



พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่าง
กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

DIGITAL LEISURE BEHAVIOR OF WORKING PEOPLE TO USE THE LEISURE
SERVICE CENTERS, DEPARTMENT OF PHYSICAL EDUCATION,
MINISTRY OF TOURISM AND SPORTS

ศุภสุตา สุระเศรณีกุล

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2566

พฤติกรรมการใช้เวลารว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลารว่าง
กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการกีฬาและนันทนาการ
คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

DIGITAL LEISURE BEHAVIOR OF WORKING PEOPLE TO USE THE LEISURE
SERVICE CENTERS, DEPARTMENT OF PHYSICAL EDUCATION,
MINISTRY OF TOURISM AND SPORTS



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF ARTS
(Sport and Leisure Management)
Faculty of Physical Education, Srinakharinwirot University
2023

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

พฤติกรรมการใช้เวลารว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลารว่าง
กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ของ

ศุภสุดา สุระเศรณีกุล

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการกีฬาและนันทนาการ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิพงษ์ชัย รุ่งชันแก้ว) (ศาสตราจารย์ ดร.คณิต เขียววิชัย)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทรตรี นิมเนติพันธ์)

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
ผู้วิจัย	ศุภสุตา สุระเศรษฐีกุล
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2566
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิพงษ์ชัย ร้องขันแก้ว

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ค่าร้อยละ และค่าสถิติไคส์แควร์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ด้านเทคโนโลยีที่ใช้เพื่อการเข้าถึงมากที่สุดคือ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ด้านสถานที่ในการเข้าถึงมากที่สุดคือ ที่บ้านที่พัก รองลงมาคือ ที่ทำงาน ด้านระยะเวลาต่อวันมากที่สุดคือ ใช้เวลา 3-4 ชั่วโมงต่อวัน รองลงมาคือ ใช้เวลา 1-2 ชั่วโมงต่อวัน ด้านช่วงเวลาในการใช้มากที่สุดคือ ช่วงเวลาพักผ่อน รองลงมาคือ ช่วงเวลาทำงาน และช่วงเวลาก่อนนอน ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้มากที่สุดคือ การติดต่อสื่อสาร รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสาร ด้านกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ ฟังเพลงผ่านแอปพลิเคชัน รองลงมาคือ ชมคลิปวิดีโอผ่านแอปพลิเคชัน และสืบค้นข้อมูล เรียนรู้สิ่งใหม่ และกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์มากที่สุดคือ เกมต่อสู้ รองลงมาคือ เกมปริศนา และความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล พบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ อาชีพที่แตกต่างกันโดยรวม ไม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล และพบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

คำสำคัญ : เวลาว่าง, เวลาว่างทางดิจิทัล, ศูนย์บริการการใช้เวลาว่าง, คนวัยทำงาน

Title	DIGITAL LEISURE BEHAVIOR OF WORKING PEOPLE TO USE THE LEISURE SERVICE CENTERS, DEPARTMENT OF PHYSICAL EDUCATION, MINISTRY OF TOURISM AND SPORTS
Author	SUPASUTA SURASERANEEKUL
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2023
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Wipongchai Rongkhankaew

This research aims to study the digital leisure behavior of working people to use the services of a leisure center, under the authority of the Department of Physical Education and the Ministry of Tourism and Sports. The sample group consisted of 400 people. The research instrument used was a questionnaire. The statistical analyses used in data analysis included frequency, percentage, and chi-square statistics. The research findings revealed that the majority of respondents to the questionnaire were male, aged between 21-30 years, had a Bachelor's degree level of education, were private sector employees, and with an average monthly income of 15,001-20,000 Baht. The digital technology most commonly used for access were mobile phones and smartphones, followed by desktop computers. The most common locations for access were home/residence, followed by the workplace. The most common daily time spent on digital leisure activities was 3-4 hours per day, followed by 1-2 hours per day. The most common time periods for usage were during breaks, followed by work hours and before bedtime. The most common purpose of usage was communication, followed by receiving news. Regarding digital leisure activities through online social media, the most common activity was listening to music through applications, followed by watching video clips through applications and searching for information, and learning new things. The most common digital leisure activity through computer games were action games, followed by puzzle games. The relationship between personal factors and digital leisure behavior was found that factors such as gender, age, and occupation, which generally differ, do not affect digital leisure behavior. However, it was found that factors such as education level and average monthly income significantly affect digital leisure behavior at a statistical significance level of 0.5.

Keyword : Leisure, Digital Leisure, the leisure services Center, working people

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความกรุณาช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิพงษ์ชัย ร้องขันแก้ว ประธานควบคุมปริญญาานิพนธ์ ซึ่งท่านได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำ ในการจัดทำปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้ทุกขั้นตอน ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนาตถวิมลพิชา อาจารย์ ดร.การะเกด หัตถกิจวิไล อาจารย์ ดร.พรจันทร์โลจนะศุภฤกษ์ ดร.รัชราวไลสว่างอรุณ และว่าที่ร้อยตรีปราโมทย์ เลิศจิตกรการุณ ที่ได้ให้คำแนะนำ ปรับปรุง แก้ไขเครื่องมือในการเก็บแบบสอบถามให้ถูกต้องและสมบูรณ์ที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอธิบดีกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมไปถึงผู้ประสานงานทุกท่าน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลืออำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

กราบขอบพระคุณ คุณแม่เตือนใจ สุทธิชล คุณพ่อนิยม สุระเศรณีกุล สมาชิกในครอบครัวทุกคน รวมไปถึงเพื่อน ๆ รุ่นพี่ รุ่นน้องทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ เป็นแรงผลักดัน เป็นกำลังใจที่ดีเยี่ยมตลอดระยะเวลาที่ศึกษาและจัดทำปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้

ความสำเร็จ ประโยชน์และคุณค่าอันพึงเกิดจากปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการวางรากฐานทางการศึกษาแก่ผู้วิจัย ให้ประสบความสำเร็จในการศึกษาด้วยดี

ศุภสุตา สุระเศรณีกุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
ตัวแปรที่ศึกษา.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
คำถามการวิจัย.....	7
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
1. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้เวลาว่าง	9
2. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล	21
3. แนวคิดเกี่ยวกับคนวัยทำงาน	50
4. แนวคิดเกี่ยวกับศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา	54
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	59
บทที่ 3 วิธีการดำเนินวิจัย.....	69

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	69
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	70
การเก็บรวบรวมข้อมูล	72
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	73
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	74
สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	74
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	74
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	117
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	117
ความสำคัญของการวิจัย.....	117
คำถามการวิจัย.....	117
การเก็บรวบรวมข้อมูล	118
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	119
สรุปผลการวิจัย.....	119
อภิปรายผล	123
ข้อเสนอแนะในการวิจัย	130
ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป.....	130
บรรณานุกรม	131
ภาคผนวก.....	140
ภาคผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญ.....	141
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	146
ภาคผนวก ค หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูล	150

ภาคผนวก ง ใบรับรองจริยธรรมงานวิจัยในมนุษย์ 152

ประวัติผู้เขียน..... 155



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทางประชากรศาสตร์ (ปัจจัยส่วนบุคคล) ของผู้ให้บริการ ศูนย์บริการการใช้เวลาว่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	75
ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัย ทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)	78
ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของสถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงาน ที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)	78
ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงาน ที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)	79
ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้ บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)	80
ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้ บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)	80
ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของคน วัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)	81
ตาราง 8 กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์ของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการ ศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)	82
ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับพฤติกรรมการใช้เวลา ว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่าง กรมพลศึกษา กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)	84

ตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับพฤติกรรมการใช้ เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400).....	88
ตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษากับ พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรม พลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400).....	95
ตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับพฤติกรรมการใช้ เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400).....	102
ตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับ พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรม พลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400).....	109

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) เริ่มต้นขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 และสืบเนื่องยาวมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงเป็นวงกว้างทั่วโลก มีผู้คนเจ็บป่วยและล้มตายเป็นจำนวนมาก จนกลายเป็นความสูญเสียอย่างใหญ่หลวงครั้งหนึ่งของโลก ซึ่งองค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ นั้นรวมไปถึงประเทศไทยด้วย เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) นั้น กินระยะเวลายาวนานกว่าเกือบ 3 ปี ซึ่งในช่วงระยะแรกผู้คนและสังคมทั่วโลกไม่อาจปรับตัวได้ ยังคงตกใจกับการสูญเสียบุคคลอันเป็นที่รักและผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างรุนแรง เนื่องจากโรคดังกล่าวได้เกิดอย่างกะทันหัน จนไม่อาจทำให้สังคมตั้งตัวได้อย่างทันท่วงที แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อระยะเวลาผ่านมาระยะหนึ่ง ผู้คนในสังคมเกิดการเรียนรู้และยอมรับได้ว่า โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ไม่อาจหายไปได้อย่างถาวร แม้ในปัจจุบันจำนวนผู้ติดเชื้อในประเทศไทยได้ลดน้อยลงมาก แต่ภาพรวมทางเศรษฐกิจนั้นยังไม่กลับมาเป็นปกติ ในทางกลับกัน เราในฐานะมนุษย์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโลกและประเทศชาติ จึงจำเป็นต้องหาวิธีการป้องกันตัวเองเพื่อให้มีชีวิตรอด ด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และการปฏิบัติตัวในชีวิตประจำวันที่เปลี่ยนไปจากวิถีเดิม หรือที่เรียกกันว่า ชีวิตวิถีใหม่ (NEW NORMAL) (กรมสุขภาพจิต, 2563)

ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต อันเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบ จนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไมคุ้นเคย ซึ่งเป็นแนวทางที่หลายคนต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ซึ่งการปรับเปลี่ยนรูปแบบชีวิตไปพร้อมกันทั่วโลกนั้น เห็นได้จากการที่เราเคยออกจากบ้านเพื่อไปโรงเรียน ไปทำงาน ไปทำกิจกรรมนันทนาการไปออกกำลังกาย หรือการออกไปใช้เวลาว่างในแต่ละวัน แต่ชีวิตวิถีใหม่นั้นเราต้องหันมาทำทุกอย่างภายในบ้าน เพื่อลดความเสี่ยงของการติดโรคหรือแพร่กระจายโรค โดยหากมีความจำเป็นต้องออกจากบ้านไปตลาด ไปห้างสรรพสินค้า เพื่อซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค หรือแม้กระทั่งไปพบแพทย์นั้น เราทุกคนต้องใส่หน้ากากอนามัยเพื่อป้องกันโรค ต้องเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล และล้างมือบ่อย ๆ รวมถึงการ

ปรับเปลี่ยนทางด้านธุรกิจและบริการต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์ และสถานการณ์ปัจจุบัน ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ทุกอย่างถูกปรับเปลี่ยนไปสู่ระบบออนไลน์หรือระบบดิจิทัล สิ่งนี้จึงเกิดเป็นวิถีใหม่ในการดำรงชีวิต ซึ่งเมื่อเราจำเป็นต้องปฏิบัติกันเป็นปกติต่อเนื่องอย่างยาวนาน ในที่สุดก็กลายเป็นชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ในสังคมปัจจุบัน (ทงศ์ศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะ, 2563)

ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) กลายเป็นเรื่องปกติของมนุษย์โดยเฉพาะหนุ่มสาววัยทำงาน ที่เห็นได้ชัดเจน ปฏิเสธไม่ได้ว่าเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานของเรามาโดยตลอด เริ่มต้นจากการทำงานในปัจจุบัน อาจมีเพียงแค่อุปกรณ์สื่อสาร เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และอินเทอร์เน็ต ก็สามารถทำงานได้จากทุก ๆ ทั่วทั้งโลก จนกระทั่งปี 2563 การเข้ามาอย่างฉับพลัน ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) กลายเป็นตัวเร่งสำคัญที่ทำให้มีการใช้เทคโนโลยีควบคู่กับการทำงานมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด ทั้งการทำงานระยะไกล และการใช้ระบบอัตโนมัติ ซึ่งหลายบริษัทสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน โดยให้พนักงานสามารถทำงานจากที่บ้านหรือที่ใดก็ได้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือดิจิทัล ณิชกุล เสนาวงษ์ (2564) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซดในยุค New Normal ในกรุงเทพฯ พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ 10 ครั้งขึ้นไปต่อวัน โดยใช้ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันในแต่ละครั้ง 7 ชั่วโมงขึ้นไป ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ที่เข้าใช้ สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ เพื่อความบันเทิง ติดตามข่าวสารศิลปิน/ดารา/บุคคลมีชื่อเสียง และเล่นเกม กล่าวได้ว่าทุกวันนี้เป็นยุคที่ดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของเรา ไม่ว่าจะเป็นการหาข้อมูล ติดตามข่าวสาร พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งสามารถทำได้ง่ายผ่านทางดิจิทัล รวมถึงการทำงานของคนวัยทำงานด้วยเช่นกัน คนวัยทำงาน เป็นกลุ่มประชากรที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ เป็นกำลังสำคัญในการหารายได้ เพื่อเลี้ยงตนเองและครอบครัว และเป็นคนสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร ทำให้เกิดการพัฒนาประเทศ การมีสุขภาพกาย สุขภาพใจที่ดีในวัยทำงานจึงถือเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ เราสามารถมองเห็นได้ชัดเจนผ่านการกระทำ เนื่องจากเป็นกิจวัตรที่มนุษย์ทุกคนต้องทำเป็นประจำอยู่แล้ว แต่ด้านหนึ่งที่เราอาจมองข้ามไป คือ การใช้เวลาว่าง

การใช้เวลาว่าง เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตและสังคมของคน ที่เปิดโอกาสให้ตัวเองได้เลือกทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างตามความต้องการ ไม่ว่าจะกิจกรรมนั้นจะเป็นประโยชน์หรือไม่ก็ตาม ซึ่งแน่นอนว่า เวลาว่างจะต้องมีความเกี่ยวข้องกับสังคมหรือวัฒนธรรมรอบตัวของบุคคลนั้น ๆ อยู่บ้างไม่มากก็น้อย กล่าวคือ หากบุคคลที่เลือกใช้เวลาว่างอยู่ท่ามกลางสังคมที่แวดล้อมด้วยประชากร บุคคลนั้นย่อมต้องมีปฏิสัมพันธ์ต่อประชากรในสังคมนั้น เช่น

การเลือกกิจกรรมพูดคุย ออกกำลังกายกับบุคคลอื่น แต่อย่างไรก็ดี สังคมมุ่งหน้าเข้าสู่ยุคดิจิทัล และโลกเปลี่ยนเข้าสู่ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) มนุษย์จึงหันมาใช้เวลาว่างทางดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลจาก We are social ซึ่งเป็นเอเจนซีด้านโซเซียลมีเดีย (Simon Kemp, 2022) ได้สรุปการใช้เทคโนโลยีทั่วโลก พบว่า ประเทศไทยมีอัตราการใช้เวลาผ่านทางระบบดิจิทัลผ่านทุกอุปกรณ์สูงถึง 9 ชั่วโมง ต่อวัน สูงกว่าอัตราเฉลี่ยทั่วโลกที่ 6 ชั่วโมง และเป็นการใช้สมาร์ตโฟน (SMART PHONE) ของไทย ต่อการเล่นสื่อสังคมออนไลน์กว่า 4 ชั่วโมง 56 นาที ซึ่งถือว่าเป็นเวลาที่หากคำนวณจากเวลาทำงานของคนวัยทำงานแล้ว อาจถือว่าเป็นการใช้เวลาว่างที่สูงมาก

Chinh-Hua Ho และ Yi-Hsuen Cho (2021) กล่าวว่า การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริง ไม่ได้อยู่ในโลกเสมือนจริงอีกต่อไป การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) สามารถทำได้จากทั่วโลก ช่วยให้เกิดความสัมพันธ์ใหม่ๆ ที่ใกล้ชิดกัน เป็นเครื่องมือที่ช่วยบรรเทาความรู้สึกเหงาและโดดเดี่ยว นอกจากนี้ประโยชน์ของการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล พบว่า การใช้เวลาว่างแบบดิจิทัลของมารดาเมื่อใหม่ในปัจจุบัน ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคุณแม่เมื่อใหม่ ช่วยให้คุณแม่เมื่อใหม่ได้สร้างเครือข่ายชุมชนออนไลน์กับคุณแม่เมื่อใหม่ด้วยกัน เป็นสื่อกลางการสื่อสาร ช่วยบรรเทาความเครียดจากการพูดคุยระหว่างคุณแม่เมื่อใหม่ด้วยกัน อีกทั้งยังใช้เพื่อแสวงหาผลกำไรจากการใช้เวลาว่างอีกด้วย สอดคล้องกับ Camicelli และ Boluk (2017) กล่าวว่า การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลได้เปิดโอกาสใหม่มากมายให้ได้เรียนรู้ โดยไม่มีการผูกมัดทางสถานที่ แต่ถูกล้อมรอบด้วยเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้ผู้คนสามารถแบ่งปัน เพลง วิดีโอ รูปภาพ และความคิดเห็นกันได้ เพียงแค่มีอุปกรณ์พกพาเท่านั้น

กรมพลศึกษา เป็นส่วนราชการระดับกรม สังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีพันธกิจในการขับเคลื่อนนโยบายด้านการออกกำลังกาย กีฬา และนันทนาการ สร้างเครือข่ายและบูรณาการการออกกำลังกาย กีฬา และนันทนาการกับทุกภาคส่วน ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรการออกกำลังกาย กีฬา และนันทนาการให้มีมาตรฐาน ส่งเสริมและพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ นวัตกรรมด้านการออกกำลังกาย กีฬา นันทนาการ และวิทยาศาสตร์การกีฬา มีหน้าที่พัฒนาคุณภาพชีวิตเยาวชนและประชาชนด้วยการส่งเสริมและพัฒนากีฬานันทนาการ การออกกำลังกาย เล่นกีฬา สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ส่งเสริมให้นักเรียน นักศึกษา เยาวชนและประชาชนมีคุณภาพ คุณธรรมห่างไกลอบายมุขและสิ่งเสพติดให้โทษ โดยใช้การกีฬา นันทนาการ และวิทยาศาสตร์การกีฬา เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคน สังคม และประเทศชาติ โดยมีวิสัยทัศน์ คือ คนไทยออกกำลังกาย เล่นกีฬา และนันทนาการเป็นวิถีชีวิตเพื่อสุขภาพที่ยั่งยืน ปัจจุบันกรม

พลศึกษาเปิดให้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างแก่นักเรียน นักศึกษา เยาวชน และประชาชน ทุกกลุ่มอาชีพ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และเสียค่าใช้จ่ายแต่ไม่มุ่งแสวงหาผลกำไร โดยมี จุดมุ่งหมายเพื่อให้นักเรียน นักศึกษา เยาวชน และประชาชน เป็นผู้มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง มี สุขภาพจิตที่ดี มีอารมณ์มั่นคง สามารถปรับตัวกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเหมาะสม ปฏิบัติและสร้างเสริมคุณธรรมจริยธรรม การมีน้ำใจในนักกีฬา รวมถึงสร้างสรรค์สังคมไทยให้ เข้มแข็งซึ่งการให้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างนี้ เป็นการให้บริการเพื่อให้ทุกคนมีโอกาสได้เข้า ร่วมกิจกรรมการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ อีกทั้งส่งเสริมให้มีความรู้ความเข้าใจ ให้ตระหนักถึง คุณค่าของการใช้เวลาว่างอีกด้วย (กรมพลศึกษา, 2566) แต่เนื่องจากพฤติกรรมการใช้เวลาว่าง ทางดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) โดยมีการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลเกิดขึ้น จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ที่เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมเพื่อส่งเสริมการใช้เวลาว่างอย่างรู้คุณค่าของศูนย์บริการ การใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่า การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงาน เป็นเรื่องที่เพิ่งเกิดขึ้นมาภายในไม่กี่ปีนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่า พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทาง ดิจิทัลของคนวัยทำงาน เพื่อเข้าใจพฤติกรรมดังกล่าว และนำข้อมูลที่ได้ศึกษาไปใช้เป็นแนวทางให้ บุคลากร เจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องได้ศึกษาและเรียนรู้ถึงการใช้เวลาว่างที่เปลี่ยนไป และแนวทางใน การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการใช้เวลาว่างอย่างรู้คุณค่า และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนวัยทำงาน เพื่อสร้างความสมดุลให้ตนเองหลังจากการทำงาน และเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยให้ทำงานดีขึ้น สร้างสรรผลงานที่ดีให้กับตนเอง อีกทั้งยังช่วยสร้างทัศนคติในแง่บวกให้กับทุกการทำงานด้วย ดังนั้นเราจึงไม่ควรมองข้ามความสำคัญของการใช้เวลาว่าง

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการ ศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทาง ดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการ ท่องเที่ยวและกีฬา

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัย ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงาน เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ใช้เป็นแนวทางให้บุคลากร เจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องได้ศึกษาและเรียนรู้ถึงการใช้เวลาว่างที่เปลี่ยนไป และแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการใช้เวลาว่างอย่างรู้คุณค่า และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยมีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนวัยทำงานที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการ การใช้เวลาว่างทั้งหมด ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทั้งชายและหญิง ที่มีอายุ 21 – 60 ปี โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนวัยทำงานที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างทั้งหมด ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทั้งชายและหญิง ที่มีอายุ 21 – 60 ปี ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนด ขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% จึงทำโดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร (Cochran, 1953)

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น (Independent Variable)

ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประกอบด้วย

1. เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึง
2. สถานที่ในการเข้าถึง
3. ระยะเวลา
4. ช่วงเวลา
5. วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล
6. กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **เพศ** หมายถึง เพศชาย เพศหญิง วิทยาลัยทำงานที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างทั้งหมด ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
2. **อายุ** หมายถึง อายุวิทยาลัยทำงานที่แบ่งเป็นอายุ 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี และ 51-60 ปี
3. **ระดับการศึกษา** หมายถึง การศึกษาของคนวิทยาลัยทำงานที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างทั้งหมด ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา แบ่งเป็นระดับ มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า, อนุปริญญาหรือเทียบเท่า, ปริญญาตรี, สูงกว่าปริญญาตรี
4. **อาชีพ** หมายถึง อาชีพของคนวิทยาลัยทำงานที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างทั้งหมด ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา แบ่งเป็น พนักงานเอกชน, ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ, อื่น ๆ
5. **รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** หมายถึง เงินรายได้หรือเงินที่ได้รับจากการทำงานโดยเฉลี่ยของคนวิทยาลัยทำงานที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างทั้งหมด ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา แบ่งเป็น ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท, 15,000 – 20,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท, 30,001 – 40,000 บาท, 40,001 – 50,000 บาท, 50,001 บาทขึ้นไป
6. **การใช้เวลาว่าง** หมายถึง เวลาว่างนอกรับงานหรือการปฏิบัติหน้าที่ประจำวัน เวลาที่ทุกคนมีอิสระทางความคิดและการกระทำ ทุกคนมีสิทธิ์เลือกทำสิ่งที่ต้องการทำ ไม่ว่าจะทำงานหรือไม่ทำงาน ไม่ว่าจะสนุกหรือเครียด ขึ้นอยู่กับความต้องการส่วนตัวหรือแม้แต่สิ่งที่เราไม่เลือกทำอะไรก็ตามแต่ยังมีเวลาว่าง

7. **พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล** หมายถึง พฤติกรรมการใช้เวลาว่างผ่านอุปกรณ์ดิจิทัล ได้จากที่ใดก็ได้ทุกที่ ทุกช่วงเวลา โดยพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลในงานวิจัยเล่มนี้ ประกอบด้วย 1) เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึง 2) สถานที่ในการเข้าถึง 3) ระยะเวลา 4) ช่วงเวลา 5) วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล 6) กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล

8. **ศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา** หมายถึง หน่วยบริการการใช้เวลาว่างของกรมพลศึกษา ด้านกีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬาและการพัฒนาบุคลากรทางกีฬาสำหรับบริการประชาชน ประกอบด้วย ศูนย์นันทนาการ สระว่ายน้ำวิสุทธารมณ และศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬาและการออกกำลังกาย ซึ่งมุ่งเน้นการให้บริการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์และส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของผู้ใช้บริการ

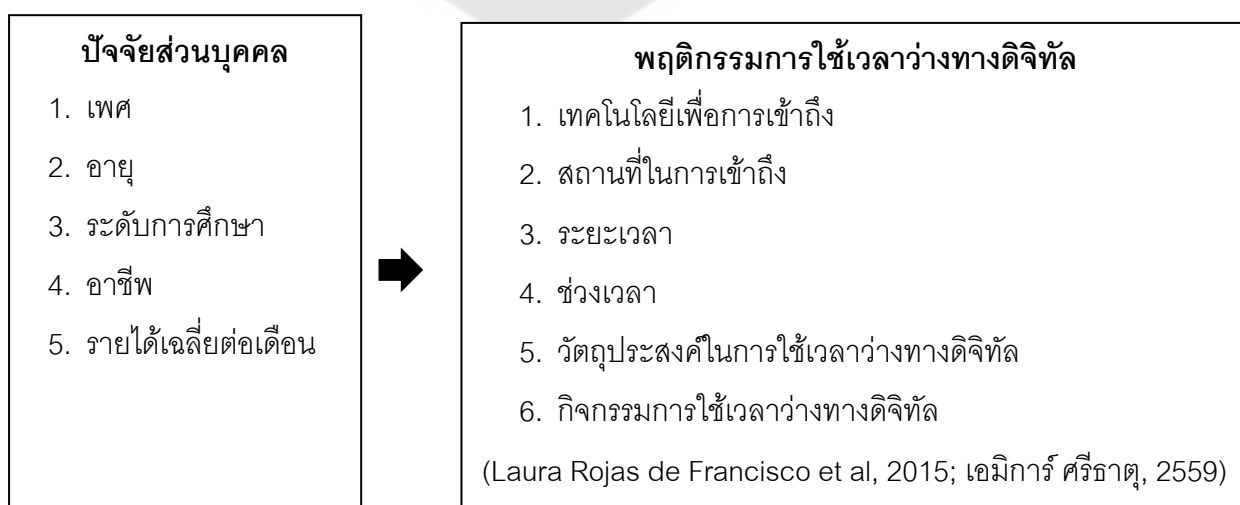
คำถามการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นอย่างไร

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นอย่างไร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า เอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ จึงได้สร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อมาเป็นแนวทางสนับสนุนในการศึกษาวิจัยซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้เวลาว่าง
 - 1.1 ความหมายของการใช้เวลาว่าง
 - 1.2 แนวคิดและทฤษฎีของการใช้เวลาว่าง
 - 1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมการใช้เวลาว่าง
 - 1.4 อุปสรรคที่มีต่อการเข้าร่วมการใช้เวลาว่าง
 - 1.5 ประโยชน์ของการใช้เวลาว่าง
 - 1.6 รูปแบบของการใช้เวลาว่าง
2. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล
 - 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล
 - 2.2 ประเภทของสื่อดิจิทัล
 - 2.3 ลักษณะของสื่อดิจิทัล
 - 2.4 ข้อดีและข้อเสียของสื่อดิจิทัล
 - 2.5 สังคมวิทยาดิจิทัล
 - 2.6 การใช้เวลาว่างทางดิจิทัล
3. แนวคิดเกี่ยวกับคนวัยทำงาน
 - 3.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับวัยทำงาน
 - 3.2 ลักษณะโครงสร้างของวัยทำงาน
 - 3.3 วัยทำงานงานกับการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล
4. แนวคิดเกี่ยวกับศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยต่างประเทศ
 - 5.2 งานวิจัยในประเทศ

1. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้เวลาว่าง

1.1 ความหมายของการใช้เวลาว่าง

แนวคิดการใช้เวลาว่าง (Leisure) เริ่มแรกมาจากชาวเอเธนส์โบราณ ที่ใช้คำว่า "schole" ซึ่งเป็นภาษากรีก หมายถึง สภาวะการเป็นอิสระจากการทำงาน ส่วนภาษาลาตินมาจากคำว่า "licere" หมายถึง อนุญาตให้ละเว้นจากงาน อาชีพ หรือการให้บริการ ภาษาฝรั่งเศสมาจากคำว่า "loisir" หมายถึง เวลาอิสระ ภาษาอังกฤษมาจากคำว่า "licence" หมายถึง การอนุญาต (กุลพฐ สุคนทรารชุน, 2556)

Godbey และ Parker (1976) กล่าวว่า “การใช้เวลาว่าง เป็นสิ่งสำคัญสำหรับบุคคลที่จะใช้เวลาว่างให้เต็มที่หลังจากการทำงานปกติและกิจกรรมอาสาสมัคร นอกจากนี้ เวลาว่างยังคงเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ และการมีส่วนร่วมของบุคคลในกิจกรรมทางกาย กีฬา ศิลปะ วิทยาศาสตร์ และกิจกรรมทางธรรมชาติที่หลากหลายนำมาซึ่งความสนุกสนาน การบรรเทาความเครียด โอกาส และอิสระในการแสดงความสามารถพิเศษ เหล่านี้เป็นความต้องการของมนุษย์ที่อาศัยอยู่ในสังคม การใช้เวลาว่างหมายถึงเวลาว่างของผู้คนหลังจากทำสิ่งที่จำเป็นและเสร็จสิ้นชั่วโมงการทำงานแล้ว” ดังนี้

1. เวลาว่างเป็นรูปแบบหนึ่งของพฤติกรรมเวลาว่างในกิจกรรมต่างๆ เช่น การทำงานและการเรียน การเล่นทุกกิจกรรมนำไปสู่เวลาว่าง
2. เวลาว่างเกี่ยวข้องกับงานและเป็นภาระผูกพันทางสังคม ความรับผิดชอบของครอบครัว
3. เวลาว่างเป็นสิทธิของบุคคล เป็นหน้าที่ของความต้องการของผู้สูงอายุในด้านกิจกรรมยามว่างและคุณภาพชีวิต องค์การจัดให้มีบุคคลด้วย
4. บุคคลมีอิสระในการเลือกเวลาเข้าร่วมกิจกรรม

หากกล่าวถึงกิจกรรมทางสังคม ประชาชนจะต้องมีส่วนร่วมอย่างเหมาะสม ช่วยเสริมเสริมสังคมแก่ชีวิต แนวคิดนี้ไม่ใช่การกำหนดตนเอง แต่เป็นผลผลิตของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

Anderson และ Heyne (2012) กล่าวว่า “การใช้เวลาว่างเป็นอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งประชาชนสามารถสนใจหรือเลือกทำกิจกรรมในเวลาว่างที่เกี่ยวข้องกับความเพลิดเพลินและความสุขได้อย่างพึงพอใจ”

Hood และ Carruthers (2007) “เวลาว่างช่วยสร้างประสบการณ์ การสร้างความพึงพอใจเกิดขึ้นตามธรรมชาติโดยไม่ต้องบังคับ ทำให้ใจเป็นสุขและอยากทำซ้ำ”

Kelly และ Godbey (1993) กล่าวว่า “เวลารว่างหมายถึงกิจกรรมที่ทำโดยปราศจากความกดดันหรือการบังคับ คุณมีอิสระที่จะทำมัน สิ่งนี้ทำได้โดยการสร้างความรู้สึกมีคุณค่าอย่างแท้จริง แนวคิดนี้แบ่งออกเป็น 4 ประเด็น คือ 1. เวลา 2. กิจกรรม 3. ความสุข 4. จิตวิญญาณ”

Rossman และ Schlatter (2008) กล่าวว่า “การใช้เวลารว่าง เป็นทางเลือกฟรีที่จะใช้เวลาว่างเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับตัวเอง ทำแล้วคุณจะชอบ พอใจ เลืออกจากความรู้สึกภายในของคุณ”

Nash (1953) กล่าวว่า “เวลารว่างคือการที่คุณมีเวลาทำทุกอย่างที่ต้องการ โดยไม่ต้องทำงานหรืองานบ้านตามปกติ”

Weishopf (1975) กล่าวว่า “เวลารว่าง หมายถึง เวลารว่างของบุคคลหลังจากทำกิจกรรมที่จำเป็นแล้ว เวลารว่างคือเวลาส่วนตัวโดยสมบูรณ์ในระหว่างที่บุคคลมีอิสระที่จะทำกิจกรรมใด ๆ ที่เขาเลือกหลังจากทำงานปกติและปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ เสร็จแล้ว และทำประโยชน์ให้กับสังคม”

Singers (1996) กล่าวว่า “การใช้เวลารว่างไม่ใช่การกระทำและประสบการณ์ส่วนบุคคล แต่มันขึ้นอยู่กับการกระทำของคุณเอง ทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมและแสดงถึงการมีส่วนร่วมทางสังคม การพัฒนาชุมชน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพราะการใช้เวลาสามารถทำได้ที่บ้านหรือร่วมกับผู้อื่น แม้ว่า คุณจะทำคนเดียวก็สมเหตุสมผลสำหรับสังคมและการเปลี่ยนแปลง”

สุวิมล ตั้งสัจพจน์ (2553) กล่าวว่า “เวลารว่าง คือ เวลาที่คุณไม่ต้องทำงานหรือช่วยเหลือครอบครัวหรือทำสิ่งสำคัญใดๆ ความเป็นพลเมืองที่ดีคือการที่คุณประพฤติตัวดีและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ในสถานที่ที่คุณสนุกสนานและเล่นสนุก การใช้เวลารว่างก็เหมือนกับการมีความสุขในใจ หมายความว่า คุณสามารถเลือกสิ่งที่คุณต้องการทำและทำให้คุณรู้สึกมั่นใจและเป็นอิสระมากขึ้น”

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่า “เวลารว่าง คือ การอนุญาตให้ออกจากงานหรือความรับผิดชอบนอกเหนือจากงานประจำของคุณ อีสรภาพจากงานหรือความรับผิดชอบ นอกจากงานประจำแล้ว ยังมีอีสรภาพจากงานหรือความรับผิดชอบอีกด้วย คุณมีอิสระที่จะทำอะไรก็ได้ที่คุณต้องการนอกเหนือจากงานปกติของคุณ” แยกเป็นแนวคิด 5 ความหมายคือ เวลาที่ไม่ทำงานหน้าที่ของสังคมขั้นพื้นฐาน กิจกรรมที่กระทำในช่วงเวลารว่าง เวลาอิสระ และวิถีชีวิต”

คนธรรม ประสมศิลป์ (2562) กล่าวว่า “เวลาว่างคือเวลาที่ท่านจะต้องทำอะไรก็ได้ตามใจชอบ เมื่อคุณไม่ได้อยู่ที่โรงเรียนหรือที่ทำงาน หรือทำสิ่งต่างๆ เช่น กินหรือนอน เป็นเวลาที่จะสนุกสนานและทำสิ่งที่ทำให้คุณมีความสุข โดยไม่รู้สึกรู้ว่าท่านต้องทำอะไรในสิ่งที่คนอื่นอยากให้คุณทำ คุณสามารถเป็นตัวของตัวเอง ผ่อนคลาย สนุกสนาน และแม้กระทั่งช่วยเหลือผู้อื่นในขณะที่คุณทำสิ่งนั้นอยู่”

วิชา หงส์ทอง (2559) กล่าวว่า “เวลาว่าง คือ เวลาที่คุณไม่จำเป็นต้องทำงานใดๆ ถึงเวลาที่ท่านจะได้ทำสิ่งที่ท่านชอบและเลือกที่จะทำ เป็นสิ่งสำคัญเพราะมันช่วยให้ท่านผ่อนคลายและรู้สึกดี ยังช่วยให้ท่านคิดและสร้างสรรค์อีกด้วย เวลาว่างเป็นสิ่งที่มีความหมายเพราะช่วยให้ท่านรู้สึกมีความสุขและยังเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นด้วย”

พัชรภรณ์ ทักษมาลี (2558) กล่าวว่า “เวลาว่าง คือ ช่วงเวลาที่คุณไม่ไปโรงเรียนหรือทำงานบ้าน เป็นสิ่งที่ทุกคนชื่นชอบและสามารถเลือกวิธีการใช้จ่ายได้ การใช้เวลาว่างอย่างชาญฉลาดเป็นสิ่งสำคัญโดยทำกิจกรรมที่สนุกสนาน ผ่อนคลาย และดีต่อสุขภาพจิต สิ่งนี้จะช่วยให้ท่านมีชีวิตที่มีความสุขและเต็มเต็ม”

อารีรัตน์ สูงสมสกุล (2557) กล่าวว่า “การใช้เวลาว่าง ไม่ใช่เวลาทำงาน เป็นช่วงเวลาแห่งการสร้างความคุณค่าทางจิตวิญญาณโดยเลือกกิจกรรมตามความพึงพอใจของตนเอง ช่วยคลายความตึงเครียดและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ความเพลิดเพลิน การเล่น การผจญภัย การผ่อนคลาย พิธีกรรม ความสันโดษ เวลาว่างจากภาระผูกพันและสภาวะทางจิตอื่นๆ เป็นกิจกรรมต่างๆ ที่สามารถช่วยให้ท่านห่างไกลจากความเจ็บป่วยได้ ประสบการณ์การใช้เวลาว่างเป็นสิ่งที่ดีสำหรับผู้เข้าร่วมงานอย่างแน่นอน”

ณัฐธยานี สิริทรงประกอบ (2563) กล่าวว่า “เวลาว่าง คือ การว่างจากการทำงานและงานต่างๆ แล้วเสรีใจอย่างมีความสุข การไม่รับคำสั่งจากใคร เวลาว่างประกอบด้วยงานหลากหลายที่แต่ละคนสามารถเลือกทำในแบบของตัวเองได้ เช่น การพักผ่อนและทำใจให้ตัวเองพอใจ เพิ่มพูนความรู้ พัฒนาความสามารถของคุณ หรือเข้าร่วมในบริการอาสาสมัครทางสังคมหลังจากที่ปลดปล่อยตัวเองจากงาน ครอบครัว และความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว”

จากการศึกษาความหมายของการใช้เวลาว่างสามารถสรุปความหมายได้ว่า เวลาว่าง หมายถึง เวลาว่างนอกรางวัลหรือการปฏิบัติหน้าที่ประจำวัน เวลาที่ทุกคนมีอิสระทางความคิดและการกระทำ ทุกคนมีสิทธิ์เลือกทำสิ่งที่ต้องการทำ ไม่ว่าจะทำงานหรือไม่ทำงานก็สามารถสนุกสนานหรือเครียดได้ ขึ้นอยู่กับความต้องการส่วนตัวหรือแม้แต่สิ่งที่เราไม่เลือกทำแต่ยังมีเวลาว่าง

1.2 แนวคิดและทฤษฎีของการใช้เวลาว่าง

Neulinger (1974) ได้แบ่งทฤษฎีออกเป็น 6 หัวข้อ ดังนี้

1. เวลาว่างอย่างแท้จริง การพักผ่อนอย่างแท้จริงเป็นกิจกรรมที่เลือกมาจากความพึงพอใจภายใน เช่น กิจกรรมที่น่าตื่นเต้น กิจกรรมที่แสดงความคิดสร้างสรรค์ เป็นทฤษฎีที่คล้ายคลึงกับทฤษฎีที่ไม่มีเงื่อนไขของ Kelly (1982) ที่กล่าวว่ากิจกรรมที่กระทำนั้น มาจากแรงจูงใจภายในและไม่ถูกกดดันจากสภาวะภายนอกและไม่เพียงแต่จะทำได้ทำตามใจตัวเองเท่านั้น ยังได้รับอิสระจากการกระทำนั้นอีกด้วย

2. การทำงานเวลาว่าง คือ การใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ในการทำงาน ตัวอย่างเช่น ผู้ปฏิบัติงานสามารถกำหนดระยะเวลาการทำงานและออกจากงานได้เมื่อจำเป็น การผลิตเพลนกับการทำเฟอร์นิเจอร์หรือม้านั่งเพื่อตกแต่งบ้าน ทำงานบ้าน และดูแลสวนอาจช่วยให้คุณมีทิศทางในอาชีพการงานมากขึ้น ที่สำคัญผู้กระทำผิดไม่ได้ถูกบังคับให้ทำเช่นนั้น

3. งานในเวลาว่าง คือ การเข้าร่วมกิจกรรมที่ไม่มีการบังคับ แต่ทำด้วยเหตุผลที่น่าพึงพอใจซึ่งมีแรงจูงใจจากภายนอก เช่น เข้าคาสีโนหรือเล่นไพ่เพื่อหาเงิน (ไม่มีเงินก็เล่นได้ และลดน้ำหนักให้ดูดีขึ้นได้ (โดยไม่ต้องมีคำแนะนำจากแพทย์) รับรองว่าคุณจะพอใจ

4. การทำงานอย่างแท้จริง คือ คนในกลุ่มนี้ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากเวลาว่างได้เนื่องจากมีข้อจำกัดหรืออุปสรรคภายใน เช่น การทำการบ้านที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จ และไม่มีเวลาทำอย่างอื่น ขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบภายในของแต่ละบุคคล ผลคือไม่มีเวลาว่าง

5. งานที่ต้องทำ คือ กิจกรรมที่ทำภายใต้ข้อจำกัดแต่ให้รางวัลที่เป็นนามธรรมและเป็นรูปธรรม มันเป็นแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอก ตัวอย่างเช่น คนทำงานเพื่อการพักผ่อนที่มีหน้าที่ให้บริการแต่ได้รับเงินเดือนต่ำจะต้องหางานเพิ่มเติม ส่งผลให้ขาดเวลาว่างเป็นของตัวเอง

6. งานที่แท้จริง คือ เป็นกิจกรรมที่กระทำโดยไม่จำเป็นและอยู่ในขอบเขตที่กำหนด ไม่มีรางวัลสำหรับตัวเอง คนกลุ่มนี้มีภาระงานหนักและมีความกดดันสูง ไม่มีเวลาว่างเป็นของตัวเอง

Bammel และ Burrus-Bammel (1996) มีแนวคิด 3 หลักการ ดังนี้

1. เวลาที่เหลือ คือ เวลาว่างที่เหลือในการทำงานหรือทำงานให้เสร็จสิ้น จากนั้นใช้เป็นเวลาว่างในการทำสิ่งที่คุณชอบ

2. สภาวะที่ดำรงอยู่ คือ การใช้เวลาตามไลฟ์สไตล์ เวลาว่างของทุกคนอาจแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับทัศนคติและสภาพจิตใจของแต่ละคน

3. การใช้เวลาว่าง เป็นลักษณะที่บุคคลตัดสินใจมีส่วนร่วมในการใช้เวลาว่างของตน เวลาว่างเป็นช่วงเวลาสำคัญในชีวิต นี่คือจุดประสงค์ของการทำงาน ที่สำคัญคือมอบความสบายใจเมื่อชีวิตเจอความยากลำบาก ในโลกแห่งการทำงาน เวลาว่างเป็นเรื่องเกี่ยวกับโอกาสและผลผลิตที่ได้รับ เนื่องจากเราทุกคนทำงานเพื่อค้นหาโอกาสและรางวัลเพื่อใช้เวลาว่างในรูปแบบที่ไม่เหมือนใคร

Kelly (1996) มีทฤษฎีเชิงตรรกวิทยา 8 ทฤษฎี ได้แก่

1. ประสบการณ์และการกระทำที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหันไม่เพียงแต่เป็นการฝึกฝนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความรู้และความสนใจอย่างต่อเนื่องอีกด้วย การตีความข้อมูลคือข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม

2. การดำเนินการอย่างยั่งยืนเป็นช่องทางในการแบ่งปันเวลาว่างของคุณกับองค์ประกอบของอิสรภาพ มันคือความเป็นไปได้ของการกระทำและการตัดสินใจ กิจกรรมทางจิตที่ทำให้การกระทำเกิดขึ้น

3. ทฤษฎีการพัฒนาตนเองเป็นกิจกรรมที่ใช้เวลาว่าง ไม่ใช่แค่ทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงทางสังคมหรือส่วนตัวด้วย ซึ่งสามารถทำได้ผ่านความสามารถที่เกี่ยวข้องกับทางเลือกที่มีความเสี่ยง พัฒนาความสนใจหรือได้รับทักษะใหม่

4. ทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคมเป็นแนวคิดเรื่องเอกลักษณ์ จะใส่ตัวเองไว้ก่อนเพราะบุคคลถือเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นการที่คนเราทำกิจกรรมยามว่างก็เหมือนกับการได้อยู่ในครอบครัว โรงเรียนและที่ทำงาน

5. ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคม การโต้ตอบกันในสังคมสามารถเป็นการใช้เวลาว่างได้ดีเช่นกัน เมื่อจุดเน้นของประสบการณ์คือกระบวนการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน

6. ทฤษฎีเชิงสถาบันหมายความว่า การใช้เวลาว่างถือเป็นสังคมที่มีวัฒนธรรมการเรียนรู้จากผู้อื่นและสังคมที่มีรูปแบบปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารกับผู้อื่น การใช้เวลาว่างเกี่ยวข้องกับสถาบันของสถาบันทางสังคม

7. ทฤษฎีความขัดแย้ง เกิดจากรูปแบบทางสังคมที่แตกต่างกัน การใช้เวลาว่างเป็นลักษณะของการควบคุมทางสังคมอย่างหนึ่ง เมื่อการใช้เวลาว่างแบ่งออกเป็นกำลังซื้อของตลาดและผลลัพธ์หลักของความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการเมือง

8. ทฤษฎีธรรมชาติของมนุษย์ยอมรับเวลาว่างซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ เป็นองค์ประกอบของการสำรวจและความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาตนเอง กิจกรรมสร้างสรรค์นำไปสู่การทำให้ศักยภาพของผู้สร้างเป็นจริงโดยตรง

1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมการใช้เวลาว่าง

Torkildsen (1992) กล่าวว่า “มีปัจจัยสามประการที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในเวลาว่างของผู้คน ได้แก่ 1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ และสถานภาพสมรส 2. ปัจจัยทางสังคม และ 3. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ อาชีพ รายได้ และโอกาส”

Bammel และ Burrus-Bammel (1996) กล่าวว่า “ปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เวลาว่าง ได้แก่ ปัจจัยทางสังคมและประชากร ได้แก่ อาชีพ การศึกษา รายได้ ระดับสังคม เชื้อชาติ ศาสนา อายุ เพศ สถานะครอบครัว จริยธรรม ที่อยู่อาศัย และวัฒนธรรม”

Russell (1996) กล่าวว่า “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เวลาว่าง ได้แก่ อายุ เพศ สัญชาติ และระดับความสามารถ ยังมีปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ครอบครัว เพื่อน ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ถิ่นที่อยู่ ศาสนา ระบบราชการ การคมนาคม และไม่ว่าจะเป็นสงครามหรือไม่ ปัจจัยด้านรายได้และการศึกษา: ยิ่งระดับการศึกษาสูงขึ้นและรายได้สูงขึ้น ก็ยังสามารถใช้เงินและเวลาในการเดินทางได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย”

Chubb (1981) กล่าวว่า “มีสองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเวลาว่าง: ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมได้แก่ ประการแรก สถานะทางเศรษฐกิจ เช่น รายได้และอาชีพ ประการที่สองคือลักษณะประชากร เช่น การกระจายตัวและการเติบโต เงื่อนไขทางสังคม 3 ประการ เช่น ผู้อพยพ ประเพณีวัฒนธรรม ทักษะทางสังคม ปัญหาอาชญากรรมและความไม่สงบในสังคม และทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวก 4 ประเภทสำหรับการใช้เวลาว่าง ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในเวลาว่างในกิจกรรมต่างๆ เป็นเพียงผู้ที่สนใจเข้าร่วมในเวลาว่างเท่านั้น กิจกรรม. มีหลายปัจจัย ได้แก่ บุคลิกภาพ การรับรู้ ทักษะ ความรู้และทักษะ เพศ อายุ ประเพณีทางวัฒนธรรม สิ่งที่ชอบและไม่ชอบ ได้แก่ การใส่ใจเรื่องการใช้เวลาว่าง”

Rogers (1997) กล่าวว่า “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้เวลาว่างมี 4 ประการ คือ 1. ชั่วโมงว่าง 2. ระยะเวลาที่ต้องเข้าร่วมกิจกรรมยามว่าง 3. ความมีประสิทธิผลในยุคและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน 4. ความเข้าใจส่วนตัวเรื่องเวลาว่าง”

Kaplan (1975) กล่าวว่า “ทุกคนใช้เวลาว่างต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 3 ประการ คือ 1. ปัจจัยภายใน ได้แก่ ความพึงพอใจ การตัดสินใจ และบุคลิกภาพของแต่ละคน บางสิ่งบางอย่างสำหรับทุกคน. 2. ปัจจัยภายนอก เช่น อายุ เพศ รายได้ ถิ่นที่อยู่ งาน การศึกษา ช่วงเวลา 3. เงื่อนไขระดับสังคม ได้แก่ ความคล้ายคลึง ประเพณีที่ปฏิบัติตาม คำแนะนำและข้อเสนอแนะ ชนชั้นทางสังคม ข้อห้ามและอุปสรรคทางสังคมหรือข้อกำหนดบังคับต่างๆ”

ณัฐธยาน์ สิริทรงประกอบ (2563) กล่าวว่า “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมใช้เวลาว่าง ได้แก่ ด้านส่วนบุคคล ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านโอกาส ซึ่งเป็นกระบวนการที่ทุกคนพึงพอใจกับการใช้เวลาว่าง รวมทั้งคำนึงถึงผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตเพื่อให้เข้าใจถึงการใช้เวลาว่าง เช่น การแก้ปัญหา ศึกษา และทำความเข้าใจการใช้เวลาว่าง เพื่อความพึงพอใจและความเพลิดเพลินในการร่วมกิจกรรม”

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เวลาว่าง สามารถสรุปได้ว่า มีปัจจัยหลายประการที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเวลาว่าง ได้แก่ ลักษณะทางประชากร ลักษณะอัตลักษณ์ และสถานะทางเศรษฐกิจ ทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงสภาพทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นประเพณีทางสังคมหรือลักษณะทางวัฒนธรรม ปัจจัยทั้งหมดนี้สามารถกล่าวได้ว่ามีอิทธิพลต่อการเลือกการมีส่วนร่วมของผู้คนในกิจกรรมยามว่าง

1.4 อุปสรรคที่มีต่อการเข้าร่วมการใช้เวลาว่าง

Wade และ Michael (1985) กล่าวว่า “อุปสรรคในการเข้าร่วมกิจกรรมเวลาว่างมี 2 ประการ ได้แก่ 1. อุปสรรคทางจิตวิทยา รวมถึงอุปสรรคภายในตัวบุคคลด้วย ความบกพร่องในกิจกรรมส่วนบุคคล ความบกพร่องทางสติปัญญา ซึ่งรวมถึงความบกพร่องทางสังคมและจิตใจ 2. อุปสรรคทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ อาชีพ สิ่งแวดล้อม และสภาพครอบครัว และประเด็นทางเศรษฐกิจ

Edginton et al (1995) กล่าวว่า “ประเภทของอุปสรรคที่ขัดขวางไม่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในเวลาว่าง แบ่งออกเป็น 10 หมวด ดังนี้”

1. ความผิดปกติของทัศนคติ คือ ความผิดปกติที่เกี่ยวข้องกับสภาพจิตใจของบุคคล
2. อุปสรรคในการสื่อสารคืออุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับความต้องการส่วนบุคคล นี่เป็นพื้นฐานในการตัดสินใจ
3. สิ่งกีดขวางต่อความสมดุลคือสิ่งกีดขวางที่เกิดขึ้นแล้ว เมื่อการใช้เวลาว่างของบุคคลไม่สมดุลและลักษณะการทำงาน

4. อุปสรรคด้านเวลา คือ อุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการไม่เข้าใจเรื่องเวลา
 5. อุปสรรคทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเวลาว่างเนื่องจากสถานะทางสังคม
 6. อุปสรรคทางการเงินคือขาดเงินทุน อุปสรรคนี้ถือว่ามีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการใช้เวลาว่างเมื่อใช้บริการเวลาว่าง
 7. ความบกพร่องด้านสุขภาพ หมายถึง ความบกพร่องในความสามารถส่วนบุคคล อารมณ์ และทางกายภาพ
 8. อุปสรรคจากประสบการณ์คือการที่ความประสบการณ์เวลาว่างตลอดชีวิตของแต่ละคน
 9. อุปสรรคต่อคุณค่าและทักษะในการใช้เวลาว่าง ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจ และการขาดทักษะ ซึ่งทำให้ไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมการใช้เวลาว่างได้
 10. อุปสรรคด้านสิ่งแวดล้อมเป็นอุปสรรคที่ขัดขวางไม่ให้คุณคนใช้อาคาร พื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวก หรือทรัพยากรอื่น ๆ
- Kelly (1982) กล่าวว่า “อุปสรรคในการเข้าร่วมเวลาว่างประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 10 ประการ ได้แก่ เงิน สภาพร่างกาย ความสนใจ สมาธิภาพ ความปลอดภัย ยานพาหนะ เวลา สถานะ ทักษะ และความรู้”
- Shogan (2002) กล่าวว่า “อุปสรรคในการลดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมยามว่าง สิ่งเหล่านี้สามารถส่งผลกระทบต่อความเพลิดเพลินของกิจกรรม สร้างอุปสรรคต่อเวลา การขาดทักษะ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล”
- Edginton et al (1995) กล่าวว่า “อุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมในเวลาว่างถูกจัดหมวดหมู่ มี 2 ประเภท คือ 1. ข้อจำกัดที่เกิดขึ้น ได้แก่ การขาดความรู้ ความเข้าใจ และโอกาสในการใช้เวลาว่าง ความเชื่อส่วนบุคคลเกี่ยวกับการใช้เวลาว่างและบทบาททางเพศนั้นถูกกำหนดโดยสังคม 2. ข้อจำกัดที่แทรกแซง เช่น ความสามารถ การใช้เวลาว่างอย่างสะดวกสบาย สามารถจ่ายค่าเวลาว่างและความปลอดภัยของสถานที่ได้”
- กล่าวโดยสรุป อุปสรรคในการมีส่วนร่วมในการใช้เวลาว่างเกิดขึ้นจากอุปสรรคภายในตัวบุคคล ได้แก่ ความพิการทางร่างกายหรือสติปัญญา และอุปสรรคพิเศษส่วนบุคคล เช่น อุปสรรคด้านเวลาและอุปสรรคด้านสุขภาพ ขาดข้อมูล ขาดทรัพยากรทางการเงินหรือขาดยานพาหนะในการเข้าร่วมกิจกรรมเวลาว่าง

1.5 ประโยชน์ของการใช้เวลาว่าง

ประพันธ์ ไชยชนะใหญ่ (2527) กล่าวว่า “การรู้วิธีใช้เวลาว่างเป็นสิ่งสำคัญที่สุดอย่างหนึ่งสำหรับมนุษย์ คนฉลาดมองหาวิธีผ่อนคลาย นี่จะเป็นปฏิกิริยาของบุคคลโดยใช้กิจกรรมต่างๆ เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการพักผ่อนและยังมีทางเลือกตามความต้องการ”

วิวัฒน์ พวงมะลิ (2533) กล่าวว่า “เวลาที่มีความสำคัญมากสำหรับเราเพราะเป็นทรัพยากรอันล้ำค่าและจำกัดซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของการเปลี่ยนแปลงและกำหนดการพัฒนาของสิ่งต่าง ๆ บนโลก”

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่า “ความสำคัญของการใช้เวลาว่างมีดังนี้ 1. ช่วยคลายความตึงเครียดในร่างกาย 2. ช่วยในเรื่องสุขภาพกาย 3. ทำให้จิตใจแจ่มใส 4. ช่วยให้ครอบครัวแสวงหาความสุขร่วมกัน 5. ทำให้สนุกสนาน และสนุกสนาน 6. ได้รับความรู้เพิ่มเติม 7. สร้างมิตรภาพและความสัมพันธ์อันดี 8. สร้างรายได้นอกเหนือจากการทำงานและทำกิจกรรม สันทนาการเป็นการส่วนตัวและในชุมชน ของผู้อื่นและเป็นพลเมืองที่ดีของประเทศ”

ทองสุข สัมปหังสิต (2531) กล่าวว่า “การใช้เวลาว่างอย่างเหมาะสมจะเกิดประโยชน์สูงสุดในการลดปัญหาโดยเฉพาะกับวัยรุ่น ปัญหาในปัจจุบันมักเกิดจากการใช้เวลาว่างอย่างไม่เหมาะสม เช่น การใช้ยาเสพติด การเล่นเกมพนัน การสังสรรค์ในสถานบันเทิงต่างๆ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นประโยชน์ที่ผู้ปกครองสามารถทำได้ ผู้ปกครอง ครู และสถาบันการศึกษา สนใจใช้เวลาว่างกับเด็กๆ”

ณัฐธยาน์ สิริทรงประกอบ (2563) กล่าวว่า “ประโยชน์ของการใช้เวลาว่าง เน้นการพัฒนาจิตใจและตนเองในวิถีชีวิตและสังคม เน้นโอกาสให้ทุกคนพัฒนาคุณภาพชีวิตในเวลาว่าง ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงศักยภาพของการใช้เวลาว่างที่ส่งผลต่อคุณภาพ ชีวิตจึงได้รับความพึงพอใจจากการใช้เวลาว่าง และเข้าใจทักษะการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับเวลาว่าง เช่น กิจกรรมสันทนาการ ทักษะการแก้ปัญหา และการใช้เวลาว่างให้เกิดความตระหนักรู้ในการเรียนรู้ที่ดีและดีต่อสุขภาพ”

เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย (2554) กล่าวว่า “ประโยชน์ของการใช้เวลาว่างในการร่วมกิจกรรมสันทนาการมี ดังนี้ การพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพชีวิต ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ การพัฒนาและส่งเสริมจิตใจและสติปัญญามีส่วนช่วยในการพักผ่อนซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบุคคล ช่วยสร้างความสุขและความพอใจ ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรักระหว่างผู้คน บุคคลที่ยอมรับตนเองและผู้อื่นและปลุกฝังความร่วมมือกับผู้อื่นส่งเสริมการเป็นพลเมืองที่ดีเพื่อเป็นสื่อกลางความสัมพันธ์ระหว่างประเทศต่างๆ และช่วยเผยแพร่ประเพณี วัฒนธรรม และอารยธรรมของมนุษย์”

ฟอง เกิดแก้ว (2532) กล่าวว่า “เวลาว่างเป็นเวลาที่มีประโยชน์มาก สามารถใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ปรับปรุงสุขภาพ และสร้างความสัมพันธ์ สร้างพลเมืองดี พัฒนาบุคคลให้ดี”

Henderson (1999) กล่าวว่า “ประโยชน์ของเวลาว่างสำหรับผู้หญิงและผู้ชาย สังคมมีแนวโน้มที่จะลดคุณค่าของเวลาว่างและพิจารณาว่าเวลาว่างนั้นซ้ำซ้อน หรือใช้เวลาว่างเป็นรางวัลสำหรับการทำงานหนัก การใช้เวลาว่างของคุณรู้สึกเหมือนเป็นการเสียเวลา ดังนั้นจึงไม่ค่อยสนใจการใช้เวลาว่าง แม้ว่าการใช้เวลาว่างของคุณมีประโยชน์มากมายก็ตาม อย่างไรก็ตาม กิจกรรมเวลาว่างมีความสำคัญและส่งผลดีต่อชีวิตของผู้หญิง รวมถึงคุณประโยชน์ต่อสุขภาพ ความสัมพันธ์ บุคคลและสังคม” ดังรายละเอียดนี้

1. ประโยชน์ทางด้านสุขภาพ การเข้าร่วมการใช้เวลาว่างโดยเป็นกิจกรรมทางกาย ทำให้หัวใจแข็งแรง ระบบทางเดินหายใจ ระบบไหลเวียนเลือดดี ช่วยให้ร่างกายมีความแข็งแรงและมีความยืดหยุ่นดี การใช้เวลาว่างทำให้เกิดทั้งความกระตือรือร้นและความอดทน นอกจากนี้ ยังสนับสนุนสุขภาพจิตและอารมณ์บางงานวิจัยได้นำเสนอว่ากิจกรรมทางกายนั้นทำให้ผู้เข้าร่วมลดความเครียดจากปัญหาต่างๆ สุขภาพดี และความเป็นอยู่ดี การใช้เวลาว่างเป็นองค์ประกอบทางสังคมทำให้ทราบถึงการตระหนักรู้ถึงเรื่องของอิสรภาพ แรงจูงใจภายใน การตัดสินใจ ด้วยตนเอง ผ่านการใช้เวลาว่าง และส่งผลโดยรวมของความเป็นดีอยู่ดีของมนุษย์

2. ประโยชน์ต่อความสัมพันธ์ การใช้เวลาว่างเป็นประโยชน์ต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลรวมถึงความสัมพันธ์ในครอบครัว การแต่งงาน มีงานวิจัยพบว่า การใช้เวลาว่างด้วยกันระหว่างคนในครอบครัวนั้นทำให้คนในครอบครัวเกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันไม่ว่าจะเป็นการสื่อสาร การพูดคุยกัน ซึ่งทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว ถึงแม้การใช้เวลาว่างจะเป็นกิจกรรมที่สำคัญสำหรับทุกคน แต่สำหรับผู้หญิงนั้นก็สำคัญเช่นกัน ในสังคมของผู้หญิงที่ต้องทำงานทั้งนอกบ้านและในบ้าน ดังนั้นเมื่อผู้หญิงได้เข้าร่วมกิจกรรมการใช้เวลาว่างแล้วนั้น จะทำให้เกิดความมั่นใจในตนเอง และมีความนับถือตนเอง ได้เรียนรู้ผ่านเรื่องราวต่างๆ ถึงแม้ว่ากิจกรรมการใช้เวลาของผู้หญิงจะมีข้อจำกัดก็ตาม

3. ประโยชน์ต่อบุคคล นอกจากประโยชน์ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมการใช้เวลาว่างจะได้ประโยชน์ทางร่างกาย และสังคมที่มีความสำคัญต่อผู้หญิง ประโยชน์ต่อบุคคลก็มีความสำคัญเช่นกัน ผู้หญิงที่มีโอกาสได้งานเพื่อรับค่าจ้าง หรือ ผู้หญิงที่ไม่ได้ทำงานและไม่มีค่าจ้างนั้นก็มีความต้องการที่จะเข้าร่วมกิจกรรมการใช้เวลาว่าง เพราะเนื่องจากกิจกรรมการใช้เวลาว่างทำให้สตรีรู้สึกได้ถึงการมีเอกลักษณ์ เมื่อเข้าร่วมกิจกรรมการใช้เวลาว่างแล้วทำให้ตนเองเกิด ความมั่นใจ และนับถือตนเองอีกทั้งทำให้ตนเองได้พัฒนาและเกิดการเปลี่ยนแปลงในชีวิต

4. ประโยชน์ต่อสังคม การใช้เวลาว่างสามารถเปลี่ยนแปลงบทบาททางสังคมการมีส่วนร่วมใช้เวลาว่างมีผลต่อบทบาททางเพศและสังคม โดยสามารถแยกออกเป็นประเด็น ดังนี้

4.1 ผู้หญิงแต่ละคนนั้นเข้าร่วมกิจกรรมการใช้เวลาว่างเพื่อที่จะต่อต้านและท้าทายบทบาททางสังคมและวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมของผู้หญิง เมื่อเข้าร่วมกิจกรรมแล้วทำให้รู้สึกความมีอิสระ และมีความเข้มแข็งขึ้น

4.2 การท้าทายเรื่องของวัฒนธรรมทางเพศและดั้งเดิม และการอ้างสิทธิของผู้หญิงเกี่ยวกับการใช้เวลาว่าง

4.3 การเปลี่ยนสังคมโดยการเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เวลาว่าง ทำให้บุคคลมีพลังอำนาจและการกระจายอำนาจ ในแง่ของผู้หญิงให้การส่งเสริมการใช้เวลาว่างเพื่อความเท่าเทียมกันประโยชน์ส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้เวลาว่าง

จากการศึกษาประโยชน์ของการใช้เวลาว่างสรุปได้ว่าประโยชน์ของการใช้เวลาว่างคือการใช้เวลาช่วยให้ผ่อนคลาย เป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญสำหรับบุคคลทั้งที่ติดต่อกับตนเองเพื่อให้ร่างกายและจิตใจมีสุขภาพที่ดี ช่วยปรับปรุงอารมณ์และยังเพิ่มความตระหนักรู้ด้านพัฒนาการ การควบคุมอารมณ์และบุคลิกภาพส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น แสดงออกและสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ นอกจากนี้ฉันยังใช้เวลาว่างเพื่อเรียนรู้ทักษะต่างๆ

1.6 รูปแบบของการใช้เวลาว่าง

Mundy (1998) กล่าวว่า “กิจกรรมยามว่าง ได้แก่ 1. กิจกรรมศิลปะและหัตถกรรม หรือสิ่งประดิษฐ์สร้างสรรค์ต่าง ๆ 2. กิจกรรมนอกสถานที่ กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม 3. กิจกรรมทางจิตวิทยาและภาษา เช่น การค้นหาคำศัพท์และการอธิบายความหมาย 4. กิจกรรมดนตรี 5. งานอดิเรก 6. กิจกรรมเกม 7. กิจกรรมเดินร้านหรือเข้าจังหวะ 8. กิจกรรมละคร”

Jacoby และ Robert (1978) กล่าวว่า “รูปแบบการใช้เวลาว่างแบ่งออกเป็น 4 ประเภท” ดังนี้

1. ประเภทสร้างสรรค์ใช้เวลาว่างที่บ้าน เช่น อ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสาร อ่านหนังสือ ฟังวิทยุ ดูทีวี ฟังซีดี เล่นเกม ฯลฯ ที่บ้าน ใช้เวลาว่างนอกร้าน เช่น ดูหนัง ไปพิพิธภัณฑ์ สวนสาธารณะ ห้องสมุด สถานศึกษา ฯลฯ

2. ประเภทการเดินทาง คือการใช้เวลาว่างร่วมกัน เช่น พักโรงแรม เที่ยวแคนาย ล่องเรือ ใช้เวลาว่างเที่ยวชมประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ สวนสนุก และสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ใช้เวลาว่างประชาสัมพันธ์ เช่น บริษัทท่องเที่ยว ทัวร์ ฯลฯ

3. กีฬาและกีฬาประเภทอื่นและการชมการแข่งขันกีฬา

4. ใช้เวลาว่างทำกิจกรรมทางสังคม เช่น การพำนั กิน ซ้อมปิ้ง เต็นท์ ร้องเพลง สุขภาพ และความงาม

อภิรักษ์ สิริรัตนจิตต์ (2558) กล่าวว่า “ประเภทกิจกรรมยามว่างแบ่งได้เป็น 4 ประเภทกิจกรรม ได้แก่ 1. กิจกรรมการเรียนรู้ 2. กิจกรรมผ่อนคลาย 3. กิจกรรมเพื่อสุขภาพ 4. กิจกรรมเชิงโต้ตอบ”

Kelly (1982) กล่าวว่า “ประเภทของเวลาว่างจะแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ 1. การใช้เวลาว่างอย่างไม่มีเงื่อนไข คือ กิจกรรมใดๆ ที่เลือกเป็นกิจกรรมเวลาว่าง โดยคัดเลือกจากความพึงพอใจภายใน เช่น กิจกรรมที่แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ 2. การใช้เวลาว่างชัดเจน คือ กิจกรรมที่เลือกใช้เพื่อต่อยอดสิ่งที่สูญหายไป เช่น เลิกงานกลับบ้าน ฟังเพลงเพื่อผ่อนคลาย 3. ใช้เวลาว่างในความสัมพันธ์ กิจกรรมเหล่านี้สามารถกระชับความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ เช่น การไปคอนเสิร์ตกับเพื่อน 4. การใช้เวลาว่างตามบทบาท คือ กิจกรรมที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้อื่น เช่น การจัดกิจกรรมวันกีฬาให้กับนักเรียนที่โรงเรียน”

Uris (1970) กล่าวว่า “ตามลักษณะของงานที่ต้องใช้เวลาต่างกัน เวลาจะแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ 1. เวลาที่ต้องใช้คงที่ รวมถึงเรื่องที่ต้องจัดการอย่างต่อเนื่องในระหว่างสัปดาห์และไม่สามารถย่อให้สั้นลงได้ 2. เวลาที่มีความยืดหยุ่นเพียงพอ รวมถึงสิ่งที่สามารถเพิ่มหรือลดได้ และเวลาทำงานก็ยืดหยุ่นพอสมควร 3. สามารถเปลี่ยนเวลาได้ รวมถึงสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยการเปลี่ยนทางเลือกอื่น คุณสามารถทำได้ในภายหลังหรือสามารถเพิ่มหรือลดระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการได้ทั้งหมด”

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่า “การเข้าร่วมเวลาว่างแบ่งออกเป็น 15 ประเภท ได้แก่ การแข่งขันกีฬา ศิลปะและงานฝีมือ กิจกรรมเต็นท์และเข้าจังหวะ ละคร งานอดิเรก ดนตรี และการร้องเพลง กิจกรรมกลางแจ้งหรือนอกเมือง กิจกรรมทางสังคม กิจกรรมพิเศษ วรรณกรรม อาสาสมัคร ทัศนศึกษา ความสัมพันธ์กลุ่มและการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กิจกรรมเพื่อการพัฒนาจิตใจและสันติภาพ กิจกรรมพัฒนาสุขภาพและสมรรถภาพทางกาย”

ณัฐธยาน์ สิริทรงประกอบ (2563) กล่าวว่า “การเข้าร่วมในเวลาว่างเป็นกิจกรรมที่กระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมที่เกี่ยวข้อง เช่น ใช้เวลาว่างดูทีวีหรือทำกิจกรรมต่างๆ”

คนธรส ประสมศิลป์ (2562) กล่าวว่า “การมีส่วนร่วมในการใช้เวลาว่างอาจมีได้หลายรูปแบบ เช่น การใช้เวลาว่างในบ้านและนอกบ้าน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมนอกบ้านด้วยการออกไปในชุมชนและใช้เวลาว่างร่วมกันก็สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีภายในสังคมได้เช่นกัน”

จากการศึกษาสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมในการใช้เวลาว่างมีหลากหลายรูปแบบ เช่น การใช้เวลาว่างในบ้านและนอกบ้าน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมนอกบ้านด้วยการออกไปในชุมชน และใช้เวลาว่างร่วมกันก็สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีภายในสังคมได้เช่นกัน

2. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล

การใช้ชีวิตในรูปแบบใหม่ของผู้คนในสังคม หรือ New normal เป็นการดำเนิน ทำกิจกรรม การปฏิบัติต่าง ๆ ที่แต่เดิมไม่คุ้นเคย หรือไม่รู้จัก ไม่เคยใช้ แต่จำเป็นต้องใช้ และมีใช้กันทั่วไปจนเป็นปกติ วิถีปฏิบัติใหม่ จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจครั้งใหญ่ การทำกิจกรรมบางอย่าง ซึ่งแต่เดิมไม่ค่อยได้พบเห็น กลายเป็นสิ่งที่พบเห็นกันจนคุ้นเคยเป็นเรื่องธรรมดา มีการใช้บริการ ผ่านโลกโซเชียลมากขึ้น และผู้คนติดต่อกันโดยตรงผ่านการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้ เข้าถึงการให้บริการได้ง่ายขึ้น ส่วนใหญ่สามารถใช้ผ่านสมาร์ทโฟนได้ ในช่วงวิกฤติโควิด 19 ที่มีการล็อกดาวน์ เพิ่มการอยู่บ้านให้มากที่สุด และลดการเดินทาง การปรับตัวก็เริ่มขึ้น มีแพลตฟอร์ม บริการดิจิทัลแบบออนไลน์เกิดขึ้นมากมาย เช่น การซื้อขายสินค้าออนไลน์ ที่ผู้ซื้อและผู้ขายพบกัน บนแพลตฟอร์ม ผู้ขายนำสินค้ามาวางให้ผู้ซื้อเห็น มีสินค้าให้เลือกมากมาย มีธุรกิจการค้าออนไลน์ เพิ่มขึ้น เทคโนโลยีดิจิทัลที่เป็นแพลตฟอร์มบริการออนไลน์ ทำให้เกิดการเชื่อมระหว่างผู้ผลิตติดต่อกับผู้ซื้อโดยตรงได้ โดยแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์และการส่งสินค้าได้เติบโตขึ้น จนกลายเป็น พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อไป มีสินค้าให้เลือกได้เกือบทุกชนิด เมื่อมีความต้องการซื้อ ขายสินค้า หรือขอรับบริการต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้น ธุรกิจการรับส่งสินค้า (Delivery) ก็เติบโต การใช้ บริการขนส่งจึงมากขึ้น มีการซื้อสินค้าและอาหาร จนเป็นเรื่องปกติวิสัยที่พบเห็นทั่วไป ไม่เพียงเท่านั้นการระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้ผู้บริโภคใส่ใจสุขภาพมากขึ้น แนวโน้มการดูแลสุขภาพ และสุขภาพอนามัยจะกลายเป็นวิถีชีวิตใหม่ การรักษาระยะห่างทางสังคมเป็นสิ่งที่คำนึงถึง บุคคลใน สังคมจะมีพฤติกรรมรักษาระยะห่าง จะเห็นได้จากการทำอาหารที่ด้วยตนเองที่บ้าน โดยการดู คลิปทำอาหารตามแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ การออกกำลังกายที่บ้าน โดยดูคลิปตามแพลตฟอร์ม ดิจิทัล โดยมีแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น อินสตาแกรม และทวิตเตอร์ กลายเป็นเครื่องมือที่ใช้ ในการออกกำลังกายร่วมกัน เกิดการแข่งขันภายในชุมชนออนไลน์ (Du และคนอื่น ๆ, 2020) แม้กระทั่งการนอนพักผ่อนก็ยังเป็นการใช้เวลาแบบดิจิทัลโดยการใส่หน้ากากอนามัยที่สามารถแปลง เป็นข้อมูลในสมาร์ทโฟนได้ กลายเป็นฟิตเนสที่ติดตามข้อมูลเราได้ตลอดเวลา (Schultz และ McKeown, 2018) ชีวิตวิถีใหม่จึงเกี่ยวโยงกับการบริการใหม่ๆ ที่ใช้แพลตฟอร์มการบริการดิจิทัล อีกมากมาย เช่น การเรียนหนังสือแบบออนไลน์ การเรียกใช้บริการต่าง ๆ เช่น การเรียกแท็กซี่ การ

เรียกใช้บริการซ่อมบ้าน ไฟฟ้า ประปา เครื่องปรับอากาศ การใช้บริการเรียกแม่บ้านทำความสะอาด
 สะอาดบ้าน ผ่านแพลตฟอร์ม ที่สามารถเรียกผ่านสมาร์ทโฟนได้

หลังจากผ่านพ้นการแพร่ระบาดของโควิด 19 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ก็ยังคงมี
 บทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการเรียนออนไลน์หรือการทำงานที่บ้าน การประชุม
 ออนไลน์ การสั่งซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ใช้บริการส่งของถึงบ้าน (Delivery) การใช้บริการ
 ออนไลน์มากขึ้นรับเงิน โอนเงิน จ่ายเงิน ผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน เป็นอีกช่องทางที่นิยมกันมากขึ้น
 หรือการดูละคร ดูหนังผ่านทางออนไลน์ ซึ่งเป็นสิ่งที่เห็นชัดมากขึ้นแล้วในขณะนี้ จะเห็นได้ว่าจาก
 New Normal ที่เกิดขึ้น ได้สร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านบุคคลและธุรกิจเป็นตัวกระตุ้น
 ผลักดัน ให้เกิดการคิดนอกกรอบมากขึ้น จากเดิมอาจจะมีทั้งที่สนใจ หรือ ไม่สนใจในการ
 เปลี่ยนแปลงของโลก เพราะ ไม่ได้ถูกบีบบังคับให้ต้องเปลี่ยน แต่วันนี้เป็นการเปลี่ยนแปลง ที่บังคับ
 ให้ทุกคนต้องคิดใหม่ ทำใหม่ หรือ ฉีกกรอบไปจากเดิม เพื่อให้ทุกอย่างสามารถเดินหน้าต่อไปได้
 ไม่เว้นแม้กระทั่งการใช้เวลาว่างในปัจจุบัน หากเป็นสถานการณ์ปกติ ในวันหยุดสุดสัปดาห์หรือ
 หยุดตามช่วงเทศกาลต่าง ๆ เราจะเห็นผู้คนออกเดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น เพื่อการพักผ่อน
 หย่อนใจ เพื่อความสนุกสนาน หรือเพื่อหาความรู้หาประสบการณ์ แต่มีการเที่ยวแบบ New
 Normal ที่ทำให้เกิด #เที่ยวทิพย์ กลายเป็นแฮชแท็กมาแรงและใช้กันอย่างแพร่หลาย นอกจากนี้
 ยังมีการท่องเที่ยววิถีใหม่ที่ได้รับคามนิยมกันในโลกออนไลน์อีกมากมาย หนึ่งในนั้นคือ Virtual
 Tourหรือทัวร์เสมือนจริง เป็นระบบจำลองสถานที่ท่องเที่ยว มาจากเทคโนโลยีเสมือนจริง หรือ
 Virtual Reality (VR) ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อจำลองสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งจากสภาพแวดล้อมจริง
 ขึ้นมาด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ผู้ใช้งานมีความรู้สึกเหมือนอยู่ในสถานที่นั้นจริง โดยใช้
 งานผ่านอุปกรณ์เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต แว่น VR เป็นกระแสการท่องเที่ยวมี
 ความนิยมเพิ่มมากขึ้น เพราะเป็นเปิดประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ไม่จำเป็นต้องออก
 จากบ้าน เพียงแค่มีคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ทโฟน และอินเทอร์เน็ตก็สามารถท่องโลกกว้างได้แค่
 ปลายนิ้วสัมผัส ในประเทศไทยเอง ก็ได้มีการนำเทคโนโลยี Virtual Tour มาใช้ในการท่องเที่ยว
 เช่นกัน ยกตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น
 พระบรมมหาราชวัง พระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังบางปะอิน เป็นต้น ซึ่งข้อดีของการท่องเที่ยว
 Virtual Tours คือ สามารถไปเมื่อไหร่ก็ได้ ไปได้หลายที่ ใช้เวลา (ในแต่ละที่) นานเท่าไรก็ได้ ได้
 ประสบการณ์และข้อมูลเหมือนอยู่ในสถานที่จริง ประหยัดเวลาในการเดินทาง ประหยัดค่าใช้จ่าย
 ในเดินทางและค่าเข้าชม (ณิชกุล เสนาวงษ์, 2564)

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล (Digital media)

สื่อดิจิทัล หมายถึง สื่อที่มีการนำข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียงและวิดีโอ มาแปลงสภาพ และเชื่อมโยงเข้าด้วยกันเพื่อประโยชน์ในการใช้งาน โดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้า ทางด้านคอมพิวเตอร์เข้าช่วย (ธัญวัช วิเชียรพันธ์, 2557) นอกจากนี้ยังสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างบุคคลกับ บุคคล และบุคคลกับหน่วยงานในลักษณะของเครือข่ายความสัมพันธ์ในสังคม (Social Network) คือ ทุกฝ่ายสามารถรู้จักเรียนรู้ รับฟังและเสนอข้อมูลได้ตรงตามความต้องการของแต่ละฝ่ายผ่านระบบเครือข่าย เทคโนโลยีรองรับและยังสามารถต่อยอดสู่การบริหารภายในหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กรได้อย่าง ต่อเนื่อง (ทรงพล สุนทรະภูถ, 2561) อีกทั้งมีคุณลักษณะที่ง่ายต่อการเข้าถึงทำให้เกิดการแพร่กระจายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว โดยมีการรวมกลุ่มและมีการสื่อสารสองทางเพื่อการโต้ตอบระหว่างกันและการแบ่งปันข้อมูล โดยผ่านช่องทางทาง website, E-mail, Blog, Social Network Service, search engine เป็นต้น (ศิริวรรณ วงศ์อภัย, 2562)

2.1.1 องค์ประกอบของสื่อดิจิทัล

สื่อดิจิทัลมีองค์ประกอบพื้นฐาน 5 ชนิด ได้แก่ (ธัญวัช วิเชียรพันธ์, 2557)

1. ข้อความ คือ ตัวเลข สัญลักษณ์พิเศษ และถือเป็นส่วนสำคัญและเป็นพื้นฐานของสื่อดิจิทัล นี่เป็นส่วนหนึ่งเกี่ยวกับเนื้อหา มีแบบอักษรและสีแบบอักษรที่แตกต่างกันมากมายที่สามารถปรับแต่งให้เหมาะกับสไตล์การนำเสนอได้ อาจมาจากการพิมพ์ การสแกน หรือการสร้างโดยใช้โปรแกรมอื่น

2. เสียง คือ การใช้เสียงในสื่อดิจิทัลหรือมัลติมีเดียเพื่อนำเสนอข้อมูล เช่น เสียงบรรยาย ข้อความ รูปภาพ เสียงประกอบ เพลง ฯลฯ ซึ่งจัดเก็บไว้ในรูปแบบสัญญาณดิจิทัลสามารถเล่นโปรแกรมซ้ำได้ สื่อดิจิทัลจะมีส่วนร่วมมากขึ้นเมื่อมีเสียงที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา

3. ภาพนิ่ง คือ ภาพกราฟิกหรือลวดลายเส้นที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์หรือสื่อความหมายที่ไม่เคลื่อนไหว มีหลายวิธีในการสร้างภาพนิ่ง เช่น ภาพถ่าย การวาดเส้น หรือกราฟิกที่วาดด้วยมือหรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ภาพที่สแกน ภาพนิ่งมีบทบาทในสื่อดิจิทัลมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร รูปภาพถ่ายทอดการรับรู้ได้ดีกว่าตัวอักษรและสามารถถ่ายทอดความหมายที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

4. ภาพเคลื่อนไหว คือ ชุดของภาพต่างๆ ที่แสดงตามลำดับ ความแตกต่างในการนำเสนอของแต่ละภาพทำให้ดูเหมือนภาพเคลื่อนไหว เช่น การเคลื่อนไหวของรถยนต์ การกำเนิดของฝน การเปลี่ยนแปลงของเปลือกโลก ฯลฯ ล้วนเป็นกราฟิกแอนิเมชัน ดึงดูดจินตนาการของผู้ชม

และกระตุ้นความสนใจของผู้ชมมากกว่าภาพนิ่ง ความสามารถในการนำเสนอแนวคิดที่ซับซ้อนหรือ
 อยากในลักษณะที่เข้าใจง่าย และกำหนดรูปแบบและเส้นทางที่เคลื่อนไหวได้ตามต้องการ

5. วิดีโอ เป็นสื่อที่ใช้กันทั่วไปในสื่อดิจิทัล เนื่องจากสามารถแสดงภาพเคลื่อนไหว
 และเสียงได้พร้อมกัน จึงสามารถกระตุ้นความสนใจในเรื่องราวที่น่าเสนอได้ เป็นส่วนสำคัญของสื่อ
 ดิจิทัล เพราะมันรวมเอาองค์ประกอบข้อความ รูปภาพ และเสียงเข้าไว้ด้วยกันอย่างสมบูรณ์

2.2 ประเภทของสื่อดิจิทัล

สื่อดิจิทัลมีหลายประเภทสำหรับการนำไปใช้งานให้เหมาะสมกับบุคคลและ
 หน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ (ภัทวดี เจริญมณี, 2558)

1. เว็บไซต์ ทำหน้าที่ของสื่อที่กระจายข้อมูลเข้าไปสู่ผู้ใช้บริการที่มีความต้องการ
 ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น และสามารถดัดแปลงหรือเรียกดูข้อมูลที่ต้องการได้ในเวลาอันรวดเร็ว

2. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ในยุคอิเล็กทรอนิกส์นี้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ได้
 กลายเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีประสิทธิภาพด้วยคุณสมบัติที่รวดเร็ว ประหยัด เข้าถึงผู้บริโภค และ
 ยากต่อการสูญหาย ซึ่งทำให้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อที่มีความเหมาะสมในการทำการตลาด
 ทางตรง

3. บล็อก มาจากศัพท์คำว่า Web Log คือ การบันทึกบทความของตนเอง
 (Personal Journal) ลงบนเว็บไซต์ โดยเนื้อหาของ Blog นั้นจะครอบคลุมได้ทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็น
 เรื่องราวส่วนตัวหรือเป็นบทความเฉพาะด้านต่าง ๆ

4. บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ การที่ผู้คนสามารถทำความรู้จักและ
 เชื่อมโยงกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ตัวอย่างของเว็บประเภทที่เป็น Social Network Service เช่น
 Digg.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เรียกได้ว่าเป็น Social Bookmark ที่ได้รับความนิยมอีกแห่งหนึ่งและ
 เหมาะมากที่จะนำมาเป็นตัวอย่างเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น

5. โปรแกรมสืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่ใช้สำหรับการทำการตลาดผ่าน
 โปรแกรมการสืบค้นข้อมูลได้รับความสนใจ เนื่องจากนักการตลาดตระหนักว่าผู้บริโภคที่ค้นหา
 ข้อมูลผ่านโปรแกรมสืบค้นเหล่านี้ได้แสดงให้เห็นถึงความสนใจในสิ่งที่ต้องการ

6. วิดีโอออนไลน์ เป็นหนึ่งในส่วนผสมสำคัญในการทำ Content Marketing ใน
 ยุคดิจิทัล และช่วยในเรื่องของการสร้างเนื้อหาที่สามารถ Engage กับ User รวมทั้งสามารถสื่อสาร
 ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียได้แทบจะทุกช่องทาง เช่น Youtube Instagram Dailymotion เป็นต้น

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สามารถแบ่งตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานให้ไปในทิศทางเดียวกันตามการให้บริการบนเว็บไซต์ สามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภท (ระวี แก้วสุกใส และ ชัยรัตน์ จุสาลิ, 2556)

1. สร้างและประกาศตัวตน เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ใช้สำหรับให้ผู้ใช้งานได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนขึ้นมาบนเว็บไซต์และสามารถที่จะเผยแพร่เรื่องราวของตนผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยลักษณะของการเผยแพร่อาจจะเป็นรูปภาพ วิดีโอ การเขียนข้อความลงในบล็อก อีกทั้งยังเป็นเว็บที่เน้นการหาเพื่อนใหม่ หรือการค้นหาเพื่อนเก่าที่ขาดการติดต่อ ซึ่งอาจจะถูกนำมาใช้ได้ 2 รูปแบบ ได้แก่

1.1 บล็อก เป็นชื่อเรียกสั้นๆ ของ Weblog ซึ่งมาจากคำว่า “Web” รวมกับคำว่า “Log” ที่เป็นเสมือนบันทึกหรือรายละเอียดข้อมูลที่เกิดขึ้น ดังนั้นบล็อกจึงเป็นโปรแกรมประยุกต์บนเว็บที่ใช้เก็บบันทึกเรื่องราว หรือเนื้อหาที่เขียนไว้โดยเจ้าของเขียนแสดงความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ โดยทั่วไปจะมีผู้ที่ทำหน้าที่หลักที่เรียกว่า “Blogger” เขียนบันทึกหรือเล่าเหตุการณ์ที่อยากให้คนอื่นอ่าน ได้รับรู้ หรือเป็นการเสนอมุมมองและแนวความคิดของตนเองใส่เข้าไปในบล็อกนั้น

1.2 ไมโครบล็อก เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้มีลักษณะเด่นโดยการให้ผู้ใช้โพสต์ข้อความจำนวนสั้นๆผ่านเว็บผู้ให้บริการและสามารถกำหนดให้ส่งข้อความนั้นๆไปยังโทรศัพท์ เคลื่อนที่ได้ เช่น Twitter

2. สร้างและประกาศผลงาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้เป็นสังคมสำหรับผู้ใช้ที่ต้องการแสดงออกและนำเสนอผลงานของตัวเอง สามารถแสดงผลงานได้จากทั่วทุกมุมโลก จึงมีเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่เสมือนเป็นแกลเลอรีที่ใช้จัดโชว์ผลงานของตัวเองไม่ว่าจะเป็นวิดีโอ รูปภาพ เพลง อีกทั้งยังมีจุดประสงค์หลักเพื่อแชร์เนื้อหาระหว่างผู้ใช้เว็บที่ใช้ฝากหรือแบ่งปัน โดยใช้วิธีเดียวกันแบบเว็บฝากภาพ แต่เว็บนี้เน้นเฉพาะไฟล์ที่เป็นมัลติมีเดีย ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้ ได้แก่ YouTube, Flickr, Muliplay, Photobucket และ Slideshare เป็นต้น

3. ความชอบในสิ่งเดียวกัน เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ทำหน้าที่เก็บในสิ่งที่ชอบไว้บนเครือข่าย เป็นการสร้าง ที่คั่นหนังสือออนไลน์มีแนวคิดเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเก็บหน้าเว็บเพจที่ค้นไว้ในเครื่องคนเดียวก็นำมาเก็บไว้บนเว็บไซต์ได้ เพื่อที่จะได้เป็นการแบ่งปันให้กับคนที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน สามารถใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการเข้าไปหาข้อมูลได้ และนอกจากนี้ยังสามารถโหวตเพื่อให้คะแนนกับที่คั่นหนังสือออนไลน์ที่ผู้ใช้คิดว่ามีประโยชน์และเป็นที่ยอมรับ

4. เวทีทำงานร่วมกัน เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต้องการความคิด ความรู้ และการต่อยอดจากผู้ใช้ที่เป็นผู้มีความรู้ เพื่อให้ความรู้ที่ได้ออกมาได้มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและเกิดการพัฒนานานที่สุด ซึ่งหากลองมองจากแรงจูงใจที่เกิดขึ้นแล้ว คนที่เข้ามาในสังคมนี้มักจะเป็นคนที่มีความภูมิใจที่ได้เผยแพร่สิ่งที่ตนเองรู้ และทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม เพื่อรวบรวมข้อมูลความรู้ในเรื่องต่างๆ ในลักษณะเนื้อหา ทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์ สินค้าหรือบริการ โดยส่วนใหญ่มักเป็นนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในลักษณะเวทีทำงานร่วมกัน ในลักษณะเวทีทำงานร่วมกัน เช่น Wikipedia, Google earth และ Google Maps เป็นต้น

5. ประสบการณ์เสมือนจริง เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้มีลักษณะเป็นเกมออนไลน์ ซึ่งเป็นเว็บที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมไว้มากมาย มีลักษณะเป็นวิดีโอเกมที่ใช้สามารถเล่นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์นี้มีลักษณะเป็นเกม 3 มิติที่ผู้ใช้นำเสนอตัวตนตามบทบาทในเกม ผู้เล่นสามารถติดต่อปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่น ๆ ได้เสมือนอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง สร้างความรู้สึกสนุกเหมือนได้มีสังคมของผู้เล่นที่ชอบในแบบเดียวกัน อีกทั้งยังมีกราฟิกที่สวยงามดึงดูดความสนใจและมีกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผู้เล่นรู้สึกบันเทิง เช่น Second Life, Audition, Ragnarok, Pangya และ World of Warcraft เป็นต้น

6. เครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน โดยจะเป็นการนำประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในการเผยแพร่ประวัติผลงานของตนเอง และสร้างเครือข่ายเข้ากับผู้อื่น นอกจากนี้บริษัทที่ต้องการคนมาร่วมงานสามารถเข้ามาหาจากประวัติของผู้ใช้ที่อยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ได้ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้แก่ LinkedIn เป็นต้น

7. เครือข่ายที่เชื่อมต่อกันระหว่างผู้ใช้ เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์แห่งการเชื่อมต่อกันระหว่างเครื่องผู้ใช้งานด้วยกันเองโดยตรง จึงทำให้เกิดการสื่อสารหรือแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และตรงถึงผู้ใช้ทันที ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้แก่ Skype และ BitTorrent เป็นต้น

2.3 ลักษณะของสื่อดิจิทัล

สื่อดิจิทัลมีการใช้เทคโนโลยีที่มีลักษณะของข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในระบบตัวเลขฐานสอง คือ เลขศูนย์และเลขหนึ่งซึ่งมีรูปแบบและลักษณะที่แตกต่างจากรูปแบบของสื่อดั้งเดิม 4 ประการ คือ (ฐิตินันท์ บุญญาภพ คอมมมอน, 2556)

1. สื่อดิจิทัลมีเนื้อหาที่ไม่ผูกติดกับอุปกรณ์การใช้ คือการที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเนื้อหาอันได้จากอุปกรณ์ที่หลากหลาย เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ สามารถเข้าถึงได้ทั้งจากเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือผ่านอินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์มือถือ ซึ่งคุณสมบัติข้อนี้มาจากผลของการหลอมรวมสื่อ

2. ข้อมูลที่ส่งผ่านสื่อดิจิทัลสามารถเก็บไว้ในอุปกรณ์ขนาดเล็ก เช่น โทรศัพท์สมาร์ทโฟน และยูเอสบีขนาดเล็ก ที่มีทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง และข้อความ

3. การเข้าถึงข้อมูลของสื่อดิจิทัลสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็ว การเข้าถึงที่ไม่เป็นเส้นตรง คือการเข้าถึงเนื้อหาได้ทุกช่วงของเนื้อหาสามารถข้ามไปยังช่วงต่างๆ ได้ เช่นการชมภาพยนตร์ไม่จำเป็นต้องชมจากต้นจนจบเรื่อง แต่สามารถเลือกดูช่วงที่ต้องการชม

4. การจัดเก็บข้อมูลและเนื้อหาในสื่อดิจิทัลสะดวกและรวดเร็วกว่าระบบแอนาล็อก ทั้งการบันทึก การตกแต่ง หรือการลบเนื้อหา

2.4 ข้อดีและข้อเสียของสื่อดิจิทัล

สื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์เป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้ผลิตและผู้ใช้งานสื่อดิจิทัลควรทำความเข้าใจเพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ให้มากที่สุด เนื่องจากสื่อดิจิทัลมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ดังนี้

2.4.1 ข้อดีของสื่อดิจิทัล

สื่อดิจิทัลสามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารได้ทุกที่ทุกเวลา สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กันในระดับบุคคลและระดับกลุ่มบุคคล ทำให้เกิดความสัมพันธ์ของบุคคลในระยะยาว ส่งผลให้เกิดสังคมปฏิสัมพันธ์ที่มีการก่อตัวขึ้นเป็นเครือข่ายสังคมหรือชุมชนออนไลน์ โดยมีความสัมพันธ์กันและมีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเหมือนกัน ผ่านเทคโนโลยีเว็บที่ผู้ใช้สามารถเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ในขณะเดียวกัน (พีรวิชญ์ และ วีรพงษ์, 2563)

1. ความคงทน คุณภาพของสื่อดิจิทัล จะมีการเสื่อมสภาพที่ช้าเนื่องจาก รูปแบบของข้อมูลที่จัดเก็บแบบสองระดับ (0 กับ 1) มีโอกาสผิดเพี้ยนที่จะเกิดขึ้นได้ยากกว่าข้อมูลแบบต่อเนื่อง เช่น การบันทึกภาพลงในวิธีที่ศรแบบแอนะล็อก เมื่อเส้นเทปยืดจะทำให้คุณภาพของภาพลดลงทันที

2. รูปแบบของการนำไปใช้งานได้หลากหลาย การเก็บข้อมูลแบบดิจิทัลสามารถแปลงไปสู่รูปแบบอื่นได้ง่าย เช่น ถ่ายรูปด้วยกล้องดิจิทัล สามารถพิมพ์ภาพลงกระดาษ หรือแสดงภาพผ่านหน้าจคอมพิวเตอร์ ก็ได้

3. สามารถผสมผสานกับสื่อรูปแบบอื่นได้ เช่น ภาพถ่าย เสียง สามารถแสดงผลแบบ Multi-Media

4. การปรับแต่ง หรือแก้ไขภาพ การปรับแต่งสื่อที่เป็นภาพถ่าย วิดีโอ เสียง สามารถนำมาปรับแต่งให้น่าสนใจโดยการแทรก ข้อความ ภาพ หรือ เสียง ลงไปได้

5. เทียบตรงและแม่นยำ สื่อดิจิทัลสามารถเพิ่มความแม่นยำได้ตามจำนวนหลักตัวเลขที่ต้องการโดยการเพิ่มจำนวนวงจรเข้าไป ในขณะที่สื่อระบบแอนะล็อกจะมีความแม่นยำที่ไม่เกินตัวเลขสามถึงสี่หลัก เพราะมีสัญญาณรบกวนจากค่าแรงดันหรือกระแสไฟฟ้า

6. การดำเนินการสื่อสารทางดิจิทัลสามารถออกแบบได้ง่าย

2.4.2 ข้อเสียของสื่อดิจิทัล

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ที่สร้างค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมเชิงลบแก่เด็กและเยาวชนในด้านต่าง ๆ ที่คล้ายคลึงกับบทบาทเชิงลบของสื่อโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กทั้งด้านอันได้แก่ 1. ด้านความรุนแรงและความก้าวร้าว 2. การส่งผลต่อความถดถอยด้านสมอง จินตนาการและการเรียนรู้ 3. ด้านพฤติกรรมต่อต้านสังคม รวมทั้งพฤติกรรมการเก็บตัวอยู่แต่ในบ้านและหมกมุ่นอยู่กับคอมพิวเตอร์มากกว่าการสื่อสารพูดคุยแบบตัวต่อตัว หรือเรียกว่ากลุ่มคนที่เก็บตัวอยู่แต่ในบ้าน 4. เกมคอมพิวเตอร์ส่งผลต่อปัญหาคุณธรรม จริยธรรมของเด็กและเยาวชน 5. ปัญหาภาพลามกอนาจาร และ 6. ปัญหาการโฆษณาชวนเชื่อทางการตลาดที่มอมเมาเด็กและเยาวชน (ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน, 2556) หากผู้ใช้สื่อดิจิทัลมีการใช้งานที่ผิดวัตถุประสงค์และไม่สร้างสรรค์ เช่น การเผยแพร่ภาพลามก การโพสต์ข้อความที่ไม่สุภาพ การแชร์ข้อมูลที่เป็นเท็จ การสนทนาทางเพศและการขายบริการทางเพศในสื่อสังคมออนไลน์ การชมคลิปวิดีโอที่เนื้อหาก้าวร้าวรุนแรง และการเล่นเกมและการพนันออนไลน์ เป็นต้น พฤติกรรมเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อผู้ใช้งานสื่อดิจิทัล ซึ่งอาจนำไปสู่การแสดงออกของพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น การใช้วาจาที่

รุนแรงส่อเสียดผู้อื่น การใช้สื่อดิจิทัลไปคุกคามทางเพศ และการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อไปหลอกลวงผู้อื่น เป็นต้น ส่งผลให้เกิดปัญหาทางสังคมและปัญหาอาชญากรรมต่าง ๆ ตามมา (พีรวิษณุ และ วีรพงษ์, 2563) เป็นเรื่องง่ายสำหรับการละเมิดในสิทธิของผู้อื่น เช่น การนำภาพของบุคคลหนึ่งมาตัดต่อเป็นภาพที่ไม่เหมาะสมสร้างความเสื่อมเสีย หรือการทำซ้ำกับงานที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้อง (เอมิการ์ ศรีธาดู, 2559)

ที่กล่าวมาข้างต้นถือ จะเห็นได้ว่า การใช้เวลาว่างในรูปแบบดิจิทัลนั้น ได้แพร่หลายไปโดยทั่ว ผู้คนสามารถเข้าถึงได้ง่าย สามารถเข้าถึงได้ทั้งจากเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือผ่านอินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์มือถือ สามารถใช้สื่อดิจิทัลในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้รอบตัว ไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยว การดูแลสุขภาพ การเลือกดูภาพยนตร์ที่ชอบ อีกทั้งยังมีคุณสมบัติพิเศษอื่น ๆ อีกมากมาย ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้ของแต่ละคน ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถทำได้โดยผ่านรูปแบบดิจิทัล

2.5 สังคมวิทยาดิจิทัล

"สังคมวิทยาดิจิทัล" (Digital Sociology) ในปัจจุบันสังคมวิทยาดิจิทัลจัดเป็นสาขาหนึ่งในสังคมวิทยาซึ่งมุ่งเน้นการศึกษาไปที่การใช้สื่อดิจิทัลในชีวิตประจำวัน และศึกษาถึงพฤติกรรมมนุษย์ ความสัมพันธ์ทางสังคม และตัวตนเกี่ยวกับการใช้สื่อเทคโนโลยีที่หลากหลาย (Lupton, 2012) สังคมวิทยาดิจิทัลไม่ได้เน้นแค่ประเด็นอินเทอร์เน็ตหรือวัฒนธรรมโลกไซเบอร์เท่านั้น แต่ยังคงศึกษาถึงผลกระทบของสื่อดิจิทัลในหลากหลายประเภท ในปัจจุบัน แนวคิดนี้ยังพยายามที่จะอธิบายถึงการใช้ดิจิทัลในสังคมปัจจุบันในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality : AR)

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าสื่อดิจิทัลได้แทรกซึมในชีวิตประจำวันและกลายเป็นมิติสำคัญของผู้คนในการเชื่อมต่อกันและเพื่อรวบรวมข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนส่งผลกระทบต่อคนในชีวิตประจำวัน แนวคิดทฤษฎีสังคมวิทยาดิจิทัล (Digital Sociology) เป็นแนวคิดที่นำมาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบ พัฒนาการและการใช้สื่อดิจิทัล/เทคโนโลยีในสังคม โดยนักสังคมวิทยาได้นำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ใน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) การนำสื่อดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนการสอนและงานวิชาการ โดยกล่าวคือ สังคมปัจจุบันมีการนำสื่อดิจิทัลมาใช้ในการสร้างเครือข่าย การสร้างประวัติ การเผยแพร่งานวิจัยและการสอน เช่น การนำมาใช้ในห้องเรียนเพื่อมอบหมายงานนักศึกษา และการใช้สื่อของนักศึกษาเพื่อรวบรวมและนำเสนอข้อมูล เช่น Youtube ใช้สำหรับเผยแพร่วิดีโอที่ใช้สอนในขณะบรรยาย/เนื้อหาทางวิชาการ Google Scholar ใช้

สำหรับค้นหาผลงานทางวิชาการของนักวิจัยคนอื่น ๆ และการสร้างประวัติผลงานการวิจัยของตน Google Classroom ใช้สำหรับการจัดระบบการเรียนการสอน และยังมีสื่อดิจิทัลอีกหลายสื่อ ที่เป็นเครื่องมือในการเรียนการสอนและงานวิชาการ 2) การวิเคราะห์เกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลของผู้คนในสังคม โดยกล่าวคือ สังคมวิทยาดิจิทัลสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์พฤติกรรมของคนในสังคมได้ และมองว่าอิทธิพลของสื่อดิจิทัลจะส่งผลกระทบต่อสถาบันทางสังคมต่าง ๆ ได้แก่ ครอบครัว สื่อมวลชน เศรษฐกิจ การศึกษา เช่น นักเรียนสามารถใช้สมาร์ทโฟนในการค้นคว้าข้อมูลในขณะที่ทำกิจกรรมที่อาจารย์มอบหมายหรือค้นหาเนื้อหาที่ไม่เข้าใจเพิ่มเติมในระหว่างเรียน แต่ในบางกลุ่มโดยเฉพาะในวัยรุ่นหรือวัยเรียน มักมีพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลที่มากเกินไป ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาต่าง ๆ จนทำให้เกิดการเสียสมาธิในการเรียนได้ 3) การใช้ข้อมูลทางดิจิทัลเพื่อการวิจัยทางสังคม กล่าวคือ นักสังคมวิทยาสามารถใช้สื่อดิจิทัลในการสำรวจ/เก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยทางสังคม เนื่องจากสื่อดังกล่าวได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของคนและความสัมพันธ์ของคนในสังคมหรือชุมชนมากขึ้น และยังสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมหรือลักษณะนิสัยของกลุ่มตัวอย่างได้จากการโพสต์ข้อความในสื่อสังคมออนไลน์ชนิดต่าง ๆ 4) สังคมวิทยาดิจิทัลเชิงวิพากษ์ กล่าวว่า สังคมวิทยาดิจิทัลได้เสนอแนวคิดและแนวทางในการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคนและสังคมดิจิทัล การศึกษาความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลจริง ๆ ได้กลายมาเป็นความสัมพันธ์ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลแทน จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าแนวคิดสังคมวิทยาดิจิทัลสามารถอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมของไทยในปัจจุบันได้ เนื่องจากอยู่ในยุคที่สื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีดิจิทัล ได้เข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนในสังคมมากยิ่งขึ้น (ธัญรัช วิภาติภูมิประเทศ, 2562)

2.6 การใช้เวลาว่างทางดิจิทัล (Digital leisure)

โลกทุกวันนี้มีความแตกต่างจากอดีตมาก และเป็นที่ยอมรับกันว่าในศตวรรษที่ 21 ระหว่าง ค.ศ. 2001 หรือ พ.ศ. 2544 เป็นต้นมา เกิดเศรษฐกิจใหม่ที่เรียกว่า “เศรษฐกิจแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้” based Learning Economy) มีผลทำให้ประเทศต่าง ๆ ต้องนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือไอซีที (Information and Communications Technology: ICT) มาประยุกต์ใช้ในทุกวงการไม่ว่าจะเป็นเรื่องการค้า การผลิต อุตสาหกรรม การบริการ การแพทย์ สาธารณสุข การศึกษา คมนาคม การทหาร สิ่งแวดล้อม การวิจัยและพัฒนา ในปัจจุบันเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อการเผยแพร่สารสนเทศไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วกว้างขวาง โดยมีการนำเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร

และคอมพิวเตอร์มาใช้สร้างข้อมูลสารสนเทศและเผยแพร่สารสนเทศ ทำให้สารสนเทศมีประโยชน์และใช้งานได้กว้างขวางมากขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงไปสู่ “เศรษฐกิจแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้” ทำให้ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่างนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาองค์กร การแข่งขันและการขับเคลื่อนองค์กร มีการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันบนเครือข่ายทั้งอินเทอร์เน็ต (Internet) ขณะนี้ปัจเจกบุคคลต่าง ๆ ก็นำมาใช้เพื่อการศึกษา หาความรู้ และความบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจึงมีความสำคัญและบทบาทต่อการพัฒนาในทุกภาคส่วน Schultz และ McKeown (2018) กล่าวว่า ในปัจจุบันโลกของเรากลายเป็นดิจิทัลมากขึ้นเรื่อย ซึ่งรวมไปถึงการใช้เวลาว่าง จนทำให้หลายๆอย่างกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน

โดยในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทในทุกวงการไม่เว้นแม้แต่ในสาขานันทนาการ เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานในองค์กรหรือหน่วยงานบริการนันทนาการชุมชน เช่น การสร้างเว็บไซต์ของหน่วยงานบริการนันทนาการชุมชน การใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social network) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) บล็อก (Blog) หรือ ตี๊กต็อก (Tik Tok) ในการประชาสัมพันธ์และสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย การใช้เทคโนโลยีฐานข้อมูลมาจัดเก็บบัญชีรายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการหรือการใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์มาใช้ในการจัดการเชิงพื้นที่ทางนันทนาการในชุมชน เป็นต้น นอกจากนี้ ผลกระทบของการพัฒนาทางเทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลให้เกิด “เทคโนโลยีการใช้เวลาว่าง” (Leisure technologies) เช่น ภาพยนตร์ และ โทรทัศน์ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่มีส่วนสำคัญต่อรูปแบบการใช้เวลาว่างร่วมสมัย (Contemporary leisure) นอกจากนี้ คอมพิวเตอร์เทคโนโลยี (Computer Technology) และอินเทอร์เน็ต (Internet) ได้ปรากฏในรูปแบบของกิจกรรมการใช้เวลาว่างร่วมสมัย (Contemporary leisure Activity) เทคโนโลยีทั้งสองประเภทนี้ได้สร้างสรรค์พื้นที่และกิจกรรมนันทนาการใหม่ ๆ ทำให้เกิดรูปแบบของการใช้เวลาว่างด้วยกิจกรรมนันทนาการที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีเพื่อสร้างความบันเทิงให้แก่ชีวิต เพิ่มทางเลือกในการใช้เวลาว่างและทำกิจกรรมนันทนาการของบุคคลเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ความสุข ความเพลิดเพลิน การพักผ่อน การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เช่น การชมภาพยนตร์ผ่านเครื่องเล่นดีวีดีที่บ้าน การรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านเคเบิลทีวี การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ (Game Computer) การเล่นเกมออนไลน์ (Game Online) การท่องโลกอินเทอร์เน็ต การแชท (Chat) ผ่านไลน์ (Line) การใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social network) เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ การชมวิดีโอจาก ยูทูป (Youtube) เพื่อความเพลิดเพลิน (Bryce, 2001; Rojek, 2000) จากพัฒนาของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ยังพบ

อีกกว่า อินเทอร์เน็ต เว็บ สื่อสังคมออนไลน์ เกมคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีโทรทัศน์ ส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะด้านการใช้เวลาว่าง เทคโนโลยีเหล่านี้ได้สร้างสรรค์รูปแบบและกิจกรรมใหม่ ๆ สร้างพื้นที่ในการใช้เวลาว่างแบบใหม่ที่ Smith & Kollock. (1999) นิยามว่าเป็น “พื้นที่การใช้เวลาว่างเสมือนจริง” (Virtual leisure Spaces) ซึ่งเป็นพื้นที่การใช้เวลาว่างร่วมสมัย (Contemporary Leisure Spaces) ที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่มีความหลากหลายและพร้อมที่จะเกิดขึ้นได้ในเวลาเดียวกัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถของเทคโนโลยีในการสร้างสรรค์พื้นที่ในการใช้ชีวิตมนุษย์

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) เริ่มต้นขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 และสืบเนื่องยาวมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงเป็นวงกว้างไปทั่วโลกมีผู้คนเจ็บป่วยและเสียชีวิตเป็นจำนวนมากซึ่งเป็นการสูญเสียครั้งใหญ่ของโลก จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ผู้คนจึงต้องหาวิธีการป้องกันตัวเองด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การปฏิบัติตัวที่ต่างออกไปจากวิถีชีวิตแบบเดิมที่เคยปฏิบัติมาในช่วงก่อนจะมีการแพร่ระบาด ซึ่งเรียกวถีชีวิตแบบนี้ว่า ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ซึ่งวิถีชีวิตแบบนี้ หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต อันเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบ จนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไมคุ้นเคย ซึ่งเป็นแนวทางที่หลายคนต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) เมื่อโลกเปลี่ยนเข้าสู่ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ผู้คนไม่สามารถแบบไปใช้ชีวิตและทำกิจกรรมการใช้เวลาว่างแบบเดิมได้ จึงหันมาใช้เวลาว่างทางดิจิทัลหรือ Digital Leisure เพิ่มมากขึ้นและเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล เป็นการใช้เวลาว่างผ่านอุปกรณ์ดิจิทัล ที่ผู้คนสามารถเข้าถึงได้ง่าย สามารถเข้าถึงได้ทั้งจากเครื่องคอมพิวเตอร์หรือผ่านอินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์มือถือ สามารถใช้สื่อดิจิทัลในการทำกิจกรรมการใช้เวลาว่างต่าง ๆ รอบตัว ได้จากที่ใดก็ได้ทุกที่ ทุกช่วงเวลา และผู้เข้าร่วมสัมผัสและรับรู้ได้ถึงประโยชน์และคุณค่า Carnicelli และ Boluk (2017) กล่าวว่า การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลได้เปิดโอกาสใหม่มากมายให้ได้เรียนรู้ โดยไม่มีการผูกมัดทางสถานที่ แต่ถูกล้อมรอบด้วยเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้ผู้คนสามารถแบ่งปัน เพลง วิดีโอ รูปภาพ และความคิดเห็นกันได้เพียงแคมีอุปกรณ์พกพาเท่านั้น นอกจากนี้ Chinh-Hua Ho และ Yi-Hsuen Cho (2021) กล่าวถึงการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลไว้ว่า การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลถือเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริง ไม่ได้อยู่ในโลกเสมือนจริงอีกต่อไป การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) สามารถทำได้จากทั่วโลก

ช่วยให้เกิดความสัมพันธ์ใหม่ ๆ ที่ใกล้ชิดกัน เป็นเครื่องมือที่ช่วยบรรเทาความรู้สึกเหงาและโดดเดี่ยว นอกจากนี้ประโยชน์ของการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล พบว่า การใช้เวลาว่างแบบดิจิทัลของมารดาเมื่อใหม่ในปัจจุบัน ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคุณแม่เมื่อใหม่ ช่วยให้คุณแม่เมื่อใหม่ได้สร้างเครือข่ายชุมชนออนไลน์กับคุณแม่เมื่อใหม่ด้วยกัน เป็นสื่อกลางการสื่อสารช่วยบรรเทาความเครียดจากการพูดคุยระหว่างคุณแม่เมื่อใหม่ด้วยกัน อีกทั้งยังใช้เพื่อแสวงหากำไรจากการใช้เวลาว่างอีกด้วย จากงานวิจัยที่กล่าวมาในข้างต้นนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Laura Rojas de Francisco et al (2015) ศึกษาการใช้เวลาว่างในยุคดิจิทัล มีคำถามสำคัญในงานวิจัยนี้คือ 1. ผู้คนใช้เวลาว่างอะไรบ้างด้วยเทคโนโลยี 2. ทำไมผู้คนจึงเลือกใช้เทคโนโลยีในการใช้เวลาว่าง 3. ผู้คนใช้เวลาว่างทางดิจิทัลที่ไหนและเมื่อไหร่ 4. ผู้คนใช้เวลาว่างทางดิจิทัลกับใครบ้าง 5. การใช้เวลาว่างเหล่านี้มีความหมายอย่างไรกับผู้คนเหล่านั้น โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ทราบถึงความหมายของการใช้เวลาว่าง 2. เพื่อสำรวจประสบการณ์การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลในบ้าน 3. เพื่อวิเคราะห์การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลเพื่อประโยชน์ในสังคม และศึกษาความแตกต่างของการใช้เวลาว่างในยุคดั้งเดิมและการใช้เวลาว่างในยุคดิจิทัล ซึ่งข้อมูลได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ที่ใช้เทคโนโลยีในการใช้เวลาว่างที่บ้าน จำนวน 30 คน เป็นลักษณะการสัมภาษณ์ที่บ้าน ที่ทำงาน และสถานที่อื่นๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามได้ทำกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลในเขตบาร์เซโลนา โดยการวิเคราะห์จะมีทั้งหมด 5 ส่วน คือ 1. กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ได้แก่ เกมโซเชียล หรืออื่นๆ 2. เทคโนโลยีที่ใช้ ได้แก่ พีซี แท็บเล็ต มือถือ หรืออื่นๆ 3. สถานที่ที่ใช้เวลาว่าง ได้แก่ ที่บ้าน ที่ทำงาน ช่วงเปลี่ยนผ่าน 4. ช่วงเวลา ได้แก่ ความถี่ กิจกรรมประจำวัน หรืออื่นๆ 5. ความหมายของการใช้เวลาว่าง ได้แก่ ความชอบ การรับรู้ประโยชน์ หรืออื่นๆ ผลการวิจัยพบว่า การใช้เวลาว่างแบบดิจิทัลมีความแตกต่างกับการใช้เวลาว่างแบบดั้งเดิม ทั้งในด้านความหมาย และการเชื่อมโยงกันทางสังคม ในด้านความหมาย การใช้เวลาว่างทางดิจิทัล คือการใช้คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน เครื่องเล่นวิดีโอ และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เพื่อใช้เวลาว่างในสิ่งที่ตนเองพึงพอใจ ส่วนในด้านสังคมนั้น ช่วยรักษาความสัมพันธ์ของผู้คนให้มีความใกล้ชิดกันมากขึ้น แม้ว่าจะไม่ได้ติดต่อกันเป็นประจำ ไม่ได้เจอกันนานนับปี แต่ยังคงมีความสัมพันธ์ทางโลกโซเชียล ทำให้เห็นหน้าได้พูดคุยกันเสมือนอยู่ใกล้กัน สามารถแบ่งปันกิจกรรมที่ชอบ งานอดิเรกกับคนแปลกหน้าในสังคม หรือการเล่นเกมส์ออนไลน์ในโลกเสมือนจริง ทำให้ได้พบปะกับผู้คนทั้งที่รู้จักและไม่รู้จัก ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ทำให้บุคคลสามารถรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมของตนได้ โดยผ่านพื้นที่ออนไลน์เสมือนจริงโดยใช้เวลาว่างที่มีอยู่นั่นเอง (วิพงษ์ชัย รุ่งชนแก้ว, 2565)

จากการศึกษาค้นคว้ามีนักวิชาการได้ให้ความหมายของ การใช้เวลาว่างทางดิจิทัล (Digital Leisure) ไว้ ดังนี้

Spracklen (2015) กล่าวว่า การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลนั้น จะเกิดการสื่อสาร ได้ตอบกันมากกว่า เนื่องจากการโต้แย้งและต่อต้านความไม่เสมอภาคที่เกิดขึ้น ซึ่งถือเป็นการใช้เวลาว่างในรูปแบบเดิม ไม่ใช่รูปแบบใหม่ เพียงแต่เป็นอีกรูปแบบหนึ่ง

Silk et al. (2016) กล่าวว่า การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลเป็นการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยโดยเปลี่ยนแปลงจากการใช้เวลาว่างแบบแอนะล็อกไปทางดิจิทัลไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการติดตามการออกกำลังกายที่สามารถสวมใส่ไว้ได้ตลอดเวลา แม้แต่การนอนหลับก็ยังสามารถติดตามผลได้ โดยการใช้นาฬิกาสมาร์ตโฟน

Braazon and Redhead (2016) กล่าวว่า การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลนั้น ในยุคสมัยนี้คือเปลี่ยนจากการใช้เวลาว่างแบบแอนะล็อกให้เป็นดิจิทัล ซึ่งเราสามารถเข้าร่วมและแบ่งปันเนื้อหาในแต่ละพื้นที่ที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้คนสามารถใช้เวลาว่างร่วมกันได้ เช่น Pinterest, Twitter, Facebook

Redhead (2016) กล่าวว่า การใช้เวลาว่างทางดิจิทัล เป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวพวกเขาตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็น แอปพลิเคชัน สมาร์ตโฟน เกมออนไลน์ การตอบโต้บนสื่อสังคมออนไลน์ การดาวน์โหลดภาพยนตร์ การถ่ายทอดสดทางกีฬา และดนตรี

Healy (2017) กล่าวว่า การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลเป็นการสื่อสารสังคมออนไลน์ในลักษณะเทคโนโลยีการสื่อสาร ช่วยให้คุณสามารถพูดคุยกับคนอื่นและผู้คนทั่วโลกกว้างขึ้น ไม่ใช่ในรูปแบบการบอกกล่าว แต่เป็นการสนทนาอย่างต่อเนื่อง ที่ผู้อื่นสามารถเห็นและเข้าร่วมได้ โดยมีทั้งแง่บวกและแง่ลบ

Carnicelli และ Boluk (2017) กล่าวว่า การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลได้เปิดโอกาสใหม่มากมายให้ได้เรียนรู้ โดยไม่มีการผูกมัดทางสถานที่ แต่ถูกล้อมรอบด้วยเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้ผู้คนสามารถแบ่งปัน เพลง วิดีโอ รูปภาพ และความคิดเห็นกันได้เพียงแค่มียูทูปกรณัฟกพาเท่านั้น

จากการวิจัยเรื่องการใช้เวลาว่างแบบดิจิทัลสามารถสรุปได้ว่า การใช้เวลาว่างแบบดิจิทัล หมายถึง การใช้เวลาว่างผ่านอุปกรณ์ดิจิทัล โดยสามารถเข้าถึงคอมพิวเตอร์หรือออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือ สามารถใช้สื่อดิจิทัลในกิจกรรมยามว่างต่างๆรอบตัวคุณได้ทุกที่ทุกเวลาและผู้ที่เข้าร่วมสามารถสัมผัสและตระหนักถึงคุณประโยชน์และคุณค่าของมัน

วิพงษ์ชัย รุ่งชันแก้ว (2565) กล่าวว่า ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและการใช้เวลาวางทางดิจิทัลมี 2 ลักษณะ คือ

1. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำหรับหน่วยงานบริการทางนันทนาการ
2. เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัลเพื่อการใช้เวลาวาง

1. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำหรับหน่วยงานบริการทางนันทนาการ

ในปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้ว่าระบบข้อมูลและสื่อดิจิทัลได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการ การตัดสินใจ และการดำเนินธุรกิจบริการความบันเทิง องค์กรหลายแห่งใช้ระบบสารสนเทศเพื่อช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน เช่น การใช้ระบบแอปพลิเคชันเว็บไซต์สำหรับโครงการนันทนาการของชุมชน และการจัดทำฐานข้อมูลการลงทะเบียนสมาชิกสำหรับศูนย์นันทนาการชุมชน ใช้เว็บไซต์และเครือข่ายโซเชียลเพื่อส่งเสริมความบันเทิงในชุมชน ใช้ระบบข้อมูลบนเว็บเพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับผู้บริหารเพื่อสนับสนุนการประชุมและการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ หรือใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (GIS) เพื่อจัดการพื้นที่และวางแผนการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและนันทนาการสถานที่ท่องเที่ยวและอุทยานแห่งชาติ

วัตถุประสงค์ของการมีระบบสารสนเทศคือสามารถให้บริการทรัพยากรขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ระบบสารสนเทศที่สนับสนุนการดำเนินงานประจำวันและสนับสนุนผู้จัดการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ และสนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรทุกระดับ (พลพฐ ปิยวรรณ และ สุภาพร เริงเยี่ยม, 2552) โดยระบบสารสนเทศหลักในหน่วยงานบริการนันทนาการโดยทั่วไปนั้นมี 4 ประเภท (Laudon และ Laudon, 2003) ได้แก่

1. ระบบระดับปฏิบัติการสนับสนุนการทำงานของผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการโดยช่วยบันทึกรายละเอียดของงานพื้นฐานและธุรกรรมข้อมูล (ซื้อขาย)

2. ระบบสารสนเทศผู้เชี่ยวชาญ (ระบบระดับความรู้) จุดประสงค์หลักคือเพื่อช่วยในการรวบรวม ค้นหา และบูรณาการความรู้ใหม่ๆ รวมถึงการควบคุมการเผยแพร่และการนำเสนอข้อมูลภายในองค์กร

3. ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management-level System) คือ การบริหารจัดการของผู้จัดการระดับกลาง โดยทั่วไประบบข้อมูลการบริการจะสร้างการสรุปเป็นระยะๆ แทนที่จะสร้างรายงานเป็นครั้งคราว นี่เป็นคำถามที่โครงสร้างที่โดยทั่วไปต้องใช้ข้อมูลจากทั้งภายในองค์กรและแหล่งข้อมูลอื่นๆ ภายนอกองค์กร ดังนั้นจึงไม่สามารถรับได้จากฐานความรู้ของระบบข้อมูลผู้ปฏิบัติงานเท่านั้น

4. ระบบข้อมูลเชิงกลยุทธ์หรือการวางแผนระยะยาว (ระบบระดับเชิงกลยุทธ์) ช่วยให้ผู้จัดการอาวุโส แก้ไขและระบุกลยุทธ์และแนวโน้มทางธุรกิจในระยะยาวในองค์กรและสภาพแวดล้อมภายนอก

ที่กล่าวมาในข้างต้นเป็นระบบสารสนเทศหลัก แต่หากจำแนกระบบสารสนเทศที่นำมาใช้สนับสนุนการทำงานในหน่วยงานทางนันทนาการ เราสามารถแบ่งระบบสารสนเทศตามแนวคิดของ เคนเนท เลาดอน และ จินส์ เลาดอน (Laudon และ Laudon, 2003) องค์การอุทยานและนันทนาการแห่งชาติ หรือ NRPA (National Recreation and Park Association. 2005) ได้ดังนี้

1. ระบบสนับสนุนการบริหาร (Executive Support System: ESS) ระบบสนับสนุนการบริหารชั้นสูง เป็นระบบที่รวบรวมข้อมูลจากภายในและภายนอกองค์กรเพื่อการบริหารจัดการเพื่อแก้ไขปัญหาและวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ สารสำคัญของข้อมูลที่ออกมาคือรายงานสรุปต่างๆ สำหรับผู้ให้บริการ รายงานสรุปสถิติที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานและอื่นๆ

2. ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management Information System: MIS) เป็นระบบที่รวบรวมและจัดเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ประมวลผลและนำเสนอข้อมูลที่ช่วยสนับสนุนการทำงานโดยทั่วไประบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (MIS) จะประกอบด้วยฟังก์ชันหลัก 2 ประการ (ณัฐพันธุ์ เจริญนันท และ ไพบุลย์ เกียรติโกมล, 2542)

2.1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรมาไว้ด้วยกันอย่างเป็นระบบ

2.2 การประมวลผลข้อมูลเพื่อให้ได้สารสนเทศที่ช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงานและการบริหารงานของผู้บริหาร

3. ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support System: DSS) ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ (DSS) เป็นระบบสารสนเทศที่ใช้สนับสนุนผู้บริหารโปรแกรมในการตัดสินใจ, Microsoft Excel ฯลฯ

4. ระบบงานองค์ความรู้ (Knowledge Work System: KWS) เป็นระบบที่ใช้สนับสนุนกลุ่มบุคคลที่มีความรู้สูง (คนทำงานที่มีความรู้) เป็นระบบที่เชื่อมโยงกับข้อมูลเพื่อการออกแบบและสร้างองค์ความรู้ใหม่ เช่น การวิจัยและพัฒนาฐานข้อมูล, ระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมใหม่ๆ เป็นต้น

5. ระบบสำนักงาน (Office System) เป้าหมายของระบบข้อมูลสำนักงานคือการอำนวยความสะดวกในการสื่อสาร การเชื่อมโยงระหว่างพนักงานภายในองค์กรเดียวกันตลอดจนระหว่างองค์กรและภายนอกองค์กร รองรับระบบการทำงานในแต่ละวันและระบบที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลโดยตรง เช่น การเตรียมเอกสาร จัดเตรียมตารางงาน จดหมาย ฯลฯ ข้อมูลจะถูกจัดเตรียมโดยใช้โปรแกรมต่างๆ เช่น Microsoft Office, Microsoft Project หรือระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-document)

6. ระบบประมวลผลธุรกรรม (Transaction Processing System: TPS) ช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงานประจำวันของพนักงานในระดับปฏิบัติการในแต่ละวัน บันทึกธุรกรรมที่เกิดจากการดำเนินงาน เช่น ระบบการชำระค่าบริการ ระบบของสถานที่จัดงาน ระบบค่าตอบแทน ระบบข้อมูลพนักงาน

7. ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (Geographic Information system: GIS) เป็นระบบคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับการรวบรวม นำเข้า การจัดเก็บ การจัดการ และการวิเคราะห์ “ข้อมูลเชิงพื้นที่” นำเสนอในรูปแบบกราฟิก (Graphic) และแผนที่ (Map) เชื่อมโยงกับ “ข้อมูลเชิงพรรณนา (Attribute Data)” ที่อธิบายคุณลักษณะหรือฐานข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพิกัดทางภูมิศาสตร์ที่แท้จริงของสถานที่นั้น การเชื่อมโยงข้อมูล 2 ประเภทเข้าด้วยกันทำให้สามารถแสดงข้อมูลทั้งสองประเภท เช่น เลขที่บ้าน ได้พร้อมกันอย่างเป็นระบบ โดยเกี่ยวข้องกับตำแหน่ง เช่น ละติจูด ลองจิจูด ตำแหน่งบนแผนที่ ฯลฯ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถดึงข้อมูลทางภูมิศาสตร์ที่แม่นยำ แม่นยำ และแม่นยำ ใช้สำหรับการบริหารและการตัดสินใจในระยะเวลายันสั้น (Burrough, McDonnell, และ Lloyd, 2015; Star และ Estes, 1990; ศูนย์วิจัยภูมิสารสนเทศเพื่อประกอบการตัดสินใจ, 2553)

8. ระบบสารสนเทศและสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์และการตลาด ในปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงแนวทางการประชาสัมพันธ์และการตลาดขององค์กรหรือบริษัท Rothman และ Schlatter (Rossman และ Schlatter 2008) แนะนำว่าสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมความบันเทิงได้ เว็บไซต์เว็บบ (www) อีเมล เคเบิลทีวี และโทรทัศน์สาธารณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์เว็บบ (www) ได้กลายเป็นเทคโนโลยีหลักในปัจจุบัน โลกได้เข้าสู่ยุค Web 2.0 ซึ่งโซเชียลมีเดียได้รับความนิยมและมีอิทธิพลอย่างมากในโลกปัจจุบัน โดยเฉพาะสื่อในกลุ่มโซเชียลเน็ตเวิร์ก (Social Network) เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น องค์กรและหน่วยงานบันเทิงทั้งในและต่างประเทศได้นำเทคโนโลยีดังกล่าวไปใช้ในการประชาสัมพันธ์และการตลาด เชิญชวน

ประชาชนเข้าร่วมวางแผนกิจกรรม ผลการศึกษาพบว่าองค์กรบริการบัณฑิตทั้งในไทยและต่างประเทศปัจจุบันใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์และการตลาดรวมถึงเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย

2. เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัลเพื่อการใช้เวลาว่าง

ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างรวดเร็วและไม่หยุดยั้ง แทบทุกอาชีพจะมีการพัฒนา นวัตกรรม อุปกรณ์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ใหม่ๆ ขึ้นมา นำเสนอตลอด ส่วนในโลกอินเทอร์เน็ตก็มีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด จากยุคเว็บ 1.0 เข้าสู่ยุคปัจจุบันคือยุคเว็บ 2.0 เป็นยุคที่การพัฒนาและการโต้ตอบระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้งานแทนที่จากระบบเว็บแบบเก่าที่เป็นลักษณะของการให้บริการอ่านอย่างเดียว เปิดโอกาสให้ผู้ใช้เป็นผู้สร้างเนื้อหาและแบ่งปันข้อมูลที่ง่ายขึ้นและอีกไม่นานโลกจะเข้าสู่ยุคเว็บ 3.0 ซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงให้โลกอินเทอร์เน็ตมีความน่าอยู่มากขึ้น จากการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้พฤติกรรมทางเลือกทำกิจกรรมนันทนาการเพื่อความบันเทิงในเวลาว่าง เริ่มเปลี่ยนแปลงไป เราได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นตัวช่วยหรือเป็นเครื่องมือในการสร้างความสุข ความเพลิดเพลิน และการพักผ่อน จากการศึกษาพบว่า ในปัจจุบันคนได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อความบันเทิงในเวลาว่าง ดังต่อไปนี้

2.1. สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

ในปัจจุบันแทบไม่มีใครไม่รู้จักอินเทอร์เน็ต เพราะอินเทอร์เน็ตได้แทรกเข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันของทุกคน คนได้ใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะใช้เพื่อการเรียนรู้, เพื่อความบันเทิง, รวมถึงการนำมาใช้เพื่อธุรกิจ ปัจจุบันโลกได้มาถึงจุดของการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมสังคมเข้าสู่ “สังคมดิจิทัล (Digital Society)” ที่แต่เดิมมีศูนย์กลางเครือข่ายมาจากสื่อรูปแบบอื่น ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และโทรศัพท์ มาสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ทุกวันนี้โลกของเราในปัจจุบันได้กลายเป็นสังคมดิจิทัลมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ได้ขยายไปสู่การใช้เวลาว่าง โดยสถิติการใช้เวลาของกรมแรงงานอเมริกัน กิจกรรมยามว่างส่วนใหญ่ของอเมริกา ได้แก่ อันดับหนึ่ง ดูทีวี (168 นาที) อันดับสอง การเข้าสังคมและการสื่อสาร (39 นาที) และอันดับสาม การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการพักผ่อน (26 นาที) แสดงให้เห็นว่าประชากรผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้เติบโตขึ้นอย่างมาก ในปัจจุบันโลกอินเทอร์เน็ตอยู่ในยุคเว็บ 2.0 ซึ่งโอไรลีย์ มีเดีย (O'Reilly Media) เป็นผู้บัญญัติศัพท์คำว่า “เว็บ 2.0 (Web 2.0)” ขึ้นในปี 2004 เว็บยุคที่สองซึ่งเป็นยุคปัจจุบันของเว็บที่ใช้งานกันอยู่เริ่มเปลี่ยนไปเมื่อผู้ใช้งานเริ่มที่มีการแสดงความคิดเห็นแบ่งปันข้อมูลกันมากขึ้นจุด

ศูนย์กลางเปลี่ยนไปจากผู้จัดทำเว็บเปลี่ยนเป็นผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง เป็นสร้างเนื้อหา แบ่งปันข้อมูลและร่วมแสดงความคิดเห็น เคนท์ เวอร์โทม และเยียน เฟนวิก (2551) กล่าวว่า ถ้าเว็บ 1.0 เป็น “ศูนย์รวมข้อมูล” ที่ “บอก” ให้ผู้ใช้รู้ว่าทำอะไรบ้าง เว็บ 2.0 จะทำหน้าที่ต่อยอดด้วยการกระจายให้ผู้ให้บริการทราบเว็บ 2.0 ได้เพิ่มลักษณะพิเศษเข้าไป คือความเป็นชุมชนออนไลน์ (Consumer-Created Content) และ ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมสร้างเนื้อหา (Web 2.0: Co-Creation of Content) ซึ่งทำให้เกิดการใช้สื่อผสมเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย ซึ่งเว็บยุคนี้มีอิทธิพลต่อชีวิตของผู้คนในปัจจุบันเป็นอย่างมาก เว็บในยุค 2.0 นี้ทำให้คนใช้ชีวิตคู่ขนานระหว่างโลกแห่งความจริงและโลกเสมือนจริง (Virtual Reality) กระแสของยุคเว็บ 2.0 นี้ ทำให้หนุ่มสาวหลายร้อยล้านคนทั่วโลกได้แสดงออกถึงความเป็นตัวเอง ได้ใช้ชีวิตอย่างมีอิสระไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนบนโลก เว็บยุค 2.0 จะเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจในสังคมออนไลน์ซึ่งธุรกิจสามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่ไม่ว่าจะในอังกฤษ รัสเซีย เกาหลี หรือแม้แต่ในประเทศไทย ศูนย์กลางของโลกดิจิทัลไม่ใช่ตลาดสหรัฐอเมริกาอีกต่อไป โลกาภิวัตน์ได้เกิดขึ้นด้วยแรงแห่งปัจเจกชน ทุกคนสามารถเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยี และเว็บ 2.0 ทำให้โลกขนาดเล็กหลังยุคของการปฏิวัติอุตสาหกรรมกลายเป็นโลกขนาดจักษ์ในยุคของข้อมูลข่าวสารในที่สุด ซึ่งผลของพัฒนาการในเว็บยุค 2.0 ก่อให้เกิดสื่อชนิดใหม่ที่ทรงอิทธิพลต่อผู้คนในวงการต่างๆ และการดำรงชีวิตประจำวัน สื่อชนิดนี้ก็คือ “สื่อสังคมออนไลน์” หรือ “Social media” ปฏิเสธไม่ได้ว่าปัจจุบันผู้คนที่มีความสามารถในการเข้าถึงโลกออนไลน์นั้นได้ใช้ชีวิตพร้อมกับ สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ซึ่งสื่อชนิดนี้เข้ามามีอิทธิพลต่อการทำงาน การใช้ชีวิต และการใช้เวลาว่าง อย่างกลมกลืนและสร้างวัฒนธรรมที่เรียกว่า วัฒนธรรมไซเบอร์ (Cyber Culture) ใหม่ขึ้นมา เช่น การตอ้งโพสต์ (Post) สถานะ (Status) ทางเฟซบุ๊ก ทุกครั้งที่มีเหตุการณ์สำคัญในชีวิตเกิดขึ้น การแชท (Chat) การกดไลค์ (like) หรือการแท็ก (Tag) รูปภาพและวิดีโอ หรือการใช้แฮชแท็กในสื่อสังคมเพื่อมีส่วนร่วมในการแบ่งปันความรู้สึกพึงพอใจ ไม่พอใจ หรือแลกเปลี่ยนประเด็นต่างๆได้ เป็นต้น (วิพงษ์ชัย ร่องขันแก้ว, 2565; วิลาส จ๋มเลิศวัฒน์, 2554; ไชมาเก็ดตั้งทิม, 2554)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในยุคปัจจุบัน ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสาร หรือเขียนเล่า เนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอ ที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเอง ทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่นๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตน ผ่านทางเว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social Network) ที่ให้บริการในออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) จะสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Internet) และโทรศัพท์มือถือเท่านั้น โดยสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีหลายรูปแบบ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิต

เตอร์ (Twitter) ตี๊กต็อก (Tiktok) หรือ เว็บบล็อก (Weblogs) เป็นต้น สื่อสังคมออนไลน์นี้มีมากมาย หลากหลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทจะมีคุณสมบัติและรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างกันไป ดังนี้ (พรรรณี สนวนเพลง, 2555; ภิเชก ชัยนิรันดร, 2553; วิพงษ์ชัย ร้องขันแก้ว, 2565)

1. บล็อก (Blog) เป็นการลดรูปจากคำว่าเว็บบล็อก (Weblog) เป็นระบบจัดการเนื้อหา (Content Management System : CMS) รูปแบบหนึ่งซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถเขียนบทความที่เรียกว่าโพสต์ แล้วทำการเผยแพร่ได้โดยง่าย ไม่ยุ่งยากในการที่จะต้องมานั่งเรียนรู้ ภาษา HTML หรือโปรแกรมทำเว็บไซต์ ทั้งนี้การเรียงของเนื้อหาจะเรียก จากเนื้อหาที่มาใหม่สุด ก่อน จากนั้นก็ลดหลั่นลงมาตามลำดับของเวลา (Chronological Order) สำหรับการ มีบล็อก ขึ้นมาเพื่อเปิดโอกาสให้ใครๆ ที่มีความรู้ความสามารถด้านต่างๆ สามารถเผยแพร่ความรู้ดังกล่าว ด้วยการเขียนได้อย่างเสรี ไม่มีขีดจำกัดเรื่องเทคนิคอย่างไรในอดีตอีกต่อไป บล็อกอาจจะถูกนำมาใช้ได้ 2 รูปแบบ คือ การที่บริษัทจัดทำบล็อก (Corporate Blog) เพื่อพูดจากับบรรดาลูกค้า และบล็อกที่เขียนจากบล็อกเกอร์ (Blogger) อิสระ

2. ทวิตเตอร์ (Twitter) และ ไมโครบล็อก (Microblog) อื่นๆ ทวิตเตอร์ (Twitter) และ ไมโครบล็อก (Microblog) อื่นๆ นี้เป็นรูปแบบบล็อกที่ถูกจำกัด จำนวนอักขระสูงสุดต่อโพสต์คือ 140 อักขระ เดิมทีนักออกแบบของ Twitter ต้องการให้ผู้ใช้เขียนเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งที่คุณกำลังทำอยู่ การส่งข้อความนี้เรียกว่าทวิต ซึ่งหมายถึงเสียงนกร้องเมื่อส่งข้อความไปที่ Twitter ข้อความจะปรากฏบนหน้า Twitter ของผู้ใช้และได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว จนกระทั่งเว็บไซต์โซเชียลมีเดียต่างๆ (Social Network) ได้เพิ่มฟังก์ชันให้ผู้ใช้สามารถพูดในสิ่งที่กำลังทำอยู่ได้ นั่นก็คือ Weibo ได้ถูกนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่ง Twitter เป็นที่นิยมมากในหมู่ผู้คนในปัจจุบัน เพราะใช้งานง่ายและไม่ต้องใช้เวลามาก เป็นที่นิยมในหมู่คนดังในสังคมรวมถึงองค์กรต่างๆ ใช้ Twitter เพื่อแจ้งให้ผู้คนทราบถึงกิจกรรมและกิจกรรมทางธุรกิจต่างๆ เพื่อไม่ให้ขาดการติดต่อกับสังคม เป็นเครื่องมือในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และการประชาสัมพันธ์องค์กร ใน Weibo (ไมโครบล็อก) ก็มีข่าวเกี่ยวกับดาราดังหรือที่เรียกว่า "ติดตาม" อีกด้วย หรือคนดังในสังคมและกลุ่มเพื่อนผู้ใช้ในกลุ่มต่างๆ

3. เครือข่ายสังคม (Social Network) เครือข่ายสังคมเกิดจากแนวคิดทฤษฎีเครือข่ายสังคม (Social Network Theory) เป็นทฤษฎีที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของโหนด (Node) การเชื่อมต่อหมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างกันหนึ่งโหนดสามารถมีได้หลายความสัมพันธ์และหลายๆ ความสัมพันธ์จะรวมกันให้เกิดเป็นเครือข่ายสังคมเกิดขึ้น เครือข่ายสังคม หรือโซเชียลเน็ตเวิร์ก (Social Network) คือสถานที่ที่ผู้คนสามารถสร้างพื้นที่ของตนเองบนโลกออนไลน์ (Own

Space) ซึ่งสามารถสร้างเว็บหรือโฮมเพจของตน เขียนเว็บบล็อก โพสต์รูปภาพ วิดีโอ ดนตรี เพลง รวมถึง การแลกเปลี่ยนความคิด และสามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นๆ เพื่อค้นหาข้อมูลที่สนใจได้ เป็นเครือข่ายที่ เชื่อมโยงเรากับเพื่อนๆ จนกลายเป็นสังคม ทั้งนี้ผู้ใช้เริ่มต้นสร้างตัวตนในส่วนของโปรไฟล์ (Profile) ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลส่วนตัว (Info) รูป (Photo) การจดบันทึก (Note) หรือการใส่วิดีโอ (Video) และอื่นๆ นอกจากนี้ เครือข่ายสังคม (Social Network) ยังมีเครื่องมือสำคัญในการสร้างจำนวนเพื่อนให้มากขึ้นคือ ในส่วนของการ เชิญเพื่อน (Invite Friend) และค้นหาเพื่อน (Find Friend) รวมถึงการสร้างเพื่อนจากเพื่อนของเพื่อนอีกด้วย นอกจากนี้เครือข่ายสังคมสามารถแท็ก (Tag) เนื้อหาที่ได้โพสต์ขึ้นไปให้หรือเพื่อนๆ ในกลุ่ม และยังมี ความสามารถในการจัดเนื้อหาเป็นหมวดหมู่ด้วยการติด แฮชแท็ก (#hastag) ทำให้สามารถค้นหาข้อมูลได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถสร้างชุมชนเพื่อให้เกิดเครือข่ายของผู้ที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน เกิดการสื่อสารและ การมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกันเกิดการโต้ตอบกันและกันในเว็บไซต์เครือข่ายสังคม เครือข่ายสังคม (Social Network) มีมากมาย แต่อาจจะแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ประเภท แรกสนใจในการสร้างเครือข่ายระหว่างเพื่อนๆ หรือครอบครัว เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) หรือการสร้างเครือข่ายในเชิงธุรกิจที่เปิดใส่ประวัติ (Resume) และข้อมูลเชิงอาชีพต่างๆ เช่น ลิงคิอิน (Linkedin) หรือ พลาซ (Plaxo) เป็นต้น ในส่วนขององค์กรจะใช้เครือข่ายสังคมมาใช้ในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้า รวมทั้งใช้ในการสร้างตราสินค้า หรือนำไปใช้ในการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และการจัดตั้งกลุ่มที่มีความสนใจร่วมกันในเรื่องต่างๆ (พรอณี สนวนเพลง, 2555; ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2553)

4. มีเดียแชร์ลิง (Media Sharing) เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปยังบทความหรือเนื้อหาในอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้เป็นผู้ส่งและเปิดโอกาสให้เราสามารถอัปโหลดรูปหรือวิดีโอเพื่อแบ่งปันให้กับ ครอบครัว เพื่อนๆ หรือ เผยแพร่ต่อสาธารณชน ผ่านเว็บไซต์ประเภทมีเดียแชร์ลิง (Media Sharing) เช่น การถ่ายรูปและนำขึ้นไปสู่ เว็บไซต์อย่างฟลิคเกอร์ (Flickr) หรืออินสตาแกรม (Instagram) หรืออัปโหลดวิดีโอเพื่อเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ อย่างยูทูป (Youtube) ตีกตอก (Tik Tok) ในปัจจุบันมีเดียแชร์ลิง (Media Sharing) ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายคือ วิดีทัศน์บนอินเทอร์เน็ต (Video on Internet หรือ Video on Web) เป็นระบบการแพร่ภาพและเสียงวีดิทัศน์ จากคลัง ข้อมูลวีดิทัศน์ (Video Server) ผู้ชมที่อยู่ในเครือข่ายสื่อสาร ผ่านระบบจัดการข้อมูลวีดิทัศน์แบบทยอยส่งเรื่อย ๆ หรือเรียกว่า วิดีทัศน์แบบसारธาร (Streaming) โดยผู้ใช้บริการสามารถเลือกเนื้อหาวีดิทัศน์ได้ตาม ประสงค์โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ เนื่องจากประสิทธิภาพการ

เข้าถึงผู้รับชมจำนวนมากได้ในการนำเสนอ เพียงครั้งเดียว และการใช้สื่อผสม ปัจจุบันเว็บไซต์วิดีโอทัศน์บนอินเทอร์เน็ต (Video on Internet) ที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ ยูทูป (Youtube)

5. โซเชียลนิวส์และบุ๊กมาร์ค (Social News and Bookmarking) เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปยังบทความหรือเนื้อหาในอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้เป็นผู้ส่งและเปิดโอกาสให้คะแนนการโหวตได้ เป็นเสมือนมหาชนช่วยกลั่นกรองว่าบทความหรือเนื้อหาใดเป็นที่น่าสนใจที่สุดในส่วนของโซเชียลบุ๊กมาร์คกิ้ง (Social Bookmarking) เป็นการเปิดโอกาสให้สามารถทำการบุ๊กมาร์ค (Bookmark) เนื้อหาหรือเว็บไซต์ที่ชื่นชอบ โดยไม่ขึ้นอยู่กับคอมพิวเตอร์เครื่องใดเครื่องหนึ่ง แต่สามารถทำผ่านออนไลน์ และเนื้อหาในส่วนที่เราทำบุ๊กมาร์คไว้สามารถที่จะแบ่งปันให้คนอื่น ๆ ได้ด้วย นักการตลาดจะใช้เป็นเครื่องมือในการ บอกต่อและสร้างจำนวนคนเข้ามายังที่เว็บไซต์หรือแคมเปญการตลาดที่ต้องการ

6. ออนไลน์ฟอรัม (Online Forum) เป็นรูปแบบของโซเชียลมีเดีย (Social Media) ที่เก่าแก่ที่สุดซึ่งก็คือสื่อประเภท “เว็บบอร์ด Webboard” เป็นสถานที่ที่ให้ผู้คนเข้ามาพูดคุยในหัวข้อที่พวกเขาสนใจ ซึ่งอาจจะเป็นเรื่อง เพลง หนังสือ การเมือง กีฬา สุขภาพ หนังสือ การลงทุน และอื่นๆอีกมากมายได้ทำการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสดง ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการแนะนำสินค้าหรือบริการต่างๆ ซึ่งนักการตลาดควรสนใจเนื้อหาที่พูดคุยในฟอรัม เหล่านี้ เพราะบางครั้งอาจเป็นคำวิจารณ์เกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการของเรา ซึ่งเราเองสามารถเข้าไปทำความเข้าใจ แก้ปัญหาตลอดจนใช้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และเว็บไซต์ประเภทฟอรัมอาจเปิดให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันโดยเฉพาะหรืออาจเป็นส่วนหนึ่งในเว็บไซต์เนื้อหาต่างๆ ออนไลน์ฟอรัม (Online Forum) ในปัจจุบัน เช่น เว็บบอร์ดพันทิป (Pantip) เป็นต้น

การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social media)

การศึกษาค้นคว้าพบว่า รูปแบบกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ประเภทต่าง ๆ ประกอบด้วย (Laura Rojas de Francisco et al, 2015; ระวี แก้วสุกใส และ ชัยรัตน์ จุสาลิ, 2556; วิพงษ์ชัย รุ่งชันแก้ว, 2565; สุชาลักษณ์ ธรรมดวงศร, 2562)

1. การฟังเพลงผ่านแอปพลิเคชัน การฟังเพลงผ่านแอปพลิเคชันนั้นจะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง ลักษณะเหมือนการเช่าเพลงฟัง ซึ่งเป็นที่นิยมในยุคสมัยนี้ การเกิดมาของมิวสิคสตรีมมิ่ง (Music Streaming) ช่วยลดการละเมิดลิขสิทธิ์ได้ในระดับหนึ่งเพราะมิวสิคสตรีมมิ่ง บางเจ้าเปิดบริการให้ฟังได้ฟรี ถึงแม้จะดาวน์โหลดเก็บไว้ฟังได้ แต่ก็ไม่อนุญาตให้แจกจ่ายไฟล์เหมือนในอดีต

2. การชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน การรับชมภาพยนตร์ในปัจจุบันไม่จำเป็นต้องเข้าโรงหนังหรือหาซื้อดีวีดีมาเพื่อรับชมภาพยนตร์อีกแล้ว แต่สามารถเลือกดูหนังที่ชอบได้เพียงแค่กดใช้แอปพลิเคชันสำหรับชมภาพยนตร์ นอกจากนี้สะดวกแล้วบางแอปพลิเคชันยังสามารถรับชมได้ฟรีอีกด้วย

3. การชมคลิปวิดีโอผ่านแอปพลิเคชัน ในปัจจุบันแอปพลิเคชันวีดีโอสตรีมมิ่ง (Video Streaming) ได้รับความนิยมทั่วโลก เพราะสามารถรับชมคลิปวิดีโอที่น่าสนใจผ่านแอปพลิเคชันวีดีโอสตรีมมิ่งได้จากทุกที่และทุกเวลาผ่านอุปกรณ์สื่อสาร เช่น สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต เป็นต้น

4. การชมการถ่ายทอดสดผ่านแอปพลิเคชัน ระบบวิดีโอถ่ายทอดสดทำให้ผู้คนสามารถพูดคุยกันแบบเรียลไทม์ได้เลย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งฟีเจอร์ที่ช่วยแชร์เรื่องราวต่าง ๆ ไปให้เพื่อนที่ติดตามบนแอปพลิเคชัน นอกจากนี้การถ่ายทอดสดยังสามารถให้คนที่รับชมเข้ามามีส่วนร่วมในขณะที่กำลังถ่ายทอดสดได้แบบเรียลไทม์ (real-time) ผ่านการคอมเมนต์ (comment) และคนที่กำลังถ่ายทอดสดผ่านแอปพลิเคชันสามารถโต้ตอบกลับได้ทันที เป็นช่องทางการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) อย่างสมบูรณ์

5. การท่องเที่ยวเสมือนจริง ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ก้าวหน้า จึงได้เกิดเป็นการท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tours) หรือการท่องเที่ยวเสมือนจริงผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งเป็นการนำข้อมูลเชิงเสมือนและโลกความเป็นจริงโดยใช้เทคโนโลยี AR (Augmented Reality) ผสมกับ VR (Virtual reality) มาสร้างภาพเสมือนจริง เปิดประสบการณ์ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ไม่จำเป็นต้องออกจากบ้าน เพียงแค่มีคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ทโฟนและอินเทอร์เน็ต ก็สามารถท่องเที่ยวทั่วโลกได้

6. การสร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยรูปภาพ เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้เป็นสังคมสำหรับผู้ใช้ที่ต้องการแสดงออกและนำเสนอผลงานของตัวเองด้วยรูปภาพ และสามารถแสดงผลงานได้จากทั่วทุกมุมโลก เสมือนเป็นแกลเลอรี (Gallery) ที่ใช้จัดโชว์ผลงานของตัวเอง

7. การสร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยวิดีโอ เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้เป็นสังคมสำหรับผู้ใช้ที่ต้องการแสดงออกและนำเสนอผลงานของตัวเองด้วยวิดีโอ และสามารถแสดงผลงานได้จากทั่วทุกมุมโลกเช่นเดียวกับรูปภาพ

8. การพูดคุยในกลุ่มที่มีความสนใจเดียวกันผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ทำให้คนสามารถการแบ่งปันสิ่งที่ตนเองชื่นชอบให้กับคนที่มีความชอบในเรื่องเดียวกันที่ต้องการความคิด ความรู้ และการต่อยอดจากผู้ใช้ที่เป็นผู้มีความรู้ต่อไป คนที่เข้ามาในสังคมนี้มักจะเป็นคนที่มีความภูมิใจที่ได้เผยแพร่สิ่งที่ตนเองรู้และทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม

9. การแบ่งปันประสบการณ์/ความรู้สึก ผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ เป็นการเขียนแสดงความรู้สึกนึกคิดบนสื่อสังคมออนไลน์ หรือเขียนบันทึก เล่าเหตุการณ์ที่อยากให้ผู้อ่านได้รับรู้ หรือเป็นการเสนอมุมมองและแนวความคิดของตนเองลงไป และผู้ที่เข้ามาอ่านสามารถแสดงความคิดเห็น ความรู้สึก ความคิดของพวกเขาได้อีกด้วย

10. การสืบค้นข้อมูลและเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ทางออนไลน์ การสืบค้นข้อมูลที่ต้องการทราบบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยวิธีการค้นหาที่สามารถทำได้ง่ายและให้ผลลัพธ์ที่แม่นยำ ผ่านเว็บไซต์สำหรับค้นหาข้อมูลหรือเรียกว่า เสิร์ชเอนจินไซต์ (Search Engine Site) ที่มีหน้าที่ในการรวบรวมรายชื่อของแหล่งความรู้ไว้เป็นหมวดหมู่ หรือสืบค้นข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีคนเผยแพร่ความรู้ไว้ทั้งในรูปแบบภาพและวิดีโอ

11. การอ่านบทความหรือหนังสือออนไลน์ การอ่านบทความหรือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์หรือ E-Book สามารถอ่านได้ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ มีความสะดวกสบายพกพาสะดวกไปได้ทุกที่ไม่ต้องถือหนังสือเป็นเล่ม มีให้เลือกมากมายทั้งแบบฟรีและแบบเสียค่าใช้จ่าย

12. การอ่านนิยายออนไลน์ ผู้อ่านสามารถอ่านนิยายได้โดยไม่จำเป็นต้องมีรูปเล่มที่จับต้องได้ พื้นที่เปิดกว้างมากขึ้น คนอ่านมีทางเลือกในการอ่านมาก คนเขียนมีอิสระในการรังสรรค์ผลงาน

13. การอ่านการ์ตูนออนไลน์ ได้รับความนิยมในหมู่คนที่ใช้เวลาว่างในการอ่านการ์ตูนเนื่องจากการอัปเดตที่ค่อนข้างเร็วกว่ารูปเล่ม อีกทั้งยังมีความสะดวกสบายอยู่ที่ไหนก็สามารถอ่านได้ การ์ตูนออนไลน์ได้ มีให้เลือกมากมายทั้งแบบฟรีและแบบเสียค่าใช้จ่าย

14. การเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์ พฤติกรรมการซื้อสินค้า ในทุกวันนี้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตอย่างมาก คนเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์ (Online Shopping) จนกลายเป็นความคุ้นชินและเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คนไปแล้ว เนื่องจากการเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์ ให้ความสะดวกสบายรวมถึงยังมีสินค้าให้เลือกซื้ออย่างครบถ้วน

การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์

เกมเป็นกิจกรรมนันทนาการที่อยู่คู่กับมนุษย์มาทุกยุคทุกสมัย จากยุคสองพันปีก่อนที่ชาวจีนเล่นโกะ การเล่นเกมที่เชื่อว่าชาวอินเดียเป็นผู้คิดค้น เกมได้พัฒนาการเรื่อยมาจนถึงยุคอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic) เกมได้พัฒนาและพลิกโฉมจากการเล่นเกมในโลกแห่งความจริงมาเล่นผ่านเครื่องเกม จอโทรทัศน์และอุปกรณ์ควบคุม รวมทั้งเล่นเกมผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ซึ่งเราเรียกเกมประเภทนี้ว่าวิดีโอเกมและเกมคอมพิวเตอร์ เป็นสื่อเทคโนโลยีเพื่อความบันเทิงคนทุกวัย ปัจจุบันวิดีโอเกมหรือเกมคอมพิวเตอร์เป็นซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์เพื่อความบันเทิงชนิดหนึ่งในรูปของการนำเอาเกมมาประยุกต์เล่นในคอมพิวเตอร์โดยใช้ภาษาต่าง ๆ มาเขียนตามแนวทางของผู้สร้างเกมว่าจะสร้างให้เสมือนจริงหรือจะสร้างแบบเน้นกราฟิกการสื่อด้วยเทคนิคด้านภาพที่สมจริงโดยใช้ภาพแอนิเมชัน (Animation) เป็นต้น

ลักษณะทั่วไปของวิดีโอเกมและเกมคอมพิวเตอร์เป็นการนำเอาเกมมาประยุกต์เล่นในคอมพิวเตอร์ เป็นการจำลองสถานการณ์เพื่อให้ผู้เล่นแก้ไขปัญหา โดยมีกฎเกณฑ์และเป้าหมายแตกต่างกันไปในแต่ละเกม ในวิดีโอเกมคอมพิวเตอร์เป็นกิจกรรมการใช้เวลาว่างที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากโดยเฉพาะกลุ่มผู้เข้าร่วมที่เป็นเด็ก (Russell, 2005) รัสเซลล์ ให้เหตุผลถึงความนิยมนี้ว่า เป็นเพราะเกมคอมพิวเตอร์นั้นนำเสนอความน่าสนใจ ความท้าทายและสอนคุณค่าเชิงบวก ผ่านรูปแบบเกมศิลปะการต่อสู้ เกมกีฬา และเกมแฟนตาซี เป็นต้น นอกจากนี้เกมคอมพิวเตอร์จะเป็นผู้ช่วยในการใช้เวลาว่าง (Leisure Assistance) ภายใต้งैงไขของเทคโนโลยีซึ่งจะนำพาเราไปสู่พื้นที่ของการใช้เวลาว่างจำลอง (Simulation Leisure) ซึ่งกิจกรรมและสถานที่ตั้งในการใช้เวลาว่างจะอยู่ในโลกเสมือนจริงอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน และมีการทำนายว่าเกมจะมีอิทธิพลต่อการใช้เวลาว่างในทศวรรษนี้เป็นอย่างมาก (วิพงษ์ชัย ร้องขันแก้ว, 2565)

ปัจจุบันรูปแบบของกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์ประกอบด้วย การเล่นเกมประเภทต่าง ๆ ที่แบ่งตามวิธีการเล่น ดังนี้ (เกมมันเดย์, 2564; พิสิฐ ตั้งพรประเสริฐ, 2561; วิพงษ์ชัย ร้องขันแก้ว, 2565)

1. **เกมต่อสู้ (Action Game)** เป็นเกมที่เน้นการทำลายทางร่างกายพอสมควร ผู้เล่นเกมสามารถบังคับทิศทางการกระทำของตัวละครในเกมเพื่อผ่านด่าน ตอบโต้ภายในเกมได้อย่างอิสระ ซึ่งมีตั้งแต่รูปแบบการเล่นง่าย ๆ เหมาะกับทุกเพศ ทุกวัยเล่น ไม่ต้องมีความสามารถในการเล่นเกมมากนักไปจนถึงระดับที่มีเนื้อหารุนแรง บางเกมมีการใส่ลูกเล่นเพิ่มความสนุกของเกม จนกลายเป็นประเภทย่อยอีกมากมายให้เลือกเล่นตามความชอบ

2. เกมเล่นตามบทบาท (Role-Playing Game) หรือ อาร์พีจี (RPG) เกมประเภทนี้ทำให้ผู้เล่นอยู่ในโลกแห่งจินตนาการ ให้ผู้เล่นสวมบทบาทเป็นตัวละครในโลกนั้นและผจญภัยไปตามเรื่องราวที่กำหนด มีพลังในการพัฒนาระดับตัวละคร สะสมเงินเพื่อซื้ออาวุธและอุปกรณ์เมื่อคุณผจญภัยมากขึ้นและเอาชนะศัตรูที่ทรงพลังที่สุดในเกม เกมไม่เน้นการบังคับ แต่มันจะทำให้ผู้เล่นได้สัมผัสเรื่องราว และได้รับการพัฒนาในภายหลังเพื่อให้สามารถเชื่อมต่อกับผู้เล่นออนไลน์ทั่วโลกได้

3. เกมผจญภัย (Adventure Game) เป็นเกมที่ผู้เล่นสวมบทบาทเป็นตัวละคร และจะต้องบรรลุวัตถุประสงค์ของเกม เกมผจญภัยเน้นหนักไปที่ผู้เล่นในการค้นหาวิธีแก้ปัญหาหรือไขปริศนาภายในเกม ปริศนาส่วนใหญ่ในเกมมีพื้นฐานมาจากการใช้ตรรกะในการแก้ปัญหา และการใช้ไอเท็มที่ผู้เล่นรวบรวมระหว่างการผจญภัย นอกจากนี้ ผู้เล่นยังต้องพูดคุยกับตัวละครอื่นอีกด้วย เกมดังกล่าวต้องการให้ผู้เล่นมีความเชี่ยวชาญในภาษา ความตายในเกมผจญภัยส่วนใหญ่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เล่นมีเวลาวิเคราะห์ปัญหาในอนาคต หรือหากมีความตายในเกมผจญภัย ก็มักจะมีสถานที่ที่ผู้เล่นอาจตายอยู่แล้ว

4. เกมปริศนา (Puzzle Game) เป็นเกมแนวที่เล่นได้ทุกวัย ตัวเกมมักจะเน้นการแก้ปัญหา ปัญหาต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับง่ายไปจนถึงซับซ้อน เกมประเภทนี้มีเป้าหมายหนึ่งเดียวคือ การแก้ปัญหาถูกต้องอาจเพิ่มความท้าทายด้วยการใส่ลูกเล่นแบบตอบโต้ต้องโดนทำโทษหรือจับเวลา เกมแนวนี้เป็นเกมที่เล่นได้ทุกยุคทุกสมัย เป็นเกมที่ไม่นับเรื่องราวแต่จะเน้นไปที่ความท้าทายให้ผู้เล่นกลับมาเล่นซ้ำ ๆ ในระดับที่ยากขึ้น

5. เกมสถานการณ์จำลอง (Simulation Game) เป็นเกมประเภทที่จำลองสถานการณ์มาให้ผู้เล่นได้สวมบทบาทเป็นผู้อยู่ในสถานการณ์นั้น ๆ และตัดสินใจในการกระทำเพื่อลองดูว่าจะเป็นอย่างไร เหตุการณ์ต่าง ๆ อาจจะนำมาจากสถานการณ์จริงหรือสถานการณ์จำลองก็ได้ วัตถุประสงค์ของเกมประเภทนี้ส่วนใหญ่ต้องการมอบประสบการณ์แบบจริงหรือการเรียนรู้ช่วยเพิ่มทักษะให้แก่ผู้เล่น ด้วยข้อจำกัดในชีวิตจริงเพื่อเรียนรู้ด้วยตัวเองผ่านเกมสถานการณ์จำลอง

6. เกมวางแผนการรบ (Strategy Game) เป็นเกมที่ไม่ได้เน้นไปที่การใช้กำลัง แต่เน้นที่กระบวนการคิดเชิงกลยุทธ์ในการชนะ เกมที่เน้นการควบคุมกองทัพ องค์ประกอบของหน่วยทหารที่ต่อสู้กันเองเป็นเรื่องปกติบนคอมพิวเตอร์เนื่องจากแบนิพิมพ์และเมาส์เหมาะสำหรับการควบคุมเกม และคนจำนวนมากสามารถเล่นด้วยกันได้ทางอินเทอร์เน็ต รูปแบบการเล่นหลักของเกมประเภทนี้คือการควบคุมกองทัพ เก็บเกี่ยวทรัพยากรและสร้างกองทัพ

7. เกมกีฬา (Sport Game) เกมกีฬา (Sport Game) เป็นเกมจำลองการเล่นกีฬาแต่ละชนิด ได้รับแรงบันดาลใจจากกีฬายอดนิยมไม่ว่าจะเป็นฟุตบอล กอล์ฟ เทนนิส หรือแข่งรถ ดัดแปลงออกมาในรูปแบบเกมการแข่งขัน โดยส่วนมากเกมกีฬา มักจะมีความถูกต้องและเที่ยงตรงในกฎกติกาค่อนข้างมาก จึงเหมาะสำหรับผู้เล่นที่เข้าใจกฎกติกาและการเล่นของกีฬานั้น จุดขายของเกมกีฬา มักจะเป็นชื่อและหน้าตาของผู้เล่นที่ถูกต้องลักษณะสนามและยานพาหนะ

8. เกมอาเขต (Arcade Game) เป็นเกมที่ถูกรังมาให้กับเครื่องเกมตู้ เกมประเภทนี้ใช้เวลาจบไม่นาน (30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง) มีระดับการเรียนรู้ไม่ค่อยสูง มีความเรียบง่ายในการเล่น มีเวลาจำกัดในการเล่น และไม่มีกัณฑ์ความก้าวหน้าในการเล่น เกมจะบันทึกเพียงคะแนนสูงสุดเท่านั้น เกมประเภทนี้มีความท้าทายเป็นคุณค่าให้กลับมาเล่นซ้ำและใช้หลักจิตวิทยาในการบอกคะแนนสูงสุดที่ผู้เล่นคนก่อน ๆ เคยทำได้ ให้ผู้เล่นใหม่หาทางทำลายสถิติ

9. เกมศิลปะการต่อสู้ (Fighting Game) เป็นเกมที่ได้รับแรงบันดาลใจจากการชกมวย นี่คือรูปแบบที่มีตัวละครตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไปในการต่อสู้แบบตัวต่อตัว ตัวละครแต่ละตัวมีทักษะพิเศษที่แตกต่างกัน เกมประเภทนี้เน้นการใช้จังหวะเวลาและความแม่นยำของผู้เล่นในการโจมตีให้เสร็จสิ้น สิ่งที่สำคัญที่สุดเกี่ยวกับเกมต่อสู้ก็คือการต่อสู้จะถูกแบ่งออกเป็นรอบ ๆ และเกี่ยวข้องกับผู้เล่นเพียงสองคนเท่านั้น ตัวละครที่ใช้จะมีความสามารถที่แตกต่างกัน

10. เกมยิง (Shooting Game) คือ เกมที่มอบประสบการณ์ให้ผู้เล่นรับบทเป็นทหาร ตำรวจ หรือนักล่า รองรับการเล่นทั้งแบบคนเดียวหรือแบ่งทีมออกเป็น 2 ฝ่าย มีทั้งแบบมองด้านบนและมองด้านข้าง

11. เกมดนตรี (Rythm Game) คือ เกมที่ผู้เล่นต้องใช้เสียงเพลงในการเล่นด้านต่าง ๆ ให้ชนะ ซึ่งผู้เล่นจะต้องกดปุ่มให้ถูกต้องหรือตรงจังหวะหรือตรงตำแหน่ง โดยใช้เสียงเพลงเป็นตัวบอกเวลาที่จะต้องกด และในบางเพลงผู้เล่นจะต้องใช้อุปกรณ์เสริมซึ่งบางชิ้นก็เลียนแบบมาจากของจริง

เกมคอมพิวเตอร์นั้นจะเป็นเครื่องมือหรือเป็นกิจกรรมในการใช้เวลาว่างที่จะได้รับความนิยมน้อยในปัจจุบันอย่างไม่เสื่อมคลาย โดยเกมในปัจจุบันจะมีการพัฒนาความสมจริงทั้งในเรื่องเนื้อหา สถานการณ์ เงื่อนไข ภาพกราฟิกที่สมจริงและระบบโต้ตอบอัจฉริยะกับผู้ใช้ ราวกับว่ากำลังสนทนาอยู่กับคนจริง ๆ และเมื่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้พัฒนาเข้าสู่ยุคสื่อสังคมออนไลน์ รูปแบบการเล่นเกมก็ถูกพลิกโฉมอีกครั้ง รูปแบบการเล่นของคนก็เปลี่ยนแปลงไปจากนั่งเล่นคนเดียวหน้าจอโทรทัศน์หรือคอมพิวเตอร์ ไปสู่การเล่นแบบใหม่ที่สามารถเชื่อมต่อกับคนทั้งโลก เราสามารถเล่นเกมแข่งกับเพื่อนที่อยู่คนละบ้านได้ หรือแม้แต่เล่นเกมกับใครไม่รู้ที่อยู่คนละซีก

โลกได้ นอกจากกลุ่มเด็กและเยาวชนที่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ในเวลาว่าง คนเกือบทุกเพศทุกวัยก็หันมาเล่นเกมคอมพิวเตอร์เช่นเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากอิทธิพลของเกมออนไลน์ (Online Game) ทำให้เกมเข้าถึงคนได้ทุกกลุ่ม ปัจจุบันนี้มีรูปแบบการเล่นเกมส์ออนไลน์ 3 ลักษณะ คือ (วิพงษ์ชัย รุ่งชันแก้ว, 2565)

1. **การเล่นเกมส์ออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน (Smartphone)** ปัจจุบันมีเกมส์ในสมาร์ทโฟน เกิดขึ้นมากมายที่สามารถเล่นกับเพื่อนได้ไม่ว่าจะเล่นแบบพร้อมหน้าพร้อมตากัน หรือเล่นแบบออนไลน์จากระยะไกล สามารถเล่นกับเพื่อนที่รู้จักคุ้นเคยกัน ให้ความสนุกที่ต่างออกไปสามารถเล่นที่ไหนเวลาใดก็ได้

2. **การเล่นเกมส์ออนไลน์ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์** เป็นเกมส์ออนไลน์ที่เล่นผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นวิธีที่ดีในการใช้เวลาว่างของคุณ การเล่นออนไลน์ผ่าน PC หรือ Laptop ให้ภาพที่สมจริง กราฟิกสวยงาม และรายละเอียดมากกว่าการเล่นออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน

3. **การเล่นเกมส์ออนไลน์ผ่านเครื่องเล่นเกม** หรือที่นิยมเรียกกันว่า เครื่องเกมคอนโซล (Console) การเล่นเกมส์ออนไลน์ภาพที่สมจริงมีกราฟิกที่สวยงามและมีรายละเอียดเกมที่น่าสนใจ รวมทั้งเครื่องเล่นเกมก็มีอุปกรณ์เสริมที่ช่วยสนับสนุนการเล่นเกมส์ ทำให้ผู้เล่นได้รับประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจจากการเล่นเกมผ่านเครื่องเล่นเกม

ผลกระทบจากการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล

จากงานวิจัยของ เอมิการ์ ศรีธาดู (2559) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล การเปิดรับสื่อดิจิทัล ระดับความรู้เกี่ยวกับสื่อดิจิทัล การรับรู้ของ Generation Y และ Generation Z เกี่ยวกับผลกระทบด้านลบของสื่อดิจิทัล ผลการสำรวจแบบสอบถามด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า กลุ่มตัวอย่างคือ Generation Y และ Generation Z ที่กำลังศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายถึงระดับปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อายุ 15-24 ปี มีคนในกลุ่มตัวอย่าง Gen Z มากกว่ากลุ่มตัวอย่าง Gen Y โดยภาพรวมการใช้สื่อดิจิทัลอยู่ในระดับสูง Facebook ยังคงเป็นสื่อดิจิทัลประเภทหนึ่งที่ได้รับนิยามมากที่สุด Generation Y คือกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลมากกว่า Generation Z โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ที่ใช้บ่อยที่สุด และคนส่วนใหญ่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านสัญญาณ WIFI ที่บ้านของตน ในแง่ของความรู้ด้านสื่อดิจิทัลพบว่าคนรุ่น Y มีการรับรู้ทักษะในระดับที่สูงกว่าคนรุ่น Y สำหรับทุกทักษะ ยกเว้นทักษะการประเมินเนื้อหา ความตระหนักในทักษะความรู้ด้านสื่อจะสูงที่สุดในทั้งสองรุ่น การเข้าถึงสื่อดิจิทัลต่อไปคือทักษะการวิเคราะห์สื่อดิจิทัล และทักษะที่สามสำหรับคนรุ่น Y คือการรับรู้ทักษะการมี

ส่วนร่วม และ Gen Z คือทักษะในการประเมินเนื้อหา โดยรวมแล้ว มีความตระหนักในทักษะความรู้ด้านสื่อดิจิทัลในระดับสูง นอกจากการรับรู้ถึงผลกระทบด้านลบของสื่อดิจิทัลแล้ว การศึกษายังพบว่าคนกลุ่มเจนเอเรชั่น วาย มีความตระหนักถึงผลกระทบด้านลบของสื่อดิจิทัลต่ออันตรายในการสื่อสารมากขึ้น สุขภาพ/สมรรถภาพทางกายเป็นสิ่งสำคัญที่สุด รองลงมาคือ การศึกษา/ความรู้ และการอยู่เคียงข้างครอบครัว ขณะเดียวกัน Generation Z มีการรับรู้ถึงผลกระทบด้านลบของสื่อดิจิทัลสูงสุดในแง่ของการแพร่กระจายอันตราย ตามมาด้วยการศึกษา/ความรู้ และสุขภาพ/สมรรถภาพทางกาย ทั้งสองรุ่นมีความตระหนักถึงผลกระทบด้านลบของสื่อดิจิทัลต่อการเรียนรู้ที่น้อยที่สุด คนรุ่น Y ยังมีความตระหนักถึงผลกระทบด้านลบของสื่อดิจิทัลในด้านต่างๆ เช่น การศึกษา/ความรู้ ความเสี่ยงจากการสื่อสาร ครอบครัว การศึกษา และสุขภาพ/ร่างกาย มากกว่าความบันเทิง มากกว่า Gen Z Generation Chad ตระหนักมากกว่า Generation Y ถึงผลกระทบด้านลบของสื่อดิจิทัล และจากการสำรวจข้อมูลจาก We are social ซึ่งเป็นเอเจนซีด้านโซเชียลมีเดีย (Simon Kemp, 2022) ได้สรุปการใช้เทคโนโลยีทั่วโลก พบว่า ประเทศไทยมีอัตราการใช้เวลาผ่านทางระบบดิจิทัลผ่านทุกอุปกรณ์สูงถึง 9 ชั่วโมง ต่อวัน สูงกว่าอัตราเฉลี่ยทั่วโลกที่ 6 ชั่วโมง และเป็นการใช้ สมาร์ทโฟน (Smartphone) ของไทย ต่อการเล่นสื่อสังคมออนไลน์กว่า 4 ชั่วโมง 56 นาที ซึ่งถือว่าเป็นเวลาที่หากคำนวณจากเวลาทำงานของคนวัยทำงานแล้ว อาจถือว่าเป็นการใช้เวลาว่างที่สูงมาก ปัจจัยที่ช่วยผลักดันให้คนใช้เวลาว่างทางดิจิทัลมากขึ้นเกิดจากอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่มีลดลง โครงข่ายการให้บริการได้รับการพัฒนาให้ครอบคลุมเกือบทั่วประเทศ การเติบโตของการใช้งานสมาร์ทโฟน (Smartphone) ราคาลดลง และระบบอินเทอร์เน็ตที่เปิดให้บริการในขณะนี้ ทำให้คนไทยสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น เรื่องรูปลักษณะและการใช้งานก็มีส่วนดึงดูดให้คนสนใจที่จะใช้เวลาว่างกับสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากรูปแบบ เนื้อหา และลักษณะการใช้งานของเว็บจะถูกควบคุมและขับเคลื่อนโดยผู้ให้บริการและสามารถตอบสนองความต้องการและความสนใจของผู้คนได้แทบทุกเรื่อง แม้แต่เรื่องเล็ก ๆ หลายคนต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนอกจากนี้อีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้ใช้เวลาว่างทางดิจิทัลมากขึ้นนั้นเกิดขึ้นจากในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) เมื่อโลกเปลี่ยนเข้าสู่ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ผู้คนไม่สามารถแบบไปใช้ชีวิตและทำกิจกรรมการใช้เวลาว่างแบบเดิมได้ จึงหันมาใช้เวลาว่างทางดิจิทัลหรือ Digital Leisure เพิ่มมากขึ้น

ผลกระทบที่เกิดขึ้นนี้จะส่งผลด้านลบต่อการใช้เวลาว่างในโลกแห่งความจริงกล่าวคือ เมื่อผู้คนส่วนใหญ่หันมาใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และสื่อดิจิทัล ในชีวิตประจำวัน ก็จะเป็นขยะอิเล็กทรอนิกส์ในปริมาณที่เยอะขึ้น เกิดการทิ้งในชุมชนที่มีผู้คนยากจน ทำให้เกิดสิ่งแวดล้อมที่

วิกฤต ไม่ยุติธรรมต่อผู้คนในชุมชน (Spencer และ Jostad, 2013) นอกจากนี้คนจะออกไปทำกิจกรรมตามแหล่งนันทนาการและการใช้เวลาว่างเพื่อทำกิจกรรมน้อยลง คนจะเลือกที่จะนั่งอยู่หน้าจอที่เหลี่ยมมากขึ้น การพบปะผู้คนจะน้อยลง คนจะขาดปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมากขึ้น โดยเฉพาะเด็กรุ่นใหม่ที่เกิดอินเทอร์เน็ตจะมีปัญหานี้มาก ไม่สามารถเข้ากับผู้อื่นในสังคมได้ วางตัวในสังคมไม่เป็น ส่งผลให้เกิดการต่อต้านสังคมและทำตัวแปลกแยกจากสังคมในที่สุด เด็กรุ่นใหม่จะออกกำลังกายน้อยลงและมีปัญหาโลกอ้วนปัญหาสายตาและปัญหาสุขภาพอื่น ๆ ที่มีตามมา จึงเป็นความท้าทายใหม่ของคนในวิชาชีพนันทนาการและการใช้เวลาว่าง โดย Rose and Spencer (2016) กล่าวว่า บทบาทของนักวิชาการด้านนันทนาการ เกี่ยวกับการใช้ดิจิทัลในปัจจุบัน กล่าวว่า เราสามารถกำหนดกำหนดบทบาทของตนเองในฐานะนักวิชาการด้านนันทนาการในรูปแบบใหม่ โดยศึกษาการใช้เวลาว่างในสื่อสังคมออนไลน์ของแต่ละคน เพื่อมุ่งเน้นการเห็นคุณค่าและศึกษารูปแบบการใช้เวลาว่าง ตามประสบการณ์ใหม่ ๆ ของผู้ใช้งาน เพื่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม และต้องหาวิธีการว่าจะทำอย่างไรให้คนไทยที่ชื่นชอบการใช้เวลาว่างในโลกไซเบอร์ ออกจากโลกเสมือนจริง ลุกขึ้นจากหน้าจอคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์เทคโนโลยีต่าง ๆ กลับมาใช้เวลาว่างในแบบดั้งเดิมซึ่งส่งผลดีต่อสุขภาพมากกว่าการนั่งอยู่หน้าจอที่เหลี่ยม (วิพงษ์ชัย ร้องขันแก้ว, 2565)

3. แนวคิดเกี่ยวกับคนวัยทำงาน

เมื่อคุณเข้าสู่วัยทำงานปฏิเสธไม่ได้เลยว่าความรับผิดชอบในหน้าที่การงานมักจะมาเป็นอันดับหนึ่งเสมอผู้คนในวัยทำงานมัวใจที่จะพัฒนาตนเองให้ก้าวไปข้างหน้าในอีกด้านซึ่งการทำงานอย่างไม่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลนั้นมักจะมีสื่อดิจิทัลเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการช่วยให้การติดต่อสื่อสารในทีมทำได้ง่ายขึ้นโดยการใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ นั้นจะเอื้ออำนวยความสะดวกส่งข้อมูลการติดต่อสื่อสารทำให้ทำได้ง่ายมากกว่าเดิมรวดเร็วประหยัดเวลาและสามารถแก้ไขงานได้โดยด่วนอีกด้วย อีกทั้งยังช่วยให้เราสามารถรู้ภาษาที่สองสามที่เราไม่ถนัดช่วยให้สามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้ในภาษาต่างประเทศอีกด้วยและที่ขาดไม่ได้เลยในการทำงานในยุคสมัยปัจจุบันที่ในปี พ.ศ.2562 เกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) นั้น การประชุมออนไลน์สามารถเกิดขึ้นได้จริงทั้งแบบเห็นหน้าได้ยินเสียงที่ชัดเจนโดยไม่ว่าจะรักคุณจะอยู่ส่วนไหนของโลกก็สามารถจัดการงานประชุมได้ในระยะเวลาสั้นสั้นใช้ค่าใช้จ่ายต่ำและไม่ต้องเดินทางมาหารกันถึงสถานที่ทำงานนั้นนั่นถือเป็นประโยชน์ที่ล้ำค่าในสังคมการทำงานมาก ดังที่กล่าวมานั้นก็เชื่อว่าผู้คนในวัยทำงานที่ใช้เวลาไปกับสื่อดิจิทัลจะมีแต่ผลดีในอีกด้านหนึ่งก็ย่อมมี

ด้านไม่ดีเสมอไม่ว่าจะเป็นการทำให้เสียสมาธิในการทำงานหรือการใช้เวลาไปกลับซื้อ digital มากเกินไปจนทำให้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานลดลง

ในประเทศไทยนั้นเกิดปรากฏการณ์ที่คนทั่วไปในวัยทำงานเกิดเป็นสังคมก้มหน้ามักจะเห็นได้บ่อยบ่อยคือบนรถไฟฟ้าสถานที่สาธารณะทุกแห่งไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารห้างสรรพสินค้าหรือแม้กระทั่งเวลาว่างจากการทำงาน ก็มักจะหยิบอุปกรณ์ digital ของตนเองขึ้นมาเพื่ออัปเดตข่าวสารต่างๆผ่านโซเชียลมีเดียแทนการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนเพื่อนและคนรอบข้าง ซึ่งหากมองในแง่ดีจะพบว่าการก้มหน้าอยู่กับโซเชียลมีเดียของตนเองนั้นทำให้เกิดเสียงดังรบกวนในสถานที่สาธารณะหรือที่ทำงานแต่เมื่อมีด้านดีก็ย่อมมีด้านลบอีกเช่นกันซึ่งหากทุกคนล้วนแต่ใช้เวลาไปกับสิ่งเหล่านี้ก็อาจเกิดการลวงวนสิ่งที่เรียกว่าความปกติของสังคม จะเห็นได้ไหมเมื่ออาหารที่ต้องรับประทานอาหารร่วมกันการประชุมแบบเห็นหน้าปกติหรือการทำงานที่ต้องใช้สมาธิตั้งใจจดจ่อกับสิ่งนั้นนั้นหากเราแว่แต่สนใจกับสื่อดิจิทัลก็จะทำให้เราหลุดสมาธิคนรอบข้างมองว่าเราไม่ตั้งใจมาทำกิจกรรมนั้นนั้นร่วมกันกับเขาไม่มีการสบตาหรือจังหวะในการพูดคุยการตอบคำถามก็จะเสียไป ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้เห็นว่าการใช้เวลาว่างกับสื่อ digital ในวัยทำงานนั้นมีทั้งข้อดีและข้อเสียไปพร้อมๆกันหากสามารถจัดการตนเองให้ใช้เวลาไปกับสิ่งเหล่านี้ได้ถือเป็นสิ่งที่ดีมากเช่นกัน (สหภาพ พ่อค้าทอง, 2556)

พัฒนาการของมนุษย์ในแต่ละวัย

ประเภทของพัฒนาการมนุษย์ นักจิตวิทยาได้แบ่งพัฒนาการของมนุษย์ออกเป็น 4 ประเภท คือ (เทอดศักดิ์ เดชคง, 2542)

1. พัฒนาการด้านร่างกาย หมายถึง ความเจริญเติบโตและความเจริญงอกงามที่เกี่ยวกับโครงสร้างของร่างกายทั้งหมดที่มีการเพิ่มขนาด
2. พัฒนาการด้านอารมณ์ หมายถึง ความเจริญเติบโตที่เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมอารมณ์
3. พัฒนาการด้านสังคม หมายถึง ความเจริญเติบโตที่เกี่ยวกับความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับบุคคลอื่น
4. พัฒนาการด้านสติปัญญา หมายถึง ความเจริญเติบโตที่เกี่ยวกับความคิดของบุคคลทั้งในด้านการคิดอย่างมีเหตุผล

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับคนวัยทำงาน

กระทรวงสาธารณสุข (2567) กล่าวว่า “ประชากรวัยทำงานถือเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของประเทศ มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เป็นผู้นำครอบครัว เป็นผู้ปกครองกลุ่มอายุต่างๆ ช่วงอายุภายในครอบครัวคือ 18 - 59 ปี”

ราชบัณฑิตยสถาน (2557) กล่าวว่า “วัยทำงานหมายถึงประชากรวัยทำงาน หรือประชากรวัยทำงานในช่วงอายุ 15 - 59 ปี”

คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล (2560) กล่าวว่า “วัยทำงาน ถือเป็นช่วงเวลายาวนานที่สุด นั่นคือช่วงอายุ 20-60 ปี”

สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน (2566) กล่าวว่า “โครงสร้างประชากรวัยทำงานประชากรวัยทำงานของกรุงเทพฯ อายุ 15-59 ปี มีจำนวน 7,868,190 คน เป็นชาย 3,732,560 คน และหญิง 4,135,630 คน กำลังแรงงาน และบุคคลที่ไม่อยู่ในกำลังแรงงาน จำนวน 2,048,391 ราย”

สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ (2561) กล่าวว่า “วัยทำงาน หมายถึง ช่วงอายุระหว่าง 20 ถึง 59 ปี ซึ่งเป็นวัยที่ต้องใช้พลังงาน ใช้ทำกิจกรรมต่างๆ ในที่ทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ”

สมฤทัย ลิขิตกิจวรกุล (2563) กล่าวว่า “วัยทำงาน หมายถึง ช่วงอายุระหว่าง 20 ถึง 59 ปี ซึ่งเป็นวัยที่ต้องใช้พลังงาน ใช้สำหรับการทำงานและกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้วัยทำงานถือเป็นวัยที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ วัยทำงานคือช่วงที่การเสียชีวิตส่วนใหญ่มักเกิดขึ้นไม่ว่าจะเกิดจากการเจ็บป่วยหรือโรคภัยไข้เจ็บ อุบัติเหตุอาจเกิดขึ้นได้ในที่ทำงานหรือขณะเดินทาง ดังนั้น คนวัยทำงานจึงควรใช้ความระมัดระวัง มีแผนการเดินทาง”

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2559) กล่าวว่า “วัยทำงานหมายถึงกลุ่มชาย ผู้หญิงอายุประมาณ 20 ถึง 50 ปี ที่มีรายได้งานประจำ หรืออาจเรียกได้ว่าเป็น “ยุคสร้างสถานะ” คนวัยทำงานกลุ่มนี้มีความต้องการการบริโภคสูงกว่ากลุ่มอายุน้อยและสูงอายุ คนวัยทำงานสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยได้หลายกลุ่ม” ดังนี้

1. กลุ่มวัยทำงาน หมายถึง ผู้ที่เริ่มทำงาน อายุ 20-30 ปี กลุ่มนี้เป็นกลุ่มอายุที่เพิ่งสำเร็จการศึกษา และการเปลี่ยนแปลงในชีวิตการทำงานก็แค่เริ่มทำงานและเริ่มหาเงินเอง มีความกล้าหาญและค้นหาสิ่งใหม่ๆ ในชีวิตการทำงานอยู่เสมอ เมื่อคุณประสบความสำเร็จในการทำงานหรือประสบความสำเร็จในงานที่รับผิดชอบ คุณจะรู้สึกภาคภูมิใจและมีพลังที่จะทำมัน

ต่อไป เช่นเดียวกับความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ในวัยนี้ คุณอาจประสบปัญหาทางการเงิน ถ้าไม่คิดจะใช้เงินให้ดีก็จะมีหนี้สูงเพราะรายได้ไม่เพียงพอที่จะใช้จ่าย และคนในกลุ่มนี้ ก็มี 2 ลักษณะ คือ อยากแต่งงาน และอยากมีครอบครัว รถไปทำงาน

2. กลุ่มวัยทำงานวัยกลางคน หมายถึง คนที่มีอายุประมาณ 31-40 ปี โดยส่วนใหญ่อุทิศชีวิตและเวลาในการทำงานเพื่อให้ได้เลื่อนตำแหน่ง มีตำแหน่งในบริษัทหรือได้รับการเลื่อนตำแหน่งเป็นระดับอาวุโสขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า และมีความต้องการซื้อสินค้าคุณภาพสูงและราคาสูงขึ้น และมีบ้านและรถยนต์ที่ซื้อหรือผ่อนชำระโดยค้ำเงินถึงสภาพการก่อสร้างเป็นอย่างมาก คนส่วนใหญ่มักจะแต่งงานกัน ดังนั้นคนกลุ่มนี้จึงต้องมีความปรารถนาที่จะออมหรือลงทุน เพื่อให้มีเงินเพียงพอใช้จ่ายในอนาคต

3. กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย หมายถึง ผู้ที่มีอายุประมาณ 41-50 ปี กลุ่มนี้มีประสบการณ์การทำงานสูง มีตำแหน่งงานในระดับที่สูงกว่า หรือมีอาชีพเป็นของตนเอง หารายได้เพิ่มทุกเดือนและเริ่มดูแลตัวเอง ใส่ใจสุขภาพตัวเอง เมื่อแก่ตัวและอยากไปเที่ยวพักผ่อนหาความสุขให้ตัวเองเริ่มออมเงิน

ณัฐกร เลาสงคราม (2555) กล่าวว่า “วัยทำงาน หมายถึง บุคคลที่อยู่ในช่วงอายุที่สามารถทำงานหารายได้และมีกำลังทรัพย์และความต้องการซื้อแตกต่างกันไปในแต่ละช่วงอายุ”

วิชญ์ อิมก่าเหน็ด (2563) กล่าวว่า “กลุ่มวัยทำงาน หมายถึง กลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 20 ถึง 59 ปี เป็นกลุ่มอายุที่ต้องใช้พลังงาน ผู้ที่ทำกิจกรรมต่างๆ ในที่ทำงานอย่างเต็มที่ คือ กลุ่มที่นักวิจัยต้องการศึกษา เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนจำกัด และโดยทั่วไปแล้วเข้าสังคมดีมากและคุ้มค่าแก่การเยี่ยมชมโดยเฉพาะห้องสำหรับพักผ่อน หากกลุ่มตัดสินใจจองห้องพักผ่าน Airbnb ก็มีตัวเลือกมากกว่านี้ ทำเลที่ตั้งและราคาสมเหตุสมผลมาก และสิ่งอำนวยความสะดวกในรูปแบบของบ้านทำให้รู้สึกเป็นครอบครัวมากขึ้น”

ลักษณะโครงสร้างของวัยทำงาน

นราพงศ์ ศรีวิศาล และคณะ (2561) กล่าวว่า “ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประชากรครัวเรือนในชนบทในประเทศไทยจากการสำรวจรายเดือนของ Thomson Mart ข้อมูลนี้สะท้อนถึงความแตกต่างที่น่าสนใจมากมายที่ไม่พบในข้อมูลมหภาคหรือข้อมูลรายปี เช่น รูปแบบการเปลี่ยนแปลงของจำนวนสมาชิกในครัวเรือน เมื่อดูจากข้อมูลที่ครอบคลุมของแต่ละจังหวัดแล้วก็ไม่ได้ลดลงอย่างต่อเนื่องทุกครั้ง รูปแบบการย้ายถิ่นประจำปีของประชากรวัยทำงาน ความแตกต่างด้านองค์ประกอบของครัวเรือนข้ามจังหวัด จำแนกตามอายุและระดับการศึกษา”

ณัฐธยาน์ สิริทองประกอบ (2563) กล่าวว่า “วัยทำงานคือประชากรอายุ 20-60 ปี หารตามจำนวนประชากรทั้งหมดของประเทศไทย ซึ่งถือเป็นวัยทำงานซึ่งเป็นกลุ่มอายุที่มีประชากรมากที่สุดในประเทศ”

Edginton et al (2015) กล่าวว่า “ผู้ใหญ่แบ่งออกเป็นผู้ใหญ่ตอนต้นอายุ 18-30 ปี และผู้ใหญ่วัยกลางคนอายุ 31-50 ปี ซึ่งเป็นวัยที่ผู้ใหญ่เริ่มมีหลักฐานชัดเจน การมีงานทำหรืออาจเป็นเจ้าของธุรกิจของตัวเองสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว โดยเน้นที่การจ้างงานครั้งแรกหรือนอกเวลา และสร้างฐานอย่างต่อเนื่อง อาชีพของพวกเขาอาจเปลี่ยนไปสำหรับคนอื่นๆ เช่น การเริ่มต้นครอบครัวหรือการมีลูก อายุขัยของผู้ใหญ่อยู่ระหว่าง 20 ถึง 65 ปี ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของประชากรวัยทำงานส่วนนี้จะแตกต่างกัน เช่นเดียวกับโอกาส ความสนใจ และรูปแบบเวลาว่างในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น” มีลักษณะดังต่อไปนี้ ความต้องการความเป็นอิสระจากครอบครัว (เช่น พ่อแม่) และความสัมพันธ์และการติดต่อ เป้าหมายชีวิตของฉันทือทำงานหลังเรียนจบและสร้างครอบครัวที่เป็นมิตร ฉันทักท้วงเกี่ยวกับอาชีพของฉันท และมีโอกาสประสบความสำเร็จ การมีบัตรประจำตัวประชาชน และบัตรประกันสังคม จะช่วยพัฒนาความสามารถในการมุ่งความสนใจไปที่อนาคต

จากการศึกษากลุ่มวัยทำงาน สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มวัยทำงานคือกลุ่มอายุตั้งแต่ 20 ถึง 60 ปี เป็นกลุ่มอายุที่เพิ่งเรียนจบและเปลี่ยนชีวิตมาทำงาน ในระยะต่อมามีการเลื่อนตำแหน่งและเลื่อนตำแหน่งในตำแหน่งของบริษัทมากขึ้น และงานระดับสูงที่มีรายได้ต่อเดือนสูงขึ้น พวกเขา มักจะให้ความสำคัญกับการใช้เวลาว่างและการเดินทาง

4. แนวคิดเกี่ยวกับศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา

ข้อมูลเกี่ยวกับกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กรมพลศึกษา ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2476 ตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง และกรม พ.ศ. 2476 เพื่อเป็นหน่วยงานในกระทรวงยุติธรรมเพื่อบริหารงานพลศึกษาทั่วประเทศ รัฐบาลในขณะนั้นตั้งอยู่ในกระทรวงยุติธรรม มีนโยบายให้บุคคลได้รับการศึกษาด้านศีลธรรม และพุทธศึกษารวมทั้งพลศึกษาด้วยซึ่งจะทำให้เรามีร่างกายที่แข็งแรงและมีความตั้งใจอันแรงกล้าซึ่งเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติโดยสิ้นเชิง ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา กีฬาได้กลายเป็นรากฐานสำคัญของการศึกษาของชาติ จนถึงวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2545 ซึ่งเป็นช่วงที่มีการปฏิรูประบบราชการไทย กระทรวงและสำนักงานมีสถานะมั่นคง โดยกรมพลศึกษา และกระทรวงศึกษาธิการได้เปลี่ยนมาเป็นสำนักงานพัฒนากีฬาและสันตนาการ ภารกิจคือการพัฒนากีฬาและความบันเทิง เพื่อปรับปรุงสุขภาพของผู้คน

กรมพลศึกษาสมัยใหม่มีนโยบายและแนวปฏิบัติในการส่งเสริมและพัฒนาวิชาพลศึกษา สุขภาพ พลศึกษา บันเทิง และวิทยาศาสตร์การกีฬา นอกจากนี้การฝึกอบรมผู้มีความสามารถในสาขาที่เกี่ยวข้องแล้ว หน่วยงานในสังกัดกรมพลศึกษายังรวมถึงสำนักงานเลขาธิการกรม สำนักงานพลศึกษา และสำนักงานวัฒนธรรมและบันเทิง สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬา สถาบันพลศึกษาและการพัฒนาความสามารถพิเศษด้านกีฬา กลุ่มพัฒนาระบบบริหารจัดการ กลุ่มตรวจสอบภายใน กลุ่มคุ้มครองจรรยาบรรณและพลศึกษา ศูนย์ฝึกอบรม สนามกีฬา ดนตรีพระเกียรติ

กรมพลศึกษา มีภารกิจดำเนินการ ด้านการพลศึกษา สุขภาพ การกีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬาและการพัฒนาบุคลากรสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยให้มีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการด้านการกีฬาขั้นพื้นฐานและกีฬามวลชน
2. ดำเนินการด้านนันทนาการ
3. ดำเนินการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา
4. พัฒนาคณะกรรมการด้านการพลศึกษา สุขภาพ การกีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา และสาขาที่เกี่ยวข้อง
5. สำรวจ จัดเก็บ รวบรวม และพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ เพื่อวางแผนและบริหารจัดการ เผยแพร่ข้อมูลสถิติ และองค์ความรู้ด้านการพลศึกษา สุขภาพ การกีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา และการพัฒนาบุคลากรสาขาที่เกี่ยวข้อง
6. อนุรักษ์ ส่งเสริม และเผยแพร่กีฬาไทย การละเล่นพื้นบ้าน และกีฬาพื้นเมือง
7. ดำเนินการประสานความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐและเอกชนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเป็นเครือข่ายในการดำเนินงานด้านการพลศึกษา สุขภาพ การกีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา และการพัฒนาบุคลากรสาขาที่เกี่ยวข้อง
8. จัดทำแผนปฏิบัติงาน และแผนพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานด้านการพลศึกษา สุขภาพ การกีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา และการพัฒนาบุคลากรสาขาที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับนโยบาย แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ และแผนพัฒนานันทนาการแห่งชาติ
9. ศึกษา สำรวจ วิเคราะห์ วิจัย ให้คำปรึกษา แนะนำ และพัฒนางานด้านวิชาการ การพลศึกษา สุขภาพ การกีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา และการพัฒนาบุคลากรสาขาที่เกี่ยวข้อง
10. ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานด้านการพลศึกษา สุขภาพ การกีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา และการพัฒนาบุคลากรสาขาที่เกี่ยวข้อง

11. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่รัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

วิสัยทัศน์

"คนไทยออกกำลังกาย เล่นกีฬา และนันทนาการเป็นวิถีชีวิตเพื่อสุขภาวะที่ยั่งยืน"

ค่านิยม

"มอบความสุขให้มวลชน"

วัฒนธรรมองค์การ

1. เคารพในความเป็นคน (Respect)
2. ทำตนเป็นตัวอย่าง (Role Model)
3. สร้างความสัมพันธ์กับมวลชน (Relationship)
4. มีความรับผิดชอบ (Responsibility)

พันธกิจ

1. ขับเคลื่อนนโยบายด้านการออกกำลังกาย กีฬาและนันทนาการ ให้บรรลุผลตามเป้าหมาย
2. สร้างเครือข่ายและบูรณาการการออกกำลังกาย กีฬาและนันทนาการกับทุกภาคส่วน
3. ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรการออกกำลังกาย กีฬา และนันทนาการให้มีมาตรฐาน
4. ส่งเสริมและพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ นวัตกรรมด้านการออกกำลังกาย

กีฬา นันทนาการ และวิทยาศาสตร์การกีฬา

ภารกิจและหน้าที่ กรมพลศึกษา

ภารกิจดำเนินการด้านการพลศึกษา สุขภาพ การกีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา และการพัฒนาบุคลากรสาขาที่เกี่ยวข้อง

1. ดำเนินการด้านการกีฬาขั้นพื้นฐานและกีฬามวลชน
2. ดำเนินการด้านนันทนาการ
3. ดำเนินการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา
4. พัฒนาบุคลากรด้านการพลศึกษา สุขภาพ การกีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา และสาขาที่เกี่ยวข้อง
5. สำรวจ จัดเก็บ รวบรวม และพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ เพื่อวางแผนและบริหารจัดการ และเผยแพร่ข้อมูลสถิติและองค์ความรู้ด้านการพลศึกษา สุขภาพ การกีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา และการพัฒนาบุคลากรสาขาที่เกี่ยวข้อง
6. อนุรักษ์ ส่งเสริม และเผยแพร่การเล่นพื้นเมือง และกีฬาพื้นบ้าน

7. ดำเนินการประสานความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐและเอกชนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเป็นเครือข่ายในการดำเนินงานด้านการพลศึกษา สุขภาพ การกีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา และการพัฒนาบุคลากรสาขาที่เกี่ยวข้อง

8. จัดทำแผนปฏิบัติงาน และแผนพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานด้านการพลศึกษา สุขภาพ การกีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา และการพัฒนาบุคลากรสาขาที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับนโยบาย แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ และแผนพัฒนานันทนาการแห่งชาติ

9. ศึกษา สำรวจ วิเคราะห์ วิจัย ให้คำปรึกษา แนะนำ และพัฒนางานด้านวิชาการ การพลศึกษา สุขภาพ การกีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา และการพัฒนาบุคลากรสาขาที่เกี่ยวข้อง

10. ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานด้านการพลศึกษา สุขภาพ การกีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา และการพัฒนาบุคลากรสาขาที่เกี่ยวข้อง

11. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่รัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

กรมพลศึกษามีการเติบโตและปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา เริ่มต้นด้วยการสร้างสนามกีฬาขนาดใหญ่สำหรับการแข่งขันกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ห้องออกกำลังกาย และสระว่ายน้ำ ต่อมาเริ่มโครงการสำหรับนักเรียนในการตรวจสอบและดูแลสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬา ชมรมลูกเสือก็สร้างอาคารด้วย โรงเรียนพลศึกษากลางได้จัดกิจกรรมเพื่อการพลศึกษา เช่น การฝึกอบรมและการรักษาความสะอาดของโรงเรียน ทำงานร่วมกับลูกเสือและกาชาดเพื่อสอนเด็กๆ เกี่ยวกับพุทธศาสนา จริยธรรม และสุขภาพกาย โดยเชื่อว่าการมีร่างกายแข็งแรง มีความรู้ และประพฤติดีจะทำให้คนที่ประสบความสำเร็จและช่วยเหลือสังคมได้ พ.ศ. 2481 กรมพลศึกษาได้ย้ายไปยังอาคารหลังใหม่ซึ่งตั้งชื่อตาม นาวาตรีหลวงศุภชลาศัย ซึ่งทำอาชีพพลศึกษาในประเทศเป็นจำนวนมาก พ.ศ. 2545 มีการเปลี่ยนแปลงระบบการปกครอง กรมพลศึกษาจึงได้จัดตั้งสำนักงานพัฒนากีฬาและนันทนาการ สังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พวกเขายังคงมีพันธกิจในการส่งเสริมกีฬาและพัฒนากิจกรรมนันทนาการ ต่อมา มีสำนักงานแห่งหนึ่งเรียกว่า สำนักงานพัฒนากีฬาและนันทนาการ ต้องการเปลี่ยนชื่อเป็นกรมพลศึกษาซึ่งเป็นชื่อที่ประชาชนไว้วางใจ รัฐบาลอนุมัติการเปลี่ยนแปลงนี้ในปี พ.ศ. 2553 และชื่อใหม่มีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ. 2553 กรมพลศึกษามุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมพลศึกษา สุขภาพ กีฬา และนันทนาการ พวกเขามีแผนกและสำนักงานที่แตกต่างกันเพื่อช่วยจัดการและพัฒนาพื้นที่เหล่านี้ พวกเขา

มุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงบริการของตน การมีส่วนร่วมของสาธารณชน และใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา เป็นแนวทางในการทำงาน โดยมุ่งหวังที่จะเป็นองค์กรสมัยใหม่ที่มีความยืดหยุ่น มีประสิทธิภาพ และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

กรมพลศึกษา ในสมัยใหม่ต้องการเป็นองค์กรชั้นนำด้านพลศึกษาและการกีฬา ต้องการช่วยให้ผู้คนมีสุขภาพแข็งแรงและมีความสุข ภารกิจของพวกเขาคือการสอนกิจกรรมกีฬาและสันตนาการขั้นพื้นฐานให้กับทุกคน ต้องการฝึกอบรมผู้คนในด้านพลศึกษา สุขภาพ และการกีฬาด้วย และเชื่อในการให้บริการประชาชนและทำให้พวกเขามีความสุข มีศูนย์ที่ให้บริการกีฬาและกิจกรรมสันตนาการ พวกเขาต้องการช่วยให้นักเรียน เยาวชน และสาธารณชนมีความสุข สนุกสนานและกระตือรือร้นในช่วงเวลาว่าง พวกเขาต้องการให้ผู้คนเข้าใจถึงความสำคัญของการใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์ และทำให้กิจกรรมสันตนาการกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตของพวกเขา พวกเขาปฏิบัติตามแผนระดับชาติในการพัฒนานันทนาการและทำงานร่วมกับองค์กรอื่นๆ เพื่อให้แน่ใจว่าทุกคนในประเทศสามารถเพลิดเพลินกับกีฬาและสันตนาการได้ พวกเขายังมุ่งเน้นไปที่การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพและจัดการองค์กรด้านสันตนาการอย่างดี เป้าหมายหลักของพวกเขาคือการใช้ผู้คนมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬา สันตนาการ และวิทยาศาสตร์การกีฬา (กรมพลศึกษา, 2566)

งานบริการดำเนินการภายใต้การดูแลของกรมพลศึกษา กรมการท่องเที่ยวและการกีฬา ประกอบด้วยส่วนบริการที่เปิดกว้างหลายแห่ง ได้แก่ บริการคลินิกกีฬา บริการทดสอบทางกายภาพ ศูนย์นันทนาการ กรมพลศึกษา ศูนย์ข้อมูลวิทยาศาสตร์การกีฬาและการออกกำลังกาย และศูนย์ความรู้ ศูนย์บริการประชาชน ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬา บริการก่อสร้าง ห้องสมุดกีฬาและฟิสิกส์ สระว่ายน้ำเวสตาลอง และศูนย์อนุรักษ์ศิลปมวยไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะที่สระว่ายน้ำวิสุทธิธารามของศูนย์นันทนาการเท่านั้น และศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬาและการออกกำลังกายเพราะศูนย์บริการเน้นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้ใช้บริการ นักวิจัยจึงสนใจศึกษา ผู้รับบริการที่ศูนย์บริการแห่งนี้

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยต่างประเทศ

Wei, Huang, Stodolska, และ Yu (2015) ได้ทำการศึกษาเวลาว่าง การใช้เวลาว่าง และความสุขในประเทศจีน จากการสำรวจทั่วประเทศ ($n=73,622$) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของเวลาว่าง การใช้เวลาว่าง และข้อมูลประชากรกับความสุขของผู้อยู่อาศัยในประเทศจีน ผลการวิจัย พบว่า การใช้เวลาว่างมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยยะสำคัญกับความสุข ซึ่งกล่าวไว้ว่า ยิ่งบุคคลมีเวลาว่างต่อวันมากขึ้น ก็ยิ่งมีความสุขมากขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเวลาว่างมาก จะมีความสุขมากกว่าผู้ที่มีเวลาว่างอย่างจำกัด 1.05 เท่า เมื่อพิจารณาการใช้เวลาว่างที่มีความสัมพันธ์กับความสุขในทิศทางบวก ได้แก่ การดูทีวี การท่องอินเทอร์เน็ต แต่การใช้เวลาว่างที่มีผลกับความสุขในทางลบ คือการออกกำลังกาย การเข้าสังคม และการช้อปปิ้ง ในบรรดาตัวแปรทางประชากร พบว่ารายได้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุข โดยทั่วไปพบว่าผู้หญิงมีความสุขมากกว่าผู้ชาย และชาวเมืองมีความสุขมากกว่าคนในชนบท อายุพบว่าไม่สัมพันธ์กับความสุข การศึกษานี้มีส่วนช่วยในการหาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เวลาว่างและมีความสุขโดยสังเกตได้ และสร้างนัยที่ชี้แนะนโยบายการใช้เวลาว่างและแนวทางปฏิบัติของอุตสาหกรรมในประเทศจีน

Laura Rojas de Francisco et al (2015) ศึกษาการใช้เวลาว่างในยุคดิจิทัล มีคำถามสำคัญในงานวิจัยนี้ คือ 1. ผู้คนใช้เวลาว่างอะไรบ้างด้วยเทคโนโลยี 2. ทำไมผู้คนจึงเลือกใช้เทคโนโลยีในการใช้เวลาว่าง 3. ผู้คนใช้เวลาว่างทางดิจิทัลที่ไหนและเมื่อไหร่ 4. ผู้คนใช้เวลาว่างทางดิจิทัลกับใครบ้าง 5. การใช้เวลาว่างเหล่านี้มีความหมายอย่างไรกับผู้คนเหล่านั้น โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ทราบถึงความหมายของการใช้เวลาว่าง 2. เพื่อสำรวจประสบการณ์การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลในบ้าน 3. เพื่อวิเคราะห์การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลเพื่อประโยชน์ในสังคม และศึกษาความแตกต่างของการใช้เวลาว่างในยุคดั้งเดิมและการใช้เวลาว่างในยุคดิจิทัล ซึ่งข้อมูลได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ที่ใช้เทคโนโลยีในการใช้เวลาว่างที่บ้าน จำนวน 30 คน เป็นลักษณะการสัมภาษณ์ที่บ้าน ที่ทำงาน และสถานที่อื่นๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามได้ทำกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลในเซตบาร์เซโลนา โดยการวิเคราะห์จะมีทั้งหมด 5 ส่วน คือ 1. กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ได้แก่ เกมส์ โซเชียล หรืออื่นๆ 2. เทคโนโลยีที่ใช้ ได้แก่ พีซี แท็บเล็ต มือถือ หรืออื่นๆ 3. สถานที่ที่ใช้เวลาว่าง ได้แก่ ที่บ้าน ที่ทำงาน ช่วงเปลี่ยนผ่าน 4. ช่วงเวลา ได้แก่ ความถี่ กิจกรรมประจำวัน หรืออื่นๆ 5. ความหมายของการใช้เวลาว่าง ได้แก่ ความชอบ การรับรู้ประโยชน์ หรืออื่นๆ ผลการวิจัยพบว่า การใช้เวลาว่างแบบดิจิทัลมีความแตกต่างกับการใช้เวลาว่างแบบดั้งเดิม ทั้งในด้านความหมาย และการเชื่อมโยงกันทางสังคม ในด้านความหมาย การใช้เวลาว่างทางดิจิทัล คือการใช้คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน เครื่องเล่นวิดีโอ และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

เพื่อใช้เวลาว่างในสิ่งที่ตนเองพึงพอใจ ส่วนในด้านสังคมนั้น ช่วยรักษาความสัมพันธ์ของผู้คนให้มีความใกล้ชิดกันมากขึ้น แม้ว่าจะไม่ได้ติดต่อกันเป็นประจำ ไม่ได้เจอกันนานนับปี แต่ยังคงมีความสัมพันธ์ทางโลกโซเซียล ทำให้เห็นหน้าได้พูดคุยกันเสมือนอยู่ใกล้กัน สามารถแบ่งปันกิจกรรมที่ชอบ งานอดิเรกกับคนแปลกหน้าในสังคม หรือการเล่นเกมส์ออนไลน์ในโลกเสมือนจริง ทำให้ได้พบปะกับผู้คนที่รู้จักและไม่รู้จัก ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ทำให้บุคคลสามารถรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมของตนได้ โดยผ่านพื้นที่ออนไลน์เสมือนจริงโดยใช้เวลาว่างที่มีอยู่นั่นเอง

Barkley และ Lepp (2016) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การใช้เวลาว่างในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักศึกษาวิทยาลัยอาจจะรบกวนการออกกำลังกาย ผลการวิจัยพบว่า การใช้โทรศัพท์มือถือเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการอยู่ประจำที่ การใช้โทรศัพท์มือถือระหว่างออกกำลังกายช่วยลดความเข้มข้น และผู้ใช้โทรศัพท์มือถือที่มีความถี่สูงมีความฟิตน้อยกว่าผู้ใช้รายอื่น ดังนั้นการใช้โทรศัพท์มือถือจึงดูเชื่อมโยงกับพฤติกรรมด้านสุขภาพและการออกกำลังกาย การศึกษานี้ศึกษาลักษณะการอยู่ประจำของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และตรวจสอบความน่าจะเป็นของการใช้โทรศัพท์มือถือที่ขัดขวางพฤติกรรมการออกกำลังกาย ค่าเฉลี่ยการใช้โทรศัพท์มือถือต่อวันคือ 380 นาที ใน 1 วัน โดย 70% มีการใช้โทรศัพท์มือถือทุกวันเพื่อความบันเทิง 21% ใช้เกี่ยวข้องกับโรงเรียน และ 9% เกี่ยวกับการทำงาน ผู้เข้าร่วม 87% รายงานว่า ใช้โทรศัพท์มือถือขณะนั่งลงมากที่สุด 5% และ 8% รายงานว่า ใช้โทรศัพท์มือถือขณะยืนหรือเคลื่อนไหว ตามลำดับ การวิเคราะห์พบว่า เพศ อายุ และเวลานั่ง เกี่ยวข้องอย่างมากกับการใช้โทรศัพท์มือถือ รายงานพบว่า ผู้หญิงมีการใช้โทรศัพท์มือถือมากกว่าผู้ชาย อายุมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการใช้โทรศัพท์มือถือ คือ ผู้เข้าร่วมที่มีอายุมากกว่าจะใช้โทรศัพท์มือถือน้อยกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่าเวลานั่งมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้โทรศัพท์มือถือ คือ ขณะนั่งลงการใช้โทรศัพท์มือถือจะเพิ่มขึ้น

Jordi Lopez Sintas et al (2017a) ศึกษาการใช้เวลาว่างแบบดิจิทัลที่บ้านมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายว่าเทคโนโลยีดิจิทัลได้เปลี่ยนแปลงการใช้เวลาว่างที่บ้านจากดั้งเดิมไปอย่างไร ข้อมูลได้มาจากการสัมภาษณ์บุคคล จำนวน 30 คน ผลการวิจัยพบว่า เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในเชิงคุณภาพ เทคโนโลยีดิจิทัลไม่ช่วยเพิ่มประสบการณ์ที่แตกต่างกันของผู้คน แต่ยังสามารถควบคุมประสบการณ์ของเราได้ การบริโภคของใช้ เครื่องอุปโภคบริโภคในครัวเรือนจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป สมาชิกในครัวเรือนมีอิสระที่จะเลือกสินค้าที่ตนเองต้องการโดยไม่ต้องรอใครคนใดคนหนึ่ง สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ได้ตลอดเวลา ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าการใช้เวลาว่างแบบดิจิทัลที่บ้าน ได้แตกต่างไปจากการใช้เวลาว่างแบบเดิมอย่างชัดเจน จึง

จำเป็นต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อสำรวจว่าการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของผู้คนอื่น ๆ นั้น ใช้เทคโนโลยี และอุปกรณ์แตกต่างกันอย่างไร เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันดิจิทัลให้สมบูรณ์มากขึ้นไป

Jordi Lopez Sintas et al (2017b) ศึกษาธรรมชาติของการใช้เวลาว่าง กล่าวว่าเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทำให้ผู้คนมีส่วนร่วมในการใช้เวลาว่างงานวิจัยสำรวจแบบสัมภาษณ์ของบุคคล 30 คนในความพยายามระบุลักษณะของกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล และกิจกรรมที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายทั้งในและนอกบริบทความปกติให้พวกเขา ซึ่งให้เห็นว่าธรรมชาติของการใช้เวลาว่างนั้นสัมพันธ์กับเสรีภาพของแต่ละบุคคลอย่างไรเลือกจะทำกิจกรรมใดความแตกต่างระหว่างแต่ละอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง งานวิจัยเผยให้เห็นว่าแต่ละบุคคลมีความหมายของการใช้เวลาว่างสัมพันธ์กับความสามารถของปัจเจกบุคคลไม่เพียงแต่จะเลือกเท่านั้นแต่ต้องทำตามสิ่งที่ต้องการกับคนที่ต้องการด้วย

James Du et al (2020) ศึกษาการเจรจาข้อจำกัด การใช้เวลาว่างด้วยเทคโนโลยีและการวิเคราะห์ข้อมูลท่ามกลางการระบาดของ COVID-19 การระบาดใหญ่ของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมการใช้เวลาว่างในรูปแบบที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน เช่น การเว้นระยะห่างทางสังคม คำสั่งให้อยู่บ้านที่พักอาศัย เพื่อลดการแพร่ระบาดและปกป้องสุขภาพและสวัสดิภาพของประชาชน ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวอาจบั่นทอนการมีส่วนร่วมในการใช้เวลาว่างของบุคคล มีข้อจำกัดในการใช้เวลาว่างในระหว่างการแพร่ระบาดใหญ่ครั้งนี้ จากการวิจัยสรุปได้ว่าการใช้เวลาว่างกับการระบาดใหญ่ของ COVID-19 ไม่ใช่เรื่องที่ขัดแย้งกันแม้ว่าจะเป็นเรื่องยากที่จะหาวิธีใหม่ในการสร้างความบันเทิงให้ตัวเองท่ามกลางการแพร่ระบาดของ COVID-19 แต่วิธีการแนะนำต่างหากที่จะช่วยให้ประชาชนได้รับประโยชน์จากการใช้ข้อมูลทางเทคโนโลยีหรือดิจิทัล ผลการวิจัยบอกว่าการใช้เวลาว่างอย่างเข้มข้นมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับสังคมในเชิงบวก เช่น การสนับสนุนทางสังคม และผลลัพธ์ทางจิตวิทยา เช่น คุณภาพชีวิตความพึงพอใจในชีวิต ความสุข กิจกรรมการใช้เวลาว่างที่ลดลงเนื่องจากการเว้นระยะห่างทางสังคมและการแยกตัว ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อความสุขทางสังคมและจิตใจ

Chinh-Hua Ho และ Yi-Hsuen Cho (2021) ทำการศึกษาวัฒนธรรมการใช้เวลาว่างแบบดิจิทัลระหว่างคุณแม่ที่มีลูกในได้หวัน ผลการวิจัยพบว่า การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลถือเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริง ไม่ได้อยู่ในโลกเสมือนจริงอีกต่อไป การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) สามารถทำได้จากทั่วโลก ช่วยให้เกิดความสัมพันธ์ใหม่ๆ ที่ใกล้ชิดกัน เป็นเครื่องมือที่ช่วยบรรเทาความรู้สึกเหงาและโดดเดี่ยว ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณแม่มีลูกใหม่กับโซเชียลมีเดียในการใช้เวลาว่างในแต่ละ

วันของพวกเขา ไม่ได้เสริมแต่ง แต่เป็นการโต้ตอบโซเชียลมีเดีย ช่วยให้คุณแม่มือใหม่มีเวลาว่างส่วนตัวและได้รับความรู้สึกเป็นเจ้าของ และพบว่า การใช้เวลาว่างแบบดิจิทัลของมารดามือใหม่ในปัจจุบัน ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคุณแม่มือใหม่ ช่วยให้คุณแม่มือใหม่ได้สร้างเครือข่ายชุมชนออนไลน์กับคุณแม่มือใหม่ด้วยกัน เป็นสื่อกลางการสื่อสาร ช่วยบรรเทาความเครียดจากการพูดคุยระหว่างคุณแม่มือใหม่ด้วยกัน อีกทั้งยังใช้เพื่อแสวงหาผลกำไรจากการใช้เวลาว่างอีกด้วย

5.2 งานวิจัยในประเทศ

ภัทรา เรืองสวัสดิ์ (2553) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงาน พบว่าคนส่วนใหญ่ในการศึกษานี้ใช้เว็บไซต์เพื่อส่งของออนไลน์ ปกติแล้วพวกเขาจะเล่น Facebook ในตอนเย็นทุกวัน โดยใช้เวลาประมาณหนึ่งชั่วโมงครึ่งบนเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์ก ส่วนใหญ่พวกเขาใช้คอมพิวเตอร์ที่บ้านหรือในหอพักเพื่อออนไลน์ สามสิ่งที่พวกเขาทำบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือการพูดคุยกับเพื่อน การโพสต์อัปเดตและรูปภาพ และการค้นหาข้อมูล

สรารุช ชัยวิจิตร (2555) ศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมในการใช้เวลาว่างของคนรุ่นต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร โดยรวม ประเภทของกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำที่บ้านในปริมาณมากคือการดูโทรทัศน์ ประเภทกิจกรรมสร้างสรรค์ที่กลุ่มตัวอย่างทำในปริมาณมาก ได้แก่ การร้องเพลง/เล่นดนตรี คือ ประเภทของกิจกรรมกลางแจ้งที่กลุ่มตัวอย่างทำในปริมาณมาก การประชุมและการเข้าสังคม กิจกรรมทางกายและสุขภาพที่พบบ่อยที่สุด ได้แก่ การออกกำลังกาย โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างเชื่อว่า มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของคนรุ่นต่างๆ ในการใช้เวลาว่าง ในกรุงเทพ ทุกปัจจัยส่งผลต่อสไตล์ การมีส่วนร่วมในการใช้เวลาว่างในระดับสูง ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีผลกระทบมากที่สุดต่อรูปแบบการมีส่วนร่วมในเวลาว่าง รองลงมาคือปัจจัยที่พึงพอใจ ปัจจัยความสะดวกในการเดินทาง ปัจจัยการให้บริการความพร้อมทางร่างกาย และปัจจัยความพร้อมด้านจิตใจ การศึกษาสำรวจว่าคนรุ่นต่างๆ ใช้เวลาอยู่บ้านอย่างไร พบว่าคนส่วนใหญ่ชอบดูทีวี ร้องเพลงหรือเล่นดนตรี และออกกำลังกาย ผู้คนในกรุงเทพฯ มีปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการใช้เวลาว่าง เช่น ความชอบ ความสะดวก และความพร้อม คนแต่ละรุ่นมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันเกี่ยวกับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมยามว่างของตน

ประเวทย์ ประเวศไพโรจน์ (2556) ศึกษาการใช้บริการสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และพฤติกรรมการทำงานของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการโซเชียลมีเดียออนไลน์ในกลุ่มประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 25-34 ปี โสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีในฐานะพนักงานบริษัทเอกชนในบทบาทปฏิบัติการ (ตำแหน่งที่ไม่มีผู้ใต้บังคับบัญชา) ส่วนใหญ่มีรายได้ 20,000 - 29,999 บาทต่อเดือน พวกเขาใช้บริการแต่ละบัญชีมี 2 บัญชี และเครือข่ายที่พวกเขาใช้บ่อยที่สุดคือ Facebook คนส่วนใหญ่ใช้บริการนี้เพื่อหาเพื่อนใหม่ ระยะเวลาการใช้งานโทรศัพท์มือถือ พีดีเอ และสมาร์ทโฟนผ่านช่องทางไม่แน่นอนและขึ้นอยู่กับเวลาว่างในการใช้บริการ ไม่ควรเกิน 3 ชั่วโมงต่อวัน

เอมิกา เหมมินทร์ (2556) ศึกษาพฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าชาวกรุงเทพฯ มีประสบการณ์การใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คออนไลน์มากที่สุดเป็นเวลา 3 ปีขึ้นไป ผู้คนส่วนใหญ่ใช้บริการเครือข่ายโซเชียลออนไลน์ Facebook วิธีที่พบบ่อยที่สุดที่ผู้คนใช้คือผ่านสมาร์ทโฟน เปิดบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ตลอดเวลา ช่วงเวลาที่ผู้คนใช้มากที่สุดคือระหว่างเวลา 18.00 น. ถึง 06.00 น. คนส่วนใหญ่ใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คเพื่อพูดคุยกับเพื่อน คุณลักษณะที่ผู้คนชื่นชอบในเครือข่ายสังคมออนไลน์คือการช่วยให้คุณติดตามข่าวสารได้อย่างรวดเร็วผ่านทางเว็บไซต์ แหล่งที่มาและสื่อทำให้ผู้คนสนใจใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คออนไลน์มากที่สุด

อดิสรณ์ อ้นสงคราม (2556) ศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 19 ถึง 24 ปี ทำงานเป็นพนักงานของบริษัทเอกชน/ร้านค้าเอกชน กลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีรายได้เดือนละไม่เกิน 10,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีสมาชิก Facebook มากที่สุด เป็นสมาชิกเว็บไซต์โซเชียลมีเดียมากกว่า 1 เว็บไซต์ และใช้บริการครั้งละมากกว่า 3 ชั่วโมง สถานที่เข้าถึงโซเชียลมีเดียบ่อยที่สุดคือที่บ้าน/หอพัก กิจกรรมที่ทำโดยทั่วไปเมื่อใช้โซเชียลมีเดีย ได้แก่ สนทนา (สนทนา) กับเพื่อนๆ อัปเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพตามลำดับ โดยเน้นไปที่ผลกระทบของการใช้โซเชียลมีเดียและการแลกเปลี่ยน/ค้นหาข้อมูล โดยศึกษาตามระดับความสนใจที่เราสนใจ มีเรื่องราวต่างๆ รอบตัวเรา ผลการวิจัยพบว่าหัวข้อที่กลุ่มตัวอย่างสนใจครอบคลุมเป็นอย่างมาก ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิกในครอบครัวและความกังวลเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิกในครอบครัว ภาพลักษณ์ตนเองด้านต่างๆ เช่น เสื้อผ้า เครื่องใช้ต่างๆ การออมเงิน การสร้างสถานะทางการเงิน การพัฒนาอาชีพ ข้อมูลเกี่ยวกับ

ร้านอาหาร หรือสถานบันเทิงแห่งใหม่ ชาวบ้านเทิง การศึกษายังพบว่ากลุ่มตัวอย่างยังคงให้ความสำคัญกับคนรอบข้างเช่นเดิม แต่กลับสื่อสารกันผ่านโซเชียลมีเดียแทน เปลี่ยนจากการพูดคุยเป็นการสื่อสารผ่านการส่งข้อความ แต่พวกเขาพิมพ์ข้อความถึงกันแทน กลุ่มตัวอย่างแนะนำว่าควรพูดคุยกันมากขึ้น ลดการพิมพ์ข้อความผ่านโซเชียลมีเดีย การศึกษาสำรวจว่าคนรุ่นต่างๆ ใช้เวลาอยู่ที่บ้านอย่างไร และพบว่าคนส่วนใหญ่ชอบดูทีวี ร้องเพลงหรือเล่นดนตรี และออกกำลังกาย ผู้คนในกรุงเทพฯ มีปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการใช้เวลาว่าง เช่น ความปลอดภัย ความชอบ ความสะดวก และความพร้อม คนแต่ละรุ่นมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันเกี่ยวกับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมยามว่างของตน การศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างคนรุ่นต่างๆ และวิธีการใช้เวลาว่างของพวกเขา

สิริชัย แสงสุวรรณ (2558) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร นำผลการสำรวจมาเจาะลึกกลุ่มที่มีศักยภาพซึ่งเป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดในยุคดิจิทัลระหว่างอายุ 26 ถึง 33 ปี รายการที่มีการใช้งานมากที่สุดสามอันดับแรกคือการกดไลค์และการแชร์ ดังนั้นจึงใช้เพื่อกำหนดคุณสมบัติ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สัมภาษณ์เชิงลึกได้สัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 คน พบว่าผู้ใช้สื่อดิจิทัลในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการหรือลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ หากสำรวจกลุ่มอายุ 26-33 ปี จะพบว่าส่วนใหญ่ทำงานในสถานประกอบการเอกชน เงินเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท โดยมี 153 คน คิดเป็น 38.3% ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 197 คน คิดเป็น 49.3% เลือกใช้สื่อดิจิทัลในการตัดสินใจซื้อสินค้า การศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 26 ถึง 33 ปี เลือกใช้สื่อดิจิทัลเพื่อประโยชน์ที่หลากหลาย รวมถึงความสะดวกในการเชื่อมต่อกับเพื่อนและสร้างเครือข่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รายงานว่าใช้สื่อดิจิทัลมากกว่าวันละสองครั้ง บ่อยครั้งในระหว่างการเดินทาง ในรถยนต์ และหลังเลิกเรียน พนักงานตัวอย่างทั้ง 9 คนใช้โซเชียลมีเดียทุกวันตั้งแต่เลิกงานจนถึงเที่ยงคืน อุปกรณ์ดิจิทัลยอดนิยม ได้แก่ สมาร์ทโฟน ทุกคนใช้สื่อหลายประเภท คนที่คลิก "ถูกใจ" หลายๆ ครั้งต่อวันกำลังสนับสนุนหน้าร้านหรือแบรนด์ที่พวกเขาชอบ และต้องการปกป้องหรือส่วนลดด้วยเหตุผลดังกล่าว ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับแบรนด์และผลิตภัณฑ์ ชมเชยเพื่อน และบอกให้เพื่อนรู้ว่าพวกเขาได้เห็นภาพที่เพื่อนของพวกเขาโพสต์ กลุ่มตัวอย่างชอบโพสต์ภาพตนเองไปที่สถานต่างๆ และกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน รวมไปถึงกลุ่มตัวอย่างช่วงวันหยุดที่ชอบแชร์เนื้อหาต่างๆ ขณะอ่านข่าว หรือดูคลิป และหากน่าสนใจเราจะแชร์ให้ทราบทันที แบ่งปันข้อมูลและความรู้ที่อาจเป็นประโยชน์ แบ่งปันเรื่องราวที่น่าสนใจ คลิป

น่าสนใจต่างๆ และคลิปที่กำลังมาแรงเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อใหม่ๆ และพฤติกรรมการใช้สื่อสื่อเก่า (สื่อดั้งเดิม) เช่น โทรทัศน์ วิทยุ กลุ่มตัวอย่างชอบสื่อใหม่มากกว่าสื่อเก่า

ณัฐวารัต จีวีรัชต์ (2558) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตห้วยขวางกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภควัยทำงานในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36-45 ปี และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพ: บริษัท/พนักงานร้านค้าส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ตั้งเป้าใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คออนไลน์เพื่ออัปเดตรูปภาพ/รูปถ่ายของสิ่งที่พวกเขาสนใจ Facebook โซเชียลเน็ตเวิร์คออนไลน์ที่มีผู้เข้าชมมากที่สุด มีเวลาใช้งานเฉลี่ย 1-2 ชั่วโมง มีการใช้งานมากกว่า 10 ครั้งต่อวัน โดยส่วนใหญ่จะใช้งานระหว่างเวลา 18.01-21.00 น. ผู้บริโภคที่มีอาชีพและรายได้ต่างกันใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คเพื่อจุดประสงค์ที่แตกต่างกัน ผู้บริโภควัยทำงานมีหลายช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกัน มีเวลาใช้งานเฉลี่ย นอกจากนี้ ผู้บริโภควัยทำงานที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกันก็ใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คออนไลน์ที่ต่างกัน การใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คออนไลน์มีช่วงเวลาต่างๆ กัน โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

วริษา หงส์ทอง (2559) ศึกษาถึงรูปแบบการเข้าร่วมการใช้เวลาว่างของพนักงานบริษัท โตโยต้า เค.มอเตอर्स ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบเวลาว่างที่สร้างสรรค์ที่พบบ่อยที่สุดคือการดูโทรทัศน์ ภาพยนตร์ รูปแบบเวลาว่างในการเดินทางที่พบบ่อยที่สุดคือการพักผ่อนในสวนสาธารณะ เวลาว่างทางกายที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือกิจกรรมเดินและวิ่ง และเวลาว่างทางสังคมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือการพบปะกับเพื่อนฝูง จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการใช้เวลาว่าง 4 รูปแบบ พบว่า เพศ ส่งผลต่อรูปแบบการมีส่วนร่วมในการใช้เวลาว่าง ได้แก่ 1. ทำอาหาร 2. การไปห้างสรรพสินค้า 3. ฟุตบอล 4. การบริการสาธารณะ นอกจากนี้ การศึกษายังพบว่าเพศไม่ส่งผลต่อรูปแบบกิจกรรมอื่นๆ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการใช้เวลาว่างทั้ง 4 รูปแบบในการมีส่วนร่วมในการใช้เวลาว่าง พบว่า อายุส่งผลต่อรูปแบบการมีส่วนร่วมในการใช้เวลาว่าง ได้แก่ 1. การดูละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ 2. ไปห้างสรรพสินค้า. ผลการศึกษาพบว่า อายุไม่ส่งผลต่อรูปแบบกิจกรรมอื่นๆ ในรูปแบบการมีส่วนร่วมใช้เวลาว่าง จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของพนักงานกับการใช้เวลาว่างทั้ง 4 รูปแบบ พบว่า ประเภทของพนักงานส่งผลต่อรูปแบบการมีส่วนร่วมในการใช้เวลาว่าง ได้แก่ 1. การเล่นดนตรี 2. การพักผ่อนในสวนสาธารณะ 3. การเล่นฟุตบอล 4. การเข้าร่วมกิจกรรมที่สำคัญ เทศกาล การศึกษาพบว่าประเภทพนักงานไม่ส่งผลต่อรูปแบบกิจกรรมของผู้อื่น การมีส่วนร่วมในการใช้เวลาว่าง

เอมิการ์ ศรีธาดู (2559) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล การเข้าถึงสื่อดิจิทัลระดับ การรู้สื่อดิจิทัล และระดับการรับรู้อิทธิพลด้านลบของสื่อดิจิทัลต่อเจเนอเรชั่นวายและเจเนอเรชั่น แซด ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมการใช้สื่อดิจิทัลอยู่ในระดับสูง Facebook ยังคงเป็นสื่อดิจิทัล ประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยมมากที่สุด Generation Y คือกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล มากกว่า Generation Z โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ที่ใช้บ่อยที่สุด และคนส่วนใหญ่เชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ตผ่านสัญญาณ WIFI ที่บ้านของตน ในแง่ของความรู้ด้านสื่อดิจิทัล พบว่าคนรุ่น Y มีการ รับรู้ทักษะในระดับที่สูงกว่าคนรุ่น Y สำหรับทุกทักษะ ยกเว้นทักษะการประเมินเนื้อหา ความ ตระหนักในทักษะความรู้ด้านสื่อจะสูงที่สุดในทั้งสองรุ่น การเข้าถึงสื่อดิจิทัล ต่อไปคือทักษะการ วิเคราะห์สื่อดิจิทัล และทักษะที่สามสำหรับคนรุ่น Y คือการรับรู้ทักษะการมีส่วนร่วม และ Gen Z คือทักษะในการประเมินเนื้อหา โดยรวมแล้ว มีความตระหนักในทักษะความรู้ด้านสื่อดิจิทัลใน ระดับสูง และการรับรู้ถึงผลกระทบด้านลบของสื่อดิจิทัล การวิจัยพบว่า Generation Y มีการรับรู้ ถึงผลกระทบด้านลบสูงกว่า สุขภาพ/สุขภาพกายเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในบรรดาอันตรายจากการ สื่อสารที่สื่อดิจิทัลต้องเผชิญ รองลงมาคือการศึกษา/ความรู้ และการอยู่เคียงข้างสมาชิกใน ครอบครัว ขณะเดียวกัน Generation Z มีการรับรู้ถึงผลกระทบด้านลบของสื่อดิจิทัลต่ออันตราย จากการสื่อสารสูงสุด ตามมา โดยการศึกษา/ความรู้ และสุขภาพ/สมรรถภาพทางกาย ทั้งสองรุ่นมี ความตระหนักถึงผลกระทบด้านลบของสื่อดิจิทัลต่อการเรียนรู้ที่น้อยที่สุด คนรุ่น Y ยังมีความ ตระหนักถึงผลกระทบด้านลบของสื่อดิจิทัลในด้านต่างๆ เช่น การศึกษา/ความรู้ มีอันตรายจาก การสื่อสาร ครอบครัว การศึกษา และสุขภาพ/ร่างกายมากกว่าแค่ความบันเทิงมากกว่า Gen Z Generation Chad มีความตระหนักถึงผลกระทบด้านลบของสื่อดิจิทัลมากกว่า Generation Y

อัศววัฒน์ ปัตถา (2561) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถือของแรงงานพม่าในจังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า เป็นเพศชายมากกว่าเพศ หญิง ส่วนใหญ่มีอายุในระหว่าง 29 - 39 ปี ประกอบอาชีพกสิกรรม เลี้ยงสัตว์ งานป่าไม้ หรือ ประมงโดยมากได้รับเงินเดือนตามนโยบายแรงงานขั้นต่ำ และมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยม ต่ำมากที่สุดส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือเพียง 1 เครื่อง โดยมากใช้โทรศัพท์มือถือยี่ห้อ ซัมซุง นิยม ใช้โทรศัพท์มือถือในเครือข่ายทรูมูฟหรือทรูมูฟ เฮล โดยมีความใช้จ่ายในการใช้งานโทรศัพท์มือถือต่อ เดือนอยู่ที่ 301 - 500 บาท เป็นส่วนมาก ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีการใช้งานเฉลี่ยน้อยกว่า 5 ครั้ง / วัน โดยติดต่อกับสมาชิกในครอบครัวมากที่สุด นิยมใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก เป็นหลักแรงงานเมียน มามีปัจจัยเรื่องราคา โดยที่ราคาของโทรศัพท์มือถือชิ้นนั้นมีราคาที่ไม่สูงจนเกินไปพนักงานขาย โทรศัพท์มือถือก็สามารถติดต่อสื่อสารกันได้เป็นอย่างดีโดยเฉพาะภาษาเมียนมา และยี่ห้อหรือแบ

รณรงค์ของโทรศัพท์มือถือถือเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออีกด้วย การศึกษาพบว่า มีผู้ชายมากกว่าผู้หญิงที่มีอายุระหว่าง 29 ถึง 39 ปี และทำงานด้านการเกษตร เลี้ยงสัตว์ ป่าไม้ หรือตกปลา ส่วนใหญ่ได้รับเงินเดือนตามค่าแรงขั้นต่ำ โดยปกติแล้วพวกเขาจะสำเร็จการศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและใช้โทรศัพท์มือถือ Samsung เพียงเครื่องเดียว ใช้เครือข่ายทรูมูฟ หรือทรูมูฟ เอช และใช้จ่ายค่าโทรศัพท์ประมาณ 301-500 บาทต่อเดือน พวกเขาใช้โทรศัพท์เพื่อติดต่อกับสมาชิกในครอบครัวและใช้ Facebook เป็นหลัก ราคาโทรศัพท์ที่เอื้อมถึงและการสื่อสารที่ดีจากพนักงานขายโดยเฉพาะภาษาเมียนมาร์ ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์

ณัฐวิภา สุขภิรมย์เกษม และ บุษงา ชูยสุวรรณ (2561) ศึกษาพฤติกรรมการการรู้เท่าทันและการตอบสนองต่อสื่ออินโฟกราฟิกในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี โดยส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาเป็นนักเรียน นักศึกษาและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท และรองลงมา 30,001 -45,000 บาท ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างใช้มีการใช้สื่อออนไลน์ทุกวัน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ใช้สื่อออนไลน์มากกว่า 10 ปี ซึ่งผ่านการใช้อุปกรณ์อย่างน้อย 2 ชิ้น คือโทรศัพท์มือถือ และคอมพิวเตอร์ โดยเข้าถึงสื่อออนไลน์อย่าง Search Engine มากที่สุด และใช้อย่างน้อย 5-6 สื่อขึ้นไป ซึ่งสื่อที่ใช้รองลงมาคือ Chat Application และมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแบบกระจายตัว แต่ส่วนมากจะกระจุกตัวอยู่ในช่วงเวลา ค่ำ ตั้งแต่ 18.01-21.00 น. และรองลงมาเป็นช่วงเวลาตั้งแต่ 21.01-24.00 น.

กรรณิการ์ ภัคศิริเศษ (2563) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการใช้เวลาว่างกับรูปแบบการมีส่วนร่วมการใช้เวลาว่างของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบกิจกรรมยามว่างโดยรวมของสตรีวัยทำงานอยู่ในระดับปานกลาง โดยรวมแล้วเห็นด้วยอย่างยิ่ง ในด้านความพึงพอใจ พบว่ามีความภาคภูมิใจในกิจกรรมยามว่างที่ตนเองเข้าร่วม ในด้านความสนใจ มักต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับกิจกรรมที่ต้องใช้เวลานาน . กิจกรรมยามว่างที่ชอบ ความเข้มข้น ฉันทัดต้องการได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมยามว่างที่ชื่นชอบ ในด้านความสำคัญ กิจกรรมยามว่างเป็นส่วนสำคัญของไลฟ์สไตล์ของตน ซึ่งมีค่า ความหมายดังนี้ มาตรฐานการครองชีพของสตรีอาชีพอยู่ในระดับสูง และมาตรฐานการครองชีพอยู่ในระดับปานกลาง โดยรวมแล้วความต้องการกิจกรรมเวลาว่าง มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการมีส่วนร่วมในกิจกรรมยามว่างและกิจกรรมสันทนาการโดยรวม

ณัฐธยาน์ สิริทรงประกอบ (2563) ได้ทำวิจัยเรื่อง แรงจูงใจการใช้เวลาว่างของกลุ่มคนวัยทำงาน ที่มาใช้บริการสวนสาธารณะวชิรเบญจทัศกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมด้านแรงจูงใจการใช้เวลาว่างของกลุ่มคนวัยทำงานที่ใช้บริการสวนสาธารณะวชิรเบญจทัศ กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านสติปัญญา พบว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านสังคม พบว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความสามารถ ความชำนาญ พบว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านสภาวะกระตุ้น - การหลีกเลี่ยง พบว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แรงจูงใจการใช้เวลาว่างของกลุ่มคนวัยทำงานที่ใช้บริการสวนวชิรเบญจทัศ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพ ของกลุ่มคนวัยทำงานที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการใช้เวลาว่างไม่แตกต่างกัน แรงจูงใจการใช้เวลาว่างของกลุ่มคนวัยทำงานที่ใช้บริการสวนสาธารณะวชิรเบญจทัศ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามตัวแปรระดับการศึกษาในภาพรวมพบว่ากลุ่มวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีแรงจูงใจการใช้เวลาว่างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล พบว่ามีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้เวลาว่างจำนวนมากและมีผลการวิจัยที่สอดคล้องและไปในแนวทางที่คล้ายกัน แต่การศึกษาการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ยังมีปริมาณน้อยและไม่แพร่หลาย ผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาการศึกษาเรื่องดังกล่าวต่อไป

บทที่ 3 วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนวัยทำงานที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างทั้งหมด ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทั้งชายและหญิง ที่มีอายุ 21 – 60 ปี โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนวัยทำงานที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างทั้งหมด ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทั้งชายและหญิง ที่มีอายุ 21 – 60 ปี ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนด ขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% จึงทำโดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร (Cochran, 1953)

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{d^2}$$

โดยที่

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม (ถ้าไม่ทราบใช้ $p = 0.5$)

Z แทน ความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เช่น

Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 (มั่นใจ 95%)

Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 มีค่าเท่ากับ 2.58 (มั่นใจ 99%)

d แทน ความคลาดเคลื่อนสูงสุดระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรกับค่าเฉลี่ยของตัวอย่าง เท่ากับ 0.05

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{d^2}$$

$$n = \frac{0.5(1 - 0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = 400$$

ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ ประมาณ 400 ราย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษากับกลุ่มคนวัยทำงานที่เข้ามาใช้บริการงานบริการ ศูนย์บริการการใช้เวลาว่างทั้งหมดที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยวิธีเลือกแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้เครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยศึกษาจาก เอกสาร ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ภายใต้คำปรึกษาของอาจารย์ที่ปรึกษา โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือ ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จากเอกสาร ตำรา แนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามที่เหมาะสม

2. นำข้อมูลที่ได้จากเอกสาร ตำราและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มาสร้างเป็นแบบสอบถามโดยใช้แนวความคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่ได้ทำการศึกษามาปรับปรุงประยุกต์ใช้ แล้วเสนอร่างแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ ก่อนที่จะส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ

3. เรียบเรียงและสร้างแบบสอบถามการศึกษาพฤติกรรมการใช้เวลารว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการให้เวลารว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการศูนย์บริการการให้เวลารว่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามตัวแปรอิสระที่ศึกษาจำนวน 5 ข้อ เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Response Question) แบบมีหลายทางเลือก โดยให้เลือกตอบเพียง 1 คำตอบ (Multiple Choices)

ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 4 อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะของพฤติกรรมการใช้เวลารว่างทางดิจิทัลเกี่ยวกับ เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึง สถานที่ในการเข้าถึง ระยะเวลา ช่วงเวลา และวัตถุประสงค์ในการใช้เวลารว่างทางดิจิทัล กิจกรรมการใช้เวลารว่างทางดิจิทัล โดยมีแบบให้เลือกตอบ (Check List) จำนวน 7 ข้อ

4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโทมาตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ ก่อนส่งแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้องของสำนวนภาษา เนื้อหาและความเที่ยงตรง

5. การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

5.1 นำแบบสอบถามที่เห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโทมาตรวจสอบความถูกต้องของโครงสร้างแบบสอบถาม สำนวนภาษาและเนื้อหาของข้อคำถามหรือข้อความแต่ละข้อว่าได้ตรงและครอบคลุมเนื้อหาตามที่ต้องการให้วัด และสามารถนำมาใช้เป็นตัวแทนตามแนวคิดที่นำมาเป็นกรอบของวิจัยครั้งนี้ รวมถึงข้อเสนอนำมาปรับปรุงแก้ไข

5.2 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษามาเสนอกับที่ปรึกษาปริญญาโทอีกครั้ง เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขเป็นครั้งสุดท้ายก่อนทำการทดสอบเครื่องมือโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) จากนั้นจึงนำมาปรับปรุงแก้ไขตามความเหมาะสมเพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

5.3 นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาเรียบร้อยแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่านช่วยพิจารณาตรวจสอบ หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำผลคะแนนที่ได้มา หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่างข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด โดยผู้วิจัยจะเลือกคำถาม ที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ค่าคะแนน 0.958 ซึ่งทดสอบค่าความเชื่อมั่น (reliability) ด้วยสูตร สัมประสิทธิ์แอลฟา (coefficient alpha) ของครอนบาช (Cronbranch's alpha) (Cronbach, 1990) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.925

6. นำแบบสอบถามที่ได้หาค่าความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นแล้วไปเสนอ อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโทและดำเนินการจัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

7. ประเมินผลพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางระบบดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา แสดงในรูปค่าเฉลี่ยส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับอิทธิพล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เมื่อแบบสอบถามผ่านการหาค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถาม และผ่านเกณฑ์ที่กำหนด จนสามารถนำมาใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ จึงดำเนินการแจกแบบสอบถามแก่ประชากรกลุ่ม ตัวอย่าง จำนวนรวม 400 ชุด เพื่อให้ดำเนินการตอบแบบสอบถาม

2. แบบสอบถามที่ได้รับการตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำกลับมาตรวจสอบเพื่อ คัดเลือกชุดแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์เรียบร้อย ลงรหัสเพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรม สำเร็จรูปต่อไป

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาดำเนินการ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. จัดระเบียบข้อมูล และลงรหัส
2. นำข้อมูลดังกล่าวไปคำนวณหาค่าทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์ และตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม หลังจากทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2 บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูลและโปรแกรมคอมพิวเตอร์

2.3 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

2.4 ประมวลผลข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ

1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analytical statistics) สถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

2. สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (inferential analytical statistics) เป็นสถิติที่ใช้วิเคราะห์ถึงลักษณะของตัวต้น (independent variable) ที่มีผลต่อตัวแปรตาม (dependent variable) โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลความหมายข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ดังนี้

χ^2	แทน	ค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)
p-value	แทน	ค่าความน่าจะเป็น
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการศึกษาวางกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการการศึกษาวางกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการศึกษาวางกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการศึกษาวางกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการศูนย์บริการการศึกษาวางกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการศูนย์บริการการศึกษาวาง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาโดยการใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทางประชากรศาสตร์ (ปัจจัยส่วนบุคคล) ของผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการการให้เวลาว่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	206	51.5
หญิง	194	48.5
รวม	400	100
2. อายุ		
21-30 ปี	139	34.8
31-40 ปี	126	31.5
41-50 ปี	85	21.3
51-60 ปี	50	12.5
รวม	400	100
3. ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	60	15.0
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	113	28.2
ปริญญาตรี	178	44.5
สูงกว่าปริญญาตรี	49	12.3
รวม	400	100

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
พนักงานเอกชน	158	39.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้าง	132	33.0
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ	105	26.3
ไม่ได้ประกอบอาชีพ/อยู่ระหว่างหางานใหม่	5	1.3
รวม	400	100
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเทียบเท่า 15,000 บาท	65	16.3
15,001-20,000 บาท	120	30.0
20,001-30,000 บาท	104	26.0
30,001-40,000 บาท	74	18.5
40,001-50,000 บาท	19	4.8
50,001 บาทขึ้นไป	18	4.5
รวม	400	100

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการศูนย์บริการการให้เวลาร่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 400 คน จำแนกข้อมูลรายด้านได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 เป็นเพศหญิง จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปีมากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคือช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือ ระดับอนุปริญญา หรือเทียบเท่า จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 ระดับมัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้าง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และไม่ได้ประกอบอาชีพ/อยู่ระหว่างหางานใหม่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 15,001-20,000 บาทมากที่สุด จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือนจำนวน 20,001-30,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รายได้ต่อเดือนจำนวน 30,001-40,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า หรือเทียบเท่า 15,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 รายได้ต่อเดือนจำนวน 40,001-50,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงาน ที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ 1) เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล 2) สถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล 3) ระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล 4) ช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล 5) วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล 6) กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ 7) กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์ ซึ่งแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)

เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึง	จำนวน	ร้อยละ
โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน	179	44.8
แท็บเล็ต	73	18.3
คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook)	71	17.8
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	77	19.3
รวม	400	100

จากตาราง 2 พบว่า เทคโนโลยีที่ใช้เพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่มากที่สุดคือ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 แท็บเล็ต จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ส่วนลำดับสุดท้ายคือ คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook) จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ตามลำดับ

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของสถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)

สถานที่ในการเข้าถึง	จำนวน	ร้อยละ
ที่บ้านที่พัก	159	39.8
ที่ทำงาน	144	36.0
ห้างสรรพสินค้า	30	7.5
ร้านอินเทอร์เน็ต	22	5.5
ร้านอาหาร	45	11.3
รวม	400	100

จากตาราง 3 พบว่า สถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ ที่บ้าน/ที่พัก จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาคือ ที่ทำงาน จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ร้านอาหาร จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ส่วนลำดับสุดท้ายคือ ร้านอินเทอร์เน็ตจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)

ระยะเวลาต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	36	9.0
1-2 ชั่วโมง	105	26.3
3-4 ชั่วโมง	136	34.0
5-6 ชั่วโมง	93	23.3
7-8 ชั่วโมง	25	6.3
มากกว่า 8 ชั่วโมง	5	1.3
รวม	400	100

จากตาราง 4 พบว่า ระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ ใช้เวลา 3-4 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ ใช้เวลา 1-2 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ใช้เวลา 5-6 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ส่วนลำดับสุดท้ายคือ ใช้เวลามากกว่า 8 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการใช้เวลาร่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาร่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)

ช่วงเวลาในการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลาที่อยู่บนท้องถนน	29	7.2
ช่วงเวลาทำงาน	104	26.0
ช่วงเวลารับประทานอาหาร	35	8.8
ช่วงเวลาเข้าห้องน้ำ	17	4.3
ช่วงเวลาก่อนนอน	104	26.0
ช่วงเวลาพักผ่อน	111	27.8
รวม	400	100

จากตาราง 5 พบว่า ช่วงเวลาในการใช้เวลาร่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาร่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ ช่วงเวลาพักผ่อน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือ ช่วงเวลาทำงาน และช่วงเวลาก่อนนอน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 เท่ากัน ส่วนลำดับสุดท้ายคือ ช่วงเวลาเข้าห้องน้ำ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการใช้เวลาร่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาร่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)

วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาร่าง	จำนวน	ร้อยละ
การติดต่อสื่อสาร	88	22.0
เข้าถึงข้อมูลที่น่าสนใจ	69	17.3
เปิดรับข่าวสาร	78	19.5
ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน	66	16.5
ตามกระแสใหม่ ๆ ในสังคม	40	10.0
การซื้อสินค้า	50	12.5
การสร้างตัวตนและประกาศผลงาน	9	2.3
รวม	400	100

จากตาราง 6 พบว่า วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ การติดต่อสื่อสาร จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสาร จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 เข้าถึงข้อมูลที่น่าสนใจ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ส่วนลำดับสุดท้ายคือ การสร้างตัวตนและประกาศผลงาน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)

กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล	จำนวน	ร้อยละ
ฟังเพลงผ่านแอปพลิเคชัน	58	14.5
ชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน	31	7.8
ชมคลิปวิดีโอผ่านแอปพลิเคชัน	50	12.5
ชมการถ่ายทอดสดผ่านแอปพลิเคชัน	30	7.5
สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วย รูปภาพ	11	2.8
สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยวิดีโอ	5	1.3
สนทนาในกลุ่มที่มีความสนใจเดียวกัน ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	40	10.0
อ่านนิยายออนไลน์	17	4.3
อ่านการ์ตูนออนไลน์	10	2.5
อ่านบทความหรือหนังสือออนไลน์	25	6.3
เลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์	44	11.0
การท่องเที่ยวเสมือนจริงทางออนไลน์	11	2.8
สืบค้นข้อมูล เรียนรู้สิ่งใหม่	50	12.5
แบ่งปันประสบการณ์/ความรู้ผ่าน สื่อสังคมออนไลน์	18	4.5
รวม	400	100

จากตาราง 7 พบว่า กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ ฟังเพลงผ่านแอปพลิเคชัน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 รองลงมาคือ ชมคลิปวิดีโอผ่านแอปพลิเคชัน และสืบค้นข้อมูล เรียนรู้สิ่งใหม่ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 เท่ากัน ส่วนลำดับสุดท้ายคือ สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยวิดีโอ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3ตามลำดับ

ตาราง 8 กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์ของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)

กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ด้วยเกมคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
เกมต่อสู้ (Action Game)	50	12.5
เกมผจญภัย (Adventure Game)	45	11.3
เกมวางแผนการรบ (Strategy Game)	36	9.0
เกมอาเขต (Arcade Game)	23	5.8
เกมยิง (Shooting Game)	32	8.0
เกมดนตรี (Rhythm Game)	32	8.0
เกมเล่นตามบทบาท (Role-Playing Game)	27	6.8
เกมปริศนา (Puzzle Game)	48	12.0
เกมกีฬา (Sport Game)	38	9.5
เกมศิลปะการต่อสู้ (Fighting Game)	28	7.0
เกมสถานการณ์จำลอง (Simulation Game)	26	6.5
ไม่ได้เล่นเกม	15	3.8
รวม	400	100

จากตาราง 8 พบว่า กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์ของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่มากที่สุดคือ เกมต่อสู้ (Action Game) จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 รองลงมาคือ เกมปริศนา (Puzzle Game) จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 เกมผจญภัย (Adventure Game) จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ส่วนลำดับสุดท้ายคือ ไม่ได้เล่นเกม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยใช้สถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) ประกอบด้วย

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา
- 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา
- 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา
- 4) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา
- 5) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลในแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)

พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล	เพศ		χ^2	p-value
	ชาย	หญิง		
1. เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึง				
โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน	22.5	22.3	1.548	0.670
แท็บเล็ต	10.5	7.8		
คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook)	9.3	8.5		
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	9.3	10.0		
2. สถานที่ในการเข้าถึง				
ที่บ้านที่พัก	20.0	19.8	0.981	0.915
ที่ทำงาน	19.5	16.5		
ห้างสรรพสินค้า	4.0	3.5		
ร้านอินเทอร์เน็ต	2.8	2.8		
ร้านอาหาร	5.3	5.3		
3. ระยะเวลาต่อวัน				
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	4.8	4.3	32.963	<.001*
1-2 ชั่วโมง	15.5	10.8		
3-4 ชั่วโมง	11.0	23.0		
5-6 ชั่วโมง	15.3	8.0		
7-8 ชั่วโมง	4.0	2.3		
มากกว่า 8 ชั่วโมง	1.0	0.3		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลารว่างทางดิจิทัล	เพศ		χ^2	p-value
	ชาย	หญิง		
4. ช่วงเวลาในการใช้เวลารว่างทางดิจิทัล				
ช่วงเวลาที่อยู่บนท้องถนน	3.0	4.3	2.209	0.823
ช่วงเวลาดำเนินงาน	13.8	12.3		
ช่วงเวลารับประทานอาหาร	4.0	4.8		
ช่วงเวลาดำเนินงาน	2.3	2.0		
ช่วงเวลาก่อนนอน	14.2	11.8		
ช่วงเวลาที่พักผ่อน	14.2	13.5		
5. วัตถุประสงค์ในการใช้เวลารว่าง				
การติดต่อสื่อสาร	10.5	11.5	4.349	0.644
เข้าถึงข้อมูลที่นำเสนอ	9.3	8.0		
เปิดรับข่าวสาร	10.8	8.8		
ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน	8.8	7.8		
ตามกระแสใหม่ ๆ ในสังคม	5.0	5.0		
การซื้อสินค้า	6.8	5.8		
การสร้างตัวตนและประกาศผลงาน	0.5	1.8		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล	เพศ		χ^2	p-value
	ชาย	หญิง		
6. กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล				
ฟังเพลงผ่านแอปพลิเคชัน	6.3	8.3	10.586	0.655
ชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน	4.5	3.3		
ชมคลิปวิดีโอผ่านแอปพลิเคชัน	7.0	5.5		
ชมการถ่ายทอดสดผ่านแอปพลิเคชัน	3.3	4.3		
สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยรูปภาพ	1.5	1.3		
สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยวิดีโอ	0.5	0.8		
สนทนาในกลุ่มที่มีความสนใจเดียวกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์	6.0	4.0		
อ่านนิยายออนไลน์	2.5	1.8		
อ่านการ์ตูนออนไลน์	1.5	1.0		
อ่านบทความหรือหนังสือออนไลน์	2.8	3.5		
เลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์	6.5	4.5		
การท่องเที่ยวเสมือนจริงทางออนไลน์	1.0	1.8		
สืบค้นข้อมูล เรียนรู้สิ่งใหม่	6.8	5.8		
แบ่งปันประสบการณ์/ความรู้สึกผ่านสื่อสังคมออนไลน์	1.5	3.0		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับพฤติกรรมการใช้เวลาวางทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการให้เวลาวาง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400) (ต่อ)

พฤติกรรมการให้เวลาวางทางดิจิทัล	เพศ		χ^2	p-value
	ชาย	หญิง		
7. กิจกรรมการให้เวลาวางทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์				
เกมต่อสู้ (Action Game)	5.3	7.2	6.802	0.820
เกมผจญภัย (Adventure Game)	6.3	5.0		
เกมวางแผนการรบ (Strategy Game)	4.8	4.3		
เกมอาเขต (Arcade Game)	3.0	2.8		
เกมยิง (Shooting Game)	4.0	4.0		
เกมดนตรี (Rhythm Game)	4.5	3.5		
เกมเล่นตามบทบาท (Role-Playing Game)	4.3	2.5		
เกมปริศนา (Puzzle Game)	5.8	6.3		
เกมกีฬา (Sport Game)	5.5	4.0		
เกมศิลปะการต่อสู้ (Fighting Game)	3.5	3.5		
เกมสถานการณ์จำลอง (Simulation Game)	3.5	3.0		
ไม่ได้เล่นเกม	1.3	2.5		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับพฤติกรรมการให้เวลาวางทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการให้เวลาวาง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อระยะเวลาต่อวันในการให้เวลาวางทางดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการให้เวลาวางทางดิจิทัล สถานที่ในการเข้าถึงในการให้เวลาวางทางดิจิทัล ช่วงเวลาในการให้เวลาวางทางดิจิทัล วัตถุประสงค์ในการให้เวลาวางทางดิจิทัล กิจกรรมการให้เวลาวางทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมการให้เวลาวางทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์

ตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับพฤติกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาร่างทางคอมพิวเตอร์ศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)

พฤติกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล	อายุ				χ^2	p-value
	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี		
1. เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึง						
โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ตโฟน	15.5	15.5	7.8	6.0	11.305	0.252
แท็บเล็ต	5.3	4.8	5.5	2.8		
คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook)	6.8	4.3	4.8	2.0		
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	7.2	7.0	3.3	1.8		
2. สถานที่ในการเข้าถึง						
ที่บ้าน/ที่พัก	13.8	13.8	6.5	5.8	18.345	0.100
ที่ทำงาน	12.3	9.3	10.0	4.5		
ห้างสรรพสินค้า	2.3	2.0	2.5	0.8		
ร้านอินเทอร์เน็ต	2.8	1.3	0.8	0.8		
ร้านอาหาร	3.8	5.3	1.5	0.8		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 10 (ต่อ)

	อายุ				χ^2	p-value
	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี		
พฤติกรรมการใช้เวลาดูทางดิจิทัล						
3. ระยะเวลาดูต่อวัน						
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	3.3	3.3	1.0	1.5	18.343	0.238
1-2 ชั่วโมง	9.8	7.2	4.8	4.5		
3-4 ชั่วโมง	9.0	11.3	10.0	3.8		
5-6 ชั่วโมง	9.5	7.5	4.3	2.0		
7-8 ชั่วโมง	2.5	1.8	1.3	0.8		
มากกว่า 8 ชั่วโมง	0.8	0.5	0	0		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล	อายุ				χ^2	p-value
	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี		
4. ช่วงเวลาในการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล						
ช่วงเวลาที่อยู่บนท้องถนน	2.3	4.3	0.8	0	20.884	0.136
ช่วงเวลาทำงาน	9.5	7.5	4.8	4.3		
ช่วงเวลารับประทานอาหาร	2.8	2.8	1.8	1.5		
ช่วงเวลาเข้าห้องน้ำ	1.3	1.5	1.0	0.5		
ช่วงเวลาก่อนนอน	8.8	6.3	7.5	3.5		
ช่วงเวลาพักผ่อน	10.3	9.3	5.5	2.8		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลางานทางดิจิทัล	อายุ				χ^2	p-value
	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี		
5. วัตถุประสงค์ในการใช้เวลางาน					25.786	0.101
การติดต่อสื่อสาร	8.0	9.3	2.8	2.0		
เข้าถึงข้อมูลที่น่าสนใจ	5.5	4.3	3.8	3.8		
เปิดรับข่าวสาร	6.3	5.3	5.8	2.3		
ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน	6.0	4.3	4.0	2.3		
ตามกระแสใหม่ๆ ในสังคม	4.0	2.3	2.8	1.0		
การซื้อสินค้า	4.5	5.3	2.0	0.8		
การสร้างตัวตนและประกาศผลงาน	0.5	1.0	0.3	0.5		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลารว่างทางดิจิทัล	อายุ				χ^2	p-value
	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี		
6. กิจกรรมการใช้เวลารว่างทางดิจิทัล						
ฟังเพลงผ่านแอปพลิเคชัน	5.0	6.8	1.8	1.0	39.742	0.430
ชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน	3.3	2.5	1.0	1.0		
ชมคลิปวิดีโอผ่านแอปพลิเคชัน	3.8	3.0	3.3	2.5		
ชมการถ่ายทอดสดผ่านแอปพลิเคชัน	2.8	2.3	1.3	1.3		
สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยรูปภาพ	0.8	1.0	0.8	0.3		
สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยวิดีโอ	0.3	0.5	0.3	0.3		
สนทนากลุ่มที่มีความสนใจเดียวกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์	2.8	2.3	3.8	1.3		
อ่านนิยายออนไลน์	1.5	1.3	0.8	0.8		
อ่านการ์ตูนออนไลน์	0.8	0.8	0.5	0.5		
อ่านบทความหรือหนังสือออนไลน์	3.3	0.8	1.8	0.5		
เลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์	3.3	3.3	3.0	1.5		
การท่องเที่ยวเสมือนจริงทางออนไลน์	1.0	0.8	0.8	0.3		
สืบค้นข้อมูล เรียนรู้สิ่งใหม่	5.8	4.0	1.8	1.0		
แบ่งปันประสบการณ์ความรู้สึกล่าผ่านสื่อสังคมออนไลน์	0.8	2.5	0.8	0.5		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล	อายุ				χ^2	p-value
	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี		
7.กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์						
เกมต่อสู้ (Action Game)	4.5	5.8	1.5	0.8	38.687	0.221
เกมผจญภัย (Adventure Game)	4.0	4.0	1.8	1.5		
เกมวางแผนการรบ (Strategy Game)	3.0	1.8	2.3	2.0		
เกมอาเขต (Arcade Game)	1.5	1.8	1.0	1.5		
เกมยิง (Shooting Game)	3.0	2.8	1.8	0.5		
เกมดนตรี (Rhythm Game)	2.0	1.8	3.0	1.3		
เกมเล่นตามบทบาท (Role-Playing Game)	2.3	2.0	1.8	0.8		
เกมปริศนา (Puzzle Game)	4.3	2.8	3.0	2.0		
เกมกีฬา (Sport Game)	3.8	2.3	2.8	0.8		
เกมศิลปะการต่อสู้ (Fighting Game)	3.0	2.3	1.0	0.8		
เกมสถานการณ์จำลอง (Simulation Game)	3.0	2.5	0.8	0.3		
ไม่ได้เล่นเกม	0.5	2.0	0.8	0.5		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับพฤติกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาร่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล สถิติที่เป็นการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล ระยะเวลาที่ใช้เวลาร่างทางดิจิทัล วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาร่างทางทางดิจิทัล กิจกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์



ตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มากับบริการศูนย์บริการการดูแลสุขภาพทางกรรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)

พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล	ระดับการศึกษา			χ^2	p-value
	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี		
1. เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึง					
โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ตโฟน	6.5	7.8	22.3	8.3	32.567
แท็บเล็ต	3.5	8.0	6.3	0.5	
คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook)	2.3	6.8	7.2	1.5	
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	2.8	5.8	8.8	2.0	
2. สถานที่ในการเข้าถึง					
ที่บ้าน/ที่พัก	5.8	6.5	20.5	7.0	33.468
ที่ทำงาน	5.5	14.2	13.5	2.8	
ห้างสรรพสินค้า	1.0	3.0	3.0	0.5	
ร้านอินเทอร์เน็ต	0.5	2.5	2.3	0.3	
ร้านอาหาร	2.3	2.0	5.3	1.8	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล	ระดับการศึกษา			χ^2	p-value
	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี สูงกว่า ปริญญาตรี		
3. ระยะเวลาต่อวัน					
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	4.0	2.8	2.0	49.133	<.001*
1-2 ชั่วโมง	3.5	5.5	13.0		
3-4 ชั่วโมง	3.5	12.0	13.5		
5-6 ชั่วโมง	3.0	7.0	12.0		
7-8 ชั่วโมง	0.8	0.8	3.3		
มากกว่า 8 ชั่วโมง	0.3	0.3	0.8		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลารว่างทางดิจิทัล	ระดับการศึกษา			χ^2	p-value
	มัธยมศึกษา	อนุปริญา	สุกกว่า ปริญาตรี		
4. ช่วงเวลาในการใช้เวลารว่างทางดิจิทัล					
ช่วงเวลาที่อยู่บนท้องถนน	0	0.3	5.3	1.8	<0.001*
ช่วงเวลาทำงาน	4.3	4.3	13.0	4.5	
ช่วงเวลารับประทานอาหาร	1.5	2.5	3.5	1.3	
ช่วงเวลาเข้าห้องน้ำ	0.8	1.5	1.3	0.8	
ช่วงเวลาก่อนนอน	4.5	10.5	9.8	1.3	
ช่วงเวลาพักผ่อน	4.0	9.3	11.8	2.8	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลางานทางดิจิทัล	ระดับการศึกษา			χ^2	p-value
	มัธยมศึกษา	อนุปริญา	ปริญญาตรี		
5. วัตถุประสงค์ในการใช้เวลางาน					
การติดต่อสื่อสาร	1.8	1.3	14.2	4.8	59.274
เข้าถึงข้อมูลที่น่าสนใจ	4.0	5.0	6.0	2.3	
เปิดรับข่าวสาร	2.8	7.5	7.8	1.5	
ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน	2.8	6.8	5.8	1.3	
ตามกระแสใหม่ๆ ในสังคม	1.0	4.3	4.0	0.8	
การซื้อสินค้า	2.5	3.3	5.8	1.0	
การสร้างตัวตนและประกาศผลงาน	0.3	0.3	1.0	0.8	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล	ระดับการศึกษา			χ^2	p-value
	มัธยมศึกษา	อนุริญญา	ปริญญาตรี		
6. กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล					
ฟังเพลงผ่านแอปพลิเคชัน	0.5	0.5	10.5	3.0	85.869
ชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน	1.3	0.8	4.0	1.8	<0.001*
ชมคลิปวิดีโอผ่านแอปพลิเคชัน	3.0	3.8	4.0	1.8	
ชมการถ่ายทอดสดผ่านแอปพลิเคชัน	1.0	2.3	3.3	1.0	
สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยรูปภาพ	0.8	0.8	0.5	0.8	
สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยวิดีโอ	0	0.5	0.8	0	
สนทนาในกลุ่มที่มีความสนใจเดียวกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์	1.8	4.0	4.0	0.3	
อ่านนิยายออนไลน์	0.8	2.5	1.0	0	
อ่านการ์ตูนออนไลน์	1.0	0.8	0.5	0.3	
อ่านบทความหรือหนังสือออนไลน์	0.8	2.3	2.8	0.5	
เลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์	1.5	4.5	4.3	0.8	
การท่องเที่ยวเสมือนจริงทางออนไลน์	0	1.3	1.3	0.3	
สืบค้นข้อมูล เรียนรู้สิ่งใหม่	2.3	4.0	5.5	0.8	
แบ่งปันประสบการณ์ความรู้สึกผ่านสื่อสังคมออนไลน์	0.5	0.5	2.3	1.3	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล	ระดับการศึกษา			χ^2	p-value
	มัธยมศึกษา	อนุศึกษา	ปริญญาตรี		
7.กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์					
เกมต่อสู้ (Action Game)	0.5	0.3	9.0	2.8	<.001*
เกมผจญภัย (Adventure Game)	1.5	1.5	6.0	2.3	
เกมวางแผนการรบ (Strategy Game)	2.3	2.8	3.0	1.0	
เกมอาเขต (Arcade Game)	1.3	1.5	2.0	1.0	
เกมยิง (Shooting Game)	1.0	2.8	3.0	1.3	
เกมดนตรี (Rhythm Game)	1.8	2.8	3.3	0.3	
เกมเล่นตามบทบาท (Role-Playing Game)	1.0	3.8	2.0	0	
เกมปริศนา (Puzzle Game)	2.0	3.8	5.0	1.3	
เกมกีฬา (Sport Game)	1.0	4.5	3.5	0.5	
เกมศิลปะการต่อสู้ (Fighting Game)	0.5	3.0	3.3	0.3	
เกมสถานการณ์จำลอง (Simulation Game)	1.8	1.3	3.0	0.5	
ไม่ได้เล่นเกม	0.5	0.5	1.5	1.3	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 11 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาร่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าถึงในการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล สถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล ระยะเวลาที่ใช้เวลาร่างทางดิจิทัล วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล กิจกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล และกิจกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับพฤติกรรมการใช้เวลาดำเนินกิจกรรมทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการดูแลสุขภาพทางกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)

พฤติกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล	อาชีพ			χ^2	p-value
	เอกชน	ราชการ	ธุรกิจส่วนตัว		
1. เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึง					
โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ตโฟน	18.0	14.8	11.3	0.8	0.821
แท็บเล็ต	7.0	6.5	4.3	0.5	
คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook)	7.5	6.0	5.3	0	
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	7.0	6.8	5.5	0	
2. สถานที่ในการเข้าถึง					
ที่บ้าน/ที่พัก	14.8	13.3	11.0	0.8	0.903
ที่ทำงาน	15.0	12.0	8.5	0.5	
ห้างสรรพสินค้า	3.5	2.0	2.0	0	
ร้านอินเทอร์เน็ต	2.8	1.8	1.0	0	
ร้านอาหาร	3.5	4.0	3.8	0	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลางานทางดิจิทัล	อาชีพ			χ^2	p-value
	เอกชน	ราชการ	ธุรกิจส่วนตัว ว่างงาน		
3. ระยะเวลาดำเนิน					
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	5.8	2.0	1.3	16.847	0.305
1-2 ชั่วโมง	9.0	9.5	7.5		
3-4 ชั่วโมง	13.5	12.3	7.5		
5-6 ชั่วโมง	8.5	7.2	7.2		
7-8 ชั่วโมง	2.5	1.5	2.3		
มากกว่า 8 ชั่วโมง	0.3	0.5	0.5		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 12 (ต่อ)

	พฤติกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล				x ²	p-value
	เอกชน	ราชาการ	อหสิพ	ว้างงาน		
4. ช่วงเวลาในการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล						
ช่วงเวลาที่อยู่บนท้องถนน	3.3	3.5	0.5	0	20.955	0.139
ช่วงเวลาทำงาน	8.5	8.8	8.0	0.8		
ช่วงเวลารับประทานอาหาร	4.3	1.8	2.8	0		
ช่วงเวลาเข้าห้องน้ำ	2.5	1.5	0.3	0		
ช่วงเวลาก่อนนอน	10.3	8.5	6.8	0.5		
ช่วงเวลาพักผ่อน	10.8	9.0	8.0	0		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล	อาชีพ			χ^2	p-value
	เอกชน	ราชการ	ธุรกิจส่วนตัว		
5. วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาร่าง					
การติดต่อสื่อสาร	8.5	8.0	5.0	0.5	10.607
เข้าถึงข้อมูลที่น่าสนใจ	5.8	5.3	6.0	0.3	
เปิดรับข่าวสาร	9.3	6.5	3.5	0.3	
ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน	6.3	5.3	4.8	0.3	
ตามกระแสใหม่ๆ ในสังคม	4.5	2.8	2.8	0	
การซื้อสินค้า	4.3	4.5	3.8	0	
การสร้างตัวตนและประกาศผลงาน	1.0	0.8	0.5	0	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล	อาชีพ				χ^2	p-value
	เอกชน	ราชการ	ธุรกิจส่วนตัว	ว่างงาน		
6. กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล						
ฟังเพลงผ่านแอปพลิเคชัน	5.5	6.3	2.5	0.3	33.073	0.722
ชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน	3.3	1.8	2.5	0.3		
ชมคลิปวิดีโอผ่านแอปพลิเคชัน	3.5	4.3	4.5	0.3		
ชมการถ่ายทอดสดผ่านแอปพลิเคชัน	4.0	1.8	1.8	0		
สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยรูปภาพ	1.8	1.0	0	0		
สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยวิดีโอ	0.5	0.5	0.3	0		
สนทนากลุ่มที่มีความสนใจเดียวกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์	3.3	4.0	2.5	0.3		
อ่านนิยายออนไลน์	2.5	0.8	0.8	0.3		
อ่านการ์ตูนออนไลน์	0.8	1.0	0.8	0		
อ่านบทความหรือหนังสือออนไลน์	3.0	2.0	1.3	0		
เลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์	4.0	3.0	4.0	0		
การท่องเที่ยวเสมือนจริงทางออนไลน์	1.3	1.0	0.5	0		
สืบค้นข้อมูล เรียนรู้สิ่งใหม่	5.0	4.3	3.3	0		
แบ่งปันประสบการณ์ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์	1.3	1.5	1.8	0		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

	พฤติกรรมการใช้เวลารหว่างทางดิจิทัล					χ ²	p-value
	เอกชน	ราชาการ	อหชีพ	ตุรกีจส่วนตัว	ว่างงาน		
7.กิจกรรมการใช้เวลารหว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์							
เกมต่อสู้ (Action Game)	5.0	5.3	2.0	0.3	27.598	0.747	
เกมผจญภัย (Adventure Game)	4.3	3.3	3.5	0.3			
เกมวางแผนการรบ (Strategy Game)	2.3	3.5	3.0	0.3			
เกมอาเขต (Arcade Game)	2.3	1.3	2.3	0			
เกมยิง (Shooting Game)	4.8	2.3	1.0	0			
เกมดนตรี (Rhythm Game)	2.5	3.0	2.3	0.3			
เกมเล่นตามบทบาท (Role-Playing Game)	3.5	2.0	1.0	0.3			
เกมปริศนา (Puzzle Game)	4.8	3.5	3.8	0			
เกมกีฬา (Sport Game)	3.8	3.3	2.5	0			
เกมศิลปะการต่อสู้ (Fighting Game)	3.3	2.3	1.5	0			
เกมสถานการณ์จำลอง (Simulation Game)	2.3	2.0	2.3	0			
ไม่ได้เล่นเกม	1.0	1.5	1.3	0			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล สถานที่ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์



ตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้เวลาดำเนินทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาดำเนินการพหุศาสตร์ศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (n=400)

พฤติกรรมการใช้เวลาดำเนินทางดิจิทัล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					χ^2	p-value
	ต่ำกว่า หรือ เทียบเท่า 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาทขึ้นไป		
1. เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึง							
โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ตโฟน	9.8	14.0	9.0	6.0	2.5	3.5	31.732
แท็บเล็ต	3.0	4.8	5.5	4.3	0.3	0.5	0.007*
คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook)	1.3	6.0	5.3	3.8	1.5	0	
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	2.3	5.3	6.3	4.5	0.5	0.5	
2. สถานที่ในการเข้าถึง							
ที่บ้าน/ที่พัก	8.5	12.8	7.8	5.8	2.3	2.8	24.674
ที่ทำงาน	5.3	10.3	10.5	7.2	1.5	1.3	0.213
ห้างสรรพสินค้า	0.3	2.3	2.8	1.8	0.5	0	
ร้านอินเทอร์เน็ต	1.0	1.8	1.0	1.3	0.5	0	
ร้านอาหาร	1.3	3.0	4.0	2.5	0	0.5	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					χ^2	p-value
	ต่ำกว่า หรือ เทียบเท่า 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท มากขึ้นไป		
3. ระยะเวลาต่อวัน						53.867	0.002*
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	4.0	2.8	1.5	0.5	0	0.3	
1-2 ชั่วโมง	2.8	10.3	6.3	5.0	0.5	1.5	
3-4 ชั่วโมง	4.3	8.5	10.3	7.2	2.3	1.5	
5-6 ชั่วโมง	4.0	6.0	7.0	4.8	0.8	0.8	
7-8 ชั่วโมง	0.8	2.0	1.0	1.0	1.0	0.5	
มากกว่า 8 ชั่วโมง	0.5	0.5	0	0	0.3	0	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					χ^2	p-value
	ต่ำกว่า หรือ เทียบเท่า 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท		
4. ช่วงเวลาในการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล							
ช่วงเวลาที่อยู่บนท้องถนน	1.0	1.8	2.3	0.8	0.8	41.863	0.020*
ช่วงเวลาทำงาน	6.5	8.0	5.0	3.5	1.3		
ช่วงเวลารับประทานอาหาร	1.5	4.0	0.8	1.8	0.3		
ช่วงเวลาเข้าห้องน้ำ	0.8	1.0	1.8	0	0.3		
ช่วงเวลาก่อนนอน	4.0	6.5	7.8	6.3	1.0		
ช่วงเวลาที่พักผ่อน	2.5	8.8	8.5	6.3	1.3		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					χ^2	p-value
	ต่ำกว่า หรือ เทียบเท่า 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาทขึ้นไป		
5. วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาร่าง							
การติดต่อสื่อสาร	4.3	7.2	4.8	2.8	1.5	27.083	0.629
เข้าถึงข้อมูลที่น่าสนใจ	4.3	5.0	3.0	3.0	1.3		
เปิดรับข่าวสาร	3.3	5.0	5.8	4.0	1.0		
ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน	2.0	5.5	4.5	3.3	1.0		
ตามกระแสใหม่ๆ ในสังคม	1.0	2.8	3.3	2.3	0		
การซื้อสินค้า	1.3	4.0	3.8	3.0	0.3		
การสร้างตัวตนและประกาศผลงาน	0.3	0.5	1.0	0.3	0		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						χ^2	p-value
	ต่ำกว่า หรือ เทียบเท่า 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป		
6. กิจกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล								
ฟังเพลงผ่านแอปพลิเคชัน	2.3	4.8	3.3	1.8	1.3	1.3	76.790	0.158
ชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน	2.3	2.5	1.5	1.0	0.3	0.3		
ชมคลิปวิดีโอผ่านแอปพลิเคชัน	3.0	3.3	2.8	2.0	0.5	1.0		
ชมการถ่ายทอดสดผ่านแอปพลิเคชัน	1.8	3.3	0.5	1.3	0.3	0.5		
สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยรูปภาพ	0.5	0.5	1.0	0	0.3	0.5		
สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยวิดีโอ	0	0.5	0.8	0	0	0		
สนทนากับกลุ่มที่มีความสนใจเดียวกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์	1.3	2.0	3.3	3.3	0	0.3		
อ่านนิตยสารออนไลน์	1.3	1.0	1.0	0.8	0.3	0		
อ่านการ์ตูนออนไลน์	0.5	1.0	0.5	0.3	0	0.3		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					χ^2	p-value
	ต่ำกว่า หรือ เทียบเท่า 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท		
6. กิจกรรมการใช้เวลาร่างทางดิจิทัล (ต่อ)							
อ่านบทความหรือหนังสือออนไลน์	1.0	2.0	1.8	1.0	0.5	0	
เลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์	0.3	3.8	3.3	2.8	1.0	0	
การท่องเที่ยวเสมือนจริงทางออนไลน์	0	0.8	1.5	0.5	0	0	
สืบค้นข้อมูล เรียนรู้สิ่งใหม่	2.0	4.3	3.0	2.5	0.5	0.3	
แบ่งปันประสบการณ์/ความรู้สู่ผู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	0.3	0.5	2.0	1.5	0	0.3	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						χ^2	p-value
	ต่ำกว่า หรือ เทียบเท่า 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป		
7. กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์								
เกมต่อสู้ (Action Game)	2.0	4.0	2.8	1.5	1.3	1.0	63.013	0.214
เกมผจญภัย (Adventure Game)	2.8	3.8	2.5	1.5	0.3	0.5		
เกมวางแผนการรบ (Strategy Game)	2.8	2.0	1.8	1.0	0.5	1.0		
เกมอาเขต (Arcade Game)	0.5	2.3	0.8	1.8	0.3	0.3		
เกมยิง (Shooting Game)	1.8	2.8	2.3	0.3	0.3	0.8		
เกมดนตรี (Rhythm Game)	1.3	1.3	2.5	2.8	0	0.3		
เกมเล่นตามบทบาท (Role-Playing Game)	1.3	2.3	1.8	1.3	0.3	0		
เกมปริศนา (Puzzle Game)	1.5	3.0	3.5	2.8	1.0	0.3		
เกมกีฬา (Sport Game)	0.3	4.0	3.0	1.8	0.5	0		
เกมศิลปะการต่อสู้ (Fighting Game)	1.3	2.0	1.8	1.5	0.5	0		
เกมสถานการณ์จำลอง (Simulation Game)	0.8	2.3	2.0	1.3	0	0.3		
ไม่ได้เล่นเกม	0.3	0.5	1.5	1.3	0	0.3		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของหน่วยงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ระยะเวลาที่ต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล และช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลที่ระดับ .05 และพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อสถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัย ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงาน เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ใช้เป็นแนวทางให้บุคลากร เจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องได้ศึกษาและเรียนรู้ถึงการใช้เวลาว่างที่เปลี่ยนแปลงไป และแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการใช้เวลาว่างอย่างรู้คุณค่า และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

คำถามการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นอย่างไร
2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นอย่างไร

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนวัยทำงานที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลารว่างทั้งหมด ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทั้งชายและหญิง ที่มีอายุ 21 – 60 ปี โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนวัยทำงานที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลารว่างทั้งหมด ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทั้งชายและหญิง ที่มีอายุ 21 – 60 ปี ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนด ขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% จึงทำโดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร (Cochran, 1953)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามการศึกษาพฤติกรรมการใช้เวลารว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลารว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะของพฤติกรรมการใช้เวลารว่างทางดิจิทัลจำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึง สถานที่ในการเข้าถึง ระยะเวลา ช่วงเวลาว่างวัตถุประสงค์ในการใช้เวลารว่างทางดิจิทัล กิจกรรมการใช้เวลารว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมการใช้เวลารว่างทางดิจิทัลด้วยเกมส์คอมพิวเตอร์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เมื่อแบบสอบถามผ่านการหาค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถาม และผ่านเกณฑ์ที่กำหนด จนสามารถนำมาใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ จึงดำเนินการแจกแบบสอบถามแก่ประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวนรวม 400 ชุด เพื่อให้ดำเนินการตอบแบบสอบถาม

2. แบบสอบถามที่ได้รับการตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำกลับมาตรวจสอบเพื่อคัดเลือกรูปแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์เรียบร้อย ลงรหัสเพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ

1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analytical statistics) สถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

2. สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (inferential analytical statistics) เป็นสถิติที่ใช้วิเคราะห์ถึงลักษณะของตัวต้น (independent variable) ที่มีผลต่อตัวแปรตาม (dependent variable) โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square)

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านเพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 เป็นเพศหญิง จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5

ด้านอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปีมากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคือช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือ ระดับอนุปริญญา หรือเทียบเท่า จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 ระดับมัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้าง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และไม่ได้ประกอบอาชีพ/อยู่ระหว่างหางานใหม่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 15,001-20,000 บาทมากที่สุด จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือนจำนวน 20,001-30,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รายได้ต่อเดือนจำนวน 30,001-40,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า หรือเทียบเท่า 15,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 รายได้ต่อเดือนจำนวน 40,001-50,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการศึกษาระดับอุดมศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ 1) เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล 2) สถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล 3) ระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล 4) ช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล 5) วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล 6) กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ 7) กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์ ซึ่งแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

1) เทคโนโลยีที่ใช้เพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการศึกษาระดับอุดมศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่มากที่สุดคือ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 แท็บเล็ต จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ส่วนลำดับสุดท้ายคือ คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook) จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ตามลำดับ

2) สถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการศึกษาระดับอุดมศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ ที่บ้าน/ที่พัก จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาคือ ที่ทำงาน จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ร้านอาหาร จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ส่วนลำดับสุดท้ายคือ ร้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

3) ระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการศึกษาระดับอุดมศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ ใช้เวลา 3-4 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ ใช้เวลา 1-2 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ใช้เวลา 5-6 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ส่วนลำดับสุดท้ายคือ ใช้เวลามากกว่า 8 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

4) ช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ ช่วงเวลาพักผ่อน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือ ช่วงเวลาทำงาน และช่วงเวลาก่อนนอน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 เท่ากัน ส่วนลำดับสุดท้ายคือ ช่วงเวลาเข้าห้องน้ำ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

5) วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ การติดต่อสื่อสาร จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสาร จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 เข้าถึงข้อมูลที่น่าสนใจ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ส่วนลำดับสุดท้ายคือ การสร้างตัวตนและประกาศผลงาน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

6) กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ ฟังเพลงผ่านแอปพลิเคชัน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 รองลงมาคือ ชมคลิปวิดีโอผ่านแอปพลิเคชัน และสืบค้นข้อมูล เรียนรู้สิ่งใหม่ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 เท่ากัน ส่วนลำดับสุดท้ายคือ สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยวิดีโอ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

7) กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์ของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ เกมต่อสู้ (Action Game) จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 รองลงมาคือ เกมปริศนา (Puzzle Game) จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 เกมผจญภัย (Adventure Game) จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ส่วนลำดับสุดท้ายคือ ไม่ได้เล่นเกม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยใช้สถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) ประกอบด้วย

1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล สถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์

2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า อายุที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล สถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์

3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล สถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล กิจกรรมการ

เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันไม่ส่งผลกระทบต่อเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล สถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์

5) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล และช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่ส่งผลกระทบต่อสถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผลการวิจัยตามคำถามการวิจัย ดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นอย่างไร

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นอย่างไร

1. พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มารับบริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นอย่างไรอธิบายได้ดังนี้

พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มารับบริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ด้านเทคโนโลยีที่ใช้เพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มารับบริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) ด้านสถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มารับบริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ ที่บ้าน/ที่พัก รองลงมาคือ ที่ทำงาน ด้านระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มารับบริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ ใช้เวลา 3-4 ชั่วโมงต่อวัน รองลงมาคือ ใช้เวลา 1-2 ชั่วโมงต่อวัน ด้านช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มารับบริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ ช่วงเวลาพักผ่อน รองลงมาคือ ช่วงเวลาทำงาน ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มารับบริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ การติดต่อสื่อสาร รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสาร ด้านกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานที่มารับบริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ ฟังเพลงผ่านแอปพลิเคชัน รองลงมาคือ ชมคลิปวิดีโอผ่านแอปพลิเคชัน และสืบค้นข้อมูล ด้านกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์ของคนวัยทำงานที่มารับบริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มากที่สุดคือ เกมต่อสู้ รองลงมาคือ เกมปริศนา ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เนื่องจาก ปัจจุบันวิถีชีวิตของคนเปลี่ยนไป การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิต คนใช้เวลาว่างทางดิจิทัลโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟนเป็นส่วนใหญ่ การใช้เวลาว่างทางดิจิทัลกลายเป็นส่วนหนึ่งในรูปแบบการใช้เวลาว่างภายในบ้าน คนใช้แบบเวลาเฉลี่ย 3-5 ชั่วโมงต่อวันซึ่งเป็นช่วงเวลาพักผ่อนมาใช้เวลาว่างทางดิจิทัลหรือใช้คู่ขนานไปกับการทำกิจวัตรประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสาร การชมภาพยนตร์ ฟังเพลง เล่นเกม จากผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรา เรืองสวัสดิ์ (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสมาชิกเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) มีการเข้าใช้บริการในช่วงเวลา 18.01-22.00 น. มีความถี่ในการเข้าใช้ 7 วัน/ สัปดาห์ ใช้เวลาในการเข้าเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย 90 นาที เปิดเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์จากที่บ้าน หอพัก โดยใช้

เครื่องคอมพิวเตอร์มากที่สุด กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำเป็นประจำมากที่สุด 3 อันดับแรกเมื่อเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ สนทนากับเพื่อน Chat อัพเดทสถานะ/ ข้อมูลส่วนตัว/ รูปภาพ และหาข้อมูล/ แลกเปลี่ยนข้อมูล นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประเวทย์ ประเวศไพโรจน์ (2556) ได้ศึกษาการใช้บริการสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และพฤติกรรมการทำงานของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และพฤติกรรมการทำงานของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 15-55 ปี ขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่ทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ มีการใช้บริการคนละ 2 บัญชี และเครือข่ายที่เข้าใช้งานบ่อยที่สุดคือ เฟซบุ๊ก โดยส่วนใหญ่เข้าใช้บริการเพื่อ ค้นหาเพื่อนใหม่และสื่อสารกับเพื่อนปัจจุบัน โดยใช้บริการผ่านช่องทาง โทรศัพท์มือถือพีดีเอและสมาร์ตโฟนมากที่สุด โดยช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับเวลาว่าง ความถี่ของระยะเวลาที่ใช้งานใน 1 วัน ใช้บริการไม่เกิน 3 ชั่วโมงต่อวัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (เอมิการ์ ศรีธาดู, 2559) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล การเข้าถึงสื่อดิจิทัลระดับการรู้สื่อดิจิทัล และระดับการรับรู้อิทธิพลด้านลบของสื่อดิจิทัลต่อเจเนอเรชันวายและเจเนอเรชันแซด โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม มีกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มเจเนอเรชันวายและเจเนอเรชันแซดที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายถึงระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุ 15-24 ปี จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ในกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชันแซดมีจำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชันวาย โดยรวมมีการใช้สื่อดิจิทัลอยู่ในระดับมาก ซึ่งเฟซบุ๊กยังเป็นประเภทสื่อดิจิทัลที่มีความนิยมสูงสุด และเจเนอเรชันวายเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลมากกว่ากลุ่มเจเนอเรชันแซด โทรศัพท์มือถือถือเป็นอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุดและส่วนใหญ่เชื่อมต่อบินเทอร์เน็ตจากการใช้สัญญาณ WIFI จากที่พัก

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นอย่างไร สามารถอธิบายได้ดังนี้

1) เพศ ไม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลในเรื่องเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล สถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์ ยกเว้น

พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้านระยะเวลาต่อวัน ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เนื่องจาก เพศหญิงใช้เวลาในการใช้สื่อดิจิทัลมากกว่าเพศชาย เพราะเพศหญิงมักใช้เวลาในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆ การสื่อสารการทำงาน อีกทั้งการช้อปปิ้งออนไลน์ เพศหญิงมักใช้เวลาไปกับการดูสินค้าที่ออกใหม่เสมอ อัปเดตสินค้าแฟชั่น เทรนด์ใหม่ๆ และยังชอบการติดตามดารา หรือผู้มีชื่อเสียงที่ตนเองชอบ คอยติดตามไลฟ์สไตล์ของพวกเขา อีกทั้งการเผยแพร่ข้อความ รูปภาพ และวิดีโอบนสื่อโซเชียล ยังมีลูกเล่นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสติ๊กเกอร์ เพลง อิโมจิ ไอคอน ต่างๆ ให้ได้เลือกตกแต่งบนผลงานให้ดูสวยงาม จากผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องงานวิจัยของสิริชัย แสงสุวรรณ (2558) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง หากสำรวจกลุ่มอายุ 26-33 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นข้าราชการ หรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จะพบว่าส่วนใหญ่ทำงานในสถานประกอบการเอกชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับเงินเดือนระหว่าง 20,001 ถึง 30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างใช้โซเชียลมีเดียเป็นประจำทุกวัน อุปกรณ์ดิจิทัลที่นิยมใช้ได้แก่ สมาร์ทโฟน สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า เพศหญิงมีการใช้สื่อดิจิทัลในการทำกิจกรรมต่างๆ มากกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงที่มีความชอบในความสวยงาม รายละเอียด ลูกเล่นต่างๆ เข้า สติ๊กเกอร์ไลน์ มีการออกแบบให้มีความน่ารัก สวยงาม ซึ่งตรงกับความชอบของเพศหญิงที่ชอบการตกแต่ง สนใจ และติดตามร้านค้าหรือแบรนด์ที่ตน ชื่นชอบ ต้องการปกป้องหรือส่วนลด เพื่อติดตามข่าวสารแบรนด์สินค้าต่างๆ และยังชอบการโพสรูปภาพที่ตนเองไปในสถานที่ ต่าง ๆ กิจกรรมในชีวิตประจำวัน รวมถึงวันหยุด ชอบการแบ่งปันเนื้อหาต่าง ๆ เมื่ออ่านข่าว หรือดูคลิปที่น่าสนใจจะแชร์ต่อทันที แชร์ข้อมูลความรู้ที่ว่าจะเป็นประโยชน์ แชร์เรื่องสนุก คลิปตลกต่าง ๆ คลิปที่อยู่ในกระแส นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาณี กระจ่มเขตต์ (2558) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อโฆษณาแตกต่างกัน และในด้านเพศที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความถี่ในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ และระยะเวลาในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

2) อายุที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมใช้เวลาว่างทางดิจิทัลในเรื่องเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล สถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์ ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เนื่องจาก ใน

ปัจจุบันการใช้เวลาไปกับการใช้สื่อดิจิทัล ถือเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันไปแล้ว อีกทั้งสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ทุกสถานที่ โดยไม่มีข้อจำกัด เพียงแค่เรามีเครือข่ายอินเทอร์เน็ต บางคนจับมือถือเป็นอย่างแรกหลังตื่นนอน และวางเป็นครั้งสุดท้ายก่อนเข้านอน จนกลายเป็นปัจจัยที่ 5 ของการใช้ชีวิตเพราะการเข้าถึงง่าย สะดวก ง่ายไป ไม่ลบหายไปจากระบบ คนเราใช้โซเชียลมีเดียด้วยเหตุผลหลายอย่าง เช่น ติดต่อมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น หาข้อมูลข่าวสารที่ต้องการทราบ ติดต่อธุรกิจ เพื่อเบี่ยงเบนความสนใจ เป็นวิธีการรับมือกับความเครียด โซเชียลมีเดียช่วยย่อโลกให้เล็กลง เพิ่มความสะดวกสบาย ติดต่อกันง่าย ใกล้ชิดกันมากขึ้น เข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ทุกอย่าง สอดคล้องกับ งานวิจัยของอดิสรณ์ อ้นสงคราม (2556) ศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย อายุ 19-24 ปี เป็นพนักงานของบริษัทเอกชน/ร้านค้าเอกชน กลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีรายได้เดือนละไม่เกิน 10,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีสมาชิก Facebook มากที่สุด เป็นสมาชิกเว็บไซต์โซเชียลมีเดียมากกว่า 1 เว็บไซต์ และใช้บริการครั้งละมากกว่า 3 ชั่วโมง สถานที่เข้าถึงโซเชียลมีเดียบ่อยที่สุดคือที่บ้าน/หอพัก กิจกรรมที่ทำบ่อยเมื่อใช้โซเชียลมีเดีย ได้แก่ สถานะการแชท/ส่วนตัว/รูปถ่ายกับเพื่อน เราดำเนินการแลกเปลี่ยนข้อมูล/ค้นหาตามลำดับ และพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่ส่งผลกระทบต่อความถี่ในการใช้โซเชียลมีเดีย แสดงให้เห็นว่าโซเชียลมีเดียกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของคนทุกเพศทุกวัยแล้ว อาจเป็นเพราะสื่อสารกันได้ง่ายขึ้นและเข้าถึงผู้คนทุกระดับ นี่อาจจะเป็นดีสำหรับการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ต่างๆ รวมถึงการเป็นฐานข้อมูลสำหรับการค้นหาว่าหัวข้อบางหัวข้อผ่านโซเชียลมีเดีย

3) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลในเรื่องเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล สถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์ ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เนื่องจากการศึกษาเป็นลักษณะหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับข่าวสาร การที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน มักมีความรู้สึกนึกคิดอุดมการณ์และความต้องการที่ต่างกัน คนทั่ว ๆ ไปมักจะสนใจหรือในแนวสาขาของตนเองเป็นสำคัญ สอดคล้องกับทฤษฎีการศึกษามวลมนุษย์ และ บุนหา ชุยสุวรรณ (2561) ศึกษาการรู้เท่าทันและการตอบสนองสื่ออินโฟกราฟิกของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย จากการวิจัยในครั้งนี้พบว่าจากผลการวิจัยปัจจัยด้านประชากรของผู้รับสารกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามคำกล่าวของ Russell (1996) กล่าวว่านอกจากอายุ เพศ สัญชาติ และระดับความสามารถแล้ว ยังมีการหารือถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในเวลาว่างด้วย ยังมีปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ครอบครัว เพื่อน ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ถิ่นที่อยู่ ศาสนา ระบบราชการ การคมนาคม และไม่ว่าจะเป็นสงครามหรือไม่ ปัจจัยด้านรายได้และการศึกษา ยิ่งระดับการศึกษาสูงขึ้นและรายได้สูงขึ้น ก็ยังสามารถใช้เงินและเวลาในการเดินทางได้มากกว่าผู้ที่มียาได้น้อย และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของเอมิกา เหมมินทร์ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่าพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แสดงให้เห็นว่าความก้าวหน้าทางอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีการสื่อสารได้ก่อให้เกิดนวัตกรรมทางสังคมใหม่ๆ เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่สาธารณะที่สมาชิกทุกเพศและทุกวัย ทุกเชื้อชาติและศาสนา ทุกระดับการศึกษา ทุกสาขาอาชีพ และทุกกลุ่มทางสังคมสามารถเข้าร่วมได้ พฤติกรรมที่นำไปสู่การใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คออนไลน์มีความหลากหลายและแตกต่างกัน และยังคงสอดคล้องกับณัฐวรัตน์ จีร์ริชต์ (2558) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตห้วยขวางกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า ผู้บริโภควัยทำงานที่มีการศึกษาต่างกัน มีเวลาเฉลี่ยในการใช้งานและช่วงระยะเวลาในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน

4) อาชีพที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อส่งผลพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลในเรื่องเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล สถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์ คอมพิวเตอร์ ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เนื่องจาก ในทุกอาชีพในปัจจุบันส่วนใหญ่แล้วทุกคนนั้น ล้วนใช้สื่อดิจิทัลในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว โดยในการทำงานนั้น ต้องใช้เป็นประจำไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสาร การส่ง e-mail การคุยกัน เช่น Line, Facebook ซึ่งแอปพลิเคชันเหล่านี้ทั้งสะดวกและรวดเร็ว และยังสามารถใช้ทั้งใช้ในการประชุม โดยเปลี่ยนรูปแบบการประชุมเดิมออกไป ไม่ว่าจะองค์กรที่มีสำนักงานอยู่หลายแห่ง หลายสาขา ต่างจังหวัด หรือต่างประเทศ สิ่งเหล่านี้จะไม่เป็นอุปสรรค เพราะสื่อดิจิทัลจะเป็นสื่อกลางในการประชุม พูดคุย ประสานงาน ช่วยให้องค์กรประหยัดค่าใช้จ่ายและประหยัดเวลาลงอีกด้วย จากผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรา เรื่องสวัสดิ์ (2553) ศึกษารูปแบบ

การดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวไว้ว่า อาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความถี่ในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน เพราะไม่ว่าว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์จะเป็นอย่างไร กลุ่มตัวอย่างก็มีการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำทุกวัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงานที่การทำงานในชีวิตประจำวันสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงได้จากโทรศัพท์มือถือ ซึ่งมีความสะดวกสบาย สามารถเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้จากที่ต่างๆ และยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องเทคโนโลยีกับสื่อสังคมออนไลน์ (วิพงษ์ชัย รุ่งชันแก้ว, 2565) ที่ว่าปัจจุบัน เทคโนโลยีการสื่อสารได้พัฒนาไปอย่างกว้างไกล บุคคลในทุกมุมโลกที่เข้าถึงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ สามารถเชื่อมโยงและติดต่อสื่อสารถึงกันและกันได้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องของเวลาและสถานที่

5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล และช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อสถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์ ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เนื่องจาก รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเพื่อเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล เนื่องจาก เทคโนโลยีแต่ละชนิดมีราคาที่ไม่เท่ากัน มีทั้งหลักร้อย ไปถึงหลักแสน ซึ่งเทคโนโลยีที่มีราคาไม่แพงมาก และทุกกลุ่มรายได้สามารถเข้าถึงได้มากที่สุด คือโทรศัพท์มือถือ นอกจากนั้นแท็บเล็ต/ไอแพด โน้ตบุ๊กและคอมพิวเตอร์ จะมีราคาที่สูงขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล และช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล สอดคล้องกับณัฐวารัต จีรวิรัชต์ (2558) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร กล่าวว่า ผู้บริโภควัยทำงานที่มีรายได้ต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการใช้งานเวลาเฉลี่ยในการใช้งาน ความบ่อยครั้งในการใช้งาน และช่วงระยะเวลาในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับอัครวัฒน์ ปัตถา (2561) ศึกษา พฤติกรรมและปัจจัยการใช้สื่อดิจิทัลกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือของแรงงานพม่าในจังหวัดสมุทรสาคร กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลกับการเลือกโทรศัพท์มือถือมากที่สุด อันดับหนึ่ง คือ ราคา รองลงมาคือ การส่งเสริมการขาย และอันดับสาม คือ ช่องทางการขาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Katz (1974) ได้

กล่าวไว้ว่า มนุษย์จะแสวงหาสื่อและเนื้อหาอย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ตนเอง ในด้านสถานที่ในการเข้าถึงในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ระยะเวลาต่อวันในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล ช่วงเวลาในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์ นั้นไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก ไม่ว่าจะมียาได้เท่าไรก็สามารถใช้เวลาว่างทางดิจิทัลได้เหมือนกัน สอดคล้องกับ งานวิจัยของเอมิการ์ ศรีธาตุ (2559) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล การเข้าถึงสื่อดิจิทัล ระดับการรู้สื่อดิจิทัล และระดับการรับรู้อิทธิพลด้านลบของสื่อดิจิทัล ต่อเจเนอเรชันวายและเจเนอเรชันแซต กล่าวไว้ว่าเยาวชนที่มีรายได้ครอบครัวแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลที่ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงาน ที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้วิจัยเห็นว่าควรนำผลการศึกษานี้ไปใช้เป็นแนวทางให้บุคลากร เจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องได้ศึกษาและเรียนรู้ถึงการใช้เวลาว่างที่เปลี่ยนไป และแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการใช้เวลาว่างอย่างรู้คุณค่า และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนวัยทำงานในสถานที่แตกต่างออกไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลในช่วงวัยรุ่นเพิ่มเติม
2. ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลเพิ่มเติม
3. ควรนำผลการวิจัยมาพัฒนา เพื่อให้เกิดแนวทางการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลที่เหมาะสมแก่ทุกช่วงวัย
4. ควรศึกษาเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษารายละเอียดของพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลให้ละเอียดมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- Anderson, L. S., และ Heyne, L. A. (2012). Flourishing through leisure: An ecological extension of the leisure and well-being model in therapeutic recreation strengths-based practice. *Therapeutic Recreation Journal*, 46(2), 129.
- Bammel, G., และ Burrus-Bammel, L. L. (1996). *Leisure and human behavior*. Iowa: Brown & Benchmark.
- Barkley, และ Lepp. (2016). Mobile phone use among college students is a sedentary leisure behavior which may interfere with exercise. *Computers in Human Behavior*, 56.
- Bryce, J. (2001). The technological transformation of leisure. *Social Science Computer Review*, 19(1), 7-16.
- Burrough, P. A., McDonnell, R. A., และ Lloyd, C. D. (2015). *Principles of geographical information systems*. New York: Oxford University.
- Carnicelli, S., และ Boluk, K. (2017). The promotion of social justice: Service learning for transformative education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 21, 126-134.
- Chinh-Hua Ho, และ Yi-Hsuen Cho. (2021). *Socail Media as a Pathway to Leisure: Digital Leisure Culture among New Mothers with Young Children in Taiwan*. National Kaohsiung University of Hospitality and Tourism, Taiwan, R.O.C. (Graduate Institute of Tourism Management).
- Chubb, M. (1981). *One third of our time? An introduction to recreation behaviour and resources*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techiques*.
- Du, J., Dong, L., Wang, T., Yuan, C., Fu, R., Zhang, L., . . . Qin, J. (2020). Psychological symptoms among frontline healthcare workers during COVID-19 outbreak in Wuhan. *General hospital psychiatry*, 67, 144.
- Edginton et al. (1995). *Leisure and life satisfaction: foundational perspectives*: Brown & Benchmark.

- Edginton et al. (2015). *Managing recreation, parks, & leisure services: an introduction*. Champaign, IL: Sagamore.
- Godbey, G., & Parker, S. (1976). *Leisure Studies and Services: An Overview*. Pennsylvania: N.B. Saunder.
- Henderson, K. A., Bialeschki, M.D., Shaw S.M.; & Freysinger, V.J.,. (1999). *Both Gains and Gaps Feminist Perspective on Women's Leisure*. PA: Venture Publishing Inc.
- Hood, C. D., & Carruthers, C. P. (2007). Enhancing leisure experience and developing resources: The leisure and well-being model part II. *Therapeutic Recreation Journal*, 41(4), 298.
- Jacoby, & Robert. (1978). *Brand Loyalty: Measurement and Management*. New York: John Wiley and Sons.
- James Du et al. (2020). To be or not to be: negotiating leisure constraints with technology and data analytics amid the COVID-19 pandemic. *Leisure studies*, 40(4).
- Jordi Lopez Sintas et al. (2017a). Home-based digital leisure: Doing the same leisure activities, but digital. *Cogent social sciences*, 3.
- Jordi Lopez Sintas et al. (2017b). The Nature of Leisure Revisited. *Journal of Leisure Research*, 47(1).
- Kaplan, M. (1975). *Leisure: theory and policy*. New York: John Wiley & Sons.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills: Sage.
- Kelly, J. R. (1982). *Leisure*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Kelly, J. R. (1996). *Leisure*. Boston: Allyn & Bacon.
- Kelly, J. R., & Godbey, G. (1993). The sociology of leisure. *Journal of Leisure Research*, 25(4), 407.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2003). *Essentials of management information*: New Jersey: Prentice-Hall. Mayasari, PDS, & Sadeli, D.(2016).
- Laura Rojas de Francisco et al. (2015). *Digital leisure study: The consumption experience, habits and social uses*. Universidad EAFIT.
- Lupton, D. (2012). *Digital sociology*: Routledge.

- Mundy, J. (1998). *Leisure Education: Theory and Practice*. Segamore: Publishing.
- Nash, J. B. (1953). *Philosophy of Recreation and Leisure*. St. Louis: C. V. Mosby.
- Neulinger, J. (1974). The psychology of leisure: Research approaches to the study of leisure. *Springfield*, 11, 295-306.
- Redhead, S. (2016). Accelerated culture and digital leisure studies. *Digital Leisure Cultures: Critical Perspectives*.
- Rogers, C. (1997). *Vulnerability: health and health care*.
- Rojek, C. (2000). *Leisure and Culture*. London: Macmillan.
- Rossmann, J. R., และ Schlatter, B. E. (2008). *Recreation programming: Designing leisure experiences*. Fourth Edition: Sagamore Publishing.
- Russell, R. V. (1996). *New Jersey Reaction and Gis: Perfect Together Determining The recreational Capacity of the Muaric River*. New Jercoy: Cumberland Country.
- Russell, R. V. (2005). *Pastimes: The Context of Contemporary Leisure*. Wisconsin: Brown & Benchmark.
- Schultz, และ McKeown. (2018). Introduction to the Special Issue: Toward "Digital Leisure Studies". *Leisure Sciences*, 40(4).
- Shogan, D. (2002). Characterizing constraints of leisure: A Foucaultian analysis of leisure constraints. *Leisure studies*, 21(1), 27-38.
- Simon Kemp. (2022). Thailand Digital Stat 2022. สืบค้นจาก <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2022-thailand-february-2022-v01>
- Singers, R. N. (1996). *The Motivation to Achieve*. Florida: Gainesville.
- Spencer, C., และ Jostad, J. (2013). Facebook's status in the lives of generation Y: Exploring power structures in an online leisure space. *Just leisure: Things that we believe in*, 75-90.
- Spracklen, K. (2015). *Digital leisure, the internet and popular culture: Communities and identities in a digital age*: Springer.
- Star, J., และ Estes, J. (1990). *Geographic information systems: An introduction*. New Jersey: Prentice Hall.
- Torkildsen, G. (1992). *Leisure and recreation management*. New York: Routledge.
- Uris, A. (1970). *The Executive Desk Book*. New York: Van Nostrand Reinhoit.

- Wade, และ Michael, G. (1985). *Constraints on leisure*. Illinois: Charles C. Thomas Publisher.
- Wei, X., Huang, S., Stodolska, M., และ Yu, Y. (2015). Leisure time, leisure activities, and happiness in China: Evidence from a national survey. *Journal of Leisure Research*, 47(5), 556-576.
- Weishopf, D. C. (1975). *A guide to recreation and leisure*. Boston: Allyn and Bacon.
- กรมพลศึกษา. (2566). ประวัติความเป็นมา วิสัยทัศน์ พันธกิจ. สืบค้นจาก <https://www.dpe.go.th/about-391991791794-392791791806>
- กรมสุขภาพจิต. (2563). New Normal ชีวิตวิถีใหม่. สืบค้นจาก <https://dmh.go.th/news/view.asp?id=2288>
- กรณีการ ักดีวิเศษ. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการใช้เวลาว่างกับรูปแบบการมีส่วนร่วมการใช้เวลาว่างของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ. (สาขาวิชาการจัดการกีฬาและนันทนาการ).
- กระทรวงสาธารณสุข, ก. ก. (2567). วัยทำงาน. สืบค้นจาก <https://dohdatacenter.anamai.moph.go.th/index.php?r=groupdata/index&group=1&id=3>
- กุลพศุ สุนทรารชุน. (2556). รูปแบบการเข้าร่วมกิจกรรมการใช้เวลาว่างในช่วงสถานการณ์น้ำท่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ==, 21(4).
- เกมมันเดย์. (2564). บทความเกม. สืบค้นจาก <https://www.gamemonday.com/category/articles>
- คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล. (2560). เคล็ด (ไม่) ลับกับความสุขใจในวัยทำงาน. สืบค้นจาก <https://www.si.mahidol.ac.th/th/healthdetail.asp?aid=861>
- คนธรรส ประสมศิลป์. (2562). รูปแบบการเข้าร่วมการใช้เวลาว่างของวัยรุ่นในชุมชน ตำบลศาลาลำดวน อำเภอเมือง จังหวัดสระแก้ว. (ปริญญาานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ. (สาขาวิชาการจัดการกีฬา และนันทนาการ คณะพลศึกษา).
- ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน. (2556). บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์, และ ไพบุลย์ เกียรติโกมล. (2542). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐสวรรค์ จีรัชต์. (2558). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขต

- ห้วยขวางกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ. (สาขาบริหารธุรกิจ).
- ณัฐกร เลาสงคราม. (2555). พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ. (สาขาวิชาการตลาด).
- ณัฐยานี สิริทรงประกอบ. (2563). แรงจูงใจการใช้เวลาว่างของกลุ่มคนวัยทำงานที่มาใช้บริการสวนสาธารณะวชิรเบญจทัศ กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ. (สาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว).
- ณัฐวิภา สุขภิรมย์เกษม, และ บุษงา ชุ่ยสุวรรณ. (2561). การรู้เท่าทันและการตอบสนองสื่ออินโฟกราฟิกของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย. วารสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 37(2).
- ณิชากุล เสนาวงษ์. (2564). การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซต ในยุค *New Normal* ในกรุงเทพมหานคร. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ. (สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย).
- ทงศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะ. (2563). "New Normal" วิถีชีวิตใหม่และการปรับตัวของคนไทยหลังโควิด-19: การงาน การเรียน และธุรกิจ. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 4(3).
- ทองสุข สัมปหงส์สิต. (2531). การใช้เวลาว่างด้วยการออกกำลังกายของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตพลศึกษา). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ. (บัณฑิตวิทยาลัย).
- เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย. (2554). การนันทนาการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เทอดศักดิ์ เดชคง. (2542). จากความฉลาดทางอารมณ์สู่สติและปัญญา. กรุงเทพฯ: มติชน.
- ธัญธัช วิภัติภูมิประเทศ. (2562). สังคมวิทยาดิจิทัล: แนวคิดและการนำไปใช้. วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 6(1).
- ธันยวัช วิเชียรพันธ์. (2557). สื่อดิจิทัลในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: วังอักษร.
- นราพงศ์ ศรีวิศาล และคณะ. (2561). มองโครงสร้างประชากรของครัวเรือนไทยในชนบทผ่านข้อมูล Townsend Thai Monthly Survey. สืบค้นจาก <https://www.pier.or.th/>
- ประพันธ์ ไร่ชนะใหญ่. (2527). นันทนาการ. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสันนทนาการ คณะพลศึกษา

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ประเวทย์ ประเวศไพโรจน์. (2556). การใช้บริการสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์กับ
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และพฤติกรรมการทำงานของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.
(ปริญญานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- พรรณี สวนเพลง. (2555). ระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- พลพฐ ปิยวรรณ, และ สุภาพร เขิงเอี่ยม. (2552). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ: วิทย
พัฒน์.
- พัชรภรณ์ ทัทมาลี. (2558). แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้เวลาว่างของนักเรียนระดับ
มัธยมศึกษาตอนต้นเพื่อพัฒนาทักษะชีวิต. (ปริญญานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต).
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ. (สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชานโยบาย การจัดการ
และความเป็นผู้นำทางการศึกษา คณะครุศาสตร์).
- พิสิฐ ตั้งพรประเสริฐ. (2561). สุนทรียะและการออกแบบเกมมิฟิเคชั่น สำหรับการสำหรับการส่งเสริม
การท่องเที่ยวรอบเกาะรัตนโกสินทร์. *E-Journal Silpakorn University* สาขามนุษยศาสตร์
สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 10(2).
- พีรวิชญ์, และ วีรพงษ์. (2563). การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล และทักษะการรู้เท่าทันดิจิทัล
ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนต้น. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 8(1).
- ฟอง เกิดแก้ว. (2532). โครงการพลศึกษา สุขศึกษาและนันทนาการในโรงเรียน. กรุงเทพฯ: วัฒนา
พานิช.
- ภัทรา เรืองสวัสดิ์. (2553). รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของ
คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. (วารสารศาสตรมหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ. (สาขาวิชาการจัดการสื่อสารองค์กร).
- ภัทวดี เจริญมณี. (2558). การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลที่ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจใช้บริการค่ายมวย (Boxing Gym) เพื่อการออกกำลังกายในเขตกรุงเทพมหานคร.
(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ภิเชก ชัยนรินทร์. (2553). การตลาดแนวใหม่ผ่านโซเชียลมีเดีย. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ระวี แก้วสุกใส, และ ชัยรัตน์ จุสาโล. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีเฟสบุ๊ก (Facebook) กับ
การพัฒนาผู้เรียน. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 5(4).
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2557). กลุ่มอายุ.
- วิชา หงส์ทอง. (2559). รูปแบบการเข้าร่วมการใช้เวลาว่างของพนักงานบริษัท โตโยต้า เค.มอเตอร์ส

- ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด. (ปริญญาานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ. (สาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว).
- วิพงษ์ชัย รุ่งชนแก้ว. (2565). เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัลเพื่อนันทนาการ. นครนายก: คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์. (2554). *digital* การตลาดยุคใหม่ เจาะใจลูกค้า. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- วิวัฒน์ พวงมะลิ. (2533). เทคนิคการบริหารเวลา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภา.
- วิชญ์ อิมก่าเหน็ด. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักผ่านแอปพลิเคชันปีเอ็นปีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ. (สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม).
- ศิริวรรณ วงศ์อภัย. (2562). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นิสสันอิคโคคาร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (ปริญญาามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ. (สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559). SMEs ธุรกิจท่องเที่ยวปรับกลยุทธ์รับโอกาส และความท้าทายปี 2560. สืบค้นจาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/HotelTourGrowthTourismTrend.pdf>
- ศูนย์วิจัยภูมิสารสนเทศเพื่อประกอบการตัดสินใจ. (2553). ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์: Geographic Information System. สืบค้นจาก <http://www.gisthai.org/about-gis/gis.html>
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). นันทนาการชุมชนและโรงเรียน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมฤทัย ลิขิตกิจวรกุล. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อประกันภัยการเดินทางต่างประเทศของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ. (สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม).
- สรารุช ชัยวิจิต. (2555). รูปแบบการเข้าร่วมการใช้เวลาว่างของเจเนอเรชั่นต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารพลศึกษา, 15(ฉบับพิเศษ).
- สหภาพ พ่อค้าทอง. (2556). Social Media: การสื่อสารทุกที่ ทุกเวลาในสังคมข้อมูลข่าวสารและพื้นที่ส่วนตัว. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี, 10(2).
- สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน. (2566). รายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลอุปสงค์และอุปทานแรงงาน

- กรุงเทพมหานคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566. กรุงเทพฯ: กองกิจการแรงงาน.
- สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2561). วิทยานิพนธ์ต้องดูแลตัวเองอย่างไร. สืบค้นจาก <https://ops.moe.go.th/%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%A2%E0%B8%97%E0%B8%B3%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99-%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B8%A7%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B8%87/>
- สิริชัย แสงสุวรรณ. (2558). พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ. (สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล).
- สุชาลักษณ์ ธรรมดวงศร. (2562). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม. (หลักสูตรสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์).
- สุภาณี กระพุ่มเขตต์. (2558). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ. (วิทยาลัยการจัดการ).
- สุวิมล ตั้งสัจจพจน์. (2553). นันทนาการและการใช้เวลาว่าง. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็ดดิสันเพรส โพรดักส์ จำกัด.
- อดิสรณ์ อันสงคราม. (2556). ผลกระทบจากการใช้โซเชียลมีเดียของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ. (คณะนิเทศศาสตร์).
- อภิรักษ์ สิริรัตนจิตต์. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เวลาว่างกับรูปแบบการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. วารสารบรรณศาสตร์ มศว, 8(1).
- อัศววัฒน์ ปัตถา. (2561). พฤติกรรมและปัจจัยการใช้สื่อดิจิทัลกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือของแรงงานเมียนมาในจังหวัดสมุทรสาคร. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ. (สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล).
- อารีรัตน์ สูงสมสกุล. (2557). รูปแบบการเข้าร่วมการใช้เวลาว่างของประชาชนในจังหวัดตะวันออกเฉียงเหนือ. (ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ. (สาขานันทนาการ ภาควิชาพลศึกษา).
- เอมิกา เหมมินทร์. (2556). พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ. (คณะสถิติประยุกต์).
- เอมิการ์ ศรีธาดู. (2559). พฤติกรรมการใช้และการรับรู้อิทธิพลของสื่อดิจิทัลต่อเจเนอเรชันวายและเจ

เนอเรชั่นแซดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์
และนวัตกรรม)). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ. (คณะนิเทศศาสตร์และ
นวัตกรรมการจัดการ).

ไอมาเก็ตติ้งทิม. (2554). ไอมาเก็ตติ้ง 10.0. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.







ภาคผนวก ก
รายนามผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือ

1. ชื่อสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนชาติ ถวิลรพิชา
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยวและนันทนาการ
สถานที่ทำงาน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตกรุงเทพ
2. ชื่อสกุล อาจารย์ ดร.กกระเกด หัตถกิจวิไล
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชาพลศึกษา
สถานที่ทำงาน คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
3. ชื่อสกุล อาจารย์ ดร.พรจันทร์ ไฉนนะศุภฤกษ์
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชานันทนาการ ภาควิชาพลศึกษา
สถานที่ทำงาน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
4. ชื่อสกุล ดร.รัชราวไล สว่างอรุ่น
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกลุ่มนันทนาการเด็กและเยาวชน
สถานที่ทำงาน กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
5. ชื่อสกุล ว่าที่ร้อยตรีปราโมทย์ เลิศจิตการุณ
ตำแหน่ง ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริมและพัฒนานันทนาการ
สถานที่ทำงาน กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC)
เรื่อง พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงาน
ที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ข้อความ		คะแนนความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่าIOC	สรุปค่าที่ได้
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ								
1	เพศ	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2	อายุ	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3	ระดับการศึกษา	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4	อาชีพ	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะของพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล จำนวน 7 ข้อ								
1. เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								
1	<input type="checkbox"/> โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2	<input type="checkbox"/> แท็บเล็ต	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3	<input type="checkbox"/> คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook)	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4	<input type="checkbox"/> คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2. สถานที่ในการเข้าถึง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								
1	<input type="checkbox"/> ที่บ้านที่พัก	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2	<input type="checkbox"/> ที่ทำงาน	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3	<input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้า	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4	<input type="checkbox"/> ร้านอินเทอร์เน็ต	+1	+1	+1	+1	-1	0.6	สอดคล้อง
5	<input type="checkbox"/> ร้านอาหาร	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3. ระยะเวลาต่อวัน (ตอบได้เพียงข้อเดียว)								
1	<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2	<input type="checkbox"/> 1 - 2 ชั่วโมง	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3	<input type="checkbox"/> 3 - 4 ชั่วโมง	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4	<input type="checkbox"/> 5 - 6 ชั่วโมง	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5	<input type="checkbox"/> 7 - 8 ชั่วโมง	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6	<input type="checkbox"/> มากกว่า 8 ชั่วโมง	+1	+1	+1	+1	-1	0.6	สอดคล้อง

ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC)

เรื่อง พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงาน

ที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ข้อคำถาม		คะแนนความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่าIOC	สรุปค่าที่ได้
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
4. ช่วงเวลา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								
1	<input type="checkbox"/> ช่วงเวลาที่อยู่บนท้องถนน	0	+1	+1	+1	+1	0.8	สอดคล้อง
2	<input type="checkbox"/> ช่วงเวลาทำงาน	+1	+1	+1	+1	-1	0.6	สอดคล้อง
3	<input type="checkbox"/> ช่วงเวลารับประทานอาหาร	+1	+1	+1	+1	-1	0.6	สอดคล้อง
4	<input type="checkbox"/> ช่วงเวลาเข้าห้องน้ำ	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5	<input type="checkbox"/> ช่วงเวลาก่อนนอน	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6	<input type="checkbox"/> ช่วงเวลาพักผ่อน	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
7	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5. วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								
1	<input type="checkbox"/> การติดต่อสื่อสาร	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2	<input type="checkbox"/> เข้าถึงข้อมูลที่นำเสนอใจ	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3	<input type="checkbox"/> เปิดรับข่าวสาร	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4	<input type="checkbox"/> ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5	<input type="checkbox"/> ตามกระแสใหม่ ๆ ในสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6	<input type="checkbox"/> การซื้อสินค้า	+1	+1	+1	+1	0	0.8	สอดคล้อง
7	<input type="checkbox"/> สร้างตัวตนและประกาศผลงาน	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
8	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6. กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								
1	<input type="checkbox"/> ฟังเพลงผ่านแอปพลิเคชัน	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2	<input type="checkbox"/> ชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3	<input type="checkbox"/> ชมคลิปวิดีโอผ่านแอปพลิเคชัน	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4	<input type="checkbox"/> ชมการถ่ายทอดสดผ่านแอปพลิเคชัน	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5	<input type="checkbox"/> สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยรูปภาพ	+1	+1	+1	+1	0	0.8	สอดคล้อง
6	<input type="checkbox"/> สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยวิดีโอ	+1	+1	+1	+1	0	0.8	สอดคล้อง
7	<input type="checkbox"/> สนทนาในกลุ่มที่มีความสนใจเดียวกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
8	<input type="checkbox"/> อ่านนิยายออนไลน์	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC)

เรื่อง พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงาน

ที่มา ใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ข้อคำถาม	คะแนนความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่า IOC	สรุปค่าที่ได้
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
9 <input type="checkbox"/> อ่านการ์ตูนออนไลน์	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
10 <input type="checkbox"/> อ่านบทความหรือหนังสือออนไลน์	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
11 <input type="checkbox"/> เลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์	+1	+1	+1	+1	0	0.8	สอดคล้อง
12 <input type="checkbox"/> การท่องเที่ยวเสมือนจริงทางออนไลน์	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
13 <input type="checkbox"/> สืบค้นข้อมูล เรียนรู้สิ่งใหม่	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
14 <input type="checkbox"/> แบ่งปันประสบการณ์/ความรู้สึกผ่านสื่อสังคมออนไลน์	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
15 <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
7. กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)							
1 <input type="checkbox"/> เกมต่อสู้ (Action Game)	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2 <input type="checkbox"/> เกมผจญภัย (Adventure Game)	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3 <input type="checkbox"/> เกมวางแผนการรบ (Strategy Game)	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4 <input type="checkbox"/> เกมอาเขต (Arcade Game)	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5 <input type="checkbox"/> เกมยิง (Shooting Game)	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6 <input type="checkbox"/> เกมดนตรี (Rhythm Game)	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
7 <input type="checkbox"/> เกมเล่นตามบทบาท (Role-Playing Game)	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
8 <input type="checkbox"/> เกมปริศนา (Puzzle Game)	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
9 <input type="checkbox"/> เกมกีฬา (Sport Game)	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
10 <input type="checkbox"/> เกมศิลปะการต่อสู้ (Fighting Game)	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
11 <input type="checkbox"/> เกมสถานการณ์จำลอง (Simulation Game)	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
12 <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	+1	+1	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงาน ที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่าง กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
2. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับจัดทำวิทยานิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท คณะพลศึกษา สาขาวิชาการจัดการกีฬาและนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะของพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล จำนวน 7 ข้อ

ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วน

และตอบตามความเป็นจริงมากที่สุด

การตอบแบบสอบถามนี้จะไม่เป็นผลเสียใดๆ ต่อท่านในการการทำงานหรือการดำเนินชีวิต

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

นางสาวศุภสุดา สุระเศรษฐ์กุล

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการกีฬาและนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะของพฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล จำนวน 7 ข้อ

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน หากข้อใดท่านไม่ได้กระทำไม่ต้องใส่

1. เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน | <input type="checkbox"/> แท็บเล็ต |
| <input type="checkbox"/> คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook) | <input type="checkbox"/> คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) |

2. สถานที่ในการเข้าถึง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ที่บ้าน/ที่พัก | <input type="checkbox"/> ที่ทำงาน |
| <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้า | <input type="checkbox"/> ร้านอินเทอร์เน็ต |
| <input type="checkbox"/> ร้านอาหาร | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

3. ระยะเวลาต่อวัน (ตอบได้เพียงข้อเดียว)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> 1 - 2 ชั่วโมง |
| <input type="checkbox"/> 3 - 4 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> 5 - 6 ชั่วโมง |
| <input type="checkbox"/> 7 - 8 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> มากกว่า 8 ชั่วโมง |

4. ช่วงเวลา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ช่วงเวลาที่อยู่บนท้องถนน | <input type="checkbox"/> ช่วงเวลาทำงาน |
| <input type="checkbox"/> ช่วงเวลารับประทานอาหาร | <input type="checkbox"/> ช่วงเวลาเข้าห้องน้ำ |
| <input type="checkbox"/> ช่วงเวลาก่อนนอน | <input type="checkbox"/> ช่วงเวลาพักผ่อน |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

5. วัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่างทางดิจิทัล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> การติดต่อสื่อสาร | <input type="checkbox"/> เข้าถึงข้อมูลที่น่าสนใจ |
| <input type="checkbox"/> เปิดรับข่าวสาร | <input type="checkbox"/> ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน |
| <input type="checkbox"/> ตามกระแสใหม่ ๆ ในสังคม | <input type="checkbox"/> การซื้อสินค้า |
| <input type="checkbox"/> สร้างตัวตนและประกาศผลงาน | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

6. กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ฟังเพลงผ่านแอปพลิเคชัน | <input type="checkbox"/> อ่านนิยายออนไลน์ |
| <input type="checkbox"/> ชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน | <input type="checkbox"/> อ่านการ์ตูนออนไลน์ |
| <input type="checkbox"/> ชมคลิปวิดีโอผ่านแอปพลิเคชัน | <input type="checkbox"/> อ่านบทความหรือหนังสือออนไลน์ |
| <input type="checkbox"/> ชมการถ่ายทอดสดผ่านแอปพลิเคชัน | <input type="checkbox"/> เลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์ |
| <input type="checkbox"/> สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยรูปภาพ | <input type="checkbox"/> การท่องเที่ยวเสมือนจริงทางออนไลน์ |
| <input type="checkbox"/> สร้างตัวตนและประกาศผลงานด้วยวิดีโอ | <input type="checkbox"/> สืบค้นข้อมูล เรียนรู้สิ่งใหม่ |
| <input type="checkbox"/> สนทนาในกลุ่มที่มีความสนใจเดียวกัน
ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | <input type="checkbox"/> แบ่งปันประสบการณ์/ความรู้
ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

7. กิจกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลด้วยเกมคอมพิวเตอร์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> เกมต่อสู้ (Action Game) | <input type="checkbox"/> เกมเล่นตามบทบาท (Role-Playing Game) |
| <input type="checkbox"/> เกมผจญภัย (Adventure Game) | <input type="checkbox"/> เกมปริศนา (Puzzle Game) |
| <input type="checkbox"/> เกมวางแผนการรบ (Strategy Game) | <input type="checkbox"/> เกมกีฬา (Sport Game) |
| <input type="checkbox"/> เกมอาเขต (Arcade Game) | <input type="checkbox"/> เกมศิลปะการต่อสู้ (Fighting Game) |
| <input type="checkbox"/> เกมยิง (Shooting Game) | <input type="checkbox"/> เกมสถานการณ์จำลอง (Simulation Game) |
| <input type="checkbox"/> เกมดนตรี (Rhythm Game) | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |



ภาคผนวก ค
หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูล

ที่ อว 8718/2840



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

6 พฤศจิกายน 2566

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
เรียน อธิบดีกรมพลศึกษา

เนื่องด้วย นางสาวศุภสุดา สุระเศรณีกุล นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการกีฬาและ
นันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญาานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการใช้เวลาว่างทาง
ดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา”
โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิพงษ์ชัย ร่องชั้นแก้ว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาานิพนธ์

ในการนี้ นิสิตขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล โดยใช้ แบบสอบถาม เรื่อง “รูปแบบการใช้เวลาว่างทาง
ดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา”
กับ คนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา” และ
ขอใช้สถานที่ศูนย์นันทนาการสรวายน้ำวิสุทธารามณ์ กรมพลศึกษา และศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬาและการออก
กำลังกาย ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2566 ถึงเดือนธันวาคม 2566 ทั้งนี้ นิสิตจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียด
ดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาขอความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 2649 5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 090 971 0314



ภาคผนวก ง
ใบรับรองจริยธรรมงานวิจัยในมนุษย์



คณะแพทยศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



สถาบันยุทธศาสตร์
ทางปัญญาและวิจัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะแพทยศาสตร์ร่วมกับคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประกาศนียบัตรฉบับนี้ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

นางสาวศุภสุดา สุระเศรษฐีกุล

ได้ผ่านการฝึกอบรมโครงการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
เรื่อง “หลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์”

(Ethical Principle to Research Involving Human Subject)

ให้ไว้ ณ วันที่ ๒๑ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

วันที่ออกใบประกาศ
(๒๑/๐๘/๒๕๖๕)

วันที่ใบประกาศหมดอายุ
(๒๑/๐๘/๒๕๖๗)

(รองศาสตราจารย์ ดร.สนธยา สิลละมาต)
คณบดีคณะแพทยศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปทุมรัตน์ จิระตะยะ)
ผู้อำนวยการสถาบันยุทธศาสตร์ทางปัญญาและวิจัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(แพทย์หญิงนิสสุพร ภัทรสุวรรณ)
ประธานคณะกรรมการจริยธรรม
สำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



AF19-03-03.1
August, 2023

หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
หนังสือฉบับนี้ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

ชื่อโครงการวิจัย : พฤติกรรมการใช้เวลาว่างทางดิจิทัลของคนวัยทำงานที่มาใช้บริการศูนย์บริการการใช้เวลาว่างกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัย : นางสาวศุภสุดา สุระเศรษฐกุล

หน่วยงานต้นสังกัด : คณะพลศึกษา

หมายเลขรับรองโครงการวิจัย : SWUEC-662025

รายการเอกสารที่รับรอง :

- | | |
|---|------------------------------------|
| 1. แบบเสนอเพื่อขอรับการพิจารณา | ฉบับที่ 2 ลงวันที่ 17 สิงหาคม 2566 |
| 2. โครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์ | ฉบับที่ 1 ลงวันที่ 10 กรกฎาคม 2566 |
| 3. เอกสารข้อมูลและขอความยินยอมสำหรับอาสาสมัคร | ฉบับที่ 1 ลงวันที่ 10 กรกฎาคม 2566 |
| 4. แบบบันทึกข้อมูล | ฉบับที่ 1 ลงวันที่ 10 กรกฎาคม 2566 |
| 5. ประวัติผู้วิจัย | |

ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยยึดหลักเกณฑ์ตาม Declaration of Helsinki, Belmont Report, International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP), International Guidelines for Human Research ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามโครงการวิจัยนี้ได้

วันที่รับรอง : 6 กันยายน 2566

วันที่หมดอายุ : 5 กันยายน 2567

(ลงชื่อ).....


(รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพงษ์ วัฒนานนท์สกุล)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

ชุดสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ (ชุดที่ 2)

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

หน่วยจริยธรรมและมาตรฐานการวิจัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาคารนวัตกรรม ศ.ดร.สาโรช บัวศรี ชั้น 17
โทร. (02) 6495000 ต่อ 17503, 17506 โทรสาร (02) 2042590

