

บทความวิชาการ

บทบาทของสื่อเพื่อการเผยแพร่กีฬาสู่เยาวชน

ประกาย วุฒิพิพัฒน์พงศ์¹ อธิป แทนรัตนกุล² และณัฐภักษ์ จุ้ยเจริญ³

Received 8 May 2024

Revises 18 June 2024

Accepted 28 June 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอถึงแนวทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้และตระหนักในความสำคัญของกีฬาในหมู่เยาวชนที่กำลังจะเติบโตขึ้นไปเป็นพลเมืองที่ดีมีคุณภาพในอนาคต โดยผู้เขียนได้ศึกษาถึงแนวคิดการแบ่งช่วงอายุของคน รวมถึงประโยชน์ของกีฬาที่มีต่อเยาวชน แนวคิดเกี่ยวกับสื่อและกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกของเยาวชนต่อกีฬาแต่ละประเภท ซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วกันว่ากีฬามีประโยชน์ต่อคนในหลายช่วงวัยโดยเฉพาะเยาวชน โดยกีฬาจะช่วยให้เกิดการสร้างความร่วมมือและการทำงานเป็นทีมส่งผลให้เกิดการสร้างมูลค่าทางสังคม มากกว่านั้น กีฬายังช่วยสร้างความเข้าใจในการยอมรับความแตกต่างทั้งด้านอายุ เพศและระดับของการศึกษาซึ่งเป็นคุณค่าพื้นฐานในสังคม กีฬาช่วยส่งเสริมให้รู้จักความเป็นธรรมและความเท่าเทียม สุขภาพกายและใจ รวมไปถึงการแสดงออกด้วยความเป็นมืออาชีพ โดยผู้ที่ชอบเล่นกีฬาจะทำให้มีสุขภาพที่ดีและสามารถที่จะพัฒนาทักษะใน

¹ ดร., นักวิชาการอิสระ, E-mail: prakai.wutti@gmail.com

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

³ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี E-mail: nhat.jui@gmail.com



กีฬาประเภทต่าง ๆ ไปสู่ความเป็นเลิศได้ ซึ่งในปัจจุบันการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้และตระหนักในความสำคัญของกีฬานั้นสามารถที่จะกระทำได้ในหลายวิธี โดยสื่อคือตัวกลางที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมกิจกรรมกีฬาและเชื่อมโยงกิจกรรมสันถนาการในรูปแบบต่าง ๆ เข้ากับกลุ่มเยาวชน โดย 1) สื่อมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้กลุ่มเยาวชนได้ตระหนักถึงประเภทของกีฬาที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อตนเองซึ่งสอดคล้องกับความสนใจและระดับความสามารถในการเล่นกีฬาของแต่ละบุคคล 2) สื่อมีบทบาทสำคัญเพื่อช่วยให้ตัดสินใจเลือกกีฬาหรือกิจกรรมที่เหมาะสมที่สุดตามความสนใจและความพร้อม 3) สื่อมีบทบาทสำคัญในการช่วยสร้างความประทับใจที่ดีต่อการเล่นกีฬาหรือกิจกรรมที่เลือก 4) สื่อมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นความสนใจและการให้คำแนะนำเพื่อให้กลุ่มเยาวชนมีประสบการณ์ที่ดีจากกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่เลือก และ 5) สื่อมีบทบาทในการส่งเสริมและให้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเลือกกีฬาที่เหมาะสมที่สุดสำหรับกลุ่มเยาวชน

คำสำคัญ : การสื่อสาร, การเผยแพร่, กีฬา, กลุ่มเยาวชน, บทบาทสื่อ



Communication to encourage sports among adolescents

Prakai Wuttiipattanapong¹, Atip Tanrattanakul²
and Nhatphaphat Juicharoen³

Abstract

The objective of this article is to provide communication and public relations recommendations for creating awareness among youths who will become good future citizens regarding the value of sports. The author studied the concept of classifying people according to age groupings. Including youth gains through sports. Media conceptions and the processes involved in purchasing decisions that influence youth individual's choice of sport. It is commonly acknowledged that participation in athletics benefits individuals of all ages, particularly those in youth. Sport encourages collaboration and teamwork, which result in the development of social value. Furthermore, sports promote understanding and acceptance of differences in age, gender, and educational level, which are basic values in society. Sports encourage fairness and equality, as well as

¹ Independent Scholar E-mail: prakai.wutti@gmail.com

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

³ Faculty of Business Administration Rajamangala University of Technology
Thanyaburi E-mail: nhat.jui@gmail.com



physical and mental wellness. It is likewise enabling individuals to express themselves professionally. Those who enjoy exercising will be in good health and are able to develop talents in a variety of sports, ultimately leading to excellence. Currently, there are many ways to employ communication and public relations to enhance consciousness as well as respect regarding the importance of sports. Specifically, media plays vital role as transmission to promote sport and connect spot with adolescents as follow 1) media provide a significant role in educating individuals regarding the types of sports that are suitable and beneficial to their interests and physical abilities. 2) Media has a significant impact on youth' capacity to compare different sports and physical activities and decide the most suitable fit for them according to their interests and availability. 3) The media plays a vital role in establishing a positive perception of a specific sport or activity. 4) The media plays a vital role in creating interest and providing direction, ensuring that youth have an enjoyable experience with their chosen sport or physical activities and 5) The media contributes to every stage of decision-making process through offering information and guidance in determining the most beneficial options for youth.

Keywords: Communication, Publishing, Sports, Groups of adolescents Youth, Media

บทนำ

เป็นที่เข้าใจกันดีว่า เยาวชน คือ กำลังที่สำคัญของชาติในอนาคต การนำพาและพัฒนาเยาวชนให้มีความพร้อมทั้งในด้านความรู้ ความสามารถ รวมไปถึงสภาพจิตใจและร่างกายที่เข้มแข็ง จึงเป็นนโยบายสำคัญที่ภาครัฐจำเป็นต้องต้องมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์และบรรลุเป้าหมายตามนโยบายการพัฒนาเด็กและเยาวชนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมโอกาสทางการศึกษาและการพัฒนาทักษะอาชีพที่มีคุณภาพแก่เด็กและเยาวชน พร้อมทั้งพัฒนาหลักประกันและความคุ้มครองทางสังคมที่มีการบูรณาการอย่างเป็นระบบ เพื่อส่งเสริมความมั่นคงในชีวิตและได้รับความคุ้มครองทางสังคมอย่างเหมาะสมเพียงพอ (Office of the National Economics and Social Development Council, 2023) โดยกรมกิจการเด็กและเยาวชนได้ดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ส่งเสริมและการคุ้มครองเด็กและเยาวชนไทยให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและเติบโตอย่างยั่งยืน (Department of Children and Youth, 2022) ดังนั้น การพัฒนานโยบายและมาตรการด้านเด็กและเยาวชนในเชิงรุก เพื่อเสริมสร้างศักยภาพเด็กและเยาวชนสู่ความเป็นพลเมืองคุณภาพทั้งด้านความคิด สติปัญญา สภาพร่างกายและจิตใจที่แข็งแรง จึงเป็นภารกิจหลักของทุก ๆ รัฐบาล เพราะเยาวชนมีความสำคัญต่อการพัฒนาในอนาคตทั้งในด้านการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ สังคมที่ดีมีคุณภาพไปพร้อม ๆ กับการดูแลรักษาสีงแวดล้อมได้อย่างสมดุลและยั่งยืน ซึ่งบทบาทและหน้าที่ของเยาวชนที่มีต่อสังคมและประเทศชาตินั้น จะต้องมาจากคุณลักษณะของ



เยาวชนที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม รู้จักเสียสละและเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบต่อหน้าที่ ซื่อสัตย์สุจริต รู้รักสามัคคี โดยจะเริ่มตั้งแต่หน่วยทางสังคมที่เล็กที่สุด ได้แก่ ครอบครัว โรงเรียน ชุมชน ไปจนถึงระดับประเทศ ซึ่งรัฐบาลในฐานะผู้ดำเนินนโยบายด้านการพัฒนาเด็กและเยาวชนนอกจากจะต้องมุ่งเน้นการส่งเสริมด้านการศึกษาและการพัฒนาทักษะเพื่อการประกอบอาชีพแล้ว การส่งเสริมบริการด้านการดูแลสุขภาพของเยาวชนก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน ไม่ว่าจะเป็นการจัดสรรทรัพยากรด้านสาธารณสุขเชิงป้องกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านสุขภาพจิต สุขภาพกาย รวมถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งเป็นสาเหตุหลักของปัญหาด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจ การเจ็บป่วย รวมถึงการเสียชีวิตในช่วงวัยรุ่นในปัจจุบัน (UNICEF Thailand, 2019)

แต่ปัญหาที่เกิดจากเยาวชนที่พบจากสื่อที่เผยแพร่ในโลกออนไลน์ในปัจจุบัน สะท้อนให้คนในสังคมได้เห็นว่า เด็กและเยาวชนในยุคปัจจุบันจำนวนมากได้รับผลกระทบจากปัญหาและสภาพแวดล้อมที่ไม่สร้างสรรค์ในสังคม ทำให้เด็กและเยาวชนเหล่านี้แสดงพฤติกรรมที่ไม่ดีออกมาในหลายรูปแบบ อาทิ เช่น การหมกมุ่นและเรียนรู้พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมจากการตกเป็นทาสของเกม คอมพิวเตอร์จนก่อให้เกิดความสูญเสียแก่ตนเองและสังคม ขณะที่เด็กและเยาวชนส่วนหนึ่งก็มีพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ที่ผิดกฎหมายและชอบแข่งขันในทางสาธารณะสร้างความเดือดร้อนในชุมชน ในขณะเดียวกันเด็กและเยาวชนไม่น้อยใช้ความรุนแรงในการตัดสินปัญหาและทะเลาะวิวาทกันสร้างความปั่นป่วนในชุมชนอยู่เสมอ มากกว่านั้น เยาวชนในสมัยนี้มักมีปัญหาด้าน



การมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร มีลูกตั้งแต่อายุยังน้อยและขาดความรับผิดชอบ รวมถึงสามารถเข้าถึงสารเสพติดได้ง่าย และขาดหลักยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ติดเพื่อน ติดสื่อออนไลน์และมักให้ความสำคัญกับวัตถุมากกว่าการมีคุณธรรม จริยธรรมในจิตใจ (Secondary Education Area Office District 36, 2019) ซึ่งจากผลการศึกษาของ Boonpakdee (2024) ทำให้สามารถชี้ชัดได้ว่า เด็กและเยาวชนไทยต้องประสบกับปัญหาหลายประการที่เกิดจากผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ครอบครัวบางส่วนไม่สามารถพันวิฤทธิ มีแรงกดดันทางเศรษฐกิจของครัวเรือน มีภาวะเครียด ซึมเศร้า ความรุนแรงในเด็กและเยาวชนมีมากขึ้น รูปแบบซับซ้อนขึ้น อีกทั้งเด็กและเยาวชนส่วนหนึ่งมีความไม่เข้าใจระหว่างวัยในครอบครัว ปัญหาการล้อเลียนหรือบูลลี่ สิ่งเสพติดในชุมชน การติดเกมและอบายมุขต่าง ๆ รวมถึงสุขภาพกายและใจที่เกิดจากไม่ได้รับการดูแลที่เหมาะสมกับวัย และข้อมูลจากกองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมกิจการเด็กและเยาวชนยังชี้ให้เห็นอีกว่า ปัญหาของเด็กและเยาวชนในเดือนสิงหาคม ไตรมาสที่ 4 ของปี 2566 ที่ผ่านมามีพบว่า เด็กและเยาวชนยังประสบกับปัญหาด้านสุขภาพ ป่วยหรือพิการกว่าร้อยละ 9.82 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เด็กและเยาวชนยังคงมีความเสี่ยงต่อการเจ็บป่วยหรือเสียชีวิตจากปัญหาด้านสุขภาพอยู่เสมอ ซึ่งปัญหาสุขภาพส่วนหนึ่งก็มาจากการขยับร่างกายหรือออกกำลังกายที่น้อยเกินไปของเด็กและเยาวชนในยุคปัจจุบัน (Department of Children and Youth, 2024) โดยจากผลงานวิจัยด้านสุขภาพที่ตีพิมพ์ใน British Journal of Sports Medicine 2014 (Trost, et al., 2014) พบว่า ผลกระทบด้านสุขภาพจากการไม่มีกิจกรรมทางกาย เป็น



ปัญหาในระดับโลกและมักเกิดขึ้นได้กับทุกเพศทุกวัย โดยการไม่มีกิจกรรมทางกาย เป็นสาเหตุการเกิดโรคไม่ติดต่อ (Non-Communicable Diseases: NCD) ได้ถึงร้อยละ 8 ซึ่งการออกกำลังกายที่ไม่เพียงพอนั้นจะเป็นการเพิ่มความเสี่ยงในการเสียชีวิตก่อนวัยอันควรและการเป็นโรคไม่ติดต่อหลายโรค เช่น มะเร็ง โรคหลอดเลือดสมอง โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน และ ยังเพิ่มโอกาสของภาวะสมองเสื่อมอีกร้อยละ 8.1 รวมถึงโรคความดันโลหิตสูงร้อยละ 1.6 ด้วย มากกว่านั้นผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นอีกว่าการเคลื่อนไหวทางกายที่ลดลง หรือไม่มีเลยนั้นอาจเป็นผลมาจากจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ประชาชนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกมากขึ้น เช่น การมีรถยนต์ส่วนตัวมากขึ้น อาจส่งผลให้การเดินทางที่ต้องใช้กำลัง เช่น การเดิน การวิ่งหรือ การปั่นจักรยานลดลง (Heissel, et al., 2023) ซึ่งเมื่อทำการศึกษาให้ลึกลงไป จะพบว่า การสื่อสารเผยแพร่เกี่ยวกับกีฬาสู่กลุ่มเยาวชนมีความสำคัญต่อการแก้ปัญหาเด็กและเยาวชนได้ เพราะเป็นการส่งเสริมและกระตุ้นให้เยาวชนมีความสนใจและมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬา เป็นวิธีที่สื่อมวลชนสามารถมอบประสบการณ์ทางกีฬาและเสริมสร้างสุขภาพร่างกายและจิตใจให้กับเยาวชนได้จากงานวิจัยของ Brenner and Hodel (2017) ได้เสนอภาพรวมเกี่ยวกับบทบาทของการสื่อสารและโซเชียลมีเดียในกีฬา พบว่า การใช้การสื่อสารและสื่อสังคมในกีฬามีผลอย่างมากในการส่งเสริมกิจกรรมกีฬาและการมีส่วนร่วมของกลุ่มเยาวชนในกิจกรรมนี้ โดยการสื่อสารผ่านสื่อดังกล่าวช่วยเพิ่มความสนใจของเยาวชนในกีฬาและช่วยสร้างการติดตามกิจกรรมกีฬาที่มีอิทธิพลต่อเยาวชนทุกช่วงวัยได้ และงานวิจัยของ Golzarand and Akbarzadeh (2019)



เกี่ยวกับบทบาทของสื่อในกีฬา พบว่า การใช้สื่อในกีฬามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการออกกำลังกายและการมีสุขภาพที่ดีของเยาวชน สื่อช่วยให้เยาวชนมีความตั้งใจที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬาและเป็นที่มาของความเข้าใจในความสำคัญของการออกกำลังกาย

ดังนั้น จึงเป็นที่เข้าใจกันได้ว่า หากเด็กและเยาวชนหันมาออกกำลังกายและเล่นกีฬาให้มากขึ้น ก็มีความเป็นไปได้ว่าจะลดปัญหาด้านสุขภาพของเยาวชนโดยเฉพาะการเป็นโรคไม่ติดต่อหลายโรค เช่น มะเร็ง โรคหลอดเลือดสมอง โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน และภาวะสมองเสื่อม รวมถึงโรคความดันโลหิตสูงให้น้อยได้ ซึ่งจะเห็นได้จากผลงานวิจัยของ Eccles, et al. (2003) ที่พบว่า ในเชิงสถิติการมีส่วนร่วมในกีฬาน้อยมีผลต่อพฤติกรรมการใช้สารเสพติดในวัยเยาวชนมากขึ้น โดยเฉพาะการดื่มแอลกอฮอล์และการใช้ยาเสพติดอย่างผิดกฎหมาย เยาวชนที่มีส่วนร่วมในกีฬามีโอกาสน้อยกว่าในการใช้สารเสพติดนั้นเมื่อเทียบกับเยาวชนที่ไม่มีส่วนร่วมในกีฬาอย่างสม่ำเสมอ ในขณะเดียวกัน ผลการศึกษาของ Veliz, et al. (2015) ก็พบว่า การมีส่วนร่วมในกีฬามากขึ้นจะมีผลต่อสุขภาพในเชิงบวกมากขึ้นด้วยและจะมีความเสี่ยงต่ำในการใช้สารเสพติดน้อยลงเมื่อเทียบกับผู้ที่มีส่วนร่วมในกีฬาน้อยกว่า ในขณะที่ผลการศึกษาของ Nelson, et al. (2011) ชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมในกีฬามีผลบวกต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของเยาวชนในสหรัฐอเมริกา โดยเยาวชนที่มีการมีส่วนร่วมในกีฬาจะมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพที่ดีขึ้น เช่น การออกกำลังกายสม่ำเสมอและการลดความเสี่ยงในการสูบบุหรี่ ดังนั้น ผู้เขียนจึงมีความประสงค์ที่จะนำเสนอ



ถึงแนวทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้และตระหนักใน
ความสำคัญของกีฬาในหมู่เยาวชนที่กำลังจะเติบโตขึ้นไปเป็นพลเมืองที่ดีมี
คุณภาพในอนาคต ซึ่งจะช่วยให้เยาวชนคนไทยได้รับรู้และตระหนักถึง
ความสำคัญของการเล่นกีฬาและการออกกำลังกายที่จะช่วยส่งเสริมคุณภาพ
ชีวิตของเยาวชนคนไทยได้อย่างยั่งยืนต่อไป

ช่วงอายุและคุณลักษณะของวัยรุ่น

ความเห็นของ Steinberg (2008) ที่มีต่อพัฒนาการของวัยรุ่นซึ่ง
มองว่า ระยะวัยรุ่นที่อยู่ในช่วงอายุประมาณ 13-19 ปี เป็นช่วงเวลาที่มีการ
เปลี่ยนแปลงทางร่างกายและจิตใจอย่างมีนัยสำคัญ พร้อมกับการพัฒนาทาง
สังคมและการตัดสินใจที่มีผลต่อชีวิตของวัยรุ่นเข้าสู่การเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งสอดคล้อง
กับความเห็นจาก Erikson (1959) ที่มองว่า ช่วงวัยรุ่นที่เริ่มต้นจากประมาณวัย
12-18 ปี จำเป็นต้องเน้นที่การพัฒนาตัวตนและความเข้าใจในบทบาทของ
ตนเองในสังคมในระหว่างช่วงวัยและการเตรียมตัวเพื่อการเข้าสู่สถานะเป็น
ผู้ใหญ่จากทฤษฎี “Emerging Adulthood” ของ Arnett (2000) ที่ชี้ให้เห็นว่า
ช่วงอายุวัยรุ่นจะอยู่ในระหว่างอายุ 18-25 ปี เป็นช่วงเวลาที่วัยรุ่นมีความ
แตกต่างทั้งด้านร่างกายและความคิดจากวัยรุ่นช่วงอื่น ๆ รวมถึงวัยผู้ใหญ่ด้วย
ซึ่งเด็ก ๆ วัยรุ่นในช่วงนี้อาจมีเส้นทางชีวิตที่ยืดหยุ่นและปรับตัวมากขึ้นในเชิง
บริบทของความรับผิดชอบและเป้าหมายในชีวิตได้ ในขณะที่ความเห็นจาก
Havighurst (1972) มองว่า การแบ่งช่วงอายุของวัยรุ่นตามแนวคิด
“Developmental Tasks” หรือสิ่งที่จะต้องปรับปรุงและพัฒนาตนเองในช่วง
วัยรุ่น ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องผ่านเพื่อพัฒนาตนเองในด้านต่าง ๆ ทั้งทางสังคม ความ
เชื่อและทักษะชีวิต เช่น การเรียนรู้ทักษะทางวิชาการและเพื่อเตรียมตัวสำหรับ



การเป็นผู้ใหญ่ การจำแนกช่วงอายุของวัยรุ่นตามภารกิจและความก้าวหน้าในชีวิตได้ดังนี้ 1) การเรียนรู้และพัฒนาทางการศึกษาจะอยู่ในช่วงอายุ 6-14 ปี 2) การพัฒนาทักษะอย่างเป็นระบบจะอยู่ในช่วงอายุ 12-18 ปี 3) การศึกษาเพื่อเป็นผู้ใหญ่ จะอยู่ในช่วงอายุ 18-21 ปี และ 4) การเตรียมความพร้อมในการมีอาชีพ จะอยู่ในช่วงอายุ 21-24 ปี โดยเน้นความสำคัญของการทำภารกิจที่สำคัญในช่วงวัยรุ่นเพื่อพัฒนาต่อไปสู่การเป็นผู้ใหญ่ ดังนั้น จะพบว่าช่วงอายุและคุณลักษณะของวัยรุ่นจะมีความแตกต่างกันไปตามช่วงวัยและจะส่งผลต่อความสนใจในการออกกำลังกายและกิจกรรมด้านกีฬาในประเภทต่าง ๆ ที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งกีฬาแต่ละชนิดก็มีข้อดีและข้อด้อยต่างกันแล้วแต่วัยรุ่นหรือเยาวชนจะเลือกให้เหมาะสมกับความสามารถและความสนใจของแต่ละคน

แนวคิดเกี่ยวกับกีฬา

การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้แบ่งประเภทการส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไปได้เล่น ดังนี้ (Dithsorn, 2023)

1. กีฬาขั้นพื้นฐาน มีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนได้มีโอกาสเรียนรู้ทักษะการกีฬานิตต่าง ๆ ให้ถูกต้องตามแบบฉบับของการเล่นและให้รู้จักเลือกเล่นกีฬาที่สนใจและถนัดอันจะก่อให้เกิดนิสัยรักการเล่นกีฬาอย่างต่อเนื่อง

2. กีฬาเพื่อสุขภาพ เป็นการส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไป โดยไม่จำกัดเพศ อายุ ได้เล่นกีฬา มองเห็นคุณค่าของการเล่นกีฬา อันจะเป็นผลให้สุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ

3. กีฬาเพื่อการแข่งขัน เป็นการส่งเสริมให้นักกีฬาที่มีความสามารถได้ร่วมแข่งขันทั้งในระดับภายในประเทศและต่างประเทศ



4. แบ่งตามกลุ่มอาชีพ แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กีฬาสมัครเล่น และ 2) กีฬาอาชีพ เป็นการเล่นของนักกีฬาที่มีความสามารถยึดเอาเป็นอาชีพ

5. แบ่งตามระดับการแข่งขัน เช่น 1) กีฬาระดับท้องถิ่น 2) กีฬาระดับสโมสร 3) กีฬาระดับชาติ 4) กีฬาระหว่างชาติกลุ่มสมาชิก และ 5) กีฬาระดับโลก

ประโยชน์ของกีฬา

การเล่นกีฬามีประโยชน์มากมายต่อสุขภาพทั้งทางกายและจิตใจ มีผลกระทบที่ดี คือ 1) การมีสุขภาพกายที่ดี 2) การพัฒนาทักษะทางด้านการเรียนรู้และความสามารถ 3) การมีสุขภาพจิตที่ดี 4) การสร้างความเป็นเลิศในชีวิต 5) การสร้างความเป็นผู้นำ 6) การสร้างเสริมความสัมพันธ์ทางสังคม และ 7) ความเพลิดเพลินและความสนุกสนาน (Harvard Health Publishing, 2022) จากที่กล่าวมา การเล่นกีฬามีผลกระทบที่ดีต่อทุกด้านของชีวิต และเป็นกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์และความท้าทายที่สำคัญในการพัฒนาตนเอง สอดคล้องกับแนวคิดจากสถาบันสุขภาพหัวใจแห่งอเมริกา (American Heart Association)

ที่ได้เน้นถึงประโยชน์ของการเล่นกีฬาต่อสุขภาพหัวใจและหลอดเลือดอย่างชัดเจน ดังนี้ 1) เป็นการเสริมสร้างสุขภาพหัวใจและหลอดเลือด 2) เป็นการส่งเสริมการไหลเวียนของเลือดในร่างกาย 3) ลดความเครียดและภาวะซึมเศร้า 4) การควบคุมน้ำหนักและร่างกาย และ 5) เพิ่มความสมบูรณ์ของระบบภูมิคุ้มกัน (American Heart Association, 2021) ในขณะที่สถาบัน The Aspen Institute (2015) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการเล่นกีฬาโดยเน้นถึงส่วนสำคัญดังนี้ 1) การพัฒนาทักษะและความสามารถ 2) สร้างความเป็นมืออาชีพ 3) การสร้างความเข้มแข็งทางสังคม และ 4) การส่งเสริมสุขภาพและ



พัฒนาการ ดังนั้น การเล่นกีฬาไม่เพียงแต่ช่วยในการพัฒนาทักษะและสุขภาพ แต่ยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาตนเองและสร้างความเข้มแข็งทางสังคมให้กับเยาวชน รวมถึงมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการเล่นกีฬาวัยเรียนและวัยเยาวชนอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อ

สื่อในปัจจุบันถูกแบ่งออกเป็นหลายประเภทโดยนักวิชาการจากหลายภาคส่วนได้ให้ความเห็นด้านนี้เอาไว้ ซึ่งผู้เขียนได้สรุปประเภทของสื่อตามแนวคิดของนักวิชาการด้านสื่อเหล่านี้ได้เป็น 3 ประเภทหลัก ๆ คือ

1. สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) เป็นสื่อมวลชนที่มีมาแต่ดั้งเดิม ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ และสื่อภาพยนตร์ เป็นต้น (Gonzalez, 2019; Smith, 2008; Williams, 2020) ในขณะเดียวกันสื่อเก่า (Old Media) ก็ถือได้ว่าเป็นสื่อดั้งเดิมด้วยเช่นกัน (Brown, 2010; White, 2013; Davis, 2018)

2. สื่อกระแสหลัก (Mainstream Media) เป็นสื่อมวลชนที่พิจารณาจากความเป็นเจ้าของสื่อ นั้น ๆ (Ownership) อันมีเป้าหมายทางธุรกิจ เน้นผลกำไร เป็นองค์กรเชิงพาณิชย์ (Smith, 2015; Johnson, 2017; Anderson, 2020)

3. สื่อใหม่ (New Media) เป็นสื่อมวลชนที่เกิดขึ้นใหม่ เกิดจากการหลอมรวมเทคโนโลยีการสื่อสารภายใต้พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารและภาษาดิจิทัล (Digital Language) กล่าวคือ เทคโนโลยีการสื่อสาร 3 กลุ่มหลัก (Johnson, 2018; Smith, 2019; Williams, 2020) ได้แก่ 1) เทคโนโลยีด้านการพิมพ์ (Printing Technology) 2) เทคโนโลยีการแพร่ภาพและกระจายเสียง (Broadcast Technology) และ 3) เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ



(Information and Communication Technology) เช่น หนังสือพิมพ์ออนไลน์ โปรแกรม CHAT: MSN, ICQ, Perch, Skype รวมถึงเครือข่ายสื่อสารสังคม (Social Media Network) เช่น Facebook, Multiply, X, Camfrog, Web Board, Website, นักข่าวมือถือ “โมโจ” (Mobile Journalist), MMS, SMS (ไม่เกิน 70 ตัวอักษร), E-Magazine, E-book, Blog, นักข่าว พลเมือง (Citizen Reporter), ปัจจัยเร่งให้เกิดสื่อใหม่ ได้แก่ ความแพร่หลายของอินเทอร์เน็ต การหลอมรวมสื่อ (Convergence) การค้าเสรีขององค์การการค้าโลก (WTO: World Trade Organization) ในขณะที่ยังสื่อออนไลน์ (Online Media) ก็เป็นสื่อทางเลือก สื่อเสริมหรือสื่อใหม่ที่สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลาโต้ตอบกับผู้รับสารได้ในทันที จัดเก็บสารสนเทศไว้ได้โดยง่าย เช่น เครือข่ายอินทราเน็ต (Intranet) เอ็กซ์ทราเน็ต (Extranet) บริการส่งข้อความสั้น (SMS) บริการส่งข้อความสื่อผสม (MMS) เน้นความสดใหม่ของข่าว เน้นข่าวเชิงลึก (ข่าวเชิงสืบสวน) เน้นความมีส่วนร่วมของผู้อ่านผ่านกระดานข่าว (Web Board) เน้นส่วนร่วมโดยสร้างพื้นที่ส่วนตัว หรือ Blog เปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปได้เข้ามามีส่วนร่วมในการรายงานข่าวที่เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ (Thompson, 2017; Roberts, 2018; Harris, 2020) เช่นเดียวกันกับสื่อดิจิทัล (Digital Media) ที่อาศัยระบบคอมพิวเตอร์เป็นช่องทางในการสื่อสาร คำว่า “ดิจิทัล” เป็นคำศัพท์บัญญัติของราชบัณฑิตยสถาน แต่เกิดขึ้นภายหลังคำว่า “ดิจิตอล” ที่ใช้ในสื่อมวลชนอย่างแพร่หลายอยู่ก่อน โดยบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ ทำสื่อโฆษณาเผยแพร่ในสื่อ জনคนไทยคุ้นเคยมากกว่าคำว่า “ดิจิตอล” (Thompson, 2017; Roberts, 2018; Harris, 2020) ในขณะที่สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet Media) เป็นสื่อที่อาศัยเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เช่นเดียวกันกับสื่อดิจิทัลประเภทอื่น ๆ ซึ่งอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสาร



โดยเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายใยแมงมุม เชื่อมโยงกันได้โดยใช้การสื่อสารมวลชนแบบใช้สายและไร้สาย เป็นทั้งสื่อบุคคล (Inter-personal Communication) และสื่อมวลชน (Mass Communication) ไร้พรมแดน สื่อสาร แบบสองทาง (Interactive) และสื่อผสม (Multimedia) (Thompson, 2017; Roberts, 2018; Harris, 2020)

แนวทางการใช้สื่อเพื่อสื่อสารเนื้อหาด้านกีฬา

SportsRec (2011) กล่าวว่า เนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับบรรจุไว้ในสื่อ มักจะขึ้นอยู่กับลักษณะของสื่อ ตัวอย่างของเนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับสื่อต่าง ๆ ได้แก่ 1) บทความควรมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจสำหรับผู้อ่าน เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของกีฬาที่น่าสนใจ การอธิบายความหมายและตัวอย่างของกีฬาประเภทนั้น ๆ เป็นต้น 2) โพสต์สังคมออนไลน์ สำหรับโพสต์บนสื่อออนไลน์ เนื้อหาควรมีความสั้นกระชับและน่าสนใจ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน เช่น รายชื่อประเภทของกีฬาที่น่าสนใจพร้อมคำอธิบายสั้น ๆ 4) การส่งเสริมการขายโดยนำเสนอกีฬาแต่ละประเภทผ่านสื่อโฆษณา ซึ่งเนื้อหาควรเน้นความน่าสนใจและประโยชน์ของของกีฬาแต่ละประเภทให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย 3) การนำเสนอ สำหรับการนำเสนอในที่ประชุมหรืองานสัมมนา เนื้อหาควรมีความละเอียดและข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับประเภทของกีฬา พร้อมภาพประกอบหรือกราฟิกเพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น

การเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมในการทำสื่อจึงต้องพิจารณาจากลักษณะและวัตถุประสงค์ของสื่อ นั้น ๆ เพื่อให้ผู้ใช้หรือผู้ชมได้รับข้อมูลอย่างเหมาะสมและมีคุณค่า ในขณะที่ Britannica (2015) กล่าวว่า เนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับสื่อสารในสื่อต่าง ๆ จะต้องเน้นความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน



หรือผู้ชม โดยสามารถนำเนื้อหาเกี่ยวกับประเภทของกีฬามาใช้ได้เป็นตัวอย่าง เช่น บทความเป็นการแบ่งประเภทของกีฬาและความหมายที่ซับซ้อนของแต่ละประเภท ซึ่งเนื้อหาในบทความสามารถนำเสนอภาพรวมของประเภทของกีฬาที่แบ่งออกเป็นกีฬายบุคคล (Individual Sports) และกีฬาทีม (Team Sports) พร้อมตัวอย่างของแต่ละประเภท แบบบุคคลที่ชอบกีฬาเดี่ยวอาจสนใจกีฬา เช่น มวยสากลสมัครเล่น เจ็ตสกี หรือว่ายน้ำ ในขณะที่คนที่ชอบกีฬาทีมอาจสนใจเป็นสมาชิกในทีมของฟุตบอล บาสเก็ตบอล หรือฮอกกี้ ส่วน Healthline (2023) กล่าวว่า เนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับบรรจุในสื่อควรมีความน่าสนใจและมีความเกี่ยวข้องกับผู้อ่านหรือผู้ชมของสื่อนั้น ๆ ซึ่งเนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับใช้สื่อสารในสื่อควรเป็นประเภทของกีฬาที่ทำหายและเฟลิดเฟลิน โดยเนื้อหานี้เป็นการอธิบายเกี่ยวกับกีฬาที่ทำหายและน่าสนใจที่คนส่วนใหญ่อาจไม่เคยได้ยินหรือเห็นมาก่อน รวมถึงการอธิบายลักษณะของแต่ละประเภทของกีฬา เช่น ซอฟต์บอลทะเล ปารากัยสลาเลาะ หรือแทงบอลเกาหลี นอกจากนี้ ยังมีการอธิบายถึงประโยชน์ของการเล่นกีฬาที่มีความท้าทายสูงต่อร่างกายและจิตใจของผู้เล่นด้วย

ดังนั้น การผลิตสื่อด้านกีฬาที่มีความเหมาะสมที่ต้องพิจารณาเนื้อหาและรูปแบบสื่อเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีต่อกลุ่มเป้าหมาย (Williams, 2020) ดังนี้ 1) เนื้อหาที่มีความรู้และน่าสนใจ การผลิตสื่อด้านกีฬาควรมีเนื้อหาที่มีความรู้เกี่ยวกับกีฬาที่ถูกต้องและน่าสนใจตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย 2) การใช้รูปแบบสื่อที่เหมาะสม เช่น วิดีโอไฮไลท์ของการแข่งขันกีฬา บทความเกี่ยวกับกีฬาในหนังสือพิมพ์หรือเว็บไซต์ หรือโพสต์ในสื่อสังคมออนไลน์ 3) การใช้ภาพและวิดีโอ โดยการผลิตสื่อด้านกีฬาควรมีการใช้ภาพและวิดีโอที่เข้าใจง่ายและน่าสนใจ 4) ความถูกต้องและเชื่อถือได้ โดยการผลิตสื่อด้านกีฬาควรมีความ



ถูกต้องในข้อมูลและเนื้อหาและมีการอ้างอิงที่ชัดเจนถึงแหล่งข้อมูล 5) การสื่อสารและเสริมสร้างความสนใจ โดยการผลิตสื่อด้านกีฬาที่เหมาะสมจะช่วยสร้างประสิทธิภาพในการสื่อสารและเพิ่มความน่าสนใจให้กับผู้รับสาร

เนื้อหาด้านกีฬาที่เหมาะสมสำหรับบรรจุใส่ในสื่อควรมีลักษณะที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน ได้แก่ 1) ข่าวสารเกี่ยวกับกีฬา นำเสนอข่าวสารล่าสุดเกี่ยวกับกีฬาที่น่าสนใจ เช่น ผลการแข่งขัน ข่าวสารเกี่ยวกับนักกีฬา วิเคราะห์เกม และเหตุการณ์สำคัญในวงการกีฬา 2) บทความเชิงวิเคราะห์ วิเคราะห์ผลการแข่งขัน ประสิทธิภาพของทีมหรือนักกีฬา และการเปรียบเทียบกีฬาต่าง ๆ 3) สรุปและสถิติ นำเสนอสรุปผลการแข่งขัน สถิติการแข่งขัน และข้อมูลเชิงวิเคราะห์ 4) โปรไฟล์นักกีฬา เป็นการนำเสนอโปรไฟล์และประวัตินักกีฬาชั้นนำ รวมถึงความสำเร็จและประสบการณ์ในวงการกีฬา 5) เทรนด์และเทคโนโลยี นำเสนอเทรนด์และเทคโนโลยีใหม่ที่มีผลต่อกีฬา เช่น การใช้เทคโนโลยีในการวัดผลการแข่งขันหรือการฝึกซ้อม 6) คำแนะนำและแบ่งปันประสบการณ์ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการฝึกซ้อม การเลือกกีฬาที่เหมาะสม

ส่วนเนื้อหาด้านกีฬาที่เหมาะสมสำหรับบรรจุใส่ในสื่อสังคมควรมีลักษณะที่เข้ากับแพลตฟอร์มนั้น ๆ และเป็นไปในแนวทางที่สร้างความสนใจรวมถึงดึงดูดผู้ที่รับสารจากสื่อสังคม ได้แก่ 1) วิดีโอไฮไลท์ การโพสต์วิดีโอไฮไลท์ของเหตุการณ์สำคัญหรือความสำเร็จในกีฬา 2) มีภาพสวย ๆ การโพสต์ภาพที่สวยงามและน่าสนใจของการแข่งขัน นักกีฬา หรือสถานที่จัดกีฬา 3) ข่าวสารและเหตุการณ์ เป็นการแชร์ข่าวสารล่าสุดเกี่ยวกับกีฬา เหตุการณ์สำคัญ 4) การสนับสนุนและการเชื่อมโยง การโพสต์เกี่ยวกับการสนับสนุนทีมหรือนักกีฬา การกระตุ้นใจให้ผู้ติดตามเข้าร่วมกิจกรรม 5) เกมส์และแบบทดสอบ การแบ่งปัน



เกมส์หรือแบบทดสอบเกี่ยวกับกีฬา เพื่อสร้างความสนุกสนานและประสบการณ์ในการเรียนรู้ 6) การแชร์ประสบการณ์ การแบ่งปันประสบการณ์จากนักกีฬาหรือผู้เชี่ยวชาญในวงการกีฬา เช่น การฝึกซ้อม การแข่งขันหรือวิธีการเตรียมตัว 7) การสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจ การสร้างเนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจและความสนใจให้กับผู้ติดตาม เช่น เรื่องราวของความตั้งใจและความพยายามของนักกีฬา ฉะนั้น การผลิตเนื้อหาด้านกีฬานิวโซเซียลมีเป้าหมายที่จะสร้างความสนใจและสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับผู้ติดตาม โดยการใช้รูปแบบและเนื้อหาที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์มนั้น ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

Kotler and Keller (2012) กล่าวว่า กระบวนการในการตัดสินใจซื้อสามารถแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ความต้องการได้รับการกระตุ้นหรือการรับรู้ถึงความต้องการ (Need Arousal or Problem Recognition) การแสวงหาข้อมูล (Information Search) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) และพฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ความต้องการได้รับการกระตุ้นหรือการรับรู้ถึงความต้องการ (Need Arousal Or Problem Recognition) โดยจุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อคือ การที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาหรือถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคอาจเป็นสิ่งกระตุ้นภายในร่างกายหรือนักการตลาดอาจสร้างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการขึ้นได้

ขั้นตอนที่ 2 การแสวงหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้วจะมีการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่



สำคัญเกี่ยวกับประเภทสินค้า ราคาสินค้า สถานที่จำหน่าย และข้อเสนอพิเศษต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการหลาย ๆ รายการ

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก (Evaluation Of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารก็จะนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการเลือก โดยจะมีการกำหนดความต้องการของตนเองขึ้นพิจารณาลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ตราสินค้าต่าง ๆ ที่ได้รับข้อมูลมาทำการเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสียของแต่ละตราสินค้าและเปรียบเทียบกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตนตั้งไว้

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เมื่อผ่านขั้นตอนการประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด นั่นคือผู้บริโภคจะเกิดความตั้งใจที่จะซื้อ (Purchase Intention) ขึ้น

ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ในปัจจุบันนี้การตลาดไม่ได้สนใจเพียงแค่การซื้อของผู้บริโภคยังสนใจต่อไปถึงพฤติกรรมและความรู้สึกหลังการซื้อของผู้บริโภคอีกด้วย เนื่องจากหากผู้บริโภคซื้อสินค้าไปใช้แล้วเกิดความพึงพอใจในตัวสินค้าก็จะมีการซื้อซ้ำอีก ในคราวต่อไป

การประยุกต์ใช้แนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกับการสื่อสารโน้มน้าวเยาวชนให้หันมาสนใจการเล่นกีฬา

กลุ่มเยาวชนเป็นตัวกลางในการขับเคลื่อนสังคมทางกีฬาที่มีความสำคัญมาก โดยเหตุผลสำคัญที่กีฬาเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เยาวชนขับเคลื่อนสังคมในปัจจุบันและอนาคต คือ เป็นการสร้างความร่วมมือในทีม เพราะกีฬาส่งเสริมการทำงานร่วมกันในทีมและการเรียนรู้ทักษะการทำงานร่วมกันที่สำคัญในชีวิตประจำวันและการทำงานในอนาคตและเป็นการสร้างมูลค่า



ทางสังคม โดยกีฬาช่วยสร้างความเข้าใจในการยอมรับความแตกต่างและเสริมคุณค่าทางสังคม เช่น ความเป็นธรรมและความเท่าเทียมและการส่งเสริมสุขภาพและการเป็นมืออาชีพทั้งในด้านความตรงต่อเวลา ระเบียบวินัยในการฝึกซ้อม ความมีน้ำใจเป็นนักกีฬา รวมถึงการบรรลุเป้าหมายด้วยความมุ่งมั่นและอดทน ซึ่งการเล่นกีฬานั้นจะช่วยส่งเสริมสุขภาพที่ดีและเสริมพัฒนาทักษะอย่างเชี่ยวชาญในกีฬาต่าง ๆ อีกทั้งเป็นการสร้างความสนใจและความบรรลุเป้าหมาย เพราะกีฬาส่งเสริมพัฒนาการแข่งขันและการตั้งเป้าหมายที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองในอนาคตและสื่อที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมกิจกรรมกีฬาและเชื่อมโยงกับกลุ่มเยาวชน ได้แก่ 1) สื่อสังคมเป็นช่องทางที่มีอิทธิพลสำหรับเยาวชนในการติดตามกิจกรรมกีฬา และสื่อสารเกี่ยวกับกีฬาระหว่างกัน 2) สื่อออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์และแพลตฟอร์มการสื่อสารออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ข่าวกีฬาและแอปพลิเคชันสำหรับการเรียนรู้และการฝึกซ้อม และ 3) การเสวนาและกิจกรรมในชุมชน เป็นการจัดกิจกรรมกีฬาในชุมชนและการเสวนาเกี่ยวกับกีฬาที่มีเป้าหมายในการส่งเสริมการเล่นกีฬาและการสนับสนุนให้เยาวชนมีส่วนร่วม

กระบวนการตัดสินใจซื้อของ Kotler and Keller (2012) ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้เกี่ยวกับการเผยแพร่กีฬาสู่กลุ่มเยาวชน เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและสามารถโน้มน้าวให้เห็นถึงความสำคัญของการเล่นกีฬาสามารถแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 การประยุกต์กระบวนการตัดสินใจซื้อเพื่อเผยแพร่กีฬาสู่กลุ่มเยาวชน

ขั้นตอน	ชื่อขั้น	บทบาทของสื่อ
1 การรับรู้ถึง ความ ต้องการ	การรับรู้ถึงความ ต้องการในการเล่น กีฬา	การสร้างความตระหนักและ สนับสนุนเยาวชนในการ เลือกและเข้าร่วมกิจกรรม การออกกำลังกายหรือกีฬา ที่เหมาะสมสำหรับการ พัฒนาทั้งทางร่างกายและ จิตใจ
2 การ แสวงหา ข้อมูล	การค้นหาข้อมูล เกี่ยวกับกีฬาและ กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง	การให้ข้อมูลเกี่ยวกับ ประเภทของกีฬาที่ เหมาะสมกับความสนใจ และระดับความสามารถของ เยาวชน
3 การ ประเมิน ทางเลือก	การพิจารณากีฬา หรือกิจกรรมทางกาย ที่เหมาะสมกับ ความสามารถและ ขีดจำกัดทางร่างกาย ของเยาวชน	การเปรียบเทียบระหว่าง กีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่ เสนอเพื่อช่วยผู้บริโภค ตัดสินใจเลือกกีฬาหรือ กิจกรรมที่เหมาะสมที่สุด

ขั้นตอน	ชื่อชั้น	บทบาทของสื่อ
4 การ ตัดสินใจ ซื้อ	การตัดสินใจเลือกเข้า ร่วมกีฬาหรือกิจกรรม ทางกาย	การสนับสนุนในการ ตัดสินใจในการเลือกกีฬา หรือกิจกรรมที่เหมาะสม และการสร้างความ ประทับใจให้กับเยาวชนที่ เล่นกีฬาหรือกิจกรรม สันทนาการที่อื่น ๆ เลือก
5 พฤติกรรม หลังการ ซื้อ	การรับรู้ผลที่มีจาก การเล่นกีฬาหรือ กิจกรรมทางกาย	การสนับสนุนเพื่อคงไว้ ซึ่งความสนใจและการให้ คำแนะนำเพื่อให้ผู้บริโภคมี ประสบการณ์ที่ดีจากกีฬา หรือกิจกรรมทางกายที่เลือก

จากตารางที่ 1 อธิบายได้ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ถึงความต้องการในการเล่นกีฬา

สื่อมีบทบาทในการช่วยให้เกิดความตระหนักให้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับ
ความสำคัญของการออกกำลังกายหรือการเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพและความ
เพลิดเพลิน ดังนี้

1. การให้ข้อมูลเชิงวิชาการ สื่อมีบทบาทในการส่งเสริมความเข้าใจ
เกี่ยวกับผลประโยชน์ของการออกกำลังกายหรือการเล่นกีฬาต่อสุขภาพทั้งกาย
และจิตใจ โดยให้ข้อมูลเชิงวิชาการเกี่ยวกับการลดความเสี่ยงต่อโรคร้ายแรง
เพิ่มพลังงานและรู้สึกดีต่อสุขภาพจิต ตัวอย่างเช่น ผลกระทบของการออกกำลังกาย



กายต่อระบบหัวใจและหลอดเลือด หรือผลกระทบต่อความเป็นเจ็บป่วยและสมรรถภาพทางกายที่ดีขึ้น

2. การสร้างความสนใจ สื่อช่วยในการสร้างความสนใจให้กับกีฬาหรือการออกกำลังกายที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยการเน้นข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาที่เพลิดเพลิน สนุกสนาน หรือเหมาะสำหรับการบริโภคตามความชอบของแต่ละบุคคล เช่น การเสนอกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมการออกกำลังกายหรือการเข้าร่วมการเล่นกีฬาแบบกลุ่มที่เสริมสร้างความสนุกสนานและความผูกพัน

3. การสร้างการรับรู้และการตอบสนอง สื่อช่วยในการสร้างการรับรู้และการตอบสนองจากเยาวชนต่อความสำคัญของการออกกำลังกาย โดยการนำเสนอสถิติหรือการวิจัยที่เป็นหลักฐานว่าการออกกำลังกายส่งเสริมสุขภาพและความพึงพอใจในชีวิต เช่น การนำเสนอเรื่องราวของผู้ที่มีการเปลี่ยนแปลงชีวิตด้วยการออกกำลังกายหรือกีฬาอย่างสม่ำเสมอ

4. การสร้างสัมพันธ์และชุมชน สื่อช่วยในการสร้างชุมชนหรือสังคมที่สนับสนุนกิจกรรมการออกกำลังกายหรือกีฬา โดยการเชื่อมโยงผู้ที่มีความสนใจในกิจกรรมเดียวกัน เพื่อส่งเสริมการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและการสนับสนุนต่อการออกกำลังกาย

ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง
สื่อมีบทบาทในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของกีฬาที่เหมาะสมกับความสนใจและระดับความสามารถของเยาวชน มีดังนี้

1. การแนะนำกีฬาที่เหมาะสม สื่อช่วยในการแนะนำประเภทของกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่เหมาะสมกับความสนใจของเยาวชน เช่น การเสนอ

กิจกรรมแบบออกกำลังกายที่เน้นการเพิ่มกำลังกาย การแข่งขันกีฬาประเภททีม หรือกิจกรรมออกกำลังกายที่เน้นความสนุกสนาน

2. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความยากง่าย สื่อช่วยในการอธิบาย ระดับความยากง่ายของกีฬาหรือกิจกรรมทางกาย เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักสามารถเลือก กีฬาหรือกิจกรรมที่ตรงกับระดับความสามารถและพร้อมที่จะทำได้ ยกตัวอย่าง เช่น การเลือกกีฬาที่มีระดับความยากน้อย เช่น การวิ่งจ็อกกิ้งหรือการเดินออก กำลังกายแบบง่าย ๆ

3. การเน้นประสบการณ์ สื่อช่วยในการเน้นประสบการณ์ที่ผู้บริโภค อาจได้รับจากกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่เลือก เช่น การเสนอประสบการณ์ที่น่า สนุกและน่าท้าทาย เพื่อสร้างความกระตือรือร้นและการสนับสนุนในการเลือก กีฬาหรือกิจกรรม

4. การให้คำแนะนำเพิ่มเติม สื่อช่วยในการให้คำแนะนำเพิ่มเติม เกี่ยวกับการเริ่มต้นเล่นกีฬาหรือกิจกรรมทางกาย เช่น วิธีการเริ่มต้นเล่นกีฬา ประเภทใหม่ ๆ หรือคำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกอุปกรณ์ที่เหมาะสม

5. การแสดงผลประโยชน์ สื่อช่วยในการแสดงผลประโยชน์ของการ ออกกำลังกายหรือการเล่นกีฬาต่อสุขภาพและความพึงพอใจทั้งกายและจิตใจ เช่น การส่งเสริมความเพลิดเพลินจากการเล่นกีฬา การเสริมสร้างร่างกาย แข็งแรงหรือการลดความเครียด

ขั้นตอนที่ 3 การพิจารณากีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่เหมาะสม

สื่อมีบทบาทในการเปรียบเทียบระหว่างกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่ เสนอเพื่อช่วยผู้บริโภคตัดสินใจเลือกกีฬาหรือกิจกรรมที่เหมาะสมที่สุด มีดังนี้

1. การเสนอข้อมูลเปรียบเทียบ สื่อช่วยในการเสนอข้อมูล เปรียบเทียบระหว่างกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่เสนอให้เห็นความแตกต่าง



ระหว่างแต่ละตัวเลือก เช่น การเปรียบเทียบการออกกำลังกายเชิงกีฬาที่ต้องใช้เวลาอย่างน้อยมีประสิทธิภาพสูงกับการเล่นกีฬาที่ต้องใช้เวลานานแต่เพลิดเพลินกับกิจกรรม

2. การเน้นคุณสมบัติและข้อดี สื่อช่วยในการเน้นคุณสมบัติและข้อดีของแต่ละประเภทกีฬาหรือกิจกรรมทางกาย เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจและตัดสินใจเลือกตามความสนใจและความเหมาะสมของตน เช่น การเน้นความสนุกสนานและการพัฒนาทักษะในกีฬาที่เลือก

3. การเสนอข้อมูลวิจัยหรือผลการทดลอง สื่อช่วยในการเสนอข้อมูลวิจัยหรือผลการทดลองที่เป็นหลักฐานว่ากีฬาหรือกิจกรรมทางกายใดมีประสิทธิภาพต่อสุขภาพและความพึงพอใจ เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกตามข้อมูลที่มี

4. การให้ข้อมูลเชิงกลยุทธ์ สื่อช่วยในการให้ข้อมูลเชิงกลยุทธ์เกี่ยวกับวิธีการเลือกกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่เหมาะสม เช่น การเน้นวิธีการออกกำลังกายที่เสริมสร้างร่างกาย การลดน้ำหนัก หรือการเพิ่มความแข็งแรง

5. การสนับสนุนในการตัดสินใจ สื่อช่วยในการสนับสนุนในการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่เหมาะสม โดยการเน้นความพึงพอใจและผลประโยชน์ที่ได้รับจากการเลือกตัวเลือกนั้น ๆ

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจเลือกเข้าร่วมเล่นกีฬาหรือกิจกรรมทางกาย

สื่อมีบทบาทในการสนับสนุนการตัดสินใจในการเลือกกีฬาหรือกิจกรรมที่เหมาะสม และการสร้างความประทับใจให้กับเยาวชนผู้เล่นกีฬาหรือกิจกรรมที่ตนเลือก โดยมีรายละเอียดดังนี้



1. การสนับสนุนในการตัดสินใจ สื่อช่วยในการสนับสนุนในการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกกีฬาหรือกิจกรรมที่เหมาะสม โดยการเน้นข้อมูลเชิงประโยชน์ คุณสมบัติ เหตุผล หรือประสบการณ์ของผู้เล่นกีฬาคนอื่น ๆ อื่นที่เลือกกิจกรรมนั้น ๆ ซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการตัดสินใจ

2. การสร้างความประทับใจ สื่อช่วยในการสร้างความประทับใจต่อผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมที่เลือก โดยการเน้นด้านการออกแบบ คุณภาพ ประสิทธิภาพ หรือความน่าสนใจของกีฬาหรือกิจกรรม ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการเลือกนั้น ๆ

3. การเสนอประสบการณ์ สื่อช่วยในการเสนอประสบการณ์ที่เข้าถึงได้จริงของกีฬาหรือกิจกรรมที่เลือก เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถสัมผัสและเข้าใจดีขึ้นว่าการเลือกนั้นสนุกและเหมาะสมกับตนเอง

4. การสร้างความรู้สึกรัก สื่อช่วยในการสร้างความรู้สึกรักที่ต่อกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่เลือก โดยการเน้นด้านความสนุกสนาน ความสดใส หรือความประทับใจที่ดีต่อสุขภาพและความรู้สึกที่ดีต่อตัวผู้เล่นกีฬา

5. การเสนอข้อมูลเพิ่มเติม สื่อช่วยในการเสนอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับความน่าสนใจหรือข้อดีของกีฬาหรือกิจกรรมที่เลือก เช่น การเสนอคำแนะนำในการเตรียมตัวหรือเตรียมพร้อมก่อนทำกิจกรรมนั้น ๆ

ขั้นตอนที่ 5 การรับรู้ผลที่มีจากการเล่นกีฬาหรือกิจกรรมทางกาย

สื่อมีบทบาทในการสนับสนุนการบำรุงรักษาความสนใจและการให้คำแนะนำเพื่อให้ผู้บริโภคมีประสบการณ์ที่ดีจากกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่เลือก โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การคงไว้ซึ่งความสนใจ สื่อช่วยในการบำรุงรักษาความสนใจของผู้บริโภคต่อกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่เลือก โดยการเน้นเรื่องที่น่าสนใจ เป็น



ประโยชน์ หรือมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวัน เช่น การเน้นเรื่องการดูแลสุขภาพที่ดีอยู่เสมอ การพัฒนาทักษะ หรือการพักผ่อนและความรื่นเริงจากกีฬา

2. การให้คำแนะนำเพื่อประสบการณ์ที่ดี สื่อช่วยในการให้คำแนะนำเพื่อประสบการณ์ที่ดีของผู้บริโภคจากกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่เลือก เช่น การเสนอวิธีการเล่นที่เพิ่มความสนุกสนาน การแนะนำวิธีการฝึกซ้อม หรือการเสนอคำแนะนำเพื่อความปลอดภัยและประสิทธิภาพ

3. การสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า สื่อช่วยในการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าจากกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่เลือก เช่น การเน้นประสบการณ์ที่เป็นการท้าทายและเติมเต็มความสำเร็จ การนำเสนอด้วยเหตุผลที่แสดงถึงควมมีค่าหรือที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เล่นกีฬา เช่น เล่นกีฬาเป็นประจำจะช่วยให้ร่างกายแข็งแรงและสุขภาพจิตดี หรืออาจเป็นการชี้แจงถึงประสิทธิภาพและความสนุกสนานที่เกิดจากการเล่นกีฬา

4. การสร้างความรู้สึกบวก สื่อช่วยในการสร้างความรู้สึกบวกต่อกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่เลือก โดยการเน้นด้านความสนุกสนาน ความสดใส และความพึงพอใจ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกดีต่อการเล่นกีฬาและกิจกรรมทางกาย

5. การเสนอประสบการณ์ที่น่าจดจำ สื่อช่วยในการเสนอประสบการณ์ที่น่าจดจำจากกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่เลือก เช่น การเน้นประสบการณ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ การชี้แจงถึงประสิทธิภาพและผลประโยชน์ที่คาดหวัง



สรุป

การสื่อสารเผยแพร่กีฬาสู่กลุ่มเยาวชน ควรมีการพิจารณาถึงปัจจัยเกี่ยวกับ 1) การรับรู้ถึงความต้องการในการเล่นกีฬา เพราะสื่อเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความตระหนักและสนับสนุนเยาวชนในการเลือกและเข้าร่วมกิจกรรมการออกกำลังกายหรือกีฬาที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ รวมถึงการพัฒนาทางด้านความสัมพันธ์ทางสังคมด้วยเช่นกัน 2) การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เพราะสื่อมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารให้เยาวชนเข้าใจและรับรู้ถึงกีฬาในแต่ละประเภทและสามารถใช้เป็นข้อมูลสำคัญในการตัดสินใจเลือกเล่นกีฬาที่เหมาะสมกับตนเองได้ 3) การพิจารณากีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่เหมาะสม สื่อมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้เยาวชนทำการเปรียบเทียบระหว่างกีฬาหรือกิจกรรมทางกายเพื่อช่วยให้ตัดสินใจเลือกกีฬาหรือกิจกรรมที่เหมาะสมที่สุดตามความสนใจและความพร้อม 4) การตัดสินใจเลือกเข้าร่วมกีฬาหรือกิจกรรมทางกาย โดยสื่อนั้นมีหน้าที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาแต่ละประเภททั้งข้อดีและข้อด้อยเพื่อให้เยาวชนสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกเล่นกีฬาแต่ละประเภทได้อย่างเหมาะสมกับความสามารถของตน 5) การรับรู้ผลที่ได้จากการเล่นกีฬาหรือกิจกรรมทางกาย สื่อมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนและกระตุ้นความสนใจและการให้คำแนะนำ เพื่อให้เยาวชนมีประสบการณ์ที่ดีจากกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่เลือกโดยช่วยสร้างประสบการณ์ที่มีค่าและความสุขต่อกลุ่มเยาวชน ดังนั้น ในกระบวนการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับกีฬา สื่อมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการตัดสินใจในทุกขั้นตอนของกระบวนการ โดยการให้ข้อมูลและสนับสนุนทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดสำหรับกลุ่มเยาวชน



เอกสารอ้างอิง

- American Heart Association. (2021). *physical activity and cardiovascular health*. Retrieved from:
<https://www.heart.org/en/healthy-living/fitness/fitness-basics/physical-activity-and-your-heart>
- Anderson, L. (2020). *Coverage of political events in mainstream newspapers*. Newspaper Times, pp. B1-B3.
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469-480.
- Boonpakdee, N. (2024). *Thai Health Promotion Foundation reveals that Thai children have problems with "bullying, addiction, and mental health" causing intergenerational problems*. Retrieved from
<https://www.hfocus.org/content/2024/01/29620>
- Brenner, J., & Hodel, C. (2017). Communication and social media in sports: Overview and research opportunities. *Communication & Sport*, 5(6), 635-650.



- Britannica. (2015). *List of sports*. Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/list-of-sports-2038581>
- Brown, T. (2010). The decline of traditional newspapers. *Journal of Media History*, 12(1), 45-58.
- Davis, R. (2018). *Historical perspectives on television's influence*. Media Archives, pp. 101-115.
- Department of Children and Youth. (2022). *Five-year operational plan (2023-2027) of the Office of the basic education commission*. Bangkok: Strategy and Planning Division, Ministry of Social Development and Human Security.
- Department of Children and Youth. (2024). *Children and youth situation report for fiscal year 2023*. Bangkok: Strategy and Planning Division, Ministry of Social Development and Human Security.
- Dithsorn, P. (2023). *A study of successful sports management for local communities*. Doctor of Philosophy, Public Enterprise Management, Graduate School of Commerce, Burapha University.
- Eccles, J. S., Barber, B. L., Stone, M. R., & Hunt, J. (2003). The Influence of sports participation on adolescent alcohol

and illicit drug use. *Journal of Adolescent Health*, 32(4), 279-288.

Erikson, E. H. (1959). *Identity and the life cycle: Selected papers*. International Universities Press.

Golzarand, M., & Akbarzadeh, M. (2019). The role of media in sports. *Journal of Paramedical Sciences & Rehabilitation*, 8(3), 60-70.

Gonzalez, J. (2019). The impact of television on youth culture. *Journal of Media Studies*, 15(2), 45-56.

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

Harvard Health Publishing. (2022). *Exercise is an all-natural treatment to fight depression*.
<https://www.health.harvard.edu/mind-and-mood/exercise-is-an-all-natural-treatment-to-fight-depression>

Havighurst, R., J. (1972). *Developmental tasks and education*. New York: David McKay.



- Healthline. (2023). *the benefits of sports and exercise*. Retrieved from <https://www.healthline.com/nutrition/10-benefits-of-exercise>
- Heissel, A., Heinen, D., Brokmeier, L. L., Skarabis, N., Kangas, M., Vancampfort, D., Stubbs, B., Firth, J., Ward, P. B., Rosenbaum, S., Hallgren, M., & Schuch, F. (2023). Exercise as medicine for depressive symptoms? A systematic review and meta-analysis with meta regression. *Br J Sports Med*, 57(18), 1203-1209.
- Johnson, M. (2018). The impact of digital media on society. *Journal of New Media Studies*, 5(2), 45-58.
- Johnson, P. Q. (2017). *Media ownership and its impact on mainstream journalism*. Publisher.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). London: Pearson Education.
- Nelson, T. F., Stovitz, S. D., Thomas, M. M., & LaVoi, N. M. (2011). Sports participation and health-related behaviors among US youth. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 165(10), 898-906.
- Office of the National Economics and Social Development Council. (2023). *National economic and social development plan*



No. 13 (2023-2027). Retrieved from

https://www.nesdc.go.th/download/Plan13/Doc/Plan13_Final.pdf

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

Secondary Education Area Office District 36. (2019). *Student support system handbook*. Chiang rai: Secondary Education Area Office District 36.

Smith, A. B. (2008). *Mass communication and society*. Publisher.

Smith, A. B. (2019). Emerging trends in online journalism. *Digital News Quarterly*, 15(3), 112-125.

Smith, J. (2015). The influence of mainstream media on public opinion. *Journal of Communication Studies*, 25(3), 112-125.

SportsRec. (2011). *Different kinds of sports*. Retrieved from <https://www.sportsrec.com/different-kinds-sports-8468079.html>

Steinberg, L. (2008). *Adolescence*. Boston: McGraw-Hill Education.

The Aspen Institute. (2015). *Sport for All, Play for Life: A playbook to get every kid in the game*. Retrieved from <https://www.aspeninstitute.org/wp->



content/uploads/2015/01/Aspen-Institute-Project-Play-Report.pdf

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

Trost, S., Khan, K. m., & Blair, S. N. (2014). Physical inactivity remains the greatest public health problem of the 21st century: Evidence, improved methods and solutions using the '7 investments that work' as a framework. *British Journal of Sports Medicine* 48(3), 169-70.

UNICEF Thailand. (2019). *Develop youth to be ready for the future with confidence*. Retrieved from <https://www.unicef.org/thailand/th/stories/พัฒนาเยาวชนให้พร้อมรับมือกับอนาคตได้อย่างมั่นใจ>

Veliz, P., McCabe, S. E., & Boyd, C. J. (2015). Sports participation and substance use among adolescents: The impact of level of involvement and sport type. *Journal of Adolescent Health*, 56(3), 276-282.

White, S. (2013). *Impact of radio broadcasting in the 20th century*. New York: Routledge.

Williams, C. (2020). *The future of digital media platforms*. Online Media Perspectives, pp. A1-A5.

