรายด้านเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมการออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพ และการสื่อสารออนไลน์ต่อการเข้าถึงการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุและรายได้ต่างกันมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันมีการสื่อสารออนไลน์ ต่อการเข้าถึงการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้จากตารางข้างต้นสามารถสรุปได้ ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันส่งผลต่อทัศนคติพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันไม่ส่งผลต่อการสื่อสารออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันไม่ส่งผลต่อทัศนคติพฤติกรรมการออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพ ทั้งนี้ การศึกษาต่างกันไม่ส่งผลต่อการสื่อสารออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันไม่ส่งผลต่อทัศนคติพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้อาชีพต่างกันไม่ส่งผลต่อการสื่อสารออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันส่งผลต่อทัศนคติพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ต่างกัน และรายได้ที่ต่างกันการสื่อสารออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการการศึกษาสามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

จากการศึกษาพบว่าภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี อยู่ในระดับมากซึ่งส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการออกกำลังกายสามารถเพิ่มสมรรถภาพด้านร่างกาย จิตใจและสติปัญญา รองลงมาการออกกำลังกายช่วยลดปัญหาด้านสุขภาพและการออกกำลังกาย ทำให้ได้พบเพื่อนใหม่ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพงศา โพชัย (2567) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของบุคลากรสถาบันพัฒนาสุขภาวะเขตเมือง ที่ว่าทัศนคติเกี่ยวกับการออกกำลังกายส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี โดยกลุ่มตัวอย่างมีจุดประสงค์ของการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ อีกทั้งสอดคล้องกับการศึกษาของอนุสรณ์ ส่องแสง และคณะ (2565) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการออกกำลังกายของประชาชนในเขตสุขภาพที่ 10 ที่ว่าจุดประสงค์ในการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่อยู่ในระดับดีซึ่งปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึกรักใคร่มีความสำคัญในการจูงใจมากที่สุดต่อพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพ และนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของตนเอง

2. เพื่อศึกษาการสื่อสารออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

จากการศึกษาการสื่อสารออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่าปัจจัยการสื่อสารออนไลน์และเนื้อหาด้านการออกกำลังกายสามารถตอบโจทย์ความต้องการส่วนบุคคลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาการสื่อสารออนไลน์และเนื้อหาด้านการออกกำลังกาย สามารถเข้าถึงได้ง่ายและการสื่อสารออนไลน์และเนื้อหาด้านการออกกำลังกายมีความเหมาะสมสำหรับทุกช่วงวัยตามลำดับ ซึ่งจากการศึกษาสามารถอธิบายได้ว่าการสื่อสารออนไลน์มีความสัมพันธ์ในการสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Julia Durau และคณะ (2022) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจในการออกกำลังกายจากผลกระทบของสื่อออนไลน์ในการมีส่วนร่วมในการออกกำลังกาย ซึ่งผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการรับชมสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อการออกกำลังกาย โดยผู้ที่มีความเชื่อถือหรือเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีเสน่ห์สามารถส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการออกกำลังกาย และกระตุ้นแรงจูงใจได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคนิคใหม่ ๆ ในการออกกำลังกายและการค้นหาแรงบันดาลใจจากการออกกำลังกาย ตลอดจนการค้นหาข่าวสารการออกกำลังกายที่กำลังนิยมเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมของผู้บริโภคข่าวสาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Lou and Yuan (2019) ที่ได้ศึกษาคุณค่าข่าวสารและความน่าเชื่อถือต่อความน่าเชื่อถือของผู้บริโภคในการสื่อสารออนไลน์ การศึกษาแสดงให้เห็นว่าข้อมูลต่าง ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ที่มาจากกลุ่มผู้มีอิทธิพลมีผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคหรือผู้รับข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภค ซึ่งการสื่อสาร

ออนไลน์มีผลต่อการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ และสามารถพัฒนากิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพ และการออกกำลังกายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้จากการศึกษาความสัมพันธ์รายด้าน สามารถอธิบายได้ว่าอายุต่างกันส่งผลต่อทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน และรายได้ต่างกันส่งผลต่อทัศนคติต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ และการสื่อสารออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวแสดงว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเอกสิทธิ์ เด่นดวง (2566) ที่ได้ทำการศึกษากิจกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการออกกำลังกายของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้อธิบายว่าผู้มีรายได้เฉลี่ยน้อยย่อมมีข้อจำกัดในการเข้าถึงสถานที่หรืออุปกรณ์สำหรับการออกกำลังกายที่มีความเหมาะสมและทันสมัย รวมถึงเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์บางอย่างที่มีความเหมาะสมสำหรับการออกกำลังกาย นอกจากนี้ผู้ที่มีการมีรายได้จำกัดอาจไม่มีเวลาในการทำกิจกรรมบนสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากจำเป็นต้องทำงานจึงทำให้การเข้าถึงในกลุ่มนี้ไม่สามารถเข้าถึงการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพได้ ทั้งนี้การสื่อสารออนไลน์เป็นกิจกรรมที่ได้รับคามนิยมในการส่งเสริมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ เช่น วิดีโอการให้ความรู้ด้านการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพมีอิทธิพลทำให้เกิดแรงจูงใจในการออกกำลังกาย ทั้งนี้ปัจจัยส่วนบุคคลรายด้านส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 จากผลการวิจัยทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลและไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของเยาวชน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ดังนั้นจึงสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในด้านการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

1.2 ควรมีการศึกษาปัจจัยในมิติอื่น ๆ ที่สัมพันธ์และส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

1.3 ควรมีการศึกษาการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพในกลุ่มผู้รับสารกลุ่มอื่น ๆ

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2.1 ผลการวิจัยสามารถนำไปวางแผนและบริหารจัดการด้านข้อมูลการสื่อสารของหน่วยงานองค์กรและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการสื่อสารเพื่อการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2566-2570)*. กรุงเทพฯ.

นาฏอนงค์ แผงพงษ์, นิตยากร ลุนพรม, วารุณี เตชะคุณารักษ์, ปาริชาติ สุภิมารส และสุรางคณา มัณยานนท์. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพด้านการออกกำลังกาย*

ของประชาชน ตำบลขามใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. การวิจัย 4.0 เพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 2. (น. 1023-1033). ราชธานีวิชาการ. มหาวิทยาลัยราชธานี.

พงศา โพชัย. (2567). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของบุคลากรสถาบันพัฒนาสุขภาวะเขตเมือง [รายงานการวิจัย]. สถาบันสุขภาวะเขตเมือง: กรุงเทพฯ.

วุฒิพงษ์ ปรมัตถากร. (2537). การออกกำลังกาย. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

โสภณ พินิจกิจเจริญกุล และปณิธ บัวเผื่อน. (2560). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรในการเข้าถึงสารสนเทศของ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

เอกสิทธิ์ เด่นดวง. (2566). กิจกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการออกกำลังกายของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

อนุสรณ์ ส่องแสง, วราภรณ์ จันทร์พราว, ดิศพล บุปผาชาติ และเด่นดวงดี ศรีสุระ. (2565).

พฤติกรรมการออกกำลังกายของประชาชนในเขตสุขภาพที่ 10. วารสารวิชาการศูนย์อนามัยที่ 10 อุบลราชธานี, 10(1), 62-83.

Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd Edition, John Wiley & Sons, New York.

Durau J., Diehl S., Telutter R. (2022). Motivate me to exercise with you: The effects of social media fitness influencers on users' intentions to engage in physical activity and the role of user gender. *Digital Health*, 8(1), 1-17.

Nimrod, G. and Hutchinson, S. (2010). *Innovation among older adults with chronic*.

Lou, C., & Yuan, S. (2019). How Message Value and Credibility Affect Consumer Trust of Branded Content on Social Media. *Journal of Interactive Advertising*, 19(1), 58-73.