



รังสิตสารสนเทศ

วารสารวิชาการบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์

ปีที่ 27 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2564

ISSN 0859-1814 (Print)

ISSN 2773-8922 (Online)

วารสาร ริงสิตสารสนเทศ

ปีที่ 27 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม — ธันวาคม พ.ศ. 2564

ISSN 0859-1814 (Print) ISSN 2773-8922 (Online)

เจ้าของ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต

ที่ปรึกษา ดร.อาทิตย์ อุไรรัตน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นเรฐ วัฒนธรร
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ
ดร.อรรณวิทย์ อุไรรัตน์

บรรณาธิการ ดร.มลิวัลย์ ประดิษฐ์ธีระ

กองบรรณาธิการ	รองศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
	รองศาสตราจารย์ ดร.น้ำทิพย์ วิภาวิน	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
	รองศาสตราจารย์จินดารัตน์ เบอร์พันธุ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฤดี พิศาลพงศ์	มหาวิทยาลัยบูรพา
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ปิติธนบดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
	ดร.จอมขวัญ ผลภาสี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิพงษ์ ชินศรี	มหาวิทยาลัยรังสิต
	ดร.ณกมล จันทร์สม	มหาวิทยาลัยรังสิต

คณะทำงาน

นางนฤมล พุกษศิลป์
นางสาวรัตนภรณ์ กาศโอสถ
นางสาวลมัย ประคอนสี
นางดาวรัตน์ แทนรัตน์
นางสาวสุรีรัตยา บุญแสนแผน
นางสาวประทีป ชินบดี
นางเยาวรัตน์ บางสาลี

- วัตถุประสงค์**
- ส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ทางด้านบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์
 - ส่งเสริมและเผยแพร่วิชาการด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
 - เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางด้านวิชาชีพ และวิชาการ บรรณารักษศาสตร์

กำหนดเผยแพร่ กำหนดออกปีละ 2 ฉบับ (มกราคม-มิถุนายน และกรกฎาคม-ธันวาคม)

ข้อมูลการติดต่อ กองบรรณาธิการวารสารรังสิตสารสนเทศ

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต

ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

โทรศัพท์ 02-997-2200 ต่อ 3463 โทรสาร 02-997-2200 ต่อ 3473

อีเมล rsulibjournal@rsu.ac.th เว็บไซต์ <http://rilj.rsu.ac.th>

จัดพิมพ์ ฝ่ายงานผลิตเอกสารและสิ่งพิมพ์ สำนักงาน Wisdom Flix มหาวิทยาลัยรังสิต

- วารสารรังสิตสารสนเทศยินดีเป็นเวทีในการแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน โดยผู้อ่านทุกท่าน สามารถส่งบทความได้ที่ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต



-
- วารสารนี้มีชื่อปรากฏในฐานข้อมูลการอ้างอิงวารสารไทย กลุ่ม 2 ของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI)
 - บทความทุกเรื่องได้รับการพิจารณาความถูกต้องทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ อย่างน้อย 2 ท่านต่อบทความ
 - ข้อความและข้อคิดเห็นในบทความเป็นความคิดเห็นส่วนตัวและเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียน มิใช่เป็นความคิดเห็นหรือความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ
 - การนำบทความใดๆ ในวารสารไปพิมพ์เผยแพร่ ขอให้ติดต่อขออนุญาตกับผู้เขียนโดยตรง

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความในวารสารรังสิตสารสนเทศ
ปีที่ 27 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2564

ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
รองศาสตราจารย์ ดร.น้ำทิพย์ วิภาวิน	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.แววดา เตชะทวิวรรณ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.ปริญญา สงวนสัตย์	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์รพี ไพรมสมิทธิ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ปิตินนบดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารีย์ ชื่นวัฒนา	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วรรณวิภา วงศ์วิไลสกุล	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ดร.ปัญญา จันทโคตร	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ดร.ศิริกาญจน์ โพธิ์เขียว	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ดร.จอมขวัญ ผลภาสี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ดร.มลิวัลย์ ประดิษฐ์ธีระ	มหาวิทยาลัยรังสิต
ดร.อดิสร แยกทอง	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์



บทบรรณาธิการ

วารสารรังสิตสารสนเทศ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต สำหรับ ฉบับนี้ เป็นส่งท้ายปี 2564 ตลอดระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา กองบรรณาธิการได้ตระหนักและมุ่งมั่นที่จะยกระดับคุณภาพของวารสารให้มากยิ่งขึ้น และคาดหวังในคุณภาพของบทความที่คัดเลือกนำมาตีพิมพ์เผยแพร่ โดยจะต้องผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Reviews) ที่สละเวลาอันมีค่าช่วยอ่านและพิจารณาบทความ พร้อมทั้งให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินการจัดทำวารสารเป็นอย่างดี กองบรรณาธิการขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

วารสารรังสิตสารสนเทศฉบับนี้ ประกอบด้วยบทความ ได้แก่ **ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย การดำเนินงานด้านกลยุทธ์ที่นำมาใช้กับสื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ การพัฒนาและการวัดประสิทธิภาพระบบจัดการและค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ด** ความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร สถานการณ์ทางสังคมและจิตลักษณะที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ ของสมาร์ทโฟนในเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษานักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนทุ่งสงและโรงเรียนสตรีทุ่งสง พฤติกรรมการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ **ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการสั่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล** พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร และ **การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

วารสารรังสิตสารสนเทศ ยินดีต้อนรับนักวิชาการและนิสิตนักศึกษาที่ต้องการนำเสนอผลงานวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นบทความวิจัย บทความวิชาการ หรือบทความทั่วไป ทั้งจากภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยรังสิต สามารถศึกษารูปแบบการเขียนได้จากท้ายเล่มของวารสาร

สุดท้ายนี้ กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณผู้เขียนทุกท่านที่สละเวลาในการเขียนบทความเพื่อเผยแพร่ให้เป็นประโยชน์ต่อไป

กองบรรณาธิการ

รังสิตสารสนเทศ

ปีที่ 27 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2564

สารบัญ

หน้า

- ❖ บทบรรณาธิการ
- ❖ ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE
ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย
รัฐธินิ สุทธิผลไพบุลย์ และ สมชาย เล็กเจริญ 6
- ❖ การดำเนินงานด้านกลยุทธ์ที่นำมาใช้กับสื่อสังคมออนไลน์
ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
รัตติยากร สาสีผลิน ศศิพิมล ประพินพงศกร และ ศุภวรรษตรา แสนวา..... 26
- ❖ การพัฒนาและการวัดประสิทธิภาพระบบจัดการและค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ด
สุรัตน์ ศิริตันตราภรณ์ และ ชุตินา เบี้ยวไข่มุข 48
- ❖ ความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร
นันทยา ทับทิม มาลี ลำสกุล และ วารินิ เอี่ยมสวัสดิกุล 71
- ❖ สถานการณ์ทางสังคมและจิตลักษณะที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันและ
ฟีเจอร์ต่างของสมาร์ทโฟนในเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษานักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา
ตอนต้นโรงเรียนทุ่งสงและโรงเรียนสตรีทุ่งสง
อังคณา ดุษณีเนนภดล และ โกวิท ทรัพย์ศาล 94
- ❖ พฤติกรรมการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
กนกพร สิทธิชัยวรบุตร ศศิพิมล ประพินพงศกร และ แววดา เตชะทวีวรรณ ..117
- ❖ ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการส่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชัน
เดลิเวอรี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
ณัฐธิดา แสงแก้วสุข และ สุมาลย์ ปานคำ 139
- ❖ พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร
สุภัทสรา เพ็งเที่ยง และ มาลี กาบมาลา 157
- ❖ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์
บนแอปพลิเคชัน Agoda ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
กฤษฎา พักสังข์ และ สมชาย เล็กเจริญ 178

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย*

Causal Factors Affecting of Usage Behavior on RTAF.LIVE Website by Receive Information of the Royal Thai Air Force Officers

รัฐธินี สุทธิผลไพบุลย์ (Ratini Sutthipholphaibul)**

สมชาย เล็กเจริญ (Somchai Lekcharoen)***

*การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต

**นักศึกษาระดับปริญญาโท, หลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต, E-mail: ratini.s63@rsu.ac.th

***ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ผู้อำนวยการหลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต, E-mail: somchai.l@rsu.ac.th

ได้รับบทความ: 10 ก.พ. 64 / แก้ไขปรับปรุง: 27 ต.ค. 64 / อนุมัติให้ตีพิมพ์: 3 ธ.ค. 64 / เผยแพร่ออนไลน์: 21 ธ.ค. 64

DOI: 10.14456/rilj.2021.10

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย และเพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้าราชการกองทัพอากาศไทยที่เคยใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE จำนวน 530 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และโมเดลสมการโครงสร้าง ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร ผลการวิจัย พบว่า

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) ด้านความคาดหวังในการใช้งาน 3) ด้านอิทธิพลทางสังคม 4) ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน 5) ด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน และ 6) ด้านพฤติกรรมการใช้งาน และโมเดลที่พัฒนาขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.94 แสดงว่าตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ได้ร้อยละ 94 และพบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานมีอิทธิพลมากที่สุดต่อพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย

คำสำคัญ: ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้งาน

Abstract

This research aimed to develop and verify the consistency of the causal factors affecting of usage behavior on RTAF.LIVE website by receive information of the Royal Thai Air Force officers and to study the causal factors affecting of usage behavior on RTAF.LIVE website by receive information of the Royal Thai Air Force officers. The tools used in the research are online questionnaires. The sample group consisted of 530 people Who is a Royal Thai Air Force official who has used RTAF.LIVE Website by Receive Information. The statistics used in data analysis were frequency, percentage and the structural equation model is used to analyze causal relationships to find the path to the causal influence of the variables. The results of the research revealed that the developed causal relationship model consisted of 6 components were 1) Performance Expectancy 2) Effort Expectancy 3) Social Influences 4) Facilitating Conditions 5) Behavioural Intention and 6) Use Behaviour. The final is predictive coefficient of 0.94, indicating that the variables in the model can explain the variance of the Behavioral Intention by 94 percent. It was found that the Use Behaviour to use were the most influence on RTAF.LIVE Website by Receive Information of the Royal Thai Air Force Officers.

Keywords: Performance expectancy, Effort expectancy, Social influences, Facilitating conditions, Behavioural intention

บทนำ

ในอดีตเมื่อกองทัพอากาศมีการจัดกิจกรรม หรือการจัดงานประชุมสัมมนาวิชาการต่างๆ ที่สำคัญนั้น จะมีการถ่ายทอดสัญญาณภาพและเสียง ออกอากาศผ่านระบบเคเบิลทีวีของกองทัพอากาศ ซึ่งเป็นการกระจายสัญญาณโทรทัศน์ผ่านคลื่นความถี่ (บริษัท อสมท จำกัด มหาชน, 2552) โดยมีข้อจำกัดคือต้องรับชมการถ่ายทอดสัญญาณภาพและเสียงผ่านทางโทรทัศน์เท่านั้น และต้องรับชมในเวลาเดียวกันกับเวลาที่จัดกิจกรรม ทางหน่วยงานของกองทัพอากาศ ที่เป็นผู้เริ่มจัดงาน จึงต้องทำหนังสือแจ้งไปยังทุกหน่วยขึ้นตรงให้ทราบถึงความสำคัญของการจัดงาน ที่มีความประสงค์ให้ข้าราชการกองทัพอากาศทุกคนรับทราบ เพื่อให้รับชมการถ่ายทอดสัญญาณภาพและเสียงพร้อมกันในห้องประชุม ซึ่งเป็นข้อจำกัดที่ทำให้ข้าราชการที่ติดภารกิจ ไม่สามารถรับชมการถ่ายทอดการจัดกิจกรรมได้ ทำให้พลาดการรับชมกิจกรรมนั้นไป และไม่มีช่องทางที่ทำให้สามารถรับชมการถ่ายทอดนั้นย้อนหลังได้ (Chiang Mai News, 2562)

ปัจจุบัน สภาพแวดล้อมต่างๆ มีผลต่อการดำเนินงานด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ คือ มีวิวัฒนาการ และการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมด้านความมั่นคง สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย และสภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี จึงจำเป็นที่จะต้องพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ของกองทัพอากาศ ให้มีความสมบูรณ์ และทันสมัย สอดคล้องกับสภาพการณ์ทั้งในปัจจุบัน และอนาคต เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการปฏิบัติการที่สำคัญต่างๆ ของกองทัพอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ (กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทหารอากาศ, 2562)

กองกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กรมสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ทหารอากาศ จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีสื่อผสม สนับสนุนการปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารกองทัพอากาศ นั่นก็คือ IPTV หรือ Internet Protocol Television คือ การกระจายสัญญาณภาพและเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีทั้งคุณภาพ และความสามารถที่มากกว่าระบบการรับชมโทรทัศน์ผ่านคลื่นความถี่เดิม IPTV ช่วยสร้างประโยชน์ให้กับทั้งผู้ผลิตสื่อและผู้รับชม คือนอกจากจะเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการนำเสนอสื่อ ให้สามารถรับชมรายการต่างๆ ได้อย่างง่ายดายจากอุปกรณ์หลายชนิด เพียงอาศัยแค่การเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ต ในขณะที่ผู้รับชม

ก็สามารถจัดสรร เลือกรับชมได้ในทุกเวลา ทั้งนี้ด้วยคุณสมบัติข้างต้นที่กล่าวมา ทำให้เกิดการนำไปประยุกต์ใช้ในการสนับสนุนภารกิจ และการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ถือเป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในเรื่องของการกระจายสัญญาณ ทำให้วงการโทรทัศน์นั้นเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก (TOT Public Company Limited, 2563)

ระบบ IPTV ดังกล่าว สามารถใช้งานได้ผ่านเว็บไซต์ RTAF.LIVE โดยเว็บไซต์ RTAF.LIVE นั้นสามารถแสดงรูปแบบของข้อมูลข่าวสารได้ทั้ง ข้อความ เสียง รูปภาพ วีดิโอ การถ่ายทอดสด และการรับชมรายการย้อนหลัง ถูกออกแบบมาให้มีความง่ายต่อการใช้งาน และมีรูปแบบการแสดงผลที่เข้าใจง่าย ทำให้ข้าราชการกองทัพอากาศสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และง่ายตายเพียงปลายนิ้วสัมผัส นอกจากนี้เว็บไซต์ RTAF.LIVE ยังเป็นระบบจัดเก็บข้อมูลสื่อผสม รวบรวมความรู้ อย่างมีระบบด้วยสื่อวีดิโอ ข้อความข่าวสารประจำวัน สนับสนุนงานการเรียนการสอนออนไลน์ โดยข้อมูลทั้งหมดบนเว็บไซต์ RTAF.LIVE นั้น เป็นข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบ จึงเป็นข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ปราศจากข่าวเท็จ ทำให้ข้อมูลข่าวสารมีความน่าเชื่อถือ สนับสนุนการปฏิบัติข้อมูลข่าวสาร งานประชาสัมพันธ์ รวมถึงงานทางด้านยุทธการ และพัฒนานวัตกรรมเพื่อเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยมีการรักษาความปลอดภัยข้อมูลมาใช้เป็นเครื่องมือให้เกิดผลสำเร็จ โดยสามารถเข้าถึงได้ตามสิทธิ์จากทุกที่ ทุกเวลา (มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, คณะครุศาสตร์ สาขาคอมพิวเตอร์ศึกษา, 2557)

การใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการติดตามข้อมูลข่าวสารของกองทัพอากาศ ถือเป็นการสื่อสารที่สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกันของข้าราชการกองทัพอากาศไทย เนื่องด้วยกองทัพอากาศไทยเป็นหน่วยงานราชการที่มีการทำงานร่วมกันของข้าราชการหลากหลายระดับ หลายช่วงอายุ ดังนั้นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกองทัพอากาศ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมาช่วยในการสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างข้าราชการกับหน่วยงานกองทัพอากาศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563)

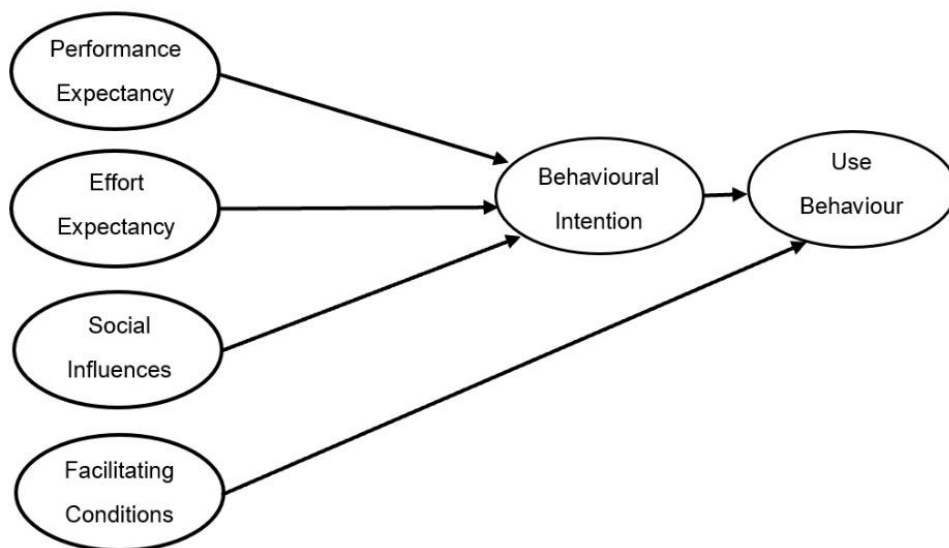
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย โดยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลของการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ และพัฒนาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกองทัพอากาศผ่านทางเว็บไซต์ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้ใช้งานให้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรม
การใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูล
ข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูล
ข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดในการวิจัยของ Venkatesh, Morris,
Davis, & Davis (2003) มาปรับปรุงและพัฒนาโดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งาน ได้แก่
ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านสภาพ
สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน ซึ่งเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อ
พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย (ที่มา : Unified Theory of Acceptance and Use of Technology : UTAUT model Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการกองทัพอากาศไทยที่เคยใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE จำนวน 30,309 คน (ณ วันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2563)

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการกองทัพอากาศไทยที่เคยใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE จำนวน 530 คน ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง (Causal Structural- Models with Latent Variable) นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542) ได้เสนอว่า ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม ควรอยู่ในอัตราส่วน 10-20 ต่อ 1 ตัวแปร และตัวแปรน้อยที่สุดที่ยอมรับได้ดูจากค่าสถิติ Holster ที่ต้องมีค่ามากกว่า 200 จึงจะถือว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้ จำนวน 30 ตัวแปร ซึ่งต้องใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 300 คน เป็นอย่างน้อย และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 530 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จำนวน 1 ฉบับ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ท่านเป็นข้าราชการกองทัพอากาศไทยหรือไม่ ท่านเคยใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารใช่หรือไม่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ชั้นยศ หน่วยขึ้นตรง ทอ. ความถี่ในการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ท่านสนใจข้อมูลข่าวสารประเภทใดบนเว็บไซต์ RTAF.LIVE จำนวนทั้งสิ้น 9 ข้อ ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า 7 ระดับ แบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) ด้านความคาดหวังในการใช้งาน 3) ด้านอิทธิพลทางสังคม 4) ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน 5) ด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน และ 6) ด้านพฤติกรรมการใช้งาน จำนวน 30 ข้อ

คุณภาพเครื่องมือ

ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา(Content Validity) โดยเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน หาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม กับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Congruence หรือ IOC) โดยได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มข้าราชการกองทัพอากาศไทยที่เคยใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสาร จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาโดยวิธีการคำนวณของครอนบัค (Cronbach's Alpha) พบว่าความเชื่อมั่นด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ = 0.93 ด้านความคาดหวังในการใช้งาน = 0.93 ด้านอิทธิพลทางสังคม = 0.88 ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน = 0.85 ด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน = 0.93 และด้านพฤติกรรมการใช้งาน = 0.95 โดยพิจารณาเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่น 0.70 ขึ้นไปแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามในแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามออนไลน์จากข้าราชการกองทัพอากาศไทยที่เคยใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE โดยมีข้อคำถามคัดกรองจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ (1) ท่านเป็นข้าราชการกองทัพอากาศไทยใช่หรือไม่ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าไม่ใช่ ผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลมาวิเคราะห์ และ (2) ท่านเคยใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารใช่หรือไม่ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าไม่เคย ผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยเก็บข้อมูลจากการแบ่งปันลิงก์ URL ของแบบสอบถามออนไลน์ผ่านช่องทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ของกองทัพอากาศ ในช่วงเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 2 เดือน มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 550 คน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 530 คน นำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร หาขนาดอิทธิพล และทิศทางว่าเป็นอย่างไร จากแนวคิดและทฤษฎีที่ผู้วิจัยใช้ อ้างอิงมีการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลสมมุติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าสถิติ CMIN/DF น้อยกว่า 3.00 ค่า GFI, AGFI, CFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป และค่า RMSEA, SRMR น้อยกว่า 0.08 ซึ่งสอดคล้องกับสถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (กริช แรงสูงเนิน, 2554)

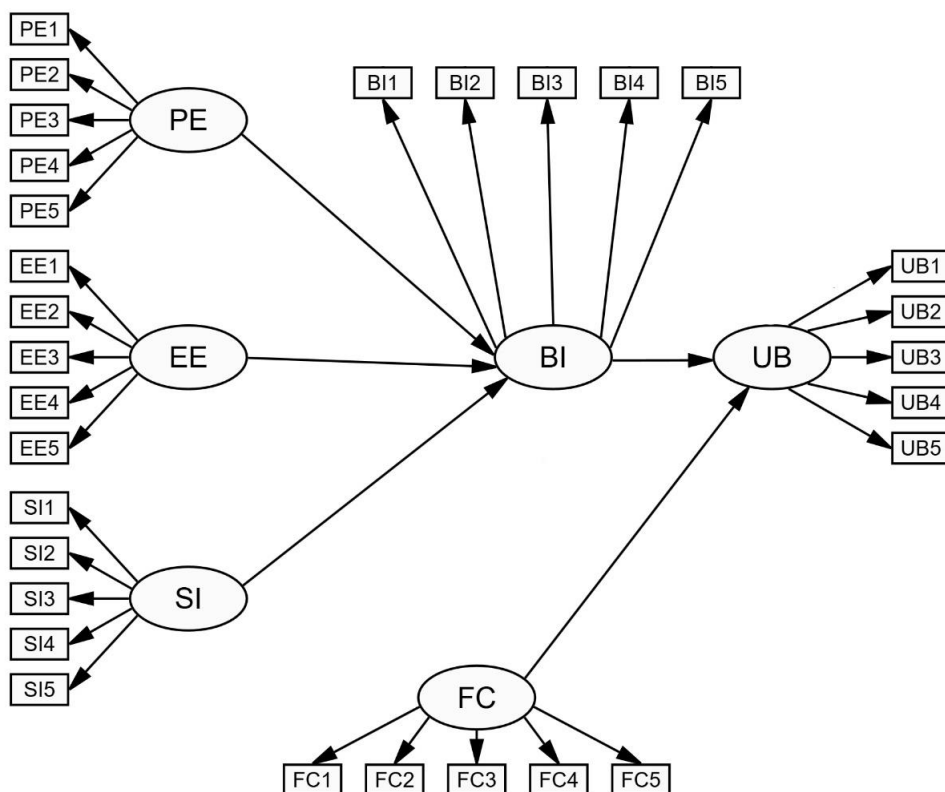
ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 530 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 56.60 มีอายุระหว่าง 30 - 35 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 27.17 ส่วนใหญ่การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 48.30 ส่วนมากเป็นชั้นยศ ร.ต. - ร.อ. จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 30.94 เป็นหน่วยขึ้นตรง ทอ. ส่วนส่งกำลัง

บำรุงมากที่สุด คือ จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 29.43 ความถี่ในการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ส่วนใหญ่คือเมื่อมีการถ่ายทอดสดการจัดกิจกรรม จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 42.26 และผู้ตอบแบบสอบถามเป็นข้าราชการกองทัพอากาศไทยที่เคยใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสาร

1. ผลการพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย

1.1 ผลการพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย พบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 6 ตัวแปร จำแนกเป็นตัวแปรแฝงภายนอก จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ 1) ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) ด้านความคาดหวังในการใช้งาน 3) ด้านอิทธิพลทางสังคม 4) สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน และตัวแปรแฝงภายใน 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน 2) ด้านพฤติกรรมการใช้งาน โดยผู้วิจัยได้พัฒนาและยกวางโมเดลโดยยึดแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นหลักการในการสร้างและพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย ดังภาพที่ 2



หมายเหตุ PE หมายถึง ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ EE หมายถึง ด้านความคาดหวังในการใช้งาน SI หมายถึง ด้านอิทธิพลทางสังคม FC หมายถึง ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน BI หมายถึง ด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน และ UB หมายถึง ด้านพฤติกรรมการใช้งาน

ภาพที่ 2 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย

ตารางที่ 1 ตัวแปรสังเกตได้ในแบบสอบถาม

ตัวแปร	ข้อคำถาม
PE1	ท่านคิดว่าเว็บไซต์ RTAF.LIVE ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์
PE2	ท่านคิดว่าเว็บไซต์ RTAF.LIVE ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ทำให้ท่านทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
PE3	ท่านคิดว่าเว็บไซต์ RTAF.LIVE ช่วยให้ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว
PE4	ท่านคิดว่าเว็บไซต์ RTAF.LIVE ช่วยให้ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารได้ทุกที่ทุกเวลา
PE5	ท่านคิดว่าเว็บไซต์ RTAF.LIVE ช่วยให้ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารในรูปแบบข้อความ ภาพ เสียง และวิดีโอได้อย่างชัดเจน
EE1	ท่านคิดว่าระบบของเว็บไซต์ RTAF. LIVE มีความง่ายในการใช้งาน
EE2	ท่านคิดว่าเว็บไซต์ RTAF. LIVE มีรูปแบบการให้ข้อมูลข่าวสารที่เข้าใจง่าย
EE3	ท่านคิดว่าเว็บไซต์ RTAF. LIVE มีขั้นตอนการใช้งานที่สะดวก ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก
EE4	ท่านคิดว่าเว็บไซต์ RTAF. LIVE สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย
EE5	ท่านคิดว่าการเพิ่มทักษะความชำนาญในการใช้เว็บไซต์ RTAF. LIVE ทำได้ง่าย
SI1	บุคคลรอบข้างมีส่วนทำให้ท่านใช้เว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการติดตามข้อมูลข่าวสาร
SI2	เพื่อนร่วมงานมีส่วนทำให้ท่านใช้เว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการติดตามข้อมูลข่าวสาร
SI3	ผู้บังคับบัญชามีส่วนทำให้ท่านใช้เว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการติดตามข้อมูลข่าวสาร
SI4	กองทัพอากาศมีส่วนทำให้ท่านใช้เว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการติดตามข้อมูลข่าวสาร
SI5	การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีมีส่วนทำให้ท่านใช้เว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการติดตามข้อมูลข่าวสาร
FC1	ท่านมีทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการติดตามข้อมูลข่าวสาร เช่น มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น
FC2	ท่านคิดว่าโทรศัพท์มือถือของท่านรองรับการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ได้เป็นอย่างดี
FC3	ท่านคิดว่าข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ RTAF.LIVE สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานได้ดี
FC4	ท่านคิดว่าการติดตามข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ RTAF.LIVE เข้ากับสไตล์การทำงานของท่าน
FC5	ท่านมีความรู้ความสามารถในการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE เป็นอย่างดี
BI1	ท่านตั้งใจจะใช้งานเว็บไซต์ ในการติดตามข้อมูลข่าวสาร
BI2	ท่านวางแผนที่จะใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการติดตามข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง

ตัวแปร	ข้อความคำถาม
BI3	ท่านตั้งใจจะใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการติดตามข้อมูลข่าวสาร เป็นประจำ
BI4	ท่านตั้งใจจะใช้งานเว็บไซต์ในการสนับสนุนการเรียนรู้ในด้านการศึกษา
BI5	ท่านตั้งใจจะใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน
UB1	ท่านต้องการจะใช้งานเว็บไซต์ ในการติดตามข้อมูลข่าวสาร
UB2	ท่านมักจะใช้งานเว็บไซต์ ในการติดตามข้อมูลข่าวสารอยู่บ่อยครั้ง
UB3	ท่านมักจะใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการติดตามข้อมูลข่าวสาร อย่างสม่ำเสมอ
UB4	เมื่อท่านนึกถึงข้อมูลข่าวสารของกองทัพอากาศ ท่านจะใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ทันที
UB5	ท่านมักจะใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการติดตามข้อมูลข่าวสาร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน

1.2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรม การใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรโดยการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี ดังตารางที่ 1

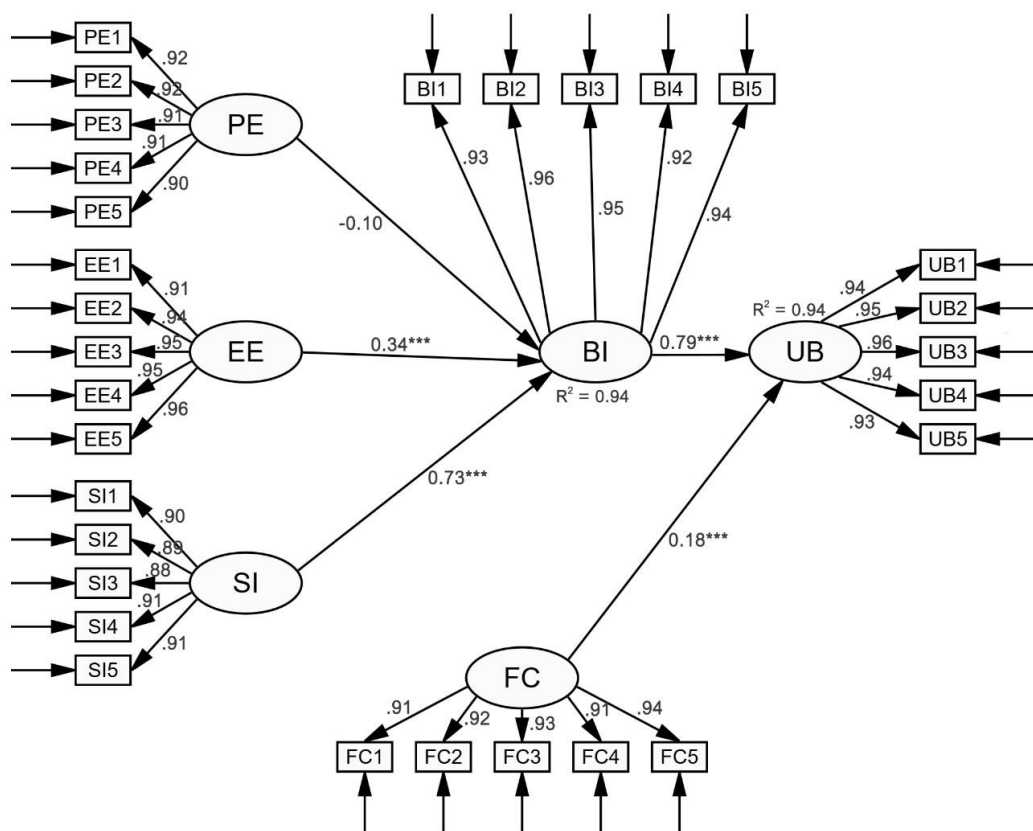
ตารางที่ 2 ค่าดัชนีบ่งชี้ความสอดคล้องและกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนี	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าสถิติ	ผลการตรวจสอบ
1. ค่า CMIN/df	< 3.00	1.67	ผ่านเกณฑ์
2. ค่า GFI	≥ 0.90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.93	ผ่านเกณฑ์
3. ค่า AGFI	≥ 0.90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.91	ผ่านเกณฑ์
4. ค่า CFI	≥ 0.90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.99	ผ่านเกณฑ์
5. ค่า TLI	≥ 0.90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.99	ผ่านเกณฑ์
6. ค่า RMSEA	< 0.08 (เข้าใกล้ 0)	0.04	ผ่านเกณฑ์
7. ค่า SRMR	< 0.08 (เข้าใกล้ 0)	0.01	ผ่านเกณฑ์
8. ค่า HOELTER	> 200	360	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 2 พบว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย มีความสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยพิจารณาจากค่าไคสแควร์สัมพันธ์ ($CMIN/df$) = 1.67, SRMR = 0.01, RMSEA = 0.04 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์โดยค่า SRMR และ ค่า RMSEA ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.08 และ ในส่วนของค่าดัชนี GFI = 0.93 , AGFI = 0.91, CFI = 0.99 และ Hoelter = 360 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์โดยค่า GFI, AGFI, CFI ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.90 - 1.00 จึงเป็นโมเดลที่เหมาะสมและกลมกลืนดี และค่า Hoelter ต้องมีค่ามากกว่า 200 ซึ่งบ่งชี้ได้ว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี

2. ผลการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย

2.1 ผลการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย ดังภาพที่ 3



$\chi^2 = 560.815$, $CMIN/df = 1.67$, $GFI = 0.93$, $AGFI = 0.91$, $CFI = 0.99$, $TLI = 0.99$,
 $RMSEA = 0.04$, $SRMR = 0.01$, $HOELTER = 360$

ภาพที่ 3 ค่าสถิติจากโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE

ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย (โมเดลที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์)

2.2 ผลการศึกษาปัจจัย อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทย

ตัวแปร แฝง ภายนอก	ตัวแปรแฝงภายใน					
	BI			UB		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
PE	- 0.10	-	- 0.10	-	- 0.08	- 0.08
EE	0.34***	-	0.34***	-	0.27***	0.27***
SI	0.73***	-	0.73***	-	0.58***	0.58***
FC	-	-	-	0.18***	-	0.18***
BI	-	-	-	0.79***	-	0.79***
R ²	0.94			0.94		

หมายเหตุ *** $p \leq 0.001$ DE = อิทธิพลทางตรง IE = อิทธิพลทางอ้อม TE = อิทธิพลรวม
PE = ด้านความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ EE = ด้านความคาดหวังในการใช้งาน SI = ด้านอิทธิพลทางสังคม FC = ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน BI = ด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน UB = ด้านพฤติกรรมการใช้งาน และ R² = ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

จากตารางที่ 3 พบว่า ด้านพฤติกรรมการใช้งานได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน เท่ากับ 0.79 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านพฤติกรรมการใช้งานได้รับอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดจากด้านอิทธิพลทางสังคมเท่ากับ 0.58 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านอิทธิพลทางสังคม มีขนาดอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.73 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

3. สรุปผลการวิจัย

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี พบว่าด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านอิทธิพลทางสังคม เนื่องจากบุคคลรอบข้าง เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา กองทัพอากาศ และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มีส่วนทำให้ข้าราชการกองทัพอากาศไทยเกิดความตั้งใจที่จะใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพอากาศ และด้านพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารได้รับอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดจากด้านอิทธิพลทางสังคม ในด้านของการมีส่วนทำให้เกิดการใช้งาน คือ จากบุคคลรอบข้าง เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา กองทัพอากาศ และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน เว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพอากาศ ของข้าราชการกองทัพอากาศไทย

อภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน เนื่องจากผู้ใช้งานมีความตั้งใจที่จะใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการติดตามข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต ซึ่งผู้ใช้งานมีความตั้งใจที่จะใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนภารกิจของหน่วยงาน และตั้งใจที่จะใช้งาน เพื่อส่งเสริมในเรื่องการทำงานของตัวผู้ใช้งานเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของบัญชา คชทองคำ และ สุมาลย์ ปานคำ (2562) ได้ศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน Weloveshopping ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Weloveshopping ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน Weloveshopping ในการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ เนื่องจากผู้ที่ผู้บริโภคมีความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน Weloveshopping ในการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์

อยู่เป็นประจำต่อเนื่อง แทนการไปเลือกซื้อสินค้าตามห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าด้วยตนเอง และแนะนำแอปพลิเคชัน Weloveshopping ให้กับผู้อื่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของสมชิต กิจทองพล และสุมาลย์ ปานคำ (2562) ได้ศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันนวนิยายแซทออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่นในประเทศไทย พบว่า พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันนวนิยายแซทออนไลน์ได้รับอิทธิพลทางตรงจากความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้ใช้งานเลือกใช้อปพลิเคชันจอยลดดาในการอ่านนวนิยายแซทออนไลน์ แทนการอ่านนวนิยายในรูปแบบเล่มหนังสือทั่วไป โดยเลือกทำรายการใดรายการหนึ่งเมื่อเข้าใช้อปพลิเคชันด้วยความตั้งใจที่จะใช้อย่างสม่ำเสมอ จึงทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดีในการใช้ จนแนะนำให้ผู้อื่นได้ทดลองใช้ด้วย

ด้านพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารได้รับอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดจากด้านอิทธิพลทางสังคม ในด้านของการมีส่วนร่วมที่ทำให้เกิดการใช้งาน คือ จากบุคคลรอบข้าง เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา กองทัพอากาศ และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน เว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพอากาศ ของข้าราชการกองทัพอากาศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันวิสา ศรีระศาสตร์, งานดา วินิตานนท์ และนำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล (2552) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุด้านสถานการณ์ทางสังคม และภูมิคุ้มกันทางจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย พบว่า การได้รับอิทธิพลจากคนรอบๆ ข้าง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมควบคุมตนเองเป็นตัวแปรที่มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันกับตัวแปรอิสระอื่นๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์ และปลอดภัย อีกทั้งยังเป็นปัจจัยปกป้องที่ควรส่งเสริมในกลุ่มเสี่ยงอีกด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรานี จ้อยรอด, ลัดดาวัลย์ เกษมเนตร และประทีป จินใจ (2553) ศึกษาพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณ พบว่า การได้เห็นตัวอย่างหรือแบบอย่างจากเพื่อนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณ

ด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านอิทธิพลทางสังคม เนื่องจากบุคคลรอบข้าง เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา กองทัพอากาศ และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มีส่วนทำให้ข้าราชการกองทัพอากาศไทยเกิดความตั้งใจที่จะใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพอากาศ สอดคล้อง

กับงานวิจัยของสุกฤตา ศิริรัตน์รุ่งเรือง (2559) ได้ศึกษาเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก อิทธิพลจากสังคม การรับรู้ถึงประโยชน์ ความไว้วางใจขั้นต้น และทัศนคติต่อการใช้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi ของผู้ใช้งานมือถือสมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร พบว่า อิทธิพลจากสังคมมีผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi ของผู้ใช้งานมือถือสมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้ใช้อุปกรณ์มือถือเหล่านั้น อาจจะมีแนวโน้มเชิงด้านความคิดในการรับข้อมูลมาจากบุคคลรอบข้างหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม และมีความต้องการใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความทันสมัยและความเป็นมืออาชีพให้แก่ตนเองอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้พัฒนาสื่อของกองทัพอากาศ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานของผู้บริโภคในด้านของความตั้งใจที่จะใช้งานต่อไปในอนาคต รวมถึงความตั้งใจในการใช้งานเพื่อสนับสนุนการทำงานของผู้บริโภค
2. ผู้พัฒนาสื่อของกองทัพอากาศ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม ในด้านการมีส่วนร่วมที่ทำให้เกิดการใช้งาน ไม่ว่าจะเกิดจากบุคคลหรือสังคมรอบๆ ข้างของผู้บริโภค ไปจนถึงวิวัฒนาการของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มปัจจัยอื่นๆ ที่นอกเหนือจากที่ปรากฏในงานวิจัยนี้ เพื่อศึกษาว่ามีปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสำคัญต่อปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสาร เพื่อที่จะได้ทราบว่าปัจจัยด้านไหนที่ส่งผลถึงพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ RTAF.LIVE ในการรับข้อมูลข่าวสารได้อีกบ้าง

เอกสารอ้างอิง

- กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทหารอากาศ. (2561). แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกองทัพ อากาศ พ.ศ. 2563 – 2570. สืบค้น 6 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://dict.raf.mi.th/index.php/2017-02-01-02-07-02/2017-02-01-02-09-19/download-book-plan/244-2017-03-02-03-37-24>.
- กริช แรงสูงเนิน. (2554). การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธนพัทธ์ จันทิพัฒน์พงศ์, และอังคินันท์ อินทรกำแหง. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตสังคมกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารสจล.ชุมชนเศรษฐศาสตร์, ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 1(2), 70-80.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: บิสซิเนส อาร์แอนดี.
- นางลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิสม์: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บริษัท อสมท จำกัด มหาชน. (2552). การแพร่ภาพโทรทัศน์ Television Broadcasting. สืบค้น 5 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://investor.mcot.net/misc/ar/ar09.pdf>
- ปัญญา คชทองคำ, และ สุมาลย์ ปานคำ. (2562). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน Weloveshopping ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. รังสิตสารสนเทศ, 25(2), 64-77.
- ปราณี จ้อยรอด, ลัดดาวัลย์ เกษมเนตร, และประทีป จินใจ. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารพฤติกรรมศาสตร์, 16(1), 71-81.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี คณะครุศาสตร์ สาขาคอมพิวเตอร์ศึกษา. (2557). IPTV นานาสาระดี. สืบค้น 6 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://iptvnanasaradee.blogspot.com/>

- วันวิสา ศรีระศาสตร์, งานตา วนินทานนท์, และนำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล. (2552). ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านสถานการณ์ทางสังคมและการมีภูมิคุ้มกันทางจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยของนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*, 4(1), 1-13.
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2563). *IPTV คืออะไรดีกว่าดิจิทัลทีวียังไง*. สืบค้น 6 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://www.bict.moe.go.th/2019/index.php?option=comcontent&view=article&id=784:iptv-03-2563&catid=43&Itemid=351>.
- สมชิต กิจทองพูล, และสุมาลย์ ปานคำ. (2562). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันนินยายแซทออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่นในประเทศไทย. *รังสิตสารสนเทศ*, 25(2), 130-143
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). *สถานการณ์ แนวโน้ม วิสัยทัศน์ และเป้าหมายในการพัฒนาประเทศ*. สืบค้น 6 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://nscr.nesdb.go.th/>.
- สุกฤตา ศิริรัตน์รุ่งเรือง. (2559). *เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก อิทธิพลจากสังคม การรับรู้ถึงประโยชน์ ความไว้วางใจขั้นต้น และทัศนคติต่อการใช้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi ของผู้ใช้งานมือถือสมาร์ตโฟนในกรุงเทพมหานคร (การศึกษาค้นคว้าอิสระ)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Chiang Mai News. (2562). *กองบิน 41ร่วมรับชมถ่ายทอดสด กิจกรรมงานมหกรรม การจัดการความรู้*. สืบค้น 6 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/1082149/>.
- TOT Public Company Limited. (2563). *TOT iptv*. สืบค้น 6 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://www.totiptv.com/>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 27(3), 425-478.

การดำเนินงานด้านกลยุทธ์ที่นำมาใช้กับสื่อสังคมออนไลน์ ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ*

The Operation of Strategies Adoption on Social Media Use of Public University Library

รัตติยากร สาลีผลิน (Rattiyakorn Saleepalin)**

ศศิพิมล ประพินพงศกร (Sasipimol Prapinongsakorn)***

ศุภรชชรา แสนวา (Sumattra Saenwa)****

*ปริญญาานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

**นิสิตปริญญาโท, หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, E-mail:

rattiyakorn.saleepalin@g.swu.ac.th

***ผู้ช่วยศาสตราจารย์, หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, E-mail:

sasipimol@g.swu.ac.th

****อาจารย์, หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, E-mail:

sumattra@g.swu.ac.th

ได้รับบทความ: 21 ม.ค. 64 / แก้ไขปรับปรุง: 12 ม.ย. 64 / อนุมัติให้ตีพิมพ์: 3 ธ.ค. 64 / เผยแพร่ออนไลน์: 21 ธ.ค. 64

DOI: 10.14456/rilj.2021.11

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการใช้อยู่สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดและ
การดำเนินงานด้านกลยุทธ์ที่นำมาใช้กับสื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ โดยใช้
วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ บุคลากรห้องสมุดผู้รับผิดชอบการใช้อยู่สื่อสังคมออนไลน์
ของห้องสมุด จำนวน 14 คน จากห้องสมุด 14 แห่ง โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงตามเกณฑ์ที่กำหนด
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ผลการวิจัยเกี่ยวกับสภาพการใช้อยู่สื่อสังคม

ออนไลน์ของห้องสมุด พบว่า ห้องสมุดมีวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแนะนำบริการและทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด เพื่อการประชาสัมพันธ์และติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้ รวมถึงประสานงานกับบุคลากรทั้งภายในและภายนอกห้องสมุด โดยมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์หลายแพลตฟอร์มแต่จะใช้เฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มหลักที่แบ่งปันไปยังแพลตฟอร์มอื่นๆ ความถี่ในการโพสต์เฉลี่ยวันละ 1-3 ครั้งทั้งในเวลางานและนอกเวลางาน รูปแบบที่โพสต์มีความหลากหลาย เช่น อินโฟกราฟิก วิดีทัศน์ รูปภาพ เป็นต้น ผลการวิจัยเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านกลยุทธ์ที่นำมาใช้กับสื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุด พบว่า 1) ด้านการกำหนดนโยบาย ห้องสมุดมีเพียงแนวปฏิบัติหรือข้อตกลงร่วมกันในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดแต่ยังไม่มีนโยบายเป็นลายลักษณ์อักษร 2) ด้านการกำหนด วัตถุประสงค์และเป้าหมาย มีการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันของบุคลากร รวมทั้งการติดต่อสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้ โดยมีเป้าหมายให้ผู้ได้รับรู้เกี่ยวกับการบริการของห้องสมุดและเป็นที่รู้จักมากขึ้น 3) ด้านการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย มีการกำหนดและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายโดยมุ่งเน้นที่นิสิต/นักศึกษา อาจารย์ และบุคลากรภายในสถาบันอุดมศึกษาเป็นหลัก 4) ด้านการกำหนดผู้รับผิดชอบ สื่อสังคมออนไลน์ มีการกำหนดผู้รับผิดชอบและขอบข่ายงานโดยตรง และหน่วยงานสนับสนุนให้บุคลากรพัฒนาทักษะและความชำนาญในงานที่เกี่ยวข้อง 5) ด้านการดำเนินงาน มีการกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของห้องสมุด ภาษาที่ใช้มีทั้งทางการและกึ่งทางการ และโดยมากตอบคำถามผู้ใช้แบบเรียลไทม์ ใช้เทคนิคในการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น การโพสต์คำบรรยายตามกระแสของสังคม เป็นต้น และ 6) ด้านการประเมินผล มีการประเมินผลหลากหลายวิธี เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของเฟซบุ๊กแฟนเพจ การใช้แบบสอบถาม การติดตามกระแสตอบรับผ่านแฮชแท็ก เป็นต้น เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาบริการของห้องสมุดและการทำงานของบุคลากรที่รับผิดชอบสื่อสังคมออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: กลยุทธ์สื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา

Abstract

This research aims to study the conditions of using social media in public university libraries and strategies for using social media at public university libraries by using qualitative research methods. The main informants were 14 library personnel who were responsible for

using social media from 14 libraries by selected from a specific selection based on the specified criteria. The research tool was a semi-structured interview. The research found that social media usage conditions were used to introduce library services and information resources, including public relations communication inside and outside the library. However, facebook was chosen as the main platform for sharing information with others. The average frequency of posting on facebook was 1-3 times a day, including both during work hours and after work hours. The posting formats are various such as infographics, videos and pictures. The strategy for using social media consisted of six processes: (1) Policy that is not a writing policy, concerning the guideline and agreement of library social media usage; (2) the definitions of the objectives and goals as a standard way of work for staff, including communication and building a good relationship with users; (3) the definition of the target group mainly focused on students, teachers and university staff; (4) the definition of social media was the responsibility of the personnel and most were defined as a team with clearly divided duties and training support; (5) operational aspects, consisting of library activity content postings in both formal and informal language. Most of these processes frequently answered users in real-time by using interesting content construction, such as social media caption of social trends; and (6) an evaluation consisting of various methods, such as facebook page insight, survey and the monitoring of responses to trends through hashtags. This can lead to the improvement and development of library services and staff who are responsible for social media to be more efficient.

Keywords : Social media strategy, Social media, University library

บทนำ

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของมนุษย์ทุกเพศ ทุกวัย ผู้คนทั่วโลกสามารถใช้อินเทอร์เน็ตให้เกิดประโยชน์ต่างๆ เช่น ด้านการติดต่อสื่อสาร การค้นหาข้อมูล การรับข่าวสาร การทำธุรกิจ เป็นต้น จากการสำรวจของ Hootsuite ผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์และการแก้ปัญหาการตลาดได้รวบรวมสถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก ในปี 2562 พบว่า คนทั่วโลกมีการใช้อินเทอร์เน็ต

ระยะเวลาโดยเฉลี่ย 6 ชั่วโมง 42 นาทีต่อวัน และการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยสูงเป็นอันดับ 3 ของโลก โดยมีระยะเวลาที่ใช้ 9 ชั่วโมงต่อวัน ประชากรไทยผู้ที่มีบัญชีสื่อสังคมออนไลน์มีจำนวน 51 ล้านคน จากจำนวนประชากรประเทศไทยทั้งหมด 69.24 ล้านคน (สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก 2019 คนไทยใช้ติดเน็ตมากสุดในโลก, 2562) โดยพฤติกรรมกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยจากการสำรวจปี 2562 พบว่า ใช้สื่อสังคมออนไลน์จากกิจกรรมที่ใช้ผ่านอินเทอร์เน็ตสูงที่สุด (สรุปพฤติกรรมกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตคนไทยในปี 2561, 2562) เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์ออกแบบมาเพื่อรองรับการสร้าง แบ่งปัน แลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และนำไปใช้ประโยชน์ได้ในวงกว้าง ทำให้องค์กรต่างๆ รวมถึงห้องสมุดนำสื่อสังคมออนไลน์มาทำให้เกิดประโยชน์

ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีหน้าที่หลักในการส่งเสริมการเรียนการสอน การวิจัย ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและบริการทางวิชาการแก่สถาบันอุดมศึกษาทุกระบบการศึกษาและสังคม ตลอดจนการส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต โดยมีเป้าหมายเพื่อให้บริการอย่างทั่วถึงและผู้ใช้บริการพึงพอใจโดยมีทรัพยากรสารสนเทศหลากหลายรูปแบบ (สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย, 2549) รวมถึงเป็นแหล่งศึกษา ค้นคว้า วิจัยของนิสิต/นักศึกษา อาจารย์และบุคลากร ห้องสมุดจำเป็นต้องปรับรูปแบบการให้บริการโดยมีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาช่วยด้านการบริการ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อให้ผู้ใช้สะดวกในการเข้าถึงข้อมูล รับข้อเสนอแนะจากผู้ใช้ สร้างความร่วมมือกันระหว่างห้องสมุด ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ อีกทั้งทำให้บริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โดยไม่มีข้อจำกัดทางด้านสถานที่ และเวลา

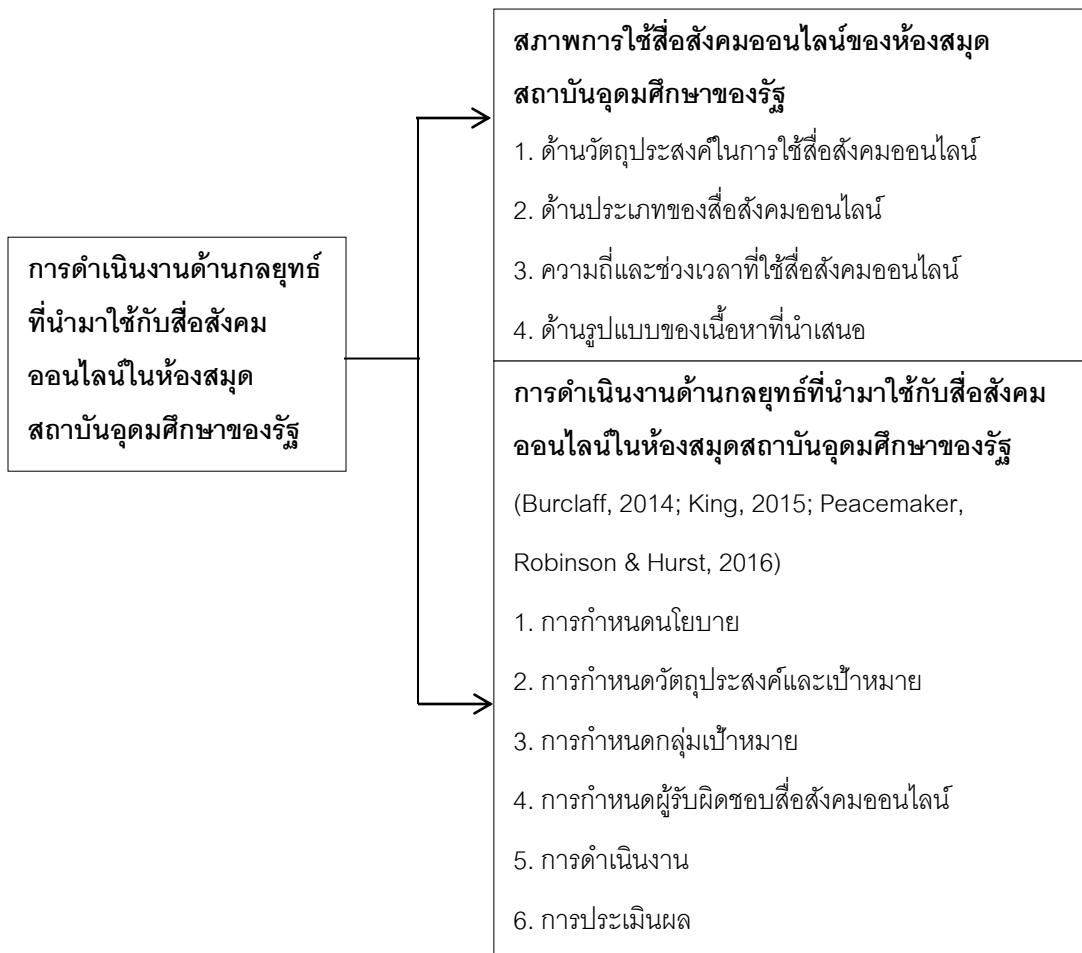
จากการศึกษาเบื้องต้นพบว่าห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐทุกแห่งมีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการให้บริการ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ เป็นต้น ซึ่งมีการใช้ในหลายแพลตฟอร์มควบคู่กันไปอาจเป็นเพราะสื่อสังคมออนไลน์แต่ละแพลตฟอร์มมีลักษณะและรูปแบบที่แตกต่างกัน รวมถึงผู้ใช้ที่มีความแตกต่างกัน การใช้ในหลายแพลตฟอร์มควบคู่กันไปจะช่วยให้สารสนเทศที่ห้องสมุดเผยแพร่ส่งไปถึงผู้ใช่มากกว่าการใช้เพียงแพลตฟอร์มเดียว และจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุด พบว่า ห้องสมุดไม่ได้มีการวางแผนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จึงแนะนำให้มีการพัฒนานโยบายสื่อสังคมออนไลน์ในสถาบันอุดมศึกษา (Chitumbo, 2015, น.37) ห้องสมุดส่วนใหญ่ยังขาดการบริหารจัดการที่ดี โดยผู้บริหารห้องสมุดให้ความสำคัญกับการใช้เฟซบุ๊กค่อนข้างน้อย ทำให้เกิดปัญหาด้านการดำเนินงานเฟซบุ๊กที่ขาดความต่อเนื่องและมีประสิทธิผล เห็นได้จากการไม่ได้มีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการใช้เฟซบุ๊กอย่างชัดเจน แต่ใช้นโยบายหรือแผนการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การใช้ห้องสมุดเป็นแนวทางในการดำเนินงานเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก การกำหนดผู้รับผิดชอบเฟซบุ๊กของห้องสมุดเป็นผู้ที่มีภาระงานประจำอื่นที่ต้องรับผิดชอบ อีกทั้งยังพบปัญหาผู้รับผิดชอบไม่มีทักษะในการออกแบบกราฟิก

เพื่อนำเสนอบนเฟสบุ๊กให้น่าสนใจ ขาดทักษะการประชาสัมพันธ์ ขาดการประสานงานที่ดีในคณะทำงาน และการกำหนดผู้รับผิดชอบไม่เหมาะสม และเฟสบุ๊กของห้องสมุดมีจำนวนสมาชิกน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนนักศึกษา อาจารย์และบุคลากรของมหาวิทยาลัย (วงศกร ชัยรัตน์ถาวร, 2557, น.84-89) ส่วนด้านนโยบายการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับงานประชาสัมพันธ์องค์กรขาดการวางแผนและไม่มีกำหนดนโยบายและเป้าหมายการนำมาใช้อย่างชัดเจน และพบปัญหาด้านการนำไปใช้งาน คือ ส่วนใหญ่ยังใช้ไม่ได้ ไม่เต็มความสามารถหรือฟังก์ชันที่มีอยู่ และบุคลากรไม่มีเวลาในการเรียนรู้งาน (จุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์, 2558, น. 61) ดังนั้นการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุดยังคงเป็นประเด็นที่น่าสนใจ โดยเฉพาะในปัจจุบันที่สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทและความสำคัญมากขึ้นกับทุกหน่วยงาน ไม่เว้นแต่หน่วยงานห้องสมุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ว่าควรทำอย่างไรห้องสมุดจึงจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์และมีประสิทธิผลมากที่สุดทั้งในด้านการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์และเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย ผู้รับผิดชอบ การดำเนินงาน และการประเมินผล แต่จากการสำรวจเบื้องต้นยังไม่พบบางงานวิจัยที่เกี่ยวกับการศึกษาในแง่มุมกลยุทธ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องการดำเนินงานด้านกลยุทธ์ที่นำมาใช้กับสื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ เพื่อให้ทราบถึงว่าห้องสมุดในปัจจุบันมีสภาพการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างไรบ้าง และมีการดำเนินงานด้านกลยุทธ์อย่างไรในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นแนวทางให้ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและห้องสมุดประเภทอื่นๆ นำไปใช้ในการวางแผนและดำเนินการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดให้ประสบความสำเร็จ มีความน่าเชื่อถือ สร้างการยอมรับและความสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้ รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของห้องสมุดแก่สังคมและชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานด้านกลยุทธ์ที่นำมาใช้กับสื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ขอบเขตและวิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยนี้ได้แก่ บุคลากรห้องสมุดที่รับผิดชอบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ จำนวน 14 คน จากห้องสมุดฯ 14 แห่ง โดยใช้วิธีการเลือกแบบ

เจาะจงตามเกณฑ์การคัดเลือกที่กำหนดไว้ คือ 1) เป็นบุคลากรห้องสมุดที่มีตำแหน่งบรรณารักษ์หรือตำแหน่งอื่นที่มีส่วนรับผิดชอบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 2) เป็นผู้รับผิดชอบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดไม่น้อยกว่า 1 ปี และ 3) ห้องสมุดแห่งนั้นมีเฟซบุ๊กแฟนเพจและมียอดผู้กดติดตามไม่น้อยกว่า 10,000 บัญชี (Facebook account) (สำรวจเดือนมีนาคม 2563) ทำให้มีห้องสมุดที่อยู่ในเกณฑ์การคัดเลือก จำนวน 14 แห่ง ได้แก่ สำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สำนักหอสมุดและคลังความรู้ มหาวิทยาลัยมหิดล หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สำนักหอสมุดพระราชวังสนามจันทร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร สำนักหอสมุดกลาง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยแม่โจ้ สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง และสำนักบรรณสารสนเทศมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุด การดำเนินงานด้านกลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแนวคำถามสัมภาษณ์
2. สร้างแบบสัมภาษณ์ โดยแบ่งเป็น 3 ตอน คือ 1) ข้อมูลภูมิหลังของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ตำแหน่งงาน วุฒิการศึกษา อายุ ประสบการณ์ที่รับผิดชอบสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด และภาระงานที่รับผิดชอบ 2) สภาพการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด ครอบคลุมถึงประเด็นวัตถุประสงค์ในการใช้ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ ความถี่ในการโพสต์ ช่วงเวลาที่โพสต์และรูปแบบการโพสต์ 3) กลยุทธ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด โดยมีกรอบแนวคิด 6 ด้าน ซึ่งได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Burclaff, 2014; King, 2015; Peacemaker, Robinson, & Hurst, 2016) ได้แก่ ด้านการกำหนดนโยบาย ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ด้านการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ด้านการกำหนดผู้รับผิดชอบสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการดำเนินงาน และด้านการประเมินผล โดยผู้วิจัยกำหนดแนวคำถามสัมภาษณ์ทั้งประเด็นใหญ่และย่อยเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์การวิจัย
3. ตรวจสอบแบบสัมภาษณ์โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน โดยใช้วิธีการประเมินความตรงตามเนื้อหาด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้ค่า IOC ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 ทุกข้อ แสดงว่าข้อคำถามสัมภาษณ์มีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้ นอกจากนี้ผู้ทรงคุณวุฒิ

ได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง เช่น แก้ไขการใช้ภาษาให้สื่อความหมายชัดเจนยิ่งขึ้น และเสนอให้เพิ่มคำถามย่อยในประเด็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์นำไปสู่การพัฒนาการเปลี่ยนแปลงในการบริหารและบริการของห้องสมุดหรือไม่ อย่างไร จากนั้นผู้วิจัยแก้ไขปรับปรุงแล้วนำไปทดลองสัมภาษณ์กับบุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดที่ไม่ได้เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 3 คน จากห้องสมุด 3 แห่ง เพื่อตรวจสอบความเข้าใจที่ชัดเจนในข้อคำถามต่างๆ และทำการทบทวนและแก้ไขอีกครั้งก่อนนำไปเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลักตามที่กำหนด

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการขอหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ รหัสโครงการวิจัย SWUEC-G-020/2563X โดยได้รับผลการพิจารณาว่าเป็นโครงการวิจัยที่เข้าข่ายยกเว้น (Research with Exemption from SWUEC) เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2563 และดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองระหว่างเดือนพฤษภาคม-เดือนกรกฎาคม 2563 โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ และผ่านเครื่องมือออนไลน์ Zoom (เนื่องจากอยู่ในช่วงสถานการณ์โควิด-19)
2. ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลว่าข้อมูลที่ได้มามีความเพียงพอหรือไม่ โดยพิจารณาจากการอึดตัวของข้อมูลที่ได้มาว่าสามารถตอบคำถามการวิจัยได้ตามกรอบแนวคำถามครบถ้วนหรือไม่เพียงใด จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ร่วมกับการจัดกลุ่มข้อมูลและสรุปผลเชิงพรรณนา

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ภูมิหลังของบุคลากรผู้รับผิดชอบสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด

บุคลากรส่วนใหญ่มีตำแหน่งบรรณารักษ์และนักเอกสารสนเทศ มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ อายุระหว่าง 38-57 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มของคนยุค Generation X และ baby boomers มีประสบการณ์ที่รับผิดชอบสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดตั้งแต่ 2-12 ปี โดยมีบุคลากรที่มีภาระงานในการรับผิดชอบดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดโดยเฉพาะเป็นงานหลัก และสามารถนำไปใช้ประเมินสมรรถนะการทำงาน (Key Performance Indicator: KPI) ของตนเองได้ สำหรับงานที่รับผิดชอบจะเน้นการสร้างสื่อ การโพสต์ การตอบคำถาม การประชาสัมพันธ์

การรับข้อร้องเรียน รวมถึงดูแลภาพลักษณ์ของห้องสมุดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แต่จะใช้เวลาส่วนใหญ่ในการคิดเนื้อหา สร้างสื่อ และการตอบคำถามผู้ใช้ นอกจากนี้ยังมีงานรับผิดชอบอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายเป็นงานรอง เช่น งานบริการ งานสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้ เป็นต้น

2. สภาพการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

2.1 วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด พบว่า ห้องสมุดมีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ ดังนี้ 1) เพื่อแนะนำบริการต่างๆ ของห้องสมุด ทั้งบริการใหม่และบริการเก่าที่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักหรือมีผู้ใช้บริการน้อยสลับเปลี่ยนหมุนเวียนกัน เพื่อให้ผู้ใช้รับรู้ว่ามีบริการอะไรบ้าง ซึ่งบางบริการผู้ใช้อาจไม่ทราบว่ามีการให้บริการในห้องสมุด เช่น บริการเขียนบรรณานุกรมด้วยโปรแกรม EndNote บริการตรวจสอบความซ้ำซ้อนของผลงานวิชาการ ฯลฯ โดยเฉพาะในช่วงโควิด-19 ที่ไม่สามารถเปิดบริการได้ตามปกติ ห้องสมุดได้เน้นการแนะนำบริการออนไลน์ที่จำเป็นเพื่อช่วยเหลือผู้ใช้ เช่น บริการยืมหนังสือออนไลน์ การชำระค่าปรับออนไลน์ และบริการจัดส่งหนังสือถึงบ้านทางไปรษณีย์ เป็นต้น 2) เพื่อแนะนำทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด เช่น หนังสือ วารสาร ฐานข้อมูล เป็นต้น โดยเฉพาะทรัพยากรสารสนเทศที่ไม่ค่อยมีผู้ใช้หรือเป็นที่รู้จัก นอกจากนี้ยังเลือกทรัพยากรสารสนเทศที่น่าสนใจตามเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่กำลังเป็นกระแสในขณะนั้น 3) เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารบริการและกิจกรรมของห้องสมุด รวมทั้งใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการในการบริการตอบคำถามและรับข้อร้องเรียนจากผู้ใช้ และ 4) เพื่อติดต่อสื่อสารมอบหมายงานกับบุคลากรภายในห้องสมุด เนื่องจากห้องสมุดทุกแห่งมีไลน์กลุ่มของบุคลากรภายในห้องสมุดทำให้มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงานและประหยัดค่าใช้จ่ายขององค์กร ตลอดจนมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับบรรณารักษ์ห้องสมุดอื่น โดยเฉพาะบุคลากรที่อยู่ในกลุ่มงานเดียวกันเพื่อประสานงานก่อนการส่งหนังสืออย่างเป็นทางการอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยา ตันจะโร และ พิมพ์วิภา ไพ ปรเมสมิทธิ์ (2555) พบว่า ห้องสมุดมหาวิทยาลัยจำนวนมากใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสื่อสาร กับผู้ใช้บริการได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยใช้ในการประชาสัมพันธ์ และการแนะนำบริการของห้องสมุด งานวิจัยของแววตา เตชะทวิวรรณ (2555) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ในการใช้เว็บ 2.0 ของห้องสมุด ได้แก่ ด้านการอ่านข้อมูลเกี่ยวกับห้องสมุดอื่น การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การติดตามข่าวสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูลในกลุ่มบรรณารักษ์ บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้และการแนะนำหนังสือหรือแหล่งสารสนเทศกับผู้ใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของปรีศนา ปรมัชฌิมา (2557) พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่ มีการใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในเครือข่ายสังคมออนไลน์สำหรับงานบริการสารสนเทศ โดยใช้ในการบริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า บริการชี้แนะแหล่งสารสนเทศ การบริการสารสนเทศทันสมัย ใช้บริการสืบค้นสารสนเทศ

จากฐานข้อมูล ใช้บริการจัดส่งสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างสถาบัน ใช้บริการสำเนาหน้าสารบัญและใช้บริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์ และมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ ใช้เพื่อการสื่อสารองค์กร ทำคลังภาพแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลสื่ออื่นๆ และงานวิจัยของโอควางเฮง (Okuonghae, 2018) พบว่า บรรณารักษ์ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ โดยใช้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน การบรรยายและการสัมมนา

2.2 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่ห้องสมุดใช้มาก ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์@ และทวิตเตอร์ เพราะสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละแพลตฟอร์มมีข้อดีและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นช่องทางที่เป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน ทำให้ผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก นอกจากห้องสมุดสามารถใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจในการแนะนำบริการและทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด การประชาสัมพันธ์ และการติดต่อสื่อสาร เฟซบุ๊กแฟนเพจยังเป็นช่องทางที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของห้องสมุดได้อย่างดีและทำให้ห้องสมุดสามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้ง่าย รวมถึงไลน์@ และทวิตเตอร์ ซึ่งมีจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไป โดยผู้ใช้บริการห้องสมุดมีลักษณะนิสัยและความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น ต้องการข้อความที่สั้นกระชับเข้าใจง่าย ต้องการติดตามกระแสและแนวโน้มผ่านทวิตเตอร์ ต้องการสนทนาส่วนตัว หรือการรับข่าวสารจากการบรอดแคสต์ของไลน์@ เป็นต้น ดังนั้นห้องสมุดจึงใช้สื่อสังคมออนไลน์หลายแพลตฟอร์มควบคู่กันไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชิทัมโบ (Chitumbo, 2015) พบว่า ด้านความนิยมในการใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาและบรรณารักษ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยแซมเบีย พบว่า นิยมใช้ 3 อันดับแรก คือ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์และยูทูบ งานวิจัยของพีชเมกเกอร์ และคนอื่นๆ (Peacemaker et al., 2016) พบว่า เฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่สำคัญต่อกลยุทธ์การสื่อสารของห้องสมุด โดยสื่อสังคมออนไลน์ถูกรวมเข้ากับการและกิจกรรมต่างๆ ของห้องสมุด และงานวิจัยของเดวีโดวาและคนอื่นๆ (Davydova, Marina, Slianyk, & Syerov, 2019) พบว่า ในปี 2019 สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของห้องสมุดในยูเครน ได้แก่ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และทวิตเตอร์

2.3 ด้านความถี่และช่วงเวลาในการโพสต์ พบว่า ห้องสมุดมีความถี่ในการโพสต์เฉลี่ยวันละ 1-3 ครั้ง เนื่องจากในแต่ละวันถ้าไม่โพสต์อะไรเลยจะทำให้ไม่มีตัวตน จึงไม่ควรปล่อยให้เพจว่าง และการโพสต์ถี่เกินไปในแต่ละวันทำให้แย่งการมองเห็นกันเองของโพสต์ และทำให้ผู้ใช้เกิดความรำคาญ จนอาจจะเลิกติดตามสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดได้ โดยโพสต์ตอบคำถามทั้งในเวลางาน (office hours) และนอกเวลางาน เนื่องจากผู้มีส่วนใหญ่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาหลังจากเลิกเรียนหรือเลิกงาน แต่ในกรณีที่เป็นการถามคำถามที่ไม่เร่งด่วน เป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาในการสืบค้น หรือในช่วงเวลาที่ติดกันเกินไป ผู้ปฏิบัติงานเลือกที่จะรับเรื่องและกลับมาตอบคำถามนั้น ๆ ในเวลางาน โดยจะมีข้อความ

ตอบกลับอัตโนมัติว่าได้รับเรื่องแล้วบรรณารักษ์จะกลับมาตอบให้เร็วที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับวีรพงษ์ พวงเล็ก (2561, น.24) ที่กล่าวถึงกลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่น่าสนใจ กล่าวว่าการโพสต์อย่างน้อยวันละ 3 ครั้ง เพื่อเป็นการสร้างความถี่ให้กับกลุ่มผู้รับสารได้เข้ามาเห็นโพสต์เป็นประจำ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของงานวิจัยของกัลยา ต้นจะโร และ พิมพวิภา ไพ เปรมสมิทธิ์ (2555) พบว่า ความถี่ในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมไม่มีความแน่นอน เพราะห้องสมุดมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ข้อมูล กิจกรรมต่างๆ ของห้องสมุดต่อเมื่อมีความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารเกิดขึ้น ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นทุกวัน และไม่สามารถกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนล่วงหน้าได้ และวงศกร ชัยรัตนถาวร (2557) พบว่า มีความถี่ในการโพสต์น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์

2.4 ด้านเนื้อหาและรูปแบบที่โพสต์ พบว่า เนื้อหาที่โพสต์ลงบนสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดเกี่ยวกับการบริการและการประชาสัมพันธ์เรื่องต่างๆ รูปแบบที่โพสต์ลงบนสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดมีความหลากหลาย ได้แก่ อินโฟกราฟิก วิดีทัศน์ รูปภาพและลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังทรัพยากรสารสนเทศหรือชี้แหล่งไปยังแหล่งข้อมูลนั้นๆ นอกจากนี้ยังมีการใช้มัลติมีเดีย การเล่นเกมตอบคำถาม ชิงรางวัลและการถ่ายทอดสด (live) กิจกรรม บริการและการอบรมของห้องสมุด โดยใช้ข้อความประกอบคำบรรยายเพื่ออธิบายขยายความจากสื่อที่นำเสนอเพื่อให้ผู้ใช้ได้รับสารสนเทศที่ครบถ้วน การสร้างสื่อขึ้นอยู่กัระยะเวลาในการเผยแพร่ ซึ่งถ้าเป็นเรื่องที่ห้องสมุดต้องการนำเสนอหรือประชาสัมพันธ์เป็นเวลานานสื่อที่ทำการออกมาต้องมีความสวยงาม สะดุดตาพาดหัวเรื่องน่าสนใจ ซึ่งต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ออกแบบและเวลาในการสร้างสื่อ แต่ถ้าสื่อที่มีระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์สั้นๆ จะนำเสนอโดยใช้รูปภาพประกอบคำบรรยาย เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานเห็นว่ามีระยะเวลาในการเผยแพร่น้อย ไม่อยากเสียเวลาในการทำมากนัก เช่น วันเวลาเปิดปิดในวันหยุดนักขัตฤกษ์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวงศกร ชัยรัตนถาวร (2557) พบว่า เนื้อหาที่น่าสนใจบนเฟซบุ๊กมากที่สุด คือ ข่าวสารและกิจกรรมห้องสมุด โดยรูปแบบการนำเสนอที่ใช้มากที่สุด คือ ข้อความและรูปภาพ และงานวิจัยของนิติยา ศรีพูล (2562) พบว่า ใช้ภาพประกอบตัวอักษร ภาพกราฟิก ภาพถ่ายจากบรรยายจริง ซึ่งทำให้ภาพมีความสมจริง สื่ออารมณ์ออกมาได้ชัดเจน

3. การดำเนินงานด้านกลยุทธ์ที่นำมาใช้กับสื่อสังคมออนไลน์ในห้องสมุด
สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

3.1 ด้านการกำหนดนโยบาย พบว่า ผู้บริหารห้องสมุดให้ความสำคัญในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากถือเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่สะดวก รวดเร็ว และมีความสำคัญในปัจจุบัน อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของห้องสมุดให้เป็นที่รู้จักกับผู้ใช้หรือบุคคลอื่นๆ มากขึ้น โดยมีการประชุม

เฉพาะทีมแอดมินเมื่อมีเรื่องเร่งด่วน เมื่อมีปัญหาหรือต้องปรึกษาหารือทำข้อตกลงร่วมกัน มีเพียงบางห้องสมุดที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการซื้อ@ และมีเพียงข้อตกลงหรือแนวปฏิบัติร่วมกันเท่านั้นทางด้านการโพสต์ การตอบคำถาม และข้อยกเว้นต่างๆ เช่น แนวปฏิบัติในการโพสต์ลงบนสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด โดยการโพสต์ลงบนสื่อสังคมออนไลน์ต้องมีความสุภาพ ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ถ้าข้อมูลหรือรูปภาพมาจากที่อื่นต้องมีการอ้างอิงแหล่งที่มา ไม่โพสต์เรื่องที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทั้งเรื่องการเมือง ศาสนาและความเชื่อ ไม่พาดพิงบุคคลที่ 3 โดยไม่ได้รับอนุญาต คำนึงถึงความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ การตอบคำถามต้องตอบในเชิงบวกและต้องไม่ทำให้ห้องสมุดเสียหาย เป็นต้น แต่ยังไม่มีการกำหนดนโยบายและวิสัยทัศน์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยา ต้นจะโร และ พิมพรำไพ เปรมสมิทธิ์ (2555) ที่พบว่าห้องสมุดมหาวิทยาลัยพบปัญหาด้านการจัดการที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ นโยบายการใช้สื่อสังคมเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่ชัดเจน อาจเป็นเพราะห้องสมุดเพิ่มเริ่มมีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ จึงไม่ได้มีการวางนโยบายและแผนงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของวงศกร ชัยรัตนธาวรร (2557) พบว่า ห้องสมุดไม่มีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับเฟซบุ๊กโดยตรงแต่แฝงอยู่ในนโยบายการประชาสัมพันธ์และงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศรารณวงษ์ (2558) พบว่า ขาดการวางแผนการนำมาใช้งาน และไม่มีการกำหนดนโยบายและเป้าหมายการนำมาใช้อย่างชัดเจน แต่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ส่วนใหญ่ต้องการให้มีการกำหนดนโยบายการใช้งาน เพื่อให้บุคลากรทราบกฎเกณฑ์ในการใช้งานร่วมกัน

3.2 ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย พบว่า ห้องสมุดทุกแห่งมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันของบุคลากร รวมทั้งการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้ เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการของห้องสมุดให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ทั้งกับนิสิต นักศึกษา อาจารย์ รวมถึงบุคคลภายนอก และการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบรรณารักษ์กับผู้ใช้บริการ รวมทั้งการรับข้อร้องเรียนต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นด้วย ซึ่งมีตัวชี้วัดความสำเร็จที่เกิดขึ้น คือ การได้รับกระแสตอบรับจากผู้ใช้งานทั้งด้านการเข้าร่วมกิจกรรม การเยี่ยมทรัพยากรสารสนเทศที่ห้องสมุดประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น และห้องสมุดมีการกำหนดเป้าหมายของทีม คือ ต้องการให้ผู้ใช้รับรู้เกี่ยวกับบริการของห้องสมุดและเป็นที่รู้จักมากขึ้น การมีผู้ติดตามผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดเพิ่มขึ้นทุกปี ห้องสมุดเป็นที่รู้จักมากขึ้น ผู้ใช้รู้ว่าห้องสมุดมีบริการใดบ้าง ซึ่งสามารถดูได้จากยอดที่ผู้ใช้เห็นโพสต์ (Reach) และยอดการมีส่วนร่วม (Engagement) และทรัพยากรรวมถึงบริการของห้องสมุดที่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ถูกนำไปใช้อย่างคุ้มค่ามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัยของอักพอฮอเนอร์ และ โอลิส (Akporhonor & Olise, 2015) พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมห้องสมุด คือ เพื่อส่งเสริมห้องสมุดและบริการช่วยเหลือทางการสื่อสารสองทาง ทำให้ห้องสมุดสามารถสื่อสารกับผู้ใช้ได้ง่าย ใช้ในการรับข้อเสนอแนะ ช่วยสร้างความภักดีและประหยัดค่าใช้จ่ายสอดคล้องกับบทความของคาแมน และ ชวเวอร์ริง (Kahmann, & Schwering, 2018) กล่าวถึงเหตุผลที่ห้องสมุดสมัยใหม่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อยกระดับการรับรู้และการมองเห็นของห้องสมุด เพื่อนำเสนอห้องสมุดในฐานะที่ทันสมัย เป็นการเปิดใช้งานกับผู้ใช้โดยตรง สร้างความน่าเชื่อถือในฐานะผู้ให้บริการดิจิทัลและการสร้างเครือข่ายร่วมกัน งานวิจัยของอีเกวี (Igwe, n.d.) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ที่ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ ส่งเสริมการบริการของห้องสมุด การประชุมเชิงปฏิบัติการ การจัดกิจกรรมเพื่อเพิ่มการใช้ห้องสมุด เป็นช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลได้ดีขึ้น เป็นช่องทางในการรับข้อเสนอแนะจากผู้ใช้ เพื่อสร้างการทำงานร่วมกันระหว่างบรรณารักษ์หรือห้องสมุดอื่นและผู้ใช้ และเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารของห้องสมุด และงานวิจัยของอุไวรอรรณ ใจหาญ และขวัญชนก พิศาลพงศ์ (2560) พบว่า นักศึกษามีความต้องการใช้บริการสารสนเทศและติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับห้องสมุด โดยมีความต้องการบริการสารสนเทศผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมาก ได้แก่ บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า บริการเผยแพร่ไฟล์บันทึกการบรรยาย และบริการสืบค้นสารสนเทศตามที่ใช้ร้องขอและส่งผลการค้นสารสนเทศทางอิเล็กทรอนิกส์

3.3 ด้านการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ห้องสมุดทุกแห่งมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นทางการ โดยกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ นิสิต นักศึกษา อาจารย์ และบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย และกลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ บุคคลภายนอก และมีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายซึ่งมุ่งเน้นที่กลุ่มเป้าหมายหลักเพื่อให้ห้องสมุดทราบพฤติกรรมของผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก เพื่อนำมาสร้างโพสต์หรือกิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ และเกิดประโยชน์มากขึ้น ได้แก่ การดูข้อมูลเชิงลึกของเฟซบุ๊กแฟนเพจ หรือ Analytics Google การทำ Focus group การวิเคราะห์เชิงพฤติกรรม และการจัดกิจกรรมออกบูท ซึ่งสอดคล้องกับสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา (2561) กล่าวถึงสถานิติบัญญัติแห่งชาติ ได้มีการจัดจ้าง outsource เพื่อทำการโปรโมทเพจเพิ่มยอดจำนวนสมาชิกเพจ โดยนำฐานข้อมูลเชิงลึกมาทำการวิเคราะห์ อาทิ การเข้าถึงโพสต์ ด้านความรู้สึก ด้านความคิดเห็น การแชร์และอื่นๆ ยอดรวมการรับชม หรือจำนวนรวมของผู้ที่ได้รับชมเพจ เป็นต้น แล้วทำการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่เข้าชม รวมถึงการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น และปรับแก้ไขอยู่ตลอดเวลา และสอดคล้องกับงานวิจัยของอนงค์ลักษณ์ ถวัลย์ภิชัย (2558) พบว่า ชุมชน (Community) เป็นสิ่งสำคัญ องค์กรต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ต้องเข้าใจว่า

กลุ่มเป้าหมายใช้สื่อสังคมออนไลน์ และใช้งานออนไลน์เวลาใดบ้าง ควรทำความเข้าใจและเรียนรู้พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

3.4 ด้านการกำหนดผู้รับผิดชอบสื่อสังคมออนไลน์ ห้องสมุดทุกแห่งมีการกำหนดผู้รับผิดชอบและขอบข่ายงานโดยตรง ในด้านการคิดเนื้อหา การสร้างสื่อ การโพสต์ และการตอบคำถาม ซึ่งส่วนใหญ่มีการกำหนดเป็นภาระงานหลัก เนื่องจากการดูแลสื่อสังคมออนไลน์เป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลาทั้งการคิดเนื้อหา การสร้างสื่อ การตอบคำถาม ทำให้ผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดต้องทำเกินภาระงานที่กำหนด แต่มีบางห้องสมุดที่ผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นงานรอง เนื่องจากเห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นเพียงเครื่องมือหนึ่งในการประชาสัมพันธ์เท่านั้น รวมทั้งหน่วยงานสนับสนุนให้บุคลากรพัฒนาทักษะและความชำนาญในงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด โดยเชิญวิทยากรมาจัดการอบรมภายใน รวมถึงการส่งบุคลากรออกไปอบรมภายนอก หากผู้ปฏิบัติงานรู้สึกสนใจหรือหวัชข้อการอบรมไหนที่เป็นประโยชน์ต่อการนำมาสนับสนุนให้การดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดดีขึ้น ได้แก่ โปรแกรมผลิตสื่อ อบรมการเขียนเนื้อหา การเขียนข่าวให้น่าสนใจ และผู้ปฏิบัติงานมีการศึกษาด้วยตนเองด้วยเนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นเรื่องที่มีกระแส ซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงตลอด จึงจำเป็นต้องหมั่นดูเทรนด์ (Trend) ในขณะนั้น เพื่อสร้างสื่อให้น่าสนใจ ทันต่อเหตุการณ์ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอะบอค และควินยา (Abok & Kwanya, 2016) พบว่า ห้องสมุดควรจัดอบรมการใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ เพิ่มเจ้าหน้าที่ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด งานวิจัยของกัลยา ต้นจระไร และ พิมพรีพา ไพ เปรมสมิทธิ์ (2555) พบว่า ผู้รับผิดชอบหลักในการดูแลสื่อสังคมออนไลน์ คือ บรรณารักษ์ เพราะบรรณารักษ์เป็นผู้ที่ต้องทำหน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของห้องสมุดแก่ผู้ใช้บริการและเป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลของห้องสมุดที่ใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการมากที่สุด และงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศรารณะวงค์ (2558) พบว่า ผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีความต้องการระดับมากที่สุด คือ ต้องการให้มีการฝึกอบรมเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และทักษะความสามารถในการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับงานประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะสื่อที่น่าสนใจ ใช้งานง่าย และสอนการใช้งานเชิงลึก

3.5 ด้านการดำเนินงาน พบว่า ห้องสมุดส่วนใหญ่ไม่ได้มีการวางแผนกิจกรรมการโพสต์ มีเพียงบางห้องสมุดที่มีการวางแผนกิจกรรมการโพสต์เป็นรายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน และรายปี โดยมีการกำหนดว่าในแต่ละวันจะโพสต์เรื่องใดบ้าง แต่ไม่ค่อยเป็นไปตามแผนกิจกรรมที่วางไว้ เนื่องจากมีเรื่องสำคัญแทรกเข้ามาจึงต้องโพสต์เรื่องนั้นๆ ก่อน รวมถึงผู้รับผิดชอบสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดมีภาระงานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย ไม่ได้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา ศรีพูล (2562) พบว่า มีการวางแผนในเนื้อหาที่สื่อสารออกไป มีการกำหนดโพสต์

ในแต่ละสัปดาห์ โดยมีการศึกษาว่าสมาชิกให้ความสนใจหรือติดตามโพสต์ในรูปแบบการสื่อสารใด เนื้อหาที่โพสต์ขึ้นอยู่กับการเลือกและข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละแพลตฟอร์ม ซึ่งห้องสมุดทุกแห่งใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นแพลตฟอร์มหลักและแชร์ไปยังแพลตฟอร์มอื่นๆ เนื่องจากเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นช่องทางที่มีผู้ติดตามมากที่สุดทำให้สามารถเข้าถึงคนได้ง่าย ใช้งานง่าย สะดวกที่สุด และไม่มีข้อจำกัดทางด้านการโพสต์สามารถเล่นคอนเทนต์ได้มากกว่าสื่ออื่น ภาษาที่ใช้ควรใช้ภาษาที่เป็นทางการและกึ่งทางการขึ้นอยู่กับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการนำเสนอเพื่อให้ผู้ใช้เข้าใจง่าย ไม่ต้องตีความแต่คงความสุภาพไว้ ทำให้ผู้รับสารเกิดความประทับใจต่อสารนั้น การโต้ตอบกับผู้ใช้แบบเรียลไทม์มีการกำหนดระยะเวลาในการตอบไม่เกิน 15 นาที ถ้าเป็นนอกเวลาจะมีข้อความตอบกลับอัตโนมัติเพื่อให้ผู้ใช้รู้ว่าเราได้รับเรื่องไว้แล้วจะรีบกลับมาตอบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา ศรีพูล (2562) พบว่ากลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในการนำเสนอบทความ มีการใช้ภาพประกอบเนื้อหา ภาพส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกได้สอดคล้องกับเนื้อหาที่น่าสนใจ มีการใช้คำที่เหมาะสม สั้น กระชับ เข้าใจง่าย ใช้ภาษาแบบกึ่งทางการมีความเป็นกันเองและงานวิจัยของณัฐนันท์ กองจรี และ ชุติมา เกศดาญรัตน์ (2562) พบว่า การใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและชัดเจนจะดึงดูดความสนใจในการอ่าน เพราะสามารถเข้าใจได้ง่ายและตรงไปตรงมาของสารในเนื้อหาที่เจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจต้องการจะสื่อสาร รวมทั้งมีการตอบสนองต่อการแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งการกดถูกใจ แสดงความคิดเห็น การตอบเนื้อหาผู้ใช้ เพื่อให้ผู้ใช้รู้สึกเป็นกันเอง และมีการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพียงพอต่อความจำเป็น ได้แก่ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โปรแกรมที่ใช้ในการสร้างสื่อ และอุปกรณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

สำหรับด้านเทคนิคการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ พบว่า ห้องสมุดที่เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักมีเทคนิคหรือกลยุทธ์ในการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจที่สามารถดึงดูดผู้ใช้ ดังนี้

3.5.1 เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้ถูกแพลตฟอร์ม เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์แต่ละแพลตฟอร์มมีลักษณะที่ต่างกัน เช่น เฟซบุ๊ก นำเสนอเนื้อหาได้หลากหลาย เช่น ข้อความ รูปภาพ วิดิทัศน์ ลิงก์ เป็นต้น ไลน์@นำเสนอเนื้อหาด้วยการบรอดแคสต์ที่ส่งข้อมูลในครั้งเดียวไปยังผู้ใช้ที่เป็นเพื่อนได้ครบทุกคน แต่มีข้อจำกัดด้านจำนวนการบรอดแคสต์ อีกทั้งสามารถใช้ในการสนทนาส่วนตัวกับผู้ใช้ได้ ยุทูบ เน้นการนำเสนอด้วยวิดีโอ อินสตาแกรมนำเสนอรูปภาพ และทวิตเตอร์นำเสนอด้วยข้อความที่สั้น กระชับ มีจุดเด่นด้านการติดตามแฮชแท็กทำให้ห้องสมุดสามารถดูเทรนด์ต่างๆ ได้จากทวิตเตอร์ ซึ่งในการโพสต์แต่ละแพลตฟอร์มควรมีช่วงเวลาในการโพสต์ที่เหลื่อมกัน เช่น การโพสต์ผ่านเฟซบุ๊กในช่วง 10.00-11.00 น. ควรจะโพสต์ผ่านแพลตฟอร์มอื่นของห้องสมุดในช่วงบ่าย หรือวันถัดไป เป็นต้น เนื่องจาก

ถ้าโพสต์เนื้อหาพร้อมกันในทุกแพลตฟอร์มจะทำให้ผู้ใช้ที่เห็นโพสต์พร้อมกันในทุกแพลตฟอร์ม และถ้าพลาดข้อมูลในช่วงเวลานั้น ผู้ใช้พลาดโอกาสในการรับข้อมูลในทุกแพลตฟอร์มเช่นกัน ดังนั้นการโพสต์ในช่วงเวลาที่ต่างกันคนละแพลตฟอร์มจึงน่าจะเป็นการเพิ่มโอกาสให้ผู้ใช้ได้รับข้อมูลข่าวสารห้องสมุดได้

3.5.2 เนื้อหาที่โพสต์ควรเป็นเรื่องที่มีประโยชน์กับผู้ใช้ตามกลุ่มเป้าหมาย โดยการนำบริการ ทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด รวมทั้งคำถามที่พบบ่อยหรือสิ่งที่ผู้ใช้ควรจะต้องรู้ รวมทั้งข่าวสารต่างๆ มาสลับสับเปลี่ยนกันนำเสนอบนสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดนำมาเชื่อมโยงกับกระแสปัจจุบัน ด้วยวิธีการนำเสนอต้องมีความน่าสนใจ เพื่อไม่ทำให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกเบื่อและอยากอ่านต่อจนจบและไม่โพสต์เรื่องเดียวกันติดต่อกันหลายๆ โพสต์ ควรสลับสับเปลี่ยนกัน ถ้าเป็นเรื่องบริการเหมือนกันควรนำทั้งบริการเก่าและบริการใหม่มานำเสนอ ไม่ควรเน้นที่บริการใดบริการหนึ่งเท่านั้นนอกจากเรื่องเกี่ยวกับห้องสมุดแล้วควรนำเกร็ดความรู้ เรื่องรอบตัว หรือเรื่องที่มีประโยชน์กับผู้ใช้มานำเสนอด้วย แต่ในเรื่องที่มีความละเอียดอ่อนหรือส่งผลกระทบต่อจิตใจอย่างเรื่องการเมือง ศาสนาและความเชื่อควรเลี่ยงที่จะนำเสนอ ถ้าจำเป็นต้องนำเสนอจะต้องนำเสนอด้วยความเป็นกลาง ไม่ชี้นำหรือชักจูงไปทางใดทางหนึ่ง รวมถึงมีการสร้างไลน์กลุ่มเฉพาะ เช่น กลุ่มนิสิต/นักศึกษาใหม่ กลุ่มนิสิต/นักศึกษาปัจจุบันและกลุ่มอาจารย์ เป็นต้น เพื่อส่งข้อมูลไปเฉพาะกลุ่มให้ตรงกับผู้ใช้บริการ เพราะบางเรื่องที่ส่งไปเป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับกลุ่มนั้น ๆ ก็อาจจะทำให้ผู้ใช้รู้สึกรำคาญและบล็อก (block) ห้องสมุดได้

3.5.3 การโพสต์คำบรรยายตามกระแสสังคม โดยการนำสิ่งที่กำลังเป็นกระแสมีคนสนใจและพูดถึงเยอะมาสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับห้องสมุด เช่น คำคมหรือคำพูดดีๆ การนำเพลงที่กำลังเป็นกระแสมาดัดแปลงให้เข้ากับบริการและทรัพยากรของห้องสมุดที่ต้องการประชาสัมพันธ์โดยการทำเป็นคาราโอเกะ หรือการนำคำพูดของละครที่เป็นกระแสมาเล่น เป็นต้น และต้องเล่นให้ไวที่สุด

3.5.4 ภาษาที่ใช้ เป็นสิ่งที่สำคัญที่ทำให้ผู้ใช้สนใจต้องเขียนให้ตรง สั้น เข้าประเด็น ชูคำถามที่เป็นคำบรรยายให้น่าสนใจ ภาษาที่ใช้ควรเป็นภาษาเดียวกับบุคคลที่ต้องการจะสื่อสารด้วย เมื่อผู้ใช้อ่านแล้วสามารถเข้าใจได้ทันทีไม่ต้องตีความมาก เช่น เนื้อหาที่ต้องการสื่อสารกับนิสิต นักศึกษาที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น ควรใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการจนเกินไป อาจมีการนำมุกที่กำลังเป็นกระแสในปัจจุบันมาเล่น ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นแล้วนำมาโยงเข้ากับบริการหรือทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด เป็นต้น

3.5.5 รูปแบบการนำเสนอมีความหลากหลาย เช่น รูปภาพ อินโฟกราฟิก และวีดิทัศน์ เป็นต้น ต้องมีความหลากหลาย สะดุดตาให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกอยากอ่านต่อจนจบ คำนึงถึงขนาด

ที่เหมาะสมในแต่ละแพลตฟอร์ม แก่นหรือประเด็น (Theme) ที่ต้องการนำเสนอควรเข้ากันเพื่อให้สื่อมีความน่าสนใจ มีการใช้โมจิมาเพิ่มสีสันให้กับข้อความ และการสร้างเอกลักษณ์หรือภาพจำให้กับผู้ใช้ เช่น การใช้ตัวอักษร (Font) ของมหาวิทยาลัย การใช้มาสคอตของหอสมุด เป็นต้น

3.5.6 การใช้ฟังก์ชันของสื่อสังคมออนไลน์ของแต่ละแพลตฟอร์มให้เกิดประโยชน์ เช่น การปักหมุดโพสต์ ซึ่งเป็นฟังก์ชันหนึ่งที่มีประโยชน์มากของเฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยการปักหมุดโพสต์สำคัญ และสิ่งที่ผู้ใช้จำเป็นต้องรู้ จะทำให้โพสต์นั้นอยู่บนสุดของเฟซบุ๊กแฟนเพจ เมื่อผู้ใช้เข้ามายังเฟซบุ๊กแฟนเพจของห้องสมุดจะสามารถมองเห็นโพสต์นี้ก่อน ไม่ถูกโพสต์อื่นๆ แย่งการมองเห็น การสร้างกิจกรรม (event) ที่กำลังจะมาถึงบนหน้าเฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งนอกจากจะทำให้ผู้ใช้ทราบถึงกิจกรรมต่างๆ ที่ห้องสมุดจัดขึ้นแล้ว ยังทำให้ห้องสมุดทราบจำนวนผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมคร่าวๆ ได้ด้วย และการใช้สติ๊กเกอร์ในเฟซบุ๊กและไลน์ในการโต้ตอบกับผู้ใช้เพื่อให้รู้สึกเป็นกันเองมากขึ้น การถ่ายทอดสดการอบรมออนไลน์ ซึ่งอำนวยความสะดวกกับผู้ใช้ในด้านเวลาและสถานที่ ถ้าผู้ใช้ไม่สะดวกเดินทางมายังห้องสมุดก็สามารถดูผ่านการถ่ายทอดสดได้และยังสามารถกลับมาดูย้อนหลังได้ด้วย การใช้สติ๊กเกอร์ในเฟซบุ๊กและไลน์ในการโต้ตอบคำผู้ใช้เพื่อให้รู้สึกเป็นกันเองมากขึ้น การบอทดcastในไลน์@ และการใช้แฮชแท็กบนทวิตเตอร์ เป็นต้น

3.5.7 มีการสร้างกิจกรรมที่ผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุด เช่น การถ่ายทอดสดกิจกรรมของห้องสมุด การถ่ายทอดสดการเล่นตอบคำถามชิงรางวัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น จะทำให้ห้องสมุดกับผู้ใช้ใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้นโดยที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องเดินทางมายังห้องสมุดก็สามารถมีส่วนร่วมกับห้องสมุดได้

3.5.8 การสร้างเอกลักษณ์ของห้องสมุดเพื่อเป็นภาพจำให้กับผู้ใช้ ได้แก่ รูปโปรไฟล์และรูปภาพปกควรเป็นรูปที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุด ไม่ควรเปลี่ยนแปลงเกินไปจะทำให้ผู้ใช้จำเป็นภาพลักษณ์ของห้องสมุดได้ การใส่แฮชแท็กที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุด ซึ่งในแต่ละห้องสมุดจะมีการสร้างแฮชแท็กที่แตกต่างกันออกไป เช่น #wecare #เราใส่ใจผู้ใช้บริการ รวมถึงแฮชแท็กชื่อห้องสมุด เป็นต้น นอกจากนี้จะเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละห้องสมุดแล้ว ห้องสมุดยังสามารถติดตามความคิดเห็นหรือกระแสตอบรับ (feedback) จากผู้ใช้ได้จากแฮชแท็กเหล่านี้

3.5.9 อำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้มากที่สุดในการชี้แหล่งสารสนเทศที่นำเสนอ เช่น การแนะนำทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด นอกจากการพูดถึงทรัพยากรนั้นๆ แล้ว ควรมีลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของห้องสมุด เพื่อบอกรายละเอียดทางบรรณานุกรมรวมถึงสถานะของทรัพยากร

สารสนเทศนั้นด้วย รวมถึงบอกช่องทางการติดต่อห้องสมุดให้กับผู้ใช้ เมื่อผู้ใช้อยู่มีความสนใจ มีข้อซักถามในเรื่องนั้นจะสามารถติดต่อสอบถามกับผู้รับผิดชอบได้โดยตรง เป็นต้น

3.5.10 การมีปฏิริยาตอบโต้กับผู้ใช้ เช่น การตอบโพสท์ ตอบความคิดเห็น หรือ กดถูกใจความคิดเห็นของผู้ใช้ ซึ่งเหมือนกับเป็นการใส่ใจผู้ใช้ และบางความคิดเห็นของผู้ใช้ ไม่ว่าจะเป็นข้อคำถามหรือข้อเสนอแนะถือเป็นประโยชน์กับห้องสมุดในการนำมาปรับปรุงและพัฒนาโพสท์ให้ดียิ่งขึ้น

จากเทคนิคการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจที่กล่าวไปข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของนิติยา ศรีพูล (2562) พบว่า เนื้อหาการสื่อสารที่นำเสนอบนเฟซบุ๊กสามารถนำความรู้ คติสอนใจ หรือคำพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจไปปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน รู้สึกมีกำลังใจหลังจากรับรู้สื่อต่างๆ และงานวิจัยของณัฐนันท์ กองจรีต และ ชุตินา เกศดาญรัตน์ (2562) พบว่า การสื่อสารเนื้อหามากกว่าเน้นแบนด์จะทำให้ลูกค้า ผู้ติดตาม ผู้อ่าน ได้เข้าใจและเข้าถึงเนื้อหาที่เจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจต้องการจะสื่อซึ่งเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ผู้ติดตามและผู้อ่าน เนื่องจากถ้าผู้รับสารมีความชื่นชอบและพึงพอใจในเนื้อหาข่าวสารที่สื่อออกมา ก็จะส่งผลให้เกิดการติดตามเพื่ออ่านเนื้อหาที่มีประโยชน์ เกิดความจงรักภักดีในเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้นๆ และนำไปสู่การซื้อสินค้าและบริการในที่สุด งานวิจัยของณัฐนันท์ กองจรีต และ ชุตินา เกศดาญรัตน์ (2562) พบว่าปฏิริยาตอบกลับของผู้รับสาร ได้แก่ การกดถูกใจ การแบ่งปันเนื้อหา และการแสดงความคิดเห็น ตามลำดับ เนื่องจาก การกดถูกใจเป็นรูปแบบของปฏิริยาตอบกลับที่ง่ายที่สุดที่เกิดขึ้นเมื่อผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจมองเห็นการสื่อสาร เมื่อผู้ติดตามมีความชอบใจหรือเห็นด้วยในเนื้อหานั้นก็จะทำการถูกใจเป็นอันดับแรก และหากเห็นว่ามีความประโยชน์ก็จะนิยมแบ่งปันออกไปให้ผู้อื่นในเครือข่ายของตนเองได้รับทราบข้อมูลด้วย รวมทั้งการสอบถามข้อมูลด้วยวิธีแสดงความคิดเห็น

3.6 ด้านการประเมินผล ห้องสมุดทุกแห่งมีการประเมินผลการใช้สื่อสังคมออนไลน์หลากหลายวิธี เช่น การวิเคราะห์เชิงลึกที่ติดตามกับเฟซบุ๊กแฟนเพจ การใช้แบบสอบถาม การติดตามกระแสผ่านแฮชแท็กเกี่ยวกับห้องสมุด พิจารณาจากความคิดเห็นและข้อร้องเรียนต่างๆ ของผู้ใช้ นอกจากนี้ยังใช้ข้อมูลจากการสังเกตและการรับรู้อย่างไม่เป็นทางการ เพื่อนำผลที่ได้จากการประเมินไปปรับปรุงและพัฒนาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดเพราะการประเมินผลจะทำให้ห้องสมุดรับรู้ถึงสิ่งที่ทำมาทั้งหมดว่าเป็นอย่างไรบ้าง ทั้งกระแสตอบรับทั้งแง่บวกและแง่ลบ เพื่อนำผลที่ได้จากการประเมินไปเป็นแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอะบอค และ ควินยา (Abok & Kwanya, 2016) พบว่า ควรมีการตรวจสอบเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ของห้องสมุดทุกวัน เพื่อตรวจสอบว่ามีการตอบคำถาม การแสดงความคิดเห็น รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้น

ทั้งหมด และสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยา ตันจะโร และ พิมพรีไพ เปรมสมิทธิ์ (2555) ที่พบว่า ห้องสมุดมีการประเมินผลการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการ และ นำผลที่ได้จากการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยที่สะท้อนให้เห็นว่าห้องสมุดมีการกำหนดกลยุทธ์และกระบวนการดำเนินงานเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมการบริการของห้องสมุดอย่างระบบโดยมีทั้งแนวปฏิบัติ มีบุคลากรที่รับผิดชอบโดยตรง มีผู้บริหารที่ให้ความสำคัญและให้การสนับสนุน ตลอดจนมีการใช้เทคนิคการสร้างเนื้อหาต่างๆ ที่น่าสนใจ รวมถึงมีกลวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ทำให้ผู้ใช้สนใจและส่งผลในแง่บวกกับห้องสมุด ดังนั้นผลการวิจัยจะใช้เป็นแนวทางให้กับผู้บริหารห้องสมุด ผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ และผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน กำหนดนโยบาย/แนวปฏิบัติในการปรับปรุงและพัฒนาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมการบริการของห้องสมุดหรือประยุกต์ใช้กับงานในบริบทอื่นๆ ที่ใกล้เคียงกันได้

รายการอ้างอิง

- กัลยา ตันจะโร, และพิมพ์วิภา ไพรมสมิทธิ์. (2555). การใช้สื่อสังคมเพื่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัย. *วารสารบรรณารักษศาสตร์*, 32(2), 39-56.
- จุฑารัตน์ ศราวุฒะวงศ์. (2558). แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. *ว.วิจัยสมาคมห้องสมุดฯ*, 8(2), 55-69.
- ณัฐนันท์ กองจิริ, และชุติมา เกศดาญรัตน์. (2562). การศึกษากิจกรรมการสื่อสารออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเสริมสวยสัตว์เลี้ยง. ใน *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 20* (น. 1770-1780).
- นิตยา ศรีพล. (2562). การศึกษากิจกรรมและรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจสำหรับเยาวชน: กรณีศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจ “Tee บวก”. ใน *การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10* (น. 996-1008). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ปริศนา ปรมัชฌิมา. (2557). รูปแบบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สำหรับงานบริการสารสนเทศของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ. *วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ*, 7(2), 1-15.
- วงศ์กร ชัยรัตนถาวร. (2557). การวิเคราะห์การใช้เฟซบุ๊กของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วีรพงษ์ พวงเล็ก. (2561). การสื่อสารผ่านแฟนเพจเฟซบุ๊กกับผลที่เกิดขึ้นต่อเจ้าของแฟนเพจเฟซบุ๊ก: กรณีศึกษาแฟนเพจเฟซบุ๊กที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, ฉบับพิเศษ*, 17-33.
- แววตา เตชาทวิวรรณ. (2555). การรับรู้และการใช้เว็บ 2.0 ของบรรณารักษ์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก 2019 คนไทยใช้ติดเนตมากที่สุดในโลก. (2562). สืบค้น 19 สิงหาคม 2562, จาก <https://www.thinkaboutwealth.com/digitalstatworld-thailand2019/>
- สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย. (2549). *มาตรฐานห้องสมุด 2549*. สืบค้น 20 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.tla.or.th/index.php/th/1/standard>
- สรุปพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตคนไทยในปี 2561. (2562). สืบค้น 30 มีนาคม 2562, จาก <https://www.thumbsup.in.th/thailand-internet-user-profile-2018>

- สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2561). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook)*. สืบค้น 10 เมษายน 2562, จาก <https://www.senate.go.th/assets/portals/49/files/handbook/km61/7.%20สำนักประชาสัมพันธ์.pdf>
- อนงค์ลักษณ์ ถวัลย์ภโย. (2558). *แนวทางปฏิบัติด้านการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา ศูนย์ตั้งเบาะนั่งรถยนต์แห่งหนึ่ง (วิทยานพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อุไรวรรณ ใจหาญ, และ ขวัญภูริ พิศาลพงศ์. (2560). การพัฒนารูปแบบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการให้บริการสารสนเทศสำหรับนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 25(49), 125-144.
- Abok, V. A., & Kwanya, T. (2016). Maximising the potential of social media to deliver academic library services to students: A case study of The Technical University of Kenya Library. *Journal of humanities and social sciences*, 8(2), 147-155.
- Akporhonor, B. A., & Olise, F. N. (2015). Librarians' use of social media for promoting library and information resources and services in university libraries in South-South Nigeria. *Information and Knowledge Management*, 5(6), 1-8.
- Burclaff, N. (2014). Developing a social media strategy: Tweets, pins and posts with a purpose. *College & Research libraries*, 75(7).
- Chitumbo, E. M. M. (2015). Social Media Tools for Academic Library Services. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 4(9), 33-34.
- Davydova, I., Marina, O. M., Slianyk, A., & Syerov, Y. (2019). *Social Networks in Developing the Internet Strategy for Libraries in Ukraine*. Retrieved February 22, 2020, from https://pdfs.semanticscholar.org/758b/71c23e222f6d346b3403f9a3893a6295a04b.pdf?_ga=2.157018360.2109497140.1575017472-166530752.1569082790
- Igwe, P. J. (n.d.). *Social media librarianship in academic libraries: Optimizing trends for real-time user engagement through digital billboards*. Retrieved April 12, 2019, from <http://www.ariadne.ac.uk/issue/77/prince-jacon-igwe/>

- Kahmann, K., & Schwering, S. (2018). *Why modern libraries have to be active on social media: 7 "glorious" reason*. Retrieved April 12, 2019, from <https://www.zbw-mediataalk.eu/2018/03/warum-moderne-bibliotheken-in-social-media-aktiv-sein-muessen-sieben-glorreiche-gruende/>
- King, D. L. (2015). Managing your library's social media channels. *Library Technology Reports*, 51(1), 1-36.
- Okuonghae, O. (2018). Librarians' awareness of social media usage for information scientific communication in university libraries in South-south, Nigeria. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 1704.
- Peacemaker, B., Robinson, S. & Hurst, E. (2016). *Connecting Best Practices in Public Relations to Social Media Strategies for Academic Libraries*. Retrieved September 15, 2019, from <https://core.ac.uk/download/pdf/51293658.pdf>

การพัฒนาและการวัดประสิทธิภาพระบบจัดการและค้นหาสินทรัพย์ ด้วยคิวอาร์โค้ด*

The Development and Evaluation of Asset Management System with QR Code

สุรัตน์ ศิริตันตราภรณ์ (Surat Siritantraporn)**

ชุติมา เบี้ยวไข่มุข (Chutima Beokhaimook)***

*การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ (ระบบการศึกษาทางไกลทางอินเทอร์เน็ต) วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต

**นักศึกษาปริญญาโท, หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ (ระบบการศึกษาทางไกลทางอินเทอร์เน็ต) วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต, E-mail: suratnarak@hotmail.com

***ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ (ระบบการศึกษาทางไกลทางอินเทอร์เน็ต) วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต, E-mail : chutima@rsu.ac.th

ได้รับบทความ: 21 เม.ย. 64 / แก้ไขปรับปรุง: 30 ก.ย. 64 / อนุมัติให้ตีพิมพ์: 7 พ.ย. 64 / เผยแพร่ออนไลน์: 21 ธ.ค. 64

DOI: 10.14456/riij.2021.12

บทคัดย่อ

ระบบจัดการและค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ด ถูกพัฒนาเพื่ออำนวยความสะดวกในการค้นหาสินทรัพย์ของบริษัทยาเคมีฟูลเลอร์ จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์งานวิจัย คือ เพื่อวิเคราะห์ปัญหาของระบบจัดการทะเบียนสินทรัพย์ปัจจุบันด้วยแผนภูมิแกว่งปลา และ พัฒนาระบบจัดการและค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ด รวมทั้งทดสอบประสิทธิภาพของระบบจัดการและค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ด โดยต้องการทราบถึงข้อมูลสินทรัพย์ การค้นหาข้อมูลสินทรัพย์ที่มีอยู่ด้วยระบบเดิมมีความล่าช้าและ

ใช้เวลานาน ส่งผลต่อการคำนวณค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์และกระทบต่อการคำนวณงบการเงินของบริษัท ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ ระบบเดิมเพื่อหาสาเหตุของปัญหา และพัฒนาระบบใหม่เพื่อแทนที่ระบบเดิม แผนภูมิก้างปลา (Fish Bone Diagram) ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือหาสาเหตุของปัญหาของระบบเดิม ระบบใหม่ที่พัฒนาขึ้นได้ประยุกต์ใช้คิวอาร์โค้ดเพื่อความถูกต้องและความรวดเร็วในการใช้งาน ระบบ ระบบที่พัฒนามีการวัดประสิทธิภาพของระบบในสองด้าน คือ ด้านเวลาในการค้นหาสินทรัพย์ เปรียบเทียบระหว่างระบบเดิมกับระบบที่พัฒนาขึ้น และด้านประสิทธิภาพของระบบโดยผู้ใช้งาน ด้วยการแจกแบบสอบถามพนักงานที่ใช้ระบบจำนวน 200 ชุด ผลการประเมินประสิทธิภาพพบว่า การค้นหาสินทรัพย์ด้วยระบบเดิม 1 ชิ้นใช้เวลาเฉลี่ย 40 นาที แต่การค้นหาด้วยระบบที่พัฒนาขึ้นใช้เวลาเพียง 1 นาที นอกจากนั้นผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพโดยผู้ให้พบว่า ผู้ใช้งานให้คะแนนกับประสิทธิภาพของสต็อกเกอร์คิวอาร์โค้ดมากที่สุด คือความเร็วในการสแกน รองลงมาคือประสิทธิภาพของโปรแกรมด้านการใช้งานที่สะดวก ง่าย ไม่ซับซ้อน และอันดับสุดท้ายคือประสิทธิภาพด้านอื่นๆ เช่น การลดค่าใช้จ่าย ลดปริมาณเอกสารและลดเวลา

คำสำคัญ: สินทรัพย์ ระบบจัดการสินทรัพย์ คิวอาร์โค้ด

ABSTRACT

Asset management system with QR code was developed to facilitate the asset information search for Kanemitsu Pulley Company, Limited. The objectives of this study were to analyze the problems of the current asset management system with a fishbone chart, to develop the Asset Management System with QR Code and to evaluate the efficiency of the developed system. By searching those existing assets with the current procedure was slow and time consuming. This affected the calculation of depreciation of assets as well as the company's financial statements. In this study, the asset search of the current procedure had been investigated to discover the root cause of the problem. The Fish Bone Diagram was adopted as a tool for root cause investigation. Then, a new system was designed and developed to replace the current one. QR codes was implemented for improving accuracy and speed of the developed system. The performance of the developed system was measured in two aspects: 1) asset search time comparing between the current procedure and the developed systems,

and 2) performance score obtained from the 200 questionnaires distributed to employees used the system. For the first aspect, the efficiency result showed that the average search time for each asset item that applied the current procedure, and the developed system took 40 minutes and 1 minute, respectively. For the second aspect, ranking of performance score founded highest score in the QR code sticker performances (the speed of scanning), the second rank performance score was program performance (system's ease of use) and the third rank performance score was other performance (cost, document, and time reduction).

Keywords: Asset, Asset management system, QR code

บทนำ

เทคโนโลยีมีความสำคัญกับการใช้ชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของมนุษย์ให้มีความสะดวกสบายขึ้น ช่วยประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมต่างๆ ช่วยในการสื่อสารการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และมีการนำประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในองค์กร เพื่อเพิ่มโอกาสในธุรกิจ บาร์โค้ดหนึ่งมิติ (1 Dimension) หรือในภาษาไทยเรียกว่า “รหัสแท่ง” เป็นรหัสแทนตัวเลขและตัวอักษร ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถอ่านรหัสข้อมูลได้ง่าย โดยให้เครื่องอ่านบาร์โค้ด (Barcode Scanner) ซึ่งจะทำงานได้รวดเร็วและช่วยลดความผิดพลาดในการคีย์ข้อมูลจากมนุษย์ (นันทวัฒน์ สมเจษ, 2559) การพัฒนาของบาร์โค้ด ถูกพัฒนาต่อยอดเป็น บาร์โค้ดสองมิติ (2D Barcode) หรือ คิวอาร์โค้ด (QR Code หรือ Quick Respond Code) มีลักษณะเป็นโมดูลสี่เหลี่ยมจัตุรัส มีพื้นฐานสี่เหลี่ยม มีพื้นหลังสีขาว จัดเก็บข้อมูลแบบสองมิติ ออกแบบให้บรรจุข้อมูลได้ทั้งแนวตั้ง และแนวนอน ทำให้สามารถบรรจุข้อมูล ได้ประมาณ 4,000 ตัวอักษร หรือประมาณ 200 เท่าของบาร์โค้ดหนึ่งมิติ ในพื้นที่เท่ากันหรือเล็กกว่า (ณัฐวุฒิ บุญโรจน์วงศ์ และกชกร พระพรตระกูล, 2560) บาร์โค้ดสองมิติ ที่ผ่านการเข้ารหัสดิจิทัล จึงสามารถบรรจุข้อมูลได้มากกว่า และตอบสนองการใช้งานได้รวดเร็วกว่าบาร์โค้ดหนึ่งมิติมาก และมีความปลอดภัยสูง (พีรวิชญ์ ภาคนนท์กุล, 2557) การประยุกต์ใช้จริงของบาร์โค้ดสองมิติ พบได้ในแอปพลิเคชันในมือถือของแต่ละธนาคาร ที่ทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินสะดวกและปลอดภัย และถูกต้องแม่นยำมากขึ้นด้วยการสแกนบาร์โค้ดสองมิติ (ชวิศา พุ่มดนตรี, 2559) นอกจากนั้นยังมีการประยุกต์ใช้ในด้านธุรกิจอื่นๆ เช่นกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และ

อุตสาหกรรมยา/เครื่องมือแพทย์ ที่มีความต้องการใช้บาร์โค้ดขนาดเล็กแต่สามารถบรรจุข้อมูลได้มาก หรือในกลุ่มการค้าขายสินค้าได้นำบาร์โค้ดสองมิติมาส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาด ดังจะเห็นได้จากบาร์โค้ดสองมิติที่ปรากฏใน นิตยสาร แผ่นพับ หรือแผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (จักรกฤษณ์ หมั่นวิชา, 2557)

บริษัท คานะมิทสึฟูเลย์ จำกัด เป็นบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ขนาดกลาง ผลิตสินค้าประเภทฟูเลย์รถยนต์ ขายสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ แผนกบัญชีเป็นแผนกที่ทำหน้าที่จัดทำทะเบียนข้อมูลสินทรัพย์รวมของบริษัท แผนกบัญชีจำเป็นต้องใช้ข้อมูลสินทรัพย์ที่เป็นปัจจุบันมาคำนวณค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์สำหรับการจัดทำงบการเงินของบริษัท ปัจจุบันข้อมูลสินทรัพย์ของบริษัทประเภทสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน (Non-Current Assets) ซึ่งเป็นสินทรัพย์ดำเนินงานที่มีระยะยาว เช่น เครื่องจักร อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน มีการซื้อเพิ่มในแต่ละเดือนเป็นจำนวนมากกว่า 100 รายการ ซึ่งการสั่งซื้อสินทรัพย์เหล่านั้น จะดำเนินการโดยแผนกที่ต้องการสินทรัพย์นั่นเอง บางกรณีมีสินทรัพย์บางรายการชำรุดเสียหาย สูญหาย หรือย้ายไปยังแผนกอื่น แต่แผนกที่ดูแลสินทรัพย์ดังกล่าวไม่ได้แจ้งข้อมูลให้กับแผนกบัญชีดำเนินการปรับปรุงข้อมูลทะเบียนสินทรัพย์ให้เป็นปัจจุบัน แผนกบัญชีและแผนกที่ดูแลสินทรัพย์นั้นๆ ต้องร่วมกันค้นหา อ้างอิง ตรวจสอบ และยืนยันความถูกต้องของข้อมูลสินทรัพย์เหล่านั้น กระบวนการดังกล่าวใช้เวลาค่อนข้างนาน ทำให้การปรับปรุงให้ทะเบียนสินทรัพย์เป็นปัจจุบันมีความยุ่งยาก แผนกบัญชีจึงไม่สามารถนำข้อมูลทะเบียนสินทรัพย์ไปใช้คำนวณค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ต่อได้ ซึ่งโดยปกติแล้ว บริษัทควรจะได้ประโยชน์จากการใช้งานของสินทรัพย์นั้น ทำให้เกิดความเสียหายต่องบการเงินของบริษัท ที่ผ่านมามีงานวิจัยประยุกต์เทคโนโลยีบาร์โค้ด และคิวอาร์โค้ดมาเพื่อแก้ไขปัญหาการค้นหาข้อมูลเช่น ัญญา อุตสาหกรรม และเยาวลักษณ์ แก้วเขียน (2558) ได้นำคิวอาร์โค้ดมาควบคุมครุภัณฑ์ของสาขาวิชาจิตรกรรมและศิลปกรรม วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยเปรียบเทียบประสิทธิภาพการใช้ระบบใหม่ที่ใช้คิวอาร์โค้ดกับระบบ MU-ERP ที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบัน พบว่า ระบบใหม่ที่ใช้คิวอาร์โค้ดช่วยลดระยะเวลาในการตรวจนับครุภัณฑ์เหลือเพียง 6.30 วินาทีต่อ 1 รายการ เปรียบเทียบกับระบบเก่าที่ใช้เวลาถึง 4 นาทีต่อ 1 รายการ และสามารถลดกำลังคนที่ใช้ระบบการค้นหาครุภัณฑ์ได้ด้วย มีงานวิจัยที่ศึกษาการประยุกต์ใช้บาร์โค้ดสำหรับกำหนดข้อบ่งชี้สินค้าในโรงงานผลิตท่อชิ้นส่วนยานยนต์พบว่าเทคโนโลยีบาร์โค้ดที่แทนการบันทึกข้อมูลเป็นเอกสาร สามารถลดกำลังคนตลอดกระบวนการผลิตได้ 5 คน ประหยัดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพงานด้านเอกสารและการค้นหาข้อมูลได้เป็นอย่างดี (ณณิน เฝ้าจอน, 2556) อีกหนึ่งงานวิจัยของ นันทวัฒน์ สมเษ (2559) นำระบบบาร์โค้ดมาใช้ในการพัฒนาระบบควบคุม และบริหารจัดการคลัง กองคลังสื่อสาร

กรมการทหารสื่อสาร พบว่า ระบบบาร์โค้ดช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุม และบริหารจัดการคลัง กองคลังสื่อสาร กรมการทหารสื่อสาร ได้สะดวกรวดเร็ว ถูกต้อง และทันเวลา

สำหรับงานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาปัญหาของระบบจัดการทะเบียนสินทรัพย์ที่ใช้งานในปัจจุบัน ใช้วิธีการระดมสมองเพื่อค้นหาสาเหตุและแยกแยะปัญหาด้วยเครื่องมือแผนภูมิก้างปลา (Fish Bone Diagram) ซึ่งเป็นแผนผังที่ได้รับความนิยมในการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหากับสาเหตุทั้งหมดที่เป็นไปได้ (ณัฐวัฒน์ ศรีสวัสดิ์, 2558) รวมถึงการนำเอาเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ดมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาระบบจัดการและค้นหาสินทรัพย์ของบริษัท รวมถึงการทดสอบประสิทธิภาพของระบบที่พัฒนาขึ้น เปรียบเทียบกับระบบปัจจุบันที่บริษัทใช้งานอยู่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาของระบบจัดการทะเบียนสินทรัพย์ปัจจุบันด้วยแผนภูมิก้างปลา
2. เพื่อพัฒนาระบบจัดการและค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ด
3. เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของระบบจัดการและค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ด (Asset Management System with QR Code) โดยเปรียบเทียบความเร็วในการค้นหาสินทรัพย์จากระบบเดิมกับระบบใหม่ที่พัฒนาขึ้น และประเมินประสิทธิภาพของระบบจากการใช้งาน

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. กระบวนการจัดทำสินทรัพย์

สินทรัพย์ (Asset) คือทรัพยากรที่อยู่ในความควบคุมของบริษัทสามารถทำให้เกิดมูลค่าได้ เกิดจากการซื้อหรือนำเข้ามาในบริษัท ประเภทของสินทรัพย์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) สินทรัพย์หมุนเวียน (Current Assets) หมายถึง สินทรัพย์ที่เปลี่ยนแปลงเป็นเงินสดได้ง่าย เช่น เงินสด เช็ค 2) สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน (Non - Current Assets) หมายถึง สินทรัพย์เปลี่ยนแปลงเป็นเงินสดได้ยาก เช่น เครื่องจักร การผลิต อุปกรณ์สำนักงาน และ 3) สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Assets) หมายถึง สินทรัพย์ที่ให้ประโยชน์ต่อการดำเนินงานของบริษัท เช่น บัตรส่งเสริมสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

(สมศักดิ์ อุปการสัมพันธ, 2552) ซึ่งการทำข้อมูลทะเบียนการบันทึกข้อมูลของสินทรัพย์โดยอ้างอิงจากเอกสาร และสามารถสืบค้นข้อมูลย้อนกลับได้ เช่นเอกสารใบกำกับภาษี เอกสารการนำเข้าสินค้า เอกสารใบเสร็จรับเงิน ข้อมูลที่นำมาจัดทำทะเบียนสินทรัพย์ เช่น รหัสสินทรัพย์ คำอธิบาย วันที่ซื้อ ผู้ขาย สถานที่ ค่าเสื่อมราคา ราคา เพื่อทำสรุป กำหนดค่าเสื่อมราคา ข้อมูลประวัติของสินทรัพย์ สำหรับผู้ตรวจสอบบัญชีในการตรวจสอบสินทรัพย์ในรอบปี เพื่อทำงบกำไรขาดทุนประจำปี (ลัดดาพร สุขแก้วฟ้า และปทุมมาศ ยงยุทธ, 2557)

สำหรับการคำนวณค่าเสื่อมราคา เมื่อมีสินทรัพย์ใหม่เข้ามา บริษัทจะจัดทำข้อมูลทะเบียนสินทรัพย์ทุกๆ สิ้นเดือนและคำนวณค่าเสื่อมราคาประจำงวดบัญชีสินทรัพย์ โดยปันส่วนต้นทุนของสินทรัพย์ถาวรจากข้อมูลทะเบียนสินทรัพย์ตลอดอายุการใช้งานของสินทรัพย์ ค่าเสื่อมราคาเกิดจากการสูญเสียในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ถาวรนั้น อันเนื่องมาจาก เวลาการใช้งาน และความล้าสมัย ซึ่งการชำรุดเสียหาย หรือสูญหาย ส่งผลต่อกำไรขาดทุนของบริษัท ยกตัวอย่างเช่นสินทรัพย์เครื่องจักร มูลค่า 1,000,000 บาท อายุการใช้งาน 10 ปี การคำนวณค่าเสื่อมราคา จะเฉลี่ยปีละ 100,000 บาท จนถึงปีที่ 10 มูลค่าสินทรัพย์เครื่องจักรนี้จะมีมูลค่าคือ 0 บาท หากสินทรัพย์เครื่องจักรนี้ใช้งานไม่ถึง 10 ปี การคำนวณค่าเสื่อมราคาจะขาดทุนตามระยะเวลาที่คงเหลือ (วัชรพล สัมพันธ์, 2560)

2. ความสำคัญของเทคโนโลยีบาร์โค้ด และ คิวอาร์โค้ด

บาร์โค้ดหนึ่งมีต้นกำเนิดขึ้นเมื่อ ค.ศ. 1950 โดยประเทศสหรัฐอเมริกาได้จัดตั้งคณะกรรมการเฉพาะกิจทางด้านพาณิชย์ขึ้น สำหรับค้นคว้าหาสูตรฐานและสัญลักษณ์ที่สามารถช่วยกิจการด้านอุตสาหกรรม บาร์โค้ดระบบ UPC-Uniform สามารถจัดพิมพ์ขึ้นได้ในปีค.ศ. 1973 และในอีก 2 ปีต่อมา กลุ่มประเทศยุโรปได้จัดตั้งคณะกรรมการด้านวิชาการเพื่อสร้างระบบบาร์โค้ด (European Article Number) หรือเรียกว่าสมาคม EAN ซึ่งสมาคมได้เติบโตครอบคลุมยุโรปและประเทศอื่นๆ ทั้งนี้ระบบบาร์โค้ด EAN เริ่มเข้ามาในประเทศไทยเมื่อปีค.ศ. 1987 (นันท์วัจน์ สมเจษ, 2559)

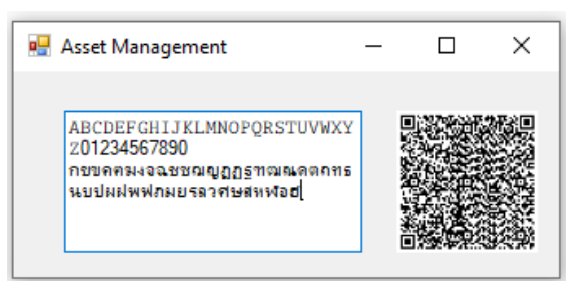
บาร์โค้ดหนึ่งมีลักษณะเป็นรหัสแท่งประกอบด้วยเส้นมืด (สีดำ) และเป็นเส้นสว่าง (สีขาว) วางเรียงกันเป็นแนวดิ่ง ดังแสดงในรูปที่ 1 เป็นรหัสแทนตัวเลขและตัวอักษร สามารถอ่านด้วยเครื่องสแกนเนอร์ และบันทึกข้อมูลเข้าไปเก็บในคอมพิวเตอร์โดยตรงโดยไม่ต้องพิมพ์ ทำให้มีความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน รวมถึงอ่านข้อมูลได้อย่างถูกต้องแม่นยำ และเชื่อถือได้ ปัจจุบันระบบบาร์โค้ดเข้าไปมีบทบาทในทุกส่วนของอุตสาหกรรม การค้าขาย และการบริการ ที่ต้องใช้การบริหารจัดการข้อมูลจากฐานข้อมูลในคอมพิวเตอร์ และประยุกต์ใช้งานบาร์โค้ดเข้ากับการใช้ของ Mobile Computer (นันท์วัจน์ สมเจษ, 2559)



รูปที่ 1 ตัวอย่างของบาร์โค้ด

ที่มา: <http://www.barcodethai.com> (2563)

คิวอาร์โค้ด (QR Code ย่อมาจาก Quick Response Code) คือ บาร์โค้ดสองมิติ (2 Dimension Barcode) พัฒนาโดยบริษัทเดนมาร์ก ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของโตโยต้า ประเทศญี่ปุ่น คิดค้นขึ้นในปี ค.ศ. 1994 ประกอบด้วยโมดูลสี่ดำเรียงตัวกัน มีฐานสี่เหลี่ยม มีพื้นหลังสีขาว ออกแบบให้บรรจุข้อมูลได้ทั้งแนวตั้ง และแนวนอน ทำให้สามารถบรรจุข้อมูลได้มากคือประมาณ 4,000 ตัวอักษร คิดเป็นประมาณ 200 เท่าของบาร์โค้ดในพื้นที่ที่เท่ากันหรือเล็กกว่า สามารถบรรจุข้อมูลที่เป็นภาษาอื่นนอกเหนือจากภาษาอังกฤษ สามารถบรรจุตัวอักษร และตัวเลข (Alphanumeric) ตัวเลขฐานสอง (Binary) และรหัสสี (Colure code) ได้ทั้งหมดในคราวเดียวกัน ดังแสดงในรูปที่ 2 ซึ่งคิวอาร์โค้ดสามารถถอดรหัสได้แม้ภาพบางส่วนมีการเสียหาย หรือฉีกขาด (พีรวิชัย ภาคนนท์กุล, 2557)



รูปที่ 2 แสดงลักษณะ QR Code และการบรรจุข้อมูล

สำหรับตัวอย่างของการประยุกต์ใช้คิวอาร์โค้ด เช่น ห้องสมุดของโรงเรียนโอเวอร์โลก รัฐวอชิงตัน ประเทศสหรัฐอเมริกา มีแนวคิดในการเชื่อมโยงทรัพยากรออนไลน์ (Online resources) กับทรัพยากรทางกายภาพ (Physical resources) เข้าด้วยกันโดยใช้คิวอาร์โค้ด ในการเชื่อมโยงข้อมูลเลขหมู่หนังสือกับตำแหน่งที่ตั้งชั้นเก็บหนังสือที่ต้องการค้นหา (Ann, 2014) ศูนย์การแพทย์จุฑาเงิน มาร์ติน คันทรี

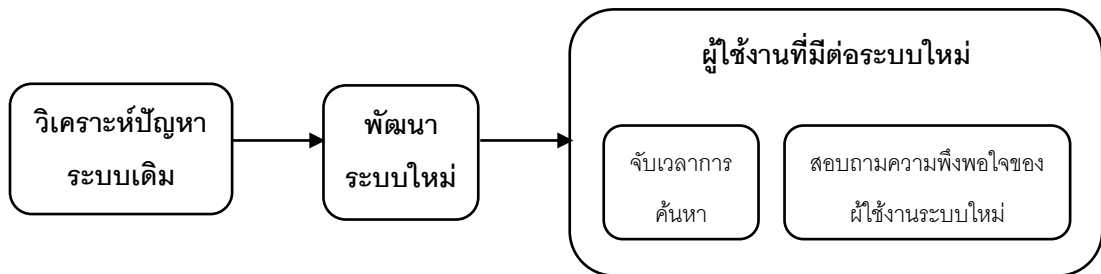
(Medical Emergency of Martin County) ในรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศ สหรัฐอเมริกา ได้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยในกรณีฉุกเฉิน มีการกล่าวถึงการนำคิวอาร์โค้ดมาใช้เก็บข้อมูลที่จำเป็นของผู้ป่วย เช่น ประวัติการแพ้ยา โรคประจำตัว เป็นต้น โดย คิตคิวอาร์โค้ดไว้กับของใช้ส่วนตัวที่พกได้ง่าย เช่น พวงกุญแจ หรือ กระเป๋าเงิน เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน ทีมแพทย์จะทราบข้อมูลเบื้องต้นของผู้ป่วยผ่านการอ่านหรือสแกนคิวอาร์โค้ด ทำให้ช่วยผู้ป่วยได้ทัน (Rich, 2012)

แผนภูมิแกงปลา

เครื่องมือแผนภูมิแกงปลา หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า แผนผังอิชิกาวา (Ishikawa Diagram) เป็นแผนผังที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหา กับสาเหตุทั้งหมดที่เป็นไปได้ มีลักษณะคล้ายแกงปลา พัฒนาขึ้นครั้งแรกใน ค.ศ.1943 โดยศาสตราจารย์ คาโอรุ อิชิกาวา แห่งมหาวิทยาลัยโตเกียว เป็นเครื่องมือค้นหาสาเหตุของปัญหาโดยแสดงปัญหาไว้ที่หัวปลา โดยใช้เป็นแนวทางการระดมสมองให้สมาชิกเสนอปัญหา โดยจะแสดงปัญหาไว้ที่หัวปลา และแสดงกลุ่มปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาไว้ที่แกงปลา และให้สมาชิกร่วมระดมสมอง เพื่อหาสาเหตุในแต่ละปัจจัย วิธีการสร้างแผนผังสาเหตุและแกงปลามี 6 ขั้นตอน คือ 1) กำหนดประโยคปัญหาที่หัวปลา 2) กำหนดกลุ่มปัจจัยที่จะทำให้เกิดปัญหานั้นๆ 3) ระดมสมองเพื่อหาสาเหตุในแต่ละปัจจัย 4) หาสาเหตุหลักของปัญหา 5) จัดลำดับความสำคัญของสาเหตุ และ 6) ใช้แนวทางการปรับปรุงที่จำเป็น (ณัฐวัฒน์ ศรีสวัสดิ์, 2558)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

เริ่มจากขั้นตอนการวิเคราะห์ปัญหาระบบเดิม โดยใช้แผนภูมิแกงปลาเพื่อหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา ขั้นตอนต่อมาคือสร้างระบบใหม่ ใช้หลักทฤษฎีวงจรการพัฒนากระบวนการ (System Development Life Cycle: SDLC) ในการพัฒนาโปรแกรม และขั้นตอนสุดท้ายคือเปรียบเทียบประสิทธิภาพ และความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบใหม่ และใช้เครื่องมือเปรียบเทียบประสิทธิภาพ โดยจับเวลาการค้นหาสินทรัพย์ และใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ดังรูปที่ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การดำเนินการวิจัยและผลการวิจัย

การวิเคราะห์ระบบ

ระบบจัดการทะเบียนสินทรัพย์ปัจจุบัน

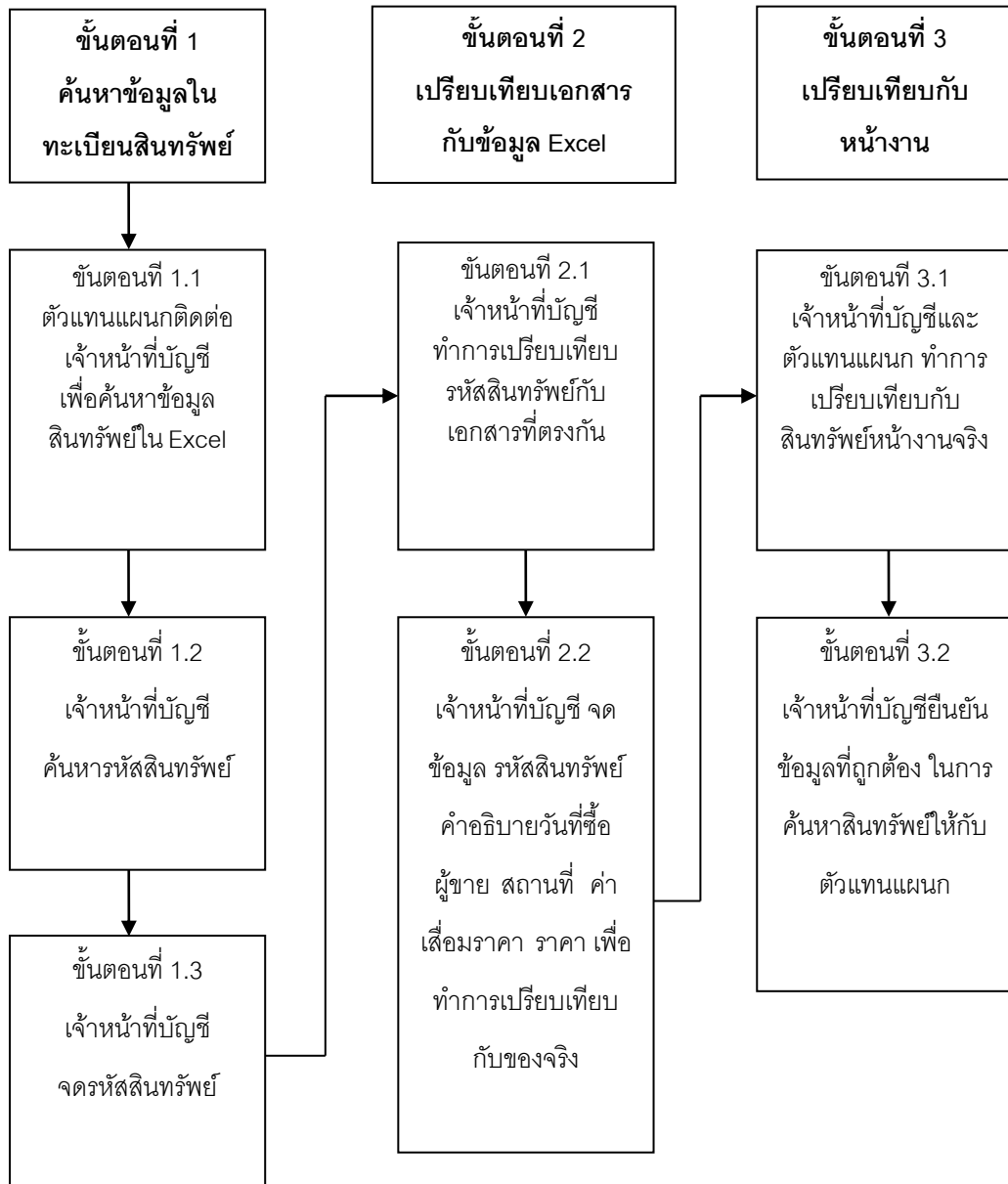
ในการจัดการทะเบียนสินทรัพย์ปัจจุบัน เมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าโดยผ่านกระบวนการจัดซื้อของบริษัท เจ้าหน้าที่บัญชีจะเก็บเอกสารใบส่งมอบสินค้าและใบเสร็จรับเงินและรายละเอียดต่างๆ เจ้าหน้าที่บัญชีทำการจำแนกว่าเป็นสินทรัพย์หรือไม่ โดยมีเงื่อนไขการเป็นสินทรัพย์ตามที่บริษัทกำหนดขึ้น คือราคาสินทรัพย์นั้นต้องมีมูลค่ามากกว่า 5,000 บาท และมีอายุการใช้งานมากกว่า 5 ปี เจ้าหน้าที่บัญชีจะนำข้อมูลสินทรัพย์ มาบันทึกลงในไฟล์ Excel โดยแยกเป็นข้อมูลแต่ละปี ข้อมูลที่บันทึกได้แก่ รหัสสินทรัพย์ คำอธิบาย วันที่ซื้อ ผู้ขาย สถานที่ ค่าเสื่อมราคา และราคา รวมทั้งมีการคำนวณสูตรค่าเสื่อมราคา ดังแสดงในรูปที่ 4

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
	Asset	Description	Vouchers	Expired Date	Acquisition	Qty	Section	Thai Baht	Useful Life	Use full Life		
	Code		Ref.	Date	Date	Unit			Years			
40	TS-32	Renovation Factory	Mectrical Innovation	17/03/2021	18/03/2011	1	MFS	570,000.00	3651	10	15014 Structures	
41	TS-32	Installation Fluorescent	Mectrical Innovation	17/03/2021	18/03/2011	1 set	MFS	12,061.00	3651	10	15014 Structures	
42	TS-33	Installation Raw waste water tank 3m3	Fujikasui	22/05/2021	23/05/2011	1	MFS	188,000.00	3651	10	15014 Structures	
43	TS-34	Structure for Roof	Jongsamran	30/06/2021	01/07/2011	1	MFS	440,000.00	3651	10	15014 Structures	
44	TS-35	Structure for Perspective TENT House	BIZ Tech thai	30/06/2021	01/07/2011	1	PCSD	285,000.00	3651	10	15014 Structures	
45	TS-36	Structure for shelf of raw material	BIZ Tech thai	30/06/2021	01/07/2011	1	PCSD	420,000.00	3651	10	15014 Structures	
46	TS-37	Structure for Ventilation Fan factory	Mectrical Innovation	04/07/2021	05/07/2011	1	MFS	1,540,000.00	3651	10	15014 Structures	

รูปที่ 4 แสดงการบันทึกข้อมูลทะเบียนสินทรัพย์ระบบเดิม

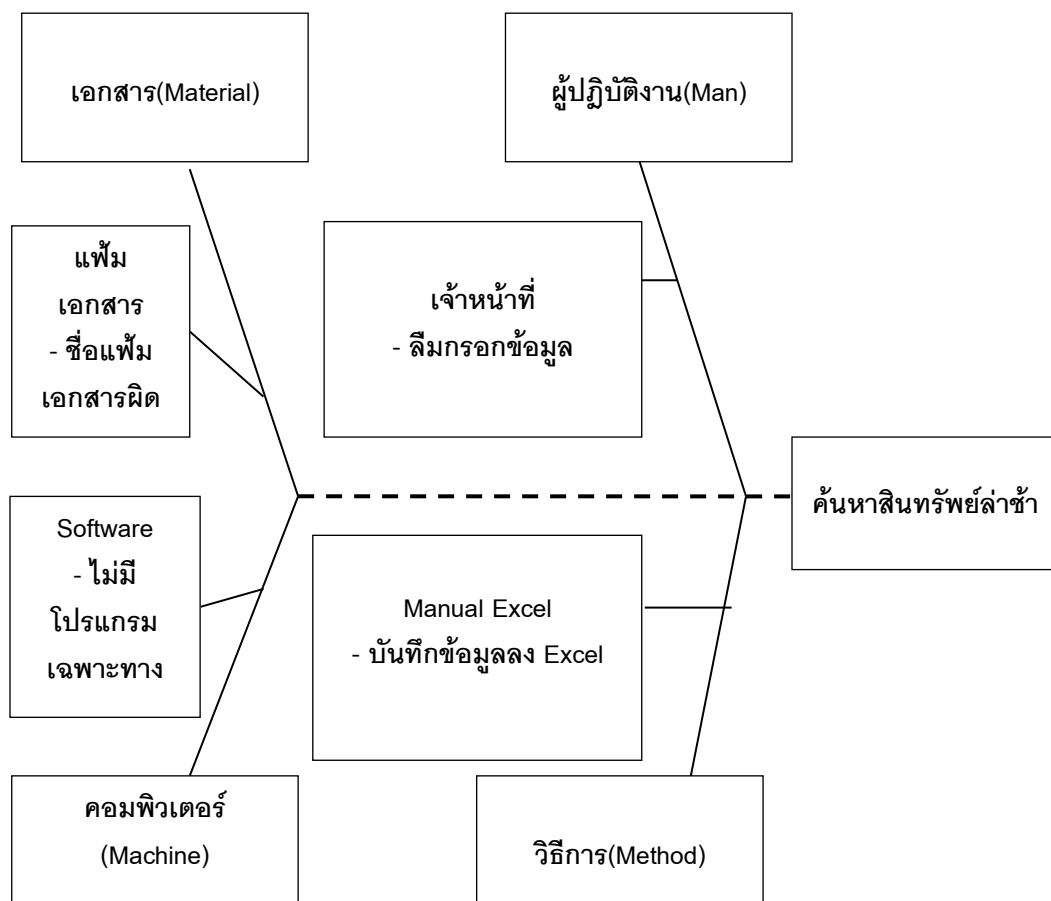
ในการค้นหาข้อมูลสินทรัพย์จำนวน 1 รายการ จะมีขั้นตอนการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือ

- 1) ค้นหาข้อมูลในทะเบียนสินทรัพย์ซึ่งอยู่ในไฟล์ Excel
- 2) เปรียบเทียบเอกสารกับข้อมูล
- 3) เปรียบเทียบข้อมูลที่พนักงาน ดังแสดงในรูปที่ 5 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ ในขั้นตอนที่ 1 ค้นหาข้อมูลในทะเบียนสินทรัพย์ ตัวแทนของแผนกที่ต้องการค้นหาสินทรัพย์จะติดต่อเจ้าหน้าที่บัญชีให้ค้นหาข้อมูลรหัสสินทรัพย์และข้อมูลเบื้องต้นจากไฟล์ข้อมูลทะเบียนสินทรัพย์
- ขั้นตอนที่ 2 เปรียบเทียบเอกสารกับข้อมูล โดยเจ้าหน้าที่บัญชี ทำการเปรียบเทียบรหัสสินทรัพย์กับเอกสารใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน และได้ข้อมูลของสินทรัพย์ ได้แก่ รหัสสินทรัพย์ คำอธิบาย วันที่ซื้อ ผู้ขาย สถานที่ ค่าเสื่อมราคา ราคา เพื่อทำการเปรียบเทียบข้อมูลกับของจริงในชั้นถัดไป
- ขั้นตอนที่ 3 เปรียบเทียบกับสินทรัพย์พนักงาน เจ้าหน้าที่บัญชีและตัวแทนแผนก ทำการเปรียบเทียบข้อมูลเอกสารใบส่งของและใบเสร็จรับเงินกับสินทรัพย์พนักงานจริง เจ้าหน้าที่บัญชี ยืนยันข้อมูลที่ถูกต้องในการค้นหาสินทรัพย์ให้กับตัวแทนแผนก



รูปที่ 5 แสดงขั้นตอนการค้นหาสินทรัพย์ระบบเดิม

ปัญหาของระบบจัดการทะเบียนสินทรัพย์ปัจจุบัน



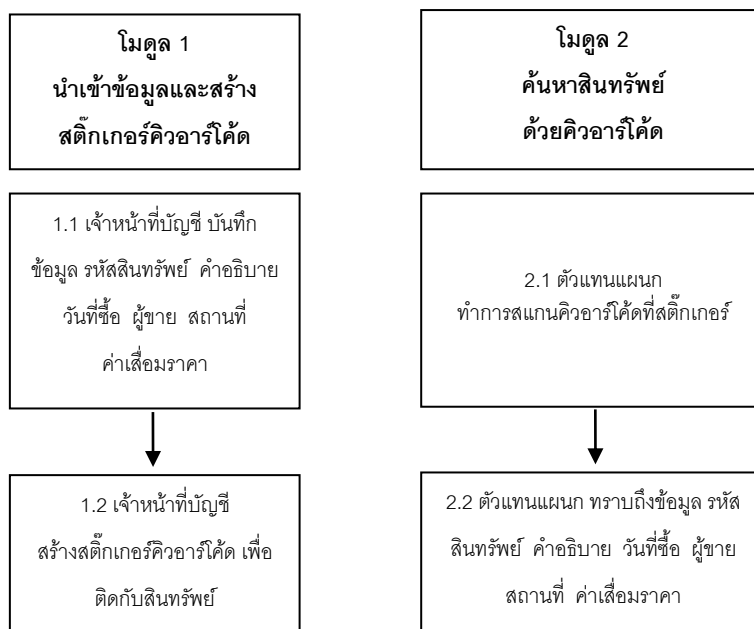
รูปที่ 6 แสดงขั้นตอนการค้นหาปัญหาด้วยแผนภูมิแก๊งปลา

ในการวิเคราะห์ระบบ ผู้วิจัยได้นำแผนภูมิแก๊งปลา มาเป็นเครื่องมือหาสาเหตุของปัญหาของระบบเดิม จากรูปที่ 6 แสดงการหาสาเหตุของปัญหา โดยมีการกำหนดหัวข้อของปัญหาที่หัวปลา คือ ปัญหาการค้นหาสินทรัพย์ล่าช้า ส่วนของแก๊งเป็นหัวข้อกลุ่มปัญหาที่ได้จากการระดมสมองของผู้วิเคราะห์ระบบ ผลจากการวิเคราะห์แผนภูมิแก๊งปลา โดยเริ่มจากหัวปลา พบว่าสาเหตุของปัญหาของการค้นหาสินทรัพย์ล่าช้า เกิดจาก 1) ปัญหาจากอุปกรณ์ (Machine) คือขาดโปรแกรมเฉพาะทางที่ใช้ในการจัดเก็บ

ข้อมูลสินทรัพย์ ซึ่งปัจจุบันใช้โปรแกรม Excel ที่แผนกบัญชีแผนกเดียวและไม่มีการเชื่อมโยงของข้อมูล ข้อมูลที่จัดเก็บอยู่ไม่มีความสัมพันธ์กัน เกิดความยุ่งยากในการจัดการความซ้ำซ้อนของข้อมูล 2) ปัญหาจากวิธีการทำงาน นั่นคือการบันทึกและการค้นหาสินทรัพย์ทำบนโปรแกรม Excel ในลักษณะทำด้วยมือ (Manual) ผู้ปฏิบัติงานยังต้องใช้วิธีการบันทึกและการอ่านข้อมูลโดยเปรียบเทียบกับข้อมูลบนเอกสาร เพื่อยืนยันความถูกต้องอีกครั้ง การทำงานจึงล่าช้า 3) ปัญหาจากผู้ปฏิบัติงาน เช่น บางครั้งเจ้าหน้าที่ลืมกรอกข้อมูลหรือมีการกรอกข้อมูลที่ไม่ละเอียดมากพอ ทำให้ข้อมูลที่จัดเก็บมีความผิดพลาด และ 4) ปัญหาจากการจัดเก็บเอกสารเนื่องจากมีลักษณะการจัดเก็บแยกเป็นแฟ้มรายปี การจัดเรียงไม่ได้แยกเป็นแผนก และไม่มีดัชนีช่วยในการค้นหาเอกสาร ทำให้การค้นหาใช้เวลานาน สาเหตุของปัญหาดังกล่าวสามารถแก้ไขได้ ด้วยการพัฒนาโปรแกรมซึ่งช่วยจัดการและค้นหาข้อมูลสินทรัพย์ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ปฏิบัติงาน ให้สามารถจัดประเภทการเก็บข้อมูล และสามารถค้นหาได้ตามความต้องการ อีกทั้งข้อมูลมีความถูกต้อง สะดวกและรวดเร็ว

การพัฒนาระบบจัดการและค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ด

ผู้วิจัยทำการพัฒนาระบบจัดการและค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ดเพื่อแทนที่ระบบเดิม โดยใช้แนวคิดทฤษฎีด้านการพัฒนาโปรแกรมตามวงจรของการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle: SDLC) โดยพัฒนาด้วยโปรแกรม Microsoft Visual Studio ร่วมกับ Microsoft SQL Server (SQL) เพื่อจัดการฐานข้อมูล ซึ่งเป็นระบบจัดการฐานข้อมูล ที่มีความปลอดภัย มีประสิทธิภาพ โดยมีฟังก์ชันการทำงานของระบบ ซึ่งประยุกต์เทคโนโลยีคิวอาร์โค้ด เข้ามาแก้ปัญหาระบบเดิม ประกอบด้วยโมดูลหลัก 2 โมดูลคือ 1) โมดูลนำเข้าข้อมูลและสร้างสต็อกเกอร์คิวอาร์โค้ด สำหรับเจ้าหน้าที่บัญชีในการนำเข้าข้อมูล โดยอ้างอิงข้อมูลจากเอกสารใบกำกับภาษี เอกสารการนำเข้าสินค้า เอกสารใบเสร็จรับเงินจัดเก็บลงในฐานข้อมูลสินทรัพย์และสร้างสต็อกเกอร์คิวอาร์โค้ด เพื่อนำไปติดกับสินทรัพย์ สำหรับการค้นหาสินทรัพย์ต่อไป 2) โมดูลค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ด สำหรับผู้ใช้งานที่ต้องการจะค้นหาสินทรัพย์ จะทำการสแกนคิวอาร์โค้ด แล้วระบบจะทำการดึงข้อมูลของสินทรัพย์นั้นออกมา



รูปที่ 7 โมดูลหลักของระบบจัดการและค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ด

การวัดประสิทธิภาพของระบบ

การวัดประสิทธิภาพของระบบจัดการและค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ดผู้วิจัยได้พิจารณาจาก 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านเวลาในการค้นหาสินทรัพย์ และ ปัจจัยด้านการใช้งานระบบของผู้ใช้

1. ปัจจัยด้านเวลาในการค้นหาสินทรัพย์

ผู้วิจัยเปรียบเทียบเวลาในการค้นหาข้อมูลสินทรัพย์ระหว่างระบบเดิมกับระบบใหม่ ซึ่งการค้นหาสินทรัพย์จากระบบเดิมประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือค้นหาข้อมูลใน Excel เปรียบเทียบข้อมูลเอกสารกับข้อมูล Excel และ เปรียบเทียบข้อมูลกับสินทรัพย์หน้างาน ส่วนระบบใหม่ดำเนินการสแกนคิวอาร์โค้ดที่ติดอยู่ที่สินทรัพย์นั้น

ตารางที่ 1 แสดงระยะเวลาในการค้นหาข้อมูลสินทรัพย์ระหว่างการค้นหาด้วยระบบเดิมกับระบบที่พัฒนาขึ้น โดยให้ตัวแทนแผนกละ 1 คน จำนวน 12 แผนก ทำการค้นหาสินทรัพย์ 1 รายการ โดยเป็นรายการชนิดเดียวกัน พบว่าการค้นหาสินทรัพย์แบบเดิมใช้เวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 40 นาที / ต่อครั้ง ในขณะที่การค้นหาสินทรัพย์รายการเดียวกันนั้นด้วยระบบใหม่โดยสแกนสติกเกอร์คิวอาร์โค้ดที่ติดอยู่บนสินทรัพย์หน้างาน ใช้เวลาเพียง 1 นาที ทำให้ทราบข้อมูล รหัสสินทรัพย์ คำอธิบาย วันที่ซื้อ ผู้ขาย สถานที่ ค่าเสื่อมราคา และราคา ได้ทันที

ตารางที่ 1 แสดงระยะเวลาการค้นหาสินทรัพย์หนึ่งรายการเมื่อใช้ระบบเดิมกับระบบที่พัฒนา (หน่วยเป็น นาที)

ครั้งที่	ฝ่าย	แผนก	ระบบเดิม				ระบบใหม่
			ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	รวมเวลา	
1	Office	บัญชี	10	8	18	36	1
2	Office	การตลาด	9	10	20	39	1
3	Office	จัดซื้อ	9	10	21	40	1
4	Office	ไอที	10	11	22	43	1
5	Office	บุคคล	10	12	23	45	1
6	ผลิต/สนับสนุนการผลิต	ควบคุมการผลิต	10	10	20	40	1
7	ผลิต/สนับสนุนการผลิต	คุณภาพ	10	9	21	40	1
8	ผลิต/สนับสนุนการผลิต	ซ่อมบำรุง	9	13	21	43	1
9	ผลิต/สนับสนุนการผลิต	ซัพสี	10	10	20	40	1
10	ผลิต/สนับสนุนการผลิต	ฝ่ายผลิต	10	10	21	41	1
11	ผลิต/สนับสนุนการผลิต	ความปลอดภัย	9	11	20	40	1
12	ผลิต/สนับสนุนการผลิต	ตรวจสอบ	10	10	18	38	1
ค่าเฉลี่ย			10	10	20	40	1

2. ปัจจัยด้านการใช้งานระบบของผู้ใช้

ผู้วิจัยทำการวัดประสิทธิภาพการใช้งานระบบจัดการและค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ด โดยให้พนักงานที่ใช้ระบบ จำนวน 200 คน ตอบแบบสอบถาม ซึ่งคิดเป็น 50 เปอร์เซ็นต์ของพนักงานทั้งหมดของบริษัท โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา แผนก และตำแหน่งงาน และส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับประสิทธิภาพการใช้งานระบบซึ่งเป็นข้อคำถามลักษณะแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ แบ่งข้อคำถามในเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ประสิทธิภาพของโปรแกรม ประสิทธิภาพของ สติกเกอร์คิวอาร์โค้ด และประสิทธิภาพด้านอื่นๆ จากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่การแจกแจงความถี่และร้อยละในส่วนที่ 1 และการหาผลรวมประสิทธิภาพ จำแนกเป็นรายชื่อในส่วนที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนพนักงานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา งาน และตำแหน่งงาน

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตัวแปร	จำนวนประชากร	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	70	35.00
หญิง	130	65.00
รวม	200	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	22	11.00
20 - 30 ปี	63	31.50
มากกว่า 30 ปี	115	57.50
รวม	200	100
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาปีที่ 6	172	86.00
ปวช., ปวส.	22	11.00
ปริญญาตรี หรือสูงกว่า	6	3.00
รวม	200	100
ฝ่ายงาน		
สำนักงาน	28	14.00
ฝ่ายผลิต และฝ่ายสนับสนุนการผลิต	172	86.00
รวม	200	100
ตำแหน่งงาน		
หัวหน้างาน	30	15.00
พนักงาน	170	85.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย 70 คน และเป็นเพศหญิง 130 คน คิดเป็น ร้อยละ 35 และ 65 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุมากกว่า 30 ปีจำนวน 115 คน คิดเป็น

ร้อยละ 57.50 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือระดับ มัธยมศึกษาปีที่ 6 ซึ่งฝ่ายงานฝ่ายสนับสนุนการผลิต มีจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 86 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งพนักงาน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 85

ตารางที่ 3 แสดงผลรวมคะแนนและอันดับจำแนกเป็นรายชื่อของ ประสิทธิภาพการใช้งานระบบจัดการ และค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ด ด้านประสิทธิภาพของโปรแกรม

ข้อ	ประสิทธิภาพของโปรแกรม	ผลรวมคะแนน	อันดับ
1	<u>การค้นหาสินทรัพย์</u> ความเร็วในการบันทึกข้อมูล ระยะเวลาในการค้นหาสินทรัพย์	909	2
2	<u>การแสดงผล</u> การคำนวณ และการประมวลผล รูปแบบการแสดงผลน่าสนใจ	865	4
3	<u>การใช้งาน</u> สะดวกง่าย ไม่ซับซ้อน	940	1
4	<u>ความเสถียร</u> แสดงผลข้อมูลสินทรัพย์ถูกต้อง ข้อมูลสินทรัพย์	870	3

จากตารางที่ 3 ด้านประสิทธิภาพของโปรแกรม พบว่าประสิทธิภาพของโปรแกรมด้านการใช้งาน สะดวกง่าย ไม่ซับซ้อน มีผลรวมคะแนนเป็นอันดับที่ 1 ประสิทธิภาพของโปรแกรมด้านการค้นหาสินทรัพย์ ความเร็ว ในการบันทึกข้อมูล ระยะเวลาในการค้นหาสินทรัพย์ ผลรวมคะแนนเป็นอันดับที่ 2 ประสิทธิภาพโปรแกรม ด้านความเสถียร แสดงผลข้อมูลสินทรัพย์ถูกต้อง ผลรวมคะแนนเป็นอันดับที่ 3 สำหรับอันดับสุดท้ายคือ ผลรวมคะแนนประสิทธิภาพโปรแกรมด้านการแสดงผล การคำนวณ และการประมวลผล รูปแบบการแสดงผลน่าสนใจ

ตารางที่ 4 แสดงผลรวมคะแนนและอันดับจำแนกเป็นรายชื่อของ ประสิทธิภาพการใช้งานระบบจัดการ และค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ด ด้านประสิทธิภาพของ สติกเกอร์คิวอาร์โค้ด

ข้อ	ประสิทธิภาพของ สติกเกอร์คิวอาร์โค้ด	ผลรวมคะแนน	อันดับ
5	รูปแบบ สติกเกอร์คิวอาร์โค้ด มีขนาดที่เหมาะสม รูปแบบ น่าสนใจ	890	2
6	รูปแบบ สติกเกอร์คิวอาร์โค้ด มีข้อมูลครบถ้วนตอบสนองกับ ความต้องการข้อมูล	845	3
7	รูปแบบ สติกเกอร์คิวอาร์โค้ด มีความคงทนต่อสภาวะแวดล้อม ของสถานที่ ไม่หลุดลอกง่าย	841	4
8	ความเร็วในการสแกนสติกเกอร์คิวอาร์โค้ด	936	1

จากตารางที่ 4 ด้านประสิทธิภาพของ สติกเกอร์คิวอาร์โค้ดพบว่า ประสิทธิภาพด้านความเร็ว ในการสแกน QR Code มีผลรวมคะแนนเป็นอันดับที่ 1 ประสิทธิภาพด้านรูปแบบ สติกเกอร์คิวอาร์โค้ด มีขนาดที่เหมาะสม รูปแบบน่าสนใจ มีผลรวมคะแนนเป็นอันดับที่ 2 ประสิทธิภาพด้านรูปแบบ สติกเกอร์ คิวอาร์โค้ด มีข้อมูลครบถ้วน ตอบสนองกับความต้องการข้อมูล มีผลรวมคะแนนเป็นอันดับที่ 3 และ ประสิทธิภาพ ด้าน รูปแบบ สติกเกอร์คิวอาร์โค้ด มีความคงทน ต่อสภาวะแวดล้อม ต่อสถานที่ ไม่หลุดลอก ง่าย มีผลรวมคะแนนเป็นอันดับที่ 4

ตารางที่ 5 แสดงผลรวมคะแนนและอันดับจำแนกเป็นรายชื่อของ ประสิทธิภาพการใช้งานระบบจัดการ และค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ดด้านประสิทธิภาพอื่นๆ

ข้อ	ประสิทธิภาพ ด้านอื่นๆ	ผลรวมคะแนน	อันดับ
9	ลดค่าใช้จ่าย ลดปริมาณเอกสาร และลดเวลา	936	1
10	อุปกรณ์ที่ใช้ในการสแกน QR Code สามารถใช้อุปกรณ์ได้หลาย ประเภทตามความสะดวกของผู้ใช้งาน	904	2
11	การอบรม คู่มือการสอนการใช้งาน	850	4
12	ความคุ้มค่าการลงทุนโครงการ QR Code	865	3

จากตารางที่ 5 ประสิทธิภาพด้านอื่นๆ พบว่าการลดค่าใช้จ่าย ลดปริมาณเอกสาร และลดเวลา มีผลรวมคะแนนเป็นอันดับที่ 1 ด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการสแกน QR Code สามารถใช้กับอุปกรณ์ได้หลายประเภทตามความสะดวกของผู้ใช้งาน มีผลรวมคะแนนเป็นอันดับที่ 2 ด้านความคุ้มค่าการลงทุน โครงการ QR Code มีผลรวมคะแนนเป็นอันดับที่ 3 และด้านการอบรม มีคู่มือสอนการใช้งาน มีผลรวมคะแนนเป็นอันดับที่ 4

ตารางที่ 6 อันดับและคะแนนรวมของประสิทธิภาพการใช้งานโปรแกรมในแต่ละด้าน

ประสิทธิภาพการใช้งานโปรแกรม	ระดับคะแนน						อันดับ ความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวมคะแนน	
ด้านประสิทธิภาพของโปรแกรม	2,150	1,356	78	0	0	3,584	2
ด้านประสิทธิภาพของ สติกเกอร์คิวอาร์โค้ด	2,250	1,284	78	0	0	3,612	1
ด้านประสิทธิภาพด้านอื่นๆ	2,190	1,242	123	0	0	3,555	3

เมื่อจัดอันดับความสำคัญโดยรวมเป็นรายด้านสำหรับประสิทธิภาพระบบจัดการและค้นหาสินทรัพย์ด้วยคิวอาร์โค้ด พบว่า ด้านประสิทธิภาพของโปรแกรมมีผลรวม 3,612 คะแนน เป็นอันดับที่ 1 ด้านประสิทธิภาพของโปรแกรม สติกเกอร์คิวอาร์โค้ด มีผลรวม 3,584 คะแนน เป็นอันดับที่ 2 และประสิทธิภาพด้านอื่นๆ มีผลรวม 3,555 คะแนน เป็นอันดับที่ 3 ดังแสดงในตารางที่ 6

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัญหาการค้นหาสินทรัพย์ของบริษัทคาเนมิทสึฟูลเลอร์ โดยวิเคราะห์ปัญหาจากระบบเดิมที่ใช้งานอยู่ ซึ่งใช้วิธีการบันทึกข้อมูลลงไฟล์ Excel และใช้เวลานานในการค้นหาสินทรัพย์ ในงานนี้มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีคิวอาร์โค้ด เพื่อพัฒนาระบบจัดการและค้นหาสินทรัพย์ ที่ช่วยลดเวลาและขั้นตอนการค้นหาสินทรัพย์ ในการวิเคราะห์ปัญหานั้น ผู้วิจัยใช้แผนภูมิแก่งปลา เพื่อหาสาเหตุของปัญหาพบว่า สาเหตุหลักคือแผนกบัญชีไม่มีโปรแกรมเฉพาะสำหรับการจัดการสินทรัพย์ ทำให้การจัดเก็บ

ข้อมูลสินทรัพย์มีความยุ่งยากและเกิดความซ้ำซ้อนของข้อมูล มีการบันทึกที่ไม่ครบถ้วนและข้อมูลไม่สัมพันธ์กัน ผู้วิจัย จึงพัฒนาระบบใหม่ที่มีการจัดการฐานข้อมูลและประยุกต์เทคโนโลยีคิวอาร์โค้ดมาใช้ในการค้นหาสินทรัพย์ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาประสิทธิภาพของระบบที่พัฒนา ด้วยการทดลองจับเวลาในการค้นหาสินทรัพย์เปรียบเทียบระหว่างระบบเดิมกับระบบใหม่ โดยให้ตัวแทนแผนกทำการค้นหาสินทรัพย์ขึ้นเดียวกัน พบว่าระบบเดิมใช้เวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 40 นาที/ต่อการค้นหา 1 รายการ แต่ระบบใหม่ใช้เวลาเพียง 1 นาที ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิญญา อุตราภรณ์ และเยาวลักษณ์ แก้วเขียน (2558) ที่ใช้คิวอาร์โค้ดควบคุมการจัดเก็บข้อมูลครุภัณฑ์ของกลุ่มสาขาวิชาจิตรกรรมและศิลปกรรม วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่าระบบคิวอาร์โค้ดสามารถลดระยะเวลาในการตรวจนับครุภัณฑ์ได้อย่างมาก และยังลดกำลังคนในการปฏิบัติงานอีกด้วย

จากการศึกษาประสิทธิภาพของระบบใหม่โดยประเมินความพึงพอใจในการใช้งานระบบของพนักงานจำนวน 200 คนพบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 30 ปี มีวุฒิการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 เป็นระดับพนักงานฝ่ายผลิตและฝ่ายสนับสนุนการผลิต ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้งานให้คะแนนประสิทธิภาพของโปรแกรมมากที่สุดในด้านการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน สำหรับประสิทธิภาพของ สติกเกอร์คิวอาร์โค้ด พบว่าคะแนนประสิทธิภาพด้านความเร็วในการสแกนคิวอาร์โค้ดมีผลรวมเป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากพนักงานส่วนใหญ่ มีความต้องการเข้าถึงข้อมูลสินทรัพย์ ด้วยความรวดเร็วมากที่สุด และระบบสามารถค้นหาได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเยาวภา เชื้อทองคำ (2558) ที่ได้นำเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ดมาช่วยแสดงผลเอกสารฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการสแกนรูปรหัสคิวอาร์โค้ดที่ตัวเล่ม ก็สามารถดูเอกสารฉบับเต็มได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ความพึงพอใจเฉลี่ยนี้สูงเป็นอันดับแรก ส่วนประสิทธิภาพด้านอื่นๆ ที่ได้คะแนนสูงสุดคือ ด้านลดค่าใช้จ่ายลดปริมาณเอกสาร และลดเวลา ทั้งนี้เพราะพนักงานต้องการมีส่วนร่วมในการลดค่าใช้จ่ายและลดปริมาณเอกสารให้กับบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณาณิน เผ่าจอน (2556) ที่พบว่า เมื่อใช้เทคโนโลยีบาร์โค้ดเพื่อกำหนดข้อบ่งชี้สินค้าในโรงงานผลิตท่อชิ้นส่วนยานยนต์ ทำให้สามารถลดกำลังคนตลอดกระบวนการผลิตได้ 5 คน ประหยัดกระดาษที่ใช้ในการเขียน และประหยัดต้นทุนทั้งสิ้นได้ 2,456,000 บาทต่อปี

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้สามารถขยายผลไปยังผู้ใช้งานในระดับใหญ่ขึ้นได้ โดยในอนาคตมุ่งมองการพัฒนาโปรแกรมควรจะพัฒนาตอบสนองรูปแบบ Web Application และ Mobile Application เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทได้อีก เช่น ผู้ตรวจสอบระบบ บริษัทในกลุ่มต่างประเทศ ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ที่ได้รับอนุญาตให้เข้าถึงข้อมูล

เอกสารอ้างอิง

- กฤตานน ณ ลำปาง. (2558). พัฒนาระบบการจัดการขอใช้ห้องประชุม บริษัท ไดเซล เซฟตี้ ซีส์เต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท ไดเซล เซฟตี้ เทคโนโลยีส์ (ประเทศไทย) จำกัด (การศึกษา ค้นคว้าอิสระ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- จักรกฤษณ์ หมั่นวิชา. (2557). การประยุกต์ใช้บาร์โค้ดสองมิติ (2D barcode) เพื่อการจัดการระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจ. วารสารหาดใหญ่วิชาการ, 12(2), 183-193
- ชวิศา พุ่มดนตรี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐวัฒน์ ศรีสวัสดิ์. (2558). การลดความสูญเสียในกระบวนการผลิตน้ำมัน โดยใช้ระบบ QCC (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ณัฐวุฒิ บุญใจวงศ์, และกษกร พระพรตระกูล. (2560). ความหลากหลายของคิวอาร์โค้ด. สมาคม สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯสยามบรมราชกุมารี, 6(1), 117-126.
- ณานิณ เผ่าจอน. (2556). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบาร์โค้ดสำหรับการกำหนดข้อบ่งชี้สินค้าใน โรงงานผลิตท่อขึ้นส่วนยานยนต์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธัญญา อุตราภรณ์, และเยาวลักษณ์ แก้วเอียน. (2558). ประสิทธิภาพระบบ QR Code เพื่อควบคุม ครุภัณฑ์ กรณี ศึกษา กลุ่มสาขาวิชาจิตรกรรมและศิลปกรรมวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล. วารสารการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย, 2, 1-8.
- นันทวัฒน์ สมเจษ. (2559). ความเป็นไปได้ในการนำระบบบาร์โค้ดมาใช้ในการพัฒนาระบบควบคุมและ บริหารจัดการคลังกองคลังสื่อสาร กรมการทหารสื่อสาร (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยเสนาธิการทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ.
- พัชรียา สุตา. (2555). การรับรู้ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อสินค้าผ่าน QR Code ในเขต กรุงเทพมหานคร (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี.

- พีรวิชญ์ ภาคนนท์กุล. (2557). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีคิวอาร์โค้ด (QR Code). *วารสารแม่โจ้ปริทัศน์*, 15(6), 40-45.
- เยาวภา เชื้อนคำ. (2558). การใช้ QR Code สำหรับวิทยานิพนธ์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยแม่โจ้. *PULINET Journal*, 2(2), 50-55.
- เรวัตี พูลสุข. (2555). พัฒนาระบบควบคุมมอเตอร์เพื่องานเกษตรผ่านพอร์ตขนานด้วยโปรแกรมวิชวล เบสิก. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- ลัดดาพร สุขแก้วฟ้า, และปทุมมาศ ยงยุทธ. (2557). การบริหารสินทรัพย์และจัดหารายได้ของ มหาวิทยาลัยของรัฐ (รายงานการวิจัย). นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- วัชรพล สังข์เอียด. (2560). ปัญหาที่อาจเกิดจากการปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 16 ปรับปรุง 2558 เรื่อง ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา
- วัลลภ สีลพันธุ์. (2559). การศึกษากระบวนการบริหารงานระบบสารสนเทศธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์. *วารสารวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 1(2), 93-103
- สมศักดิ์ อุปการงษ์. (2552). ความหมายของสินทรัพย์ โรงเรียนเชียรใหญ่ อำเภเชียรใหญ่ จังหวัด นครศรีธรรมราช. สืบค้น 10 ธันวาคม 2563, จาก http://www.thaigoodview.com/library/teachershow/nakhonsithamrat/sak_op/banchee/
- สุภัทรา สุวรรณหงษ์. (2552). โปรแกรมระบบวิดีโออิเล็กทรอนิกส์สำหรับสนับสนุนการจัดการความรู้ของ วิทยาลัยราชพฤกษ์ (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยราชพฤกษ์. สืบค้นจาก http://www.rpu.ac.th/Library_web/doc/RC_RR/2552_Sci_Supattra.pdf
- Ann, E. (2014). Orientation using QR Codes: iPADS in the library. *Library Media Connection*, 32(5), 52
- Rich, S. (2012). QR Code Blue. *Government Technology*, 25(10), 40-41

ความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร*

The Health Information Needs of the Elderly in the Bangkok Senior Citizen Club Federation

นันทิยา ทับทิม (Nantiya Tabtim)**

มาลี ล้าสกุล (Malee Lumsakul)***

วาริณี เขียมสวัสดิกุล (Warinee lemsawasdikul)****

*วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต แผนกวิชาสารสนเทศศาสตร์ สาขาวิชาศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

**นักศึกษาปริญญาโท, หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต แผนกวิชาสารสนเทศศาสตร์ สาขาวิชาศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, E-mail: au_23_tim@hotmail.com

***อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, E-mail: laaslmal@stou.ac.th

****อาจารย์ประจำสาขาวิชาพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, E-mail: warinee@yaho.com

ได้รับบทความ: 18 ก.พ. 64 / แก้ไขปรับปรุง: 2 พ.ย. 64 / อนุมัติให้ตีพิมพ์: 3 ธ.ค. 64 / เผยแพร่ออนไลน์: 21 ธ.ค. 64

DOI: 10.14456/rilj.2021.13

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร และ (2) เปรียบเทียบความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานครที่มีอายุและภาวะสุขภาพที่แตกต่างกัน

การวิจัยนี้เป็นแบบการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุ ชมรมผู้สูงอายุของศูนย์บริการสาธารณสุข จำนวน 4 แห่ง ในสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 304 คน ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบความแตกต่างรายคู่

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้สูงอายุ กลุ่มอายุ 60-69 ปี 70-79 ปี และ 80 ปีขึ้นไป มีความต้องการสารสนเทศ ด้านสุขภาพโดยรวมและรายด้านทุกด้าน คือ สารสนเทศเพื่อส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค และสารสนเทศเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพในระดับปานกลาง และทุกกลุ่มอายุมีความต้องการสารสนเทศเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพ ในด้านการปฏิบัติตามแผนการรักษา การวินิจฉัย การฟื้นฟู และการป้องกันภาวะแทรกซ้อนของโรค และสารสนเทศด้านการรับรู้ สนใจ และติดตามผลของพยาธิสภาพของโรคโดยรวมอยู่ในระดับมาก (2) การเปรียบเทียบความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพตามอายุ ผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกันมีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพโดยรวม และสารสนเทศเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยผู้สูงอายุที่มีอายุ 60-69 ปี มีความต้องการมากกว่ากลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และการเปรียบเทียบความต้องการสารสนเทศ ด้านสุขภาพตามภาวะสุขภาพ ผู้สูงอายุที่มีภาวะสุขภาพต่างกันมีความต้องการสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคล และสารสนเทศเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพ ด้านการรับรู้ สนใจดูแลและป้องกันผลข้างเคียงเนื่องจากโรคและการรักษา และด้านการเรียนรู้การมีชีวิตร่วมกับโรค หรือความพิการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวมีความต้องการมากกว่าผู้สูงอายุที่ไม่มีโรคประจำตัว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพ ผู้สูงอายุ สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร

Abstract

The research aimed to (1) study the health information needs and (2) compare health information needs of the elderly in the Bangkok Senior Citizen Club Federation with different ages and health conditions.

The survey research was conducted with 304 elderly, aged 60 years and over, of 4 public elderly club health centers in the Bangkok Senior Citizen Club Federation. They were selected based on specific random sampling. Data were collected by means of questionnaire. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, independent sample t-test, and One Way ANOVA.

The key findings were as follows: (1) The elderly, age groups 60-69 years, 70-79 years, and 80 years and over, needed health information overall and in all aspects; health promotion and disease prevention information and treatment and rehabilitation information were at a moderate level. All groups needed treatment and rehabilitation information, which were the implementation of treatment plans, diagnosis, rehabilitation, and prevention of disease complications information and the perception, interest, and follow-up of pathology information overall at a high level. (2) For the comparison of health information needs between the age groups, it was found that the elderly of different ages needed health information and treatment and rehabilitation information differently, at a significance level of 0.05. That is, the elderly aged 60-69 years had a higher need than the group aged 80 years and over, at a significance level of 0.05. For the comparison of health information needs between health conditions, it was found that the elderly with different health conditions needed information on health promotion and disease prevention information about perception, care, and prevention of side effects due to disease and treatment and education about living with a disease or disability differently, at a significance level of 0.05. That is, those with a congenital disease had a higher need than those without a congenital disease, at a significance level of 0.05.

Keywords: Health information needs, Elderly, Bangkok Senior Citizen Club Federation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ปี 2548 มีประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 10.5 ของประชากรทั้งประเทศ ซึ่งองค์การสหประชาชาติระบุว่าประเทศใดที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป

ในสัดส่วนเกินร้อยละ 10 หรือมีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป เกินร้อยละ 7 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ นั้นถือว่าประเทศดังกล่าวได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์เมื่อมีสัดส่วน ประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 หรือมีประชากรที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปร้อยละ 14 (มูลนิธิ สถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2558) และได้คาดการณ์ว่าประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ อย่างสมบูรณ์ภายในปี 2568 จะมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปประมาณ 14.4 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นเกินร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ (ณรงค์ สหเมธาพัฒน์, 2557 อ้างถึงใน อภาววรรณ ไสภณธรรมรักษ์, 2557)

ภาวะประชากรผู้สูงอายุของประเทศไทยที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วจะทำให้มีการเปลี่ยนแปลง ในทุกด้าน แต่ผลกระทบที่จะมีต่อผู้สูงอายุมากที่สุด คือ ด้านสุขภาพ เนื่องจากปัจจุบันสังคมไทย มีการเปลี่ยนแปลงจากครอบครัวขยายเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้นทำให้ผู้สูงอายุไม่ได้รับการดูแลและเอาใจใส่ เท่าที่ควร ผู้สูงอายุจึงต้องดูแลตนเอง ซึ่งสิ่งสำคัญที่ต้องใช้ในการดูแลสุขภาพของตนเองคือ ความรู้ด้านสุขภาพ ที่ตรงกับความต้องการเพื่อนำข้อมูลนี้มาใช้ในการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ อันเนื่องมาจากความเสื่อมถอยทางสรีระ เช่น รูปร่างหน้าตา ระบบไหลเวียนโลหิต ระบบประสาท ส่งผลให้ผู้สูงอายุเจ็บป่วยได้ง่าย เมื่อมีความเจ็บป่วยจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทางด้านจิตใจ เช่น ความวิตกกังวล เป็นต้น ประกอบกับวัยสูงอายุจะมีการสูญเสียบุคคลอันเป็นที่รัก ได้แก่ บิดา มารดา การสูญเสียสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ หรือการเกษียณ ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้สูงอายุได้ ทั้งด้านจิตใจและร่างกาย

การสำรวจปัญหาสุขภาพของผู้สูงอายุ พบว่า โรคที่ทำให้ผู้สูงอายุชายสูญเสียสุขภาพะ 5 อันดับแรก ได้แก่ โรคหลอดเลือดสมอง โรคหลอดเลือดหัวใจ ภาวะปอดอุดกั้นเรื้อรัง เบาหวาน และ โรคมะเร็งตับ สำหรับผู้สูงอายุหญิง ได้แก่ โรคหลอดเลือดสมอง โรคเบาหวาน โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคสมองเสื่อม และโรคซึมเศร้า นอกจากนี้ยังมีโรคเรื้อรังที่พบบ่อยในผู้สูงอายุไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ โรคความดันโลหิตสูง กลุ่มอาการเมตาบอลิก โรคอ้วนลงพุง ภาวะอ้วน และโรคข้อเสื่อม (กระทรวงสาธารณสุข. สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์, 2557) สอดคล้องกับงานวิจัยของจิราพร ทองดี, ดาราวรรณ รองเมือง, และฉันทนา นาคฉัตรีย์ (2557) ซึ่งพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ป่วยเป็นโรคเรื้อรังถึงร้อยละ 70 โรคที่พบบ่อย ได้แก่ ความดันโลหิตสูง ร้อยละ 34.5 เบาหวาน ร้อยละ 6.9 หัวใจและไตวายเรื้อรัง ร้อยละ 1.5 โรคเรื้อรังที่เกิดขึ้นนี้ต้องการการดูแลรักษาที่ต่อเนื่องตลอดชีวิตเพื่อควบคุมโรคมิให้รุนแรง เกิดภาวะแทรกซ้อนตามมา ผู้สูงอายุที่มีปัญหาสุขภาพ จึงต้องได้รับการดูแลเพื่อให้โรคทุเลา ไม่เกิดภาวะแทรกซ้อน นอกจากนี้ผู้สูงอายุที่มีสุขภาพดียังต้องดูแลตนเองให้สามารถดำรงสุขภาพดีต่อไป ด้วยการสร้างเสริมสุขภาพ ส่วนผู้สูงอายุกลุ่มเสี่ยงต้องดูแลตนเองมิให้เจ็บป่วยด้วยการป้องกันโรค และ ผู้สูงอายุที่มีความพิการต้องได้รับการดูแลให้ปราศจากความพิการด้วยการฟื้นฟูสภาพ

การดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุให้มีสุขภาพที่แข็งแรงและสามารถที่จะช่วยเหลือตนเองได้ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้สูงอายุจะต้องมีความรู้ทางด้านสุขภาพที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้สูงอายุนำข้อมูลต่างๆ เหล่านี้มาใช้ในการดูแลสุขภาพของตนเอง ให้มีสุขภาพที่แข็งแรง ความรู้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับสุขภาพที่สำคัญ จะต้องครอบคลุมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1) ข้อมูลสุขภาพในการส่งเสริมสุขภาพสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีสุขภาพดี เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ผู้สูงอายุสามารถดูแลสุขภาพของตนเองได้อย่าง มีคุณภาพ และป้องกันการเกิดโรค ในอนาคต 2) ข้อมูลสุขภาพในการป้องกันโรคสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค เป็นการลดความเสี่ยง และสร้างภูมิคุ้มกันต่อการเกิดโรค ทั้งทางกาย จิตใจ และอารมณ์ 3) ข้อมูลสุขภาพในการรักษาโรคสำหรับ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีปัญหาสุขภาพ ครอบคลุมข้อมูลการดูแลรักษาและการปฏิบัติตัวเมื่อป่วยเป็นโรค เพื่อการบำบัดและป้องกันภาวะแทรกซ้อนที่จะทำให้เสียชีวิตให้ผู้ป่วยสามารถกลับสู่สภาวะปกติโดยเร็ว และ 4) ข้อมูลสุขภาพในการฟื้นฟูสภาพสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุที่พิการ เพื่อการฟื้นฟูสภาพร่างกายหลังเจ็บป่วยให้ดีขึ้น รวมถึงการรักษาและดำรงไว้ซึ่งส่วนที่เสื่อมหรือเสียไปแล้วให้คงอยู่ในสภาพเดิมไม่เสื่อมเพิ่มมากขึ้นตามหลักการ ของเพนเดอร์ (Pender, 1996 อ้างถึงใน วาริณี เขียมสวัสดิกุล, 2558, น. 5-17) และโอเรม (Orem, 1991 อ้างถึงใน กอบกุล พันธุ์เจริญวรกุล, 2553, น. 143-144) จะเห็นได้ว่าความรู้และสารสนเทศด้านสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญ สำหรับผู้สูงอายุที่จะใช้ประโยชน์ในการส่งเสริม การป้องกันหรือชะลอการเกิดโรค การพิการหรือการทุพพลภาพ การรักษาโรค และการฟื้นฟูสภาพ เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี ดังแนวความคิดทฤษฎี ตัวแบบพฤติกรรมสารสนเทศของวิลสัน (Wilson, 1999 อ้างใน อารีย์ ชื่นวัฒนา, 2560 น. 13-11 – 13-12) ที่ระบุว่าพฤติกรรมสารสนเทศเกิดจากแรงผลักดันความต้องการสารสนเทศจากภายในของผู้ใช้ โดยผู้ใช้ จะมีความต้องการสารสนเทศต่างกันออกไปตามปัญหาของแต่ละบุคคลตามตัวแปรแทรกซ้อนสำหรับผู้สูงอายุ ได้แก่ อายุ และภาวะสุขภาพของกลุ่มผู้สูงอายุ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอายุ 60-69 ปี กลุ่มอายุ 70-79 ปี และ กลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไป ซึ่งผู้สูงอายุแต่ละรายมีปัญหาสุขภาพที่แตกต่างกัน ความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพ จึงแตกต่างกันตามปัญหาสุขภาพที่ตนเองประสบ กรณีที่ผู้สูงอายุไม่มีโรคประจำตัวจำเป็นต้องดูแลร่างกาย ให้แข็งแรง เพนเดอร์ (Pender, 1996 อ้างถึงใน วาริณี เขียมสวัสดิกุล, 2558, น. 5-17) ได้เสนอการส่งเสริมสุขภาพ และการป้องกันโรคไว้ 6 ด้าน ได้แก่ 1) ความรับผิดชอบต่อสุขภาพ 2) กิจกรรมทางกาย ได้แก่ การออกกำลังกาย และการพักผ่อน 3) โภชนาการ 4) สัมพันธภาพระหว่างบุคคล 5) การพัฒนาจิตวิญญาณ และ 6) การจัดการ ความเครียด (Pender, 1996 อ้างถึงใน วาริณี เขียมสวัสดิกุล, 2558, น. 5-17) สำหรับผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัว จำเป็นที่จะต้องรักษาและคงไว้ไม่ให้โรคประจำตัวมีความรุนแรง หรือภาวะแทรกซ้อนเพิ่มขึ้น โอเรม (Orem, 1991 อ้างถึงใน กอบกุล พันธุ์เจริญวรกุล, 2553, น. 143-144) เสนอทฤษฎีความต้องการการดูแลตนเอง ตามภาวะเปี่ยงเบนทางสุขภาพไว้ 6 ด้าน คือ 1) แสวงหาความช่วยเหลือที่ปลอดภัยและเหมาะสมจากเจ้าหน้าที่ สุขภาพ 2) รับรู้ สนใจ และติดตามผลของพยาธิสภาพ รวมถึงผลที่อาจกระทบต่อพัฒนาการของตนเอง

3) ปฏิบัติตามแผนการรักษา การวินิจฉัย การฟื้นฟู และการป้องกันภาวะแทรกซ้อน ที่อาจเกิดขึ้น
4) รับรู้ สนใจ ดูแลและป้องกันผลข้างเคียงเนื่องจากโรคและการรักษา 5) ปรับอัตมโนทัศน์ และ 6) เรียนรู้
การมีชีวิตร่วมกับโรค หรือความพิการ (Orem, 1991 อ้างถึงใน กอบกุล พันธุ์เจริญวรกุล, 2553, น. 143-144)

ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพของผู้สูงอายุที่เสื่อมถอยลง และสนใจที่จะศึกษา
ถึงความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุใช้ในการส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค
การรักษาโรค และการฟื้นฟูสภาพของผู้สูงอายุ เพื่อที่จะนำผลการศึกษาความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพ
นี้ไปเป็นข้อมูลพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำสารสนเทศและการบริการสารสนเทศเพื่อส่งเสริมสุขภาพ
ของผู้สูงอายุ และเลือกสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่อยู่ในเมืองใหญ่
มีความหลากหลาย และมีความสามารถที่จะเข้าถึงสารสนเทศด้านสุขภาพได้ อันจะเป็นการส่งเสริม
ให้ผู้สูงอายุสามารถดูแลตนเองให้มีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีต่อไป

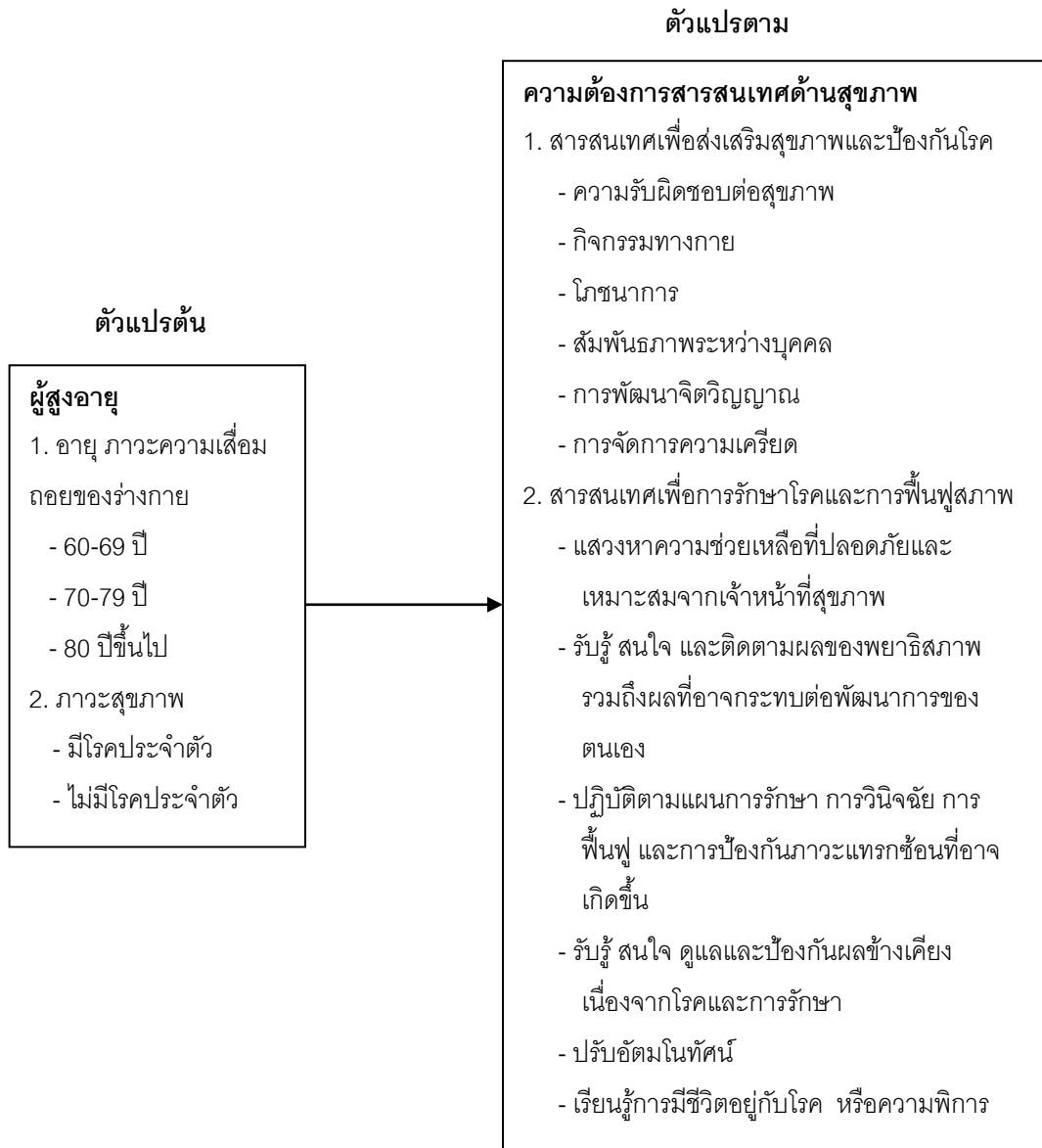
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุ
กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุ
กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุและภาวะสุขภาพที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุของสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุ
กรุงเทพมหานคร โดยได้นำทฤษฎีตัวแบบพฤติกรรมสารสนเทศของวิลสัน (Wilson, 1999 อ้างใน อารีย์
ชีวันวัฒนา, 2560, น. 13-11 – 13-12) ซึ่งเป็นทฤษฎีตัวแบบทั่วไปของพฤติกรรมสารสนเทศมาใช้ ทฤษฎีนี้
ระบุว่าพฤติกรรมสารสนเทศเกิดจากแรงผลักดันความต้องการสารสนเทศจากภายในตัวของผู้ใช้ ดังนั้น
จึงนำมาปรับใช้กับความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ คือ เมื่อผู้สูงอายุเกิดมีอายุเพิ่มขึ้น
และมีร่างกายที่เสื่อมถอยซึ่งในผู้สูงอายุบางรายอาจมีโรคประจำตัวก่อให้เกิดความเครียดและ
การเผชิญปัญหาด้านสุขภาพ และเป็นแรงผลักดันให้ผู้สูงอายุเกิดความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพ

เพื่อใช้ในการดูแลสุขภาพของตนเองให้สามารถดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างปกติ นอกจากนี้ ยังให้ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพ ได้แก่ เพนเดอร์ (Pender, 1996 อ้างถึงใน วาริณี เขี่ยมสวัสดิกุล, 2558, น. 5-17) ได้เสนอทฤษฎีพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพ สำหรับการส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุที่ยังไม่มีโรคประจำตัว 6 ด้าน คือ 1) ความรับผิดชอบต่อสุขภาพ 2) กิจกรรมทางกาย ได้แก่ การออกกำลังกายและการพักผ่อน 3) โภชนาการ 4) สัมพันธภาพระหว่างบุคคล 5) การพัฒนาจิตวิญญาณ และ 6) การจัดการความเครียด และในกรณีที่ผู้สูงอายุมีโรคประจำตัว โอเรม (Orem, 1991 อ้างถึงใน กอบกุล พันธุ์เจริญวรกุล, 2553, น.143-144) เสนอทฤษฎีความต้องการการดูแลตนเองตามภาวะเปี่ยงเบนทางสุขภาพของบุคคล หรือเมื่อเกิดการเจ็บป่วย ซึ่งเสนอการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพไว้ 6 ด้าน คือ 1) แสวงหาความช่วยเหลือที่ปลอดภัยและเหมาะสมจากเจ้าหน้าที่สุขภาพ 2) รับรู้ สนใจ และติดตามผลของพยาธิสภาพ รวมถึงผลที่อาจกระทบต่อพัฒนาการของตนเอง 3) ปฏิบัติตามแผนการรักษา การวินิจฉัย การฟื้นฟู และการป้องกันภาวะแทรกซ้อนที่อาจเกิดขึ้น 4) รับรู้ สนใจ ดูแลและป้องกันผลข้างเคียงเนื่องจากโรคและการรักษา 5) ปรับอัตมโนทัศน์ และ 6) เรียนรู้การมีชีวิตรอยู่กับโรค หรือความพิการ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีทั้งสามมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดเพื่อศึกษาความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุของสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร ดังนี้



กรอบแนวคิดการวิจัยความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ

สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

ผู้สูงอายุกลุ่มอายุ 60-69 ปี มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพมากกว่าผู้สูงอายุกลุ่มอายุ 70-79 ปี และ 80 ปีขึ้นไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ หมายถึง ภาวะที่ผู้สูงอายุตระหนักถึงการขาดสารสนเทศเกี่ยวกับสุขภาพ จึงเกิดความต้องการสารสนเทศ เพื่อใช้ในการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค รวมถึงการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพ

สารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค หมายถึง ข้อมูลและความรู้ทางด้านสุขภาพที่ใช้ในการส่งเสริมสุขภาพ และการป้องกันโรค ซึ่งครอบคลุมทั้ง 6 ด้าน คือ ความรับผิดชอบต่อสุขภาพ กิจกรรมทางกาย โภชนาการ สัมพันธภาพระหว่างบุคคล การพัฒนาจิตวิญญาณ และการจัดการความเครียด

สารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพ หมายถึง ข้อมูลและความรู้ทางด้านสุขภาพที่ใช้ในการรักษา และการฟื้นฟูสภาพ และครอบคลุมทั้ง 6 ด้าน คือ แสวงหาความช่วยเหลือที่ปลอดภัยและเหมาะสมจากเจ้าหน้าที่สุขภาพ การรับรู้ สนใจ และติดตามผลของพยาธิสภาพ รวมถึงผลที่อาจกระทบต่อพัฒนาการของตนเอง การปฏิบัติตามแผนการรักษา การวินิจฉัย การฟื้นฟู และการป้องกันภาวะแทรกซ้อนที่อาจเกิดขึ้น การรับรู้ สนใจ ดูแลและป้องกันผลข้างเคียงเนื่องจากโรคและการรักษา การปรับอัตมโนทัศน์ และการเรียนรู้การมีชีวิตร่วมอยู่กับโรค หรือความพิการ

ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทั้งชายและหญิงที่เป็นสมาชิกของสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร 3 กลุ่ม คือ กลุ่มอายุ 60-69 ปี 70-79 ปี และ 80 ปีขึ้นไป

สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร หมายถึง การรวมตัวของชมรมผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร และร่วมกันจัดตั้งเป็นองค์กรผู้สูงอายุภายใต้ชื่อสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร

ภาวะสุขภาพ หมายถึง ภาวะทางร่างกายและจิตใจที่เกิดเปลี่ยนแปลง การเสื่อมถอยทางด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานครที่ก่อให้เกิดโรคประจำตัว และไม่ก่อให้เกิดโรคประจำตัว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้สูงอายุซึ่งเป็นสมาชิกชมรมผู้สูงอายุของสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นการเลือกแบบเจาะจง โดยคัดเลือกชมรมผู้สูงอายุภายใต้การดูแลของศูนย์บริการสาธารณสุขที่มีความพร้อม และมีสมาชิกผู้สูงอายุในชมรมที่ชัดเจน 4 แห่ง คือ 1) ชมรมผู้สูงอายุ ศูนย์บริการสาธารณสุข 11 2) ชมรมผู้สูงอายุ ศูนย์บริการสาธารณสุข 17 3) ชมรมผู้สูงอายุ ศูนย์บริการสาธารณสุข 29 และ 4) ชมรมผู้สูงอายุ ศูนย์บริการสาธารณสุข 64 จากศูนย์บริการสาธารณสุข สังกัดสำนักอนามัย 12 แห่ง รวมจำนวนสมาชิก 1,433 คน (กองสร้างเสริมสุขภาพ. สำนักอนามัยสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร, 2553) โดยใช้ตารางเครชีและมอร์แกน ได้ประชากรกลุ่มตัวอย่าง 304 คน (พวพันธุ์เมฆา, 2554, น. 3-106) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อน 3% เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ความต้องการสารสนเทศเพื่อส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค และความต้องการสารสนเทศเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด และตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยพิจารณาความถูกต้อง ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในคำถาม และทดลองใช้กับกลุ่มทดลอง จำนวน 30 คน และนำแบบสอบถามหาค่าความเที่ยงโดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้รับเอกสารรับรองโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช รหัสโครงการ IRB-SHS 2018/1004/44 และได้รับหนังสือรับรองโครงการวิจัยคณะกรรมการจริยธรรมในคน กรุงเทพมหานคร รหัสโครงการ U041h/61_EXP เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลจากสำนักอนามัยกรุงเทพมหานคร และได้รับความอนุเคราะห์จากสำนักอนามัยที่ดูแลสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร ในการจัดเก็บข้อมูลจากประชากรของชมรมผู้สูงอายุ ศูนย์บริการสาธารณสุข 4 แห่ง และได้มีการพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมของชมรมผู้สูงอายุชายและหญิง ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้สูงอายุตอนต้น

ที่อายุระหว่าง 60-69 ปี ผู้สูงอายุตอนกลางอายุระหว่าง 70-79 ปี และผู้สูงอายุตอนปลายอายุ 80 ปีขึ้นไป ของศูนย์บริการสาธารณสุขแห่งละ 76 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 304 คน คิดเป็น 100% ซึ่งแสดงเจตนา ยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน ค่า F-test (One Way ANOVA) และค่าIndependent-Samples T-test

ผลการวิจัย

1. **ข้อมูลส่วนบุคคล** ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้สูงอายุของสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุ กรุงเทพมหานคร จำนวน 304 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 257 คน (ร้อยละ 84.50) เพศชาย 47 คน (ร้อยละ 15.50) มีอายุ 60-69 ปี และ 70-79 ปี มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 127 คน (ร้อยละ 41.78) และ 122 คน (ร้อยละ 40.13) และอายุ 80 ปี ขึ้นไป 55 คน (ร้อยละ 18.09)

ส่วนมากมีระดับการศึกษาประถมศึกษา 141 คน (ร้อยละ 46.40) ปริญญาตรี 45 คน (ร้อยละ 14.80) และมัธยมศึกษาตอนปลาย 40 คน (ร้อยละ 13.20) ตามลำดับ มีระดับรายได้ น้อยกว่า 3,000 บาท 147 คน (ร้อยละ 48.35) มากกว่า 10,000 บาท 68 คน (ร้อยละ 22.37) และมีรายได้ 3,000-5,000 บาท 48 คน (ร้อยละ 15.80) ตามลำดับ

อาศัยกับบุตร หลาน หรือญาติ 226 คน (ร้อยละ 74.34) อยู่กับคู่สมรส 49 คน (ร้อยละ 16.12) และอยู่คนเดียว 29 คน (ร้อยละ 9.54) โดยผู้สูงอายุมีคนเดียว 216 คน (ร้อยละ 71.10) และไม่มีคนเดียว 88 คน (ร้อยละ 28.90) ซึ่งผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่ต้องการความช่วยเหลือ 229 คน (ร้อยละ 75.30) และ ต้องการความช่วยเหลือ 75 คน (ร้อยละ 24.70)

ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีโรคประจำตัว 245 คน (ร้อยละ 80.59) โดยมีโรคประจำตัว 1 โรค มากที่สุด 119 คน (ร้อยละ 48.57) โดยเป็นโรคความดันโลหิตสูงมากที่สุด 156 คน (ร้อยละ 63.67) รองลงมา เป็นโรคไขมันในเลือดสูง 101 คน (ร้อยละ 41.22) และโรคเบาหวาน 57 คน (ร้อยละ 23.26) ซึ่งกลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไป มีโรคประจำตัวมากที่สุด จำนวน 49 คน (ร้อยละ 89.09) รองลงมา คือ กลุ่มอายุ 70-79 ปี จำนวน 104 คน (ร้อยละ 85.25) น้อยที่สุด คือ กลุ่มอายุ 60-69 ปี จำนวน 92 คน (ร้อยละ 72.44) และ ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงของร่างกายที่มีผลต่อความต้องการข้อมูลด้านสุขภาพ 195 คน (ร้อยละ 64.14) รองลงมา มีปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางด้านปัญญา 123 คน (ร้อยละ 40.46) และ น้อยที่สุดมีปัญหาด้านบทบาททางสังคมและการงาน 81 คน (ร้อยละ 26.64)

2. ความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพ

2.1 ความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ผู้สูงอายุของสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานครมีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$, $SD = 0.93$) เมื่อพิจารณาตามกลุ่มอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 60-69 ปี มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, $SD = 0.90$)

ผู้สูงอายุมีความต้องการสารสนเทศเพื่อส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคโดยรวม และรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$, $SD = 1.00$) เมื่อพิจารณาตามกลุ่มอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไป มีความต้องการสารสนเทศเพื่อส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรครายด้านทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มอายุ 70-79 ปีมีความต้องการสารสนเทศด้านกิจกรรม และด้านโภชนาการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, $SD = 1.06$ และ $\bar{X} = 3.54$, $SD = 0.97$ ตามลำดับ) ส่วนด้านอื่นอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มอายุ 60-69 ปี มีความต้องการสารสนเทศด้านกิจกรรม ด้านโภชนาการ และด้านความรับผิดชอบต่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, $SD = 1.17$, $\bar{X} = 3.56$, $SD = 1.12$ และ $\bar{X} = 3.53$, $SD = 0.09$ ตามลำดับ) ส่วนด้านอื่นอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้สูงอายุมีความต้องการสารสนเทศเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$, $SD = 0.95$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการสารสนเทศด้านการปฏิบัติตามแผนการรักษา การวินิจฉัย การฟื้นฟู และการป้องกันภาวะแทรกซ้อน และด้านการรับรู้ สนใจ และติดตามผลของพยาธิสภาพ หรือสภาพของโรค อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, $SD = 1.15$ และ $\bar{X} = 3.63$, $SD = 1.22$ ตามลำดับ) ส่วนด้านอื่นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามกลุ่มอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไป มีความต้องการสารสนเทศรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มอายุ 70-79 ปีมีความต้องการสารสนเทศด้านการปฏิบัติตามแผนการรักษา การวินิจฉัย การฟื้นฟู และการป้องกันภาวะแทรกซ้อน ด้านการรับรู้ สนใจ และติดตามผลของพยาธิสภาพ หรือสภาพของโรค และด้านการรับรู้ สนใจ ดูแลและป้องกันผลข้างเคียงเนื่องจากโรคและการรักษาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, $SD = 1.14$, $\bar{X} = 3.63$, $SD = 1.19$ และ $\bar{X} = 3.51$, $SD = 1.10$ ตามลำดับ) ส่วนด้านอื่นอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มอายุ 60-69 ปี มีความต้องการสารสนเทศรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการรับรู้ สนใจ และติดตามผลของพยาธิสภาพ หรือสภาพของโรค ($\bar{X} = 3.86$, $SD = 1.13$) ด้านการปฏิบัติตามแผนการรักษา การวินิจฉัย การฟื้นฟู และการป้องกันภาวะแทรกซ้อน ($\bar{X} = 3.83$, $SD = 1.07$) ด้านการปรับอัมมโนทัศน์

หรือการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากความเจ็บป่วยและการรักษา ($\bar{X} = 3.63$, $SD = 1.05$) ด้านความช่วยเหลือที่ปลอดภัยและเหมาะสมจากเจ้าหน้าที่สุขภาพ ($\bar{X} = 3.56$, $SD = 1.05$) และด้านการรับรู้ สนใจ ดูแลและป้องกันผลข้างเคียงเนื่องจากโรคและการรักษา ($\bar{X} = 3.55$, $SD = 1.15$) ยกเว้นด้านการเรียนรู้การมีชีวิตร่วมกับโรค หรือความพิการอยู่ในระดับปานกลาง

2.2 ความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามภาวะสุขภาพ

ผู้สูงอายุที่ไม่มีโรคประจำตัวและมีโรคประจำตัวมีความต้องการสารสนเทศสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$, $SD = 0.97$ และ $\bar{X} = 3.42$, $SD = 0.91$ ตามลำดับ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทั้งสองกลุ่มมีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านสารสนเทศเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพ ผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, $SD = 0.93$)

ผู้สูงอายุที่ไม่มีโรคประจำตัวและมีโรคประจำตัว มีความต้องการสารสนเทศสุขภาพเพื่อการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$, $SD = 1.05$ และ $\bar{X} = 3.34$, $SD = 0.99$ ตามลำดับ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทั้งสองกลุ่มมีความต้องการสารสนเทศสุขภาพเพื่อการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค รายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านกิจกรรมและโภชนาการ ผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, $SD = 1.15$ และ $\bar{X} = 3.56$, $SD = 1.03$ ตามลำดับ)

ผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวและไม่มีโรคประจำตัวมีความต้องการสารสนเทศสุขภาพเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก และปานกลาง ($\bar{X} = 3.51$, $SD = 0.93$ และ $\bar{X} = 3.29$, $SD = 1.01$ ตามลำดับ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวมีความต้องการสารสนเทศเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพ รายด้านเกือบทุกด้านอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการปฏิบัติตามแผนการรักษา การวินิจฉัย การฟื้นฟู และการป้องกันภาวะแทรกซ้อน ($\bar{X} = 3.69$, $SD = 1.13$) ด้านการเรียนรู้ สนใจ และติดตามผลของพยาธิสภาพ หรือสภาพของโรค ($\bar{X} = 3.67$, $SD = 1.20$) ด้านการปรับทัศนคติหรือการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากความเจ็บป่วยและการรักษา ($\bar{X} = 3.53$, $SD = 1.09$) และด้านการรับรู้ สนใจ ดูแลและป้องกันผลข้างเคียงเนื่องจากโรคและการรักษา ($\bar{X} = 3.52$, $SD = 1.09$) ยกเว้นด้านความช่วยเหลือที่ปลอดภัยและเหมาะสมจากเจ้าหน้าที่สุขภาพ และด้านการเรียนรู้การมีชีวิตร่วมกับโรค หรือความพิการอยู่ในระดับปานกลาง ผู้สูงอายุที่ไม่มีโรคประจำตัวมีความต้องการสารสนเทศเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง

3. เปรียบเทียบความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพ

3.1 เปรียบเทียบความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานครที่มีอายุที่แตกต่างกัน

ผู้สูงอายุที่มีกลุ่มอายุต่างกันมีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60-69 ปี มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพโดยรวมมากกว่ากลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้สูงอายุที่มีกลุ่มอายุต่างกันมีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรคโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความต้องการสารสนเทศด้านกิจกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60-69 ปี มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรค ด้านกิจกรรมมากกว่ากลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้สูงอายุที่มีกลุ่มอายุต่างกันมีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการรักษาโรค และการฟื้นฟูสภาพโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความต้องการสารสนเทศ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความช่วยเหลือที่ปลอดภัยและเหมาะสมจากเจ้าหน้าที่สุขภาพ ด้านการรับรู้ สนใจ และติดตามผลของพยาธิสภาพ หรือสภาพของโรค และด้านการปฏิบัติตามแผนการรักษา การวินิจฉัย การฟื้นฟู และการป้องกันภาวะแทรกซ้อนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60-69 ปี มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพมากกว่ากลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60-69 ปี มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพ ด้านความช่วยเหลือที่ปลอดภัยและเหมาะสมจากเจ้าหน้าที่สุขภาพมากกว่ากลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60-69 ปี และอายุ 70-79 ปี มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพ ด้านการรับรู้ สนใจ และติดตามผลของพยาธิสภาพ หรือสภาพของโรค และด้านการปฏิบัติตามแผนการรักษา การวินิจฉัย การฟื้นฟู และการป้องกันภาวะแทรกซ้อน มากกว่ากลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 เปรียบเทียบความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานครที่มีภาวะสุขภาพที่แตกต่างกัน

ผู้สูงอายุที่มีภาวะสุขภาพต่างกันมีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพโดยรวมและรายด้านโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผู้สูงอายุที่มีภาวะสุขภาพต่างกันมีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรคโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้สูงอายุที่มีภาวะสุขภาพต่างกัน มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรค ด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวมีความต้องการมากกว่าผู้สูงอายุที่ไม่มีโรคประจำตัว

ผู้สูงอายุที่มีภาวะสุขภาพต่างกันมีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟู สภาพโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้สูงอายุที่มีภาวะสุขภาพต่างกันมีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพ ด้านการรับรู้ สุนใจ ดูแลและป้องกันผลข้างเคียงเนื่องจากโรคและการรักษา และด้านการเรียนรู้การมีชีวิตร่วมกับโรค หรือความพิการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวมีความต้องการมากกว่าผู้สูงอายุที่ไม่มีโรคประจำตัว

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษาความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร มีประเด็นการอภิปรายเกี่ยวกับความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพจำแนกตามอายุ ความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพจำแนกตามภาวะสุขภาพ และสอดคล้องตามสมมติฐาน คือ ผู้สูงอายุกลุ่มอายุ 60-69 ปี มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพมากกว่าผู้สูงอายุกลุ่มอายุ 70-79 ปี และ 80 ปีขึ้นไป ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพจำแนกตามอายุ ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุกลุ่มอายุ 60-69 ปี 70-79 ปี และ 80 ปีขึ้นไป มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพโดยรวม และสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคและสารสนเทศเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้สูงอายุที่มีอายุ 60-69 ปี มีความต้องการสารสนเทศเพื่อการรักษาโรคและฟื้นฟูสภาพโดยรวมและ

รายด้านทุกด้านในระดับมาก และมีความต้องการสารสนเทศเพื่อส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ด้านกิจกรรมด้านโภชนาการ และความรับผิดชอบต่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก

การเปรียบเทียบความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพตามกลุ่มอายุ ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกันมีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพโดยรวม สารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟู สภาพโดยรวมและรายด้าน และสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรครายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สูงอายุที่มีอายุ 60-69 ปี มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพโดยรวม สารสนเทศเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ 1) ด้านความช่วยเหลือที่ปลอดภัยและเหมาะสมจากเจ้าหน้าที่สุขภาพ 2) ด้านการรับรู้สนใจ และติดตามผลของพยาธิสภาพ หรือสภาพของโรค และ 3) ด้านการปฏิบัติตามแผนการรักษา การวินิจฉัย การฟื้นฟู และการป้องกันภาวะแทรกซ้อน และสารสนเทศเพื่อส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค รายด้าน คือ ด้านกิจกรรม การออกกำลังกายและการพักผ่อน มากกว่ากลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยที่พบว่า ผู้สูงอายุกลุ่มอายุ 60-69 ปี มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพมากกว่ากลุ่มอายุ 70-79 ปี และ 80 ปีขึ้นไป เนื่องจากกลุ่มอายุ 60-69 ปี ร่างกายเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงจากความสูงอายุและการเสื่อมเนื่องจากการปรับเปลี่ยนของสภาพร่างกายซึ่งจะเกิดขึ้นแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล เช่น การเปลี่ยนแปลงของระบบผิวหนัง โดยผิวหนังของผู้สูงอายุจะบางลง เหี่ยวและมีรอยย่นเนื่องจากน้ำและไขมันใต้ผิวหนังลดน้อยลงมีผลทำให้ผิวหนังแห้งแตกง่าย แผลหายช้าลง ระบบกล้ามเนื้อและกระดูกกล้ามเนื้อจะมีจำนวนและขนาดเส้นใยลดลง การทำงานของเอนไซม์ในกล้ามเนื้อลดลง ปริมาณของกลัยโคเจนและโปรตีนที่สะสมในกล้ามเนื้อลดลง กล้ามเนื้อมีอาการสั่น เหน็ดเหนื่อยทำให้รีเฟล็กซ์ลดลงและการไม่เคลื่อนไหวของกล้ามเนื้อเป็นเวลานานๆ เป็นสาเหตุให้กล้ามเนื้อฝ่อลีบ (ประเสริฐ อัสสันตชัย, 2552) สำหรับเพศหญิงฮอร์โมนเอสโตรเจนซึ่งทำหน้าที่กระตุ้นการทำงานของเซลล์กระดูกลดลงหลังวัยหมดประจำเดือน ส่งผลให้แคลเซียมมีการสลายออกจากกระดูกร้อยละ 2.5 ต่อปี ทำให้กระดูกเปราะบางและแตกหักง่าย (วิไลวรรณ ทองเจริญ, 2548) ส่วนในระบบทางเดินอาหาร คือ ฟันมีสีคล้ำ ตัวเคลือบฟันจะมีลักษณะบางแตกง่าย เหงือกอักเสบ ฟันผุหลุดร่วง หลอดอาหารมีการเคลื่อนไหวที่ลดลงเนื่องจากการอ่อนกำลังของกล้ามเนื้อหลอดอาหาร กล้ามเนื้อหูรูดคลายหลอดอาหารหย่อนตัวทำงานช้า เป็นสาเหตุทำให้มีการย้อนอาหารจากกระเพาะและมีอาการแสบยอดอก หรือเกิดการสำลักอาหารเข้าไปในปอดจนเกิดภาวะปอดอักเสบ (คิลเนอร์ และเจน (Kilner & Jane, 1997) และระบบของต่อมไทรอยด์ต่างๆ ที่เริ่มมีการทำงานที่ผิดปกติเกิดปัจจัยเสี่ยงต่างๆ และปัญหา

สุขภาพส่วนบุคคล เช่น ความดันโลหิตสูง ไขมัน เป็นต้น ผู้สูงอายุกลุ่มอายุ 60-69 ปี จึงต้องการหาสารสนเทศด้านสุขภาพจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ บุคลากรทางการแพทย์ สื่อมวลชน และอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ด้านบริการสาธารณสุข เฟซบุ๊ก ไลน์ เพื่อเสริมให้ตนเองมีความรู้ จึงเกิดความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อใช้ในการดูแลสุขภาพของตนเองมากกว่ากลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไป ที่สามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมาช่วงวัยสูงอายุได้แล้ว ประกอบกับกลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไปเป็นวัยพึ่งพาและต้องการความช่วยเหลือจากผู้อื่น ความสามารถในการหาสารสนเทศด้านสุขภาพด้วยตนเองน้อยลง จึงเกิดความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพน้อยลงตามไปด้วย

ทั้งนี้ตามพฤติกรรมกรรมการส่งเสริมสุขภาพสามารถอธิบายได้ว่า บุคคลจะมีการดูแลตนเองตามระยะพัฒนาการ โดยเชื่อว่าบุคคลทุกคนต้องการมีสุขภาพที่ดี และพยายามหาวิธีการรักษาสมาคมของตนเองกับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม การที่กลุ่มอายุ 60-69 ปี มีความต้องการสารสนเทศและสามารถหาความรู้เพื่อดูแลตนเองด้านสุขภาพได้ดีกว่ากลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไป เพราะมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ

- 1) คุณลักษณะและประสบการณ์ของบุคคล ได้แก่ พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องต่างๆ และปัจจัยส่วนบุคคลคือปัจจัยด้านชีวภาพ เช่น อายุที่ยังเริ่มเพิ่มขึ้นและสภาพร่างกายที่เริ่มเสื่อมถอย ปัจจัยด้านจิตใจ เช่น มีการรับรู้สภาวะสุขภาพและแรงจูงใจในการดูแลสุขภาพให้สมบูรณ์แข็งแรงยาวนานขึ้น และ
- 2) การคิดรู้และอารมณ์ที่จำเพาะต่อพฤติกรรม ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ของการกระทำของพฤติกรรมที่ส่งผลในทางบวกต่อสุขภาพ เช่น การอ่านหนังสือที่ส่งเสริมสุขภาพ การรับรู้ถึงอุปสรรคของการกระทำของพฤติกรรมที่ส่งผลในทางลบต่อสุขภาพ เช่น การสูบบุหรี่ ดื่มเหล้า และการรับรู้ความสามารถของการกระทำของตน เช่น รู้ถึงความสามารถในการเลิกพฤติกรรมที่ไม่ดีต่อสุขภาพได้ และมีความสามารถที่จะปรับพฤติกรรมที่ส่งผลดีต่อสุขภาพ รวมถึงอิทธิพลระหว่างบุคคลและสถานการณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมต่อสุขภาพ เช่น แพทย์ให้คำแนะนำลดการบริโภคน้ำตาลเพื่อลดความเสี่ยงของโรคเบาหวาน ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ส่งผลต่อผลลัพธ์ของพฤติกรรม และความต้องการสุขภาพที่ดี นำไปสู่พฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพทุกระยะของพัฒนาการ (สุทธิพร มูลศาสตร์, 2559, น. 11-25 – 11-31)

งานวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอ็ดเดอวอร์, ไอ์เคอฮูมเฮน, และเอเมก้า-ยูเควู (Edewor, Ijiekhuamhen, & Emeka-ukwu, 2016) ที่พบว่า ผู้สูงอายุที่อาศัยในเมือง 5 แห่งของรัฐบาลท้องถิ่นเอโด (Edo) ในประเทศไนจีเรียที่มีความเปลี่ยนแปลงด้านอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพมากที่สุด ร้อยละ 98 ซึ่งผู้สูงอายุใช้สารสนเทศเพื่อทำความเข้าใจและดูแลสุขภาพของตนเองมากที่สุด ร้อยละ 97 และงานวิจัยของเคหีซี, เมเยอร์, และมาเชท (Khayesi, Meyer, & Machet, 2013) ที่ศึกษาผู้สูงอายุในเขตนาโกรู ประเทศเคนยา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย จิตใจ และสังคมที่ประสบในวัยชราเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมสารสนเทศ

ในเรื่องความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพ ซึ่งตามตัวแบบทั่วไปของพฤติกรรมสารสนเทศของวิลสัน อายุเป็นตัวแปรที่มีผลต่อความต้องการสารสนเทศ (Wilson, 1999 อ้างถึงใน อารีย์ ชื่นวัฒนา, 2560 น. 13-11 – 13-12)

2. ความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพจำแนกตามภาวะสุขภาพ ผลการศึกษา พบว่า ผู้สูงอายุที่ไม่มีโรคประจำตัวและมีโรคประจำตัว มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพโดยรวม สารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค และสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการรักษาโรคและฟื้นฟูสภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวมีความต้องการสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรค ด้านกิจกรรมออกกำลังกาย และด้านโภชนาการอยู่ในระดับมาก และต้องการสารสนเทศเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพเกือบทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านความช่วยเหลือที่ปลอดภัยและเหมาะสมจากเจ้าหน้าที่สุขภาพ และด้านการเรียนรู้การมีชีวิตร่วมอยู่กับโรค หรือความพิการอยู่ในระดับปานกลาง

การเปรียบเทียบความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพตามภาวะสุขภาพ ผลการศึกษา พบว่า ผู้สูงอายุที่มีภาวะสุขภาพต่างกัน มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพโดยรวม สารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค และสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการรักษาโรคและฟื้นฟูสภาพโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน ผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวมีความต้องการสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรคด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคล และสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการรักษาโรคและการฟื้นฟูสภาพ ด้านการรับรู้ สนใจ ดูแลและป้องกันผลข้างเคียงเนื่องจากโรคและการรักษา และด้านการเรียนรู้การมีชีวิตร่วมอยู่กับโรค หรือความพิการมากกว่าผู้สูงอายุที่ไม่มีโรคประจำตัว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพตามภาวะสุขภาพ สามารถอธิบายได้ว่าบุคคลเมื่อมีปัญหาสุขภาพ จะมีการดูแลตนเองโดยแสวงหาความช่วยเหลือจากบุคคลที่เชื่อถือได้ เช่น เจ้าหน้าที่สุขภาพอนามัย รับรู้และให้ความสนใจต่อพยาธิสภาพ ความไม่สุขสบายจากโรค ปฏิบัติตามแผนการรักษา ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากความเจ็บป่วยและการรักษา และปรับบทบาทของตนเองให้เหมาะสมในการพึ่งพาตนเองและบุคคลอื่น เรียนรู้ที่จะมีชีวิตร่วมอยู่กับพยาธิสภาพหรือภาวะที่เป็นอยู่ (สุทธิพร มูลศาสตร์, 2559) ประกอบกับผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวส่วนใหญ่จะเป็นโรคเรื้อรังต่อเนื่องเรื้อรัง โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ โรคเบาหวาน โรคเกาต์ โรคไตวายเรื้อรัง โรคตับเป็นต้น (แสงจันทร์ ทองมาก, 2556, น. 47) ต้องได้รับการรักษาอย่างต่อเนื่อง เป็นระยะเวลานาน มีโอกาสเสี่ยงที่จะเกิดภาวะแทรกซ้อนจากโรคเรื้อรัง ซึ่งอาจทำให้เกิดความพิการได้

ผลงานวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของธิดารัตน์ สาระพล (2561) พบว่า ผู้สูงอายุตำบลมะเอ้อ อำเภอรือเสาะ จังหวัดร้อยเอ็ด มีความต้องการสารสนเทศด้านเนื้อหาสารสนเทศที่เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) โดยข้อที่มีความต้องการมากที่สุดคือเรื่องการดูแลสุขภาพในแต่ละโรค เช่น เบาหวาน ความดันโลหิตสูง และมีความต้องการด้านเนื้อหาสารสนเทศที่สำคัญโดยรวมในระดับมาก โดยเนื้อหาที่ต้องการในระดับมากคือ เรื่องสุขภาพและสวัสดิการทางสังคมของผู้สูงอายุ งานวิจัยของชลธิชา ดินขุนทด (2559) พบว่า ผู้สูงอายุในจังหวัดนครราชสีมา ถ้ามีร่างกายปกติ สารสนเทศที่ต้องการด้านการส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ ข้อมูลสุขภาพอนามัย ร้อยละ 16.00 ข้อมูลเรื่องโภชนาการ ร้อยละ 14.90 ข้อมูลการป้องกันโรค ร้อยละ 10.20 ข้อมูลการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับผู้ป่วย ร้อยละ 10.10 หากผู้สูงอายุมีอาการเจ็บป่วย สารสนเทศที่ต้องการคือ ด้านการรักษาพยาบาล ได้แก่ ข้อมูลสถานพยาบาลที่จะเข้ารับการรักษา เช่น โรงพยาบาลที่มีชื่อเสียง ร้อยละ 15.00 และข้อมูลเกี่ยวกับโรคต่างๆ ร้อยละ 13.30 งานวิจัยของกองกิดการ บุญช่วย, กฤษฏา พชรสิทธิ์, และ รังสฤษฎ์ อินทรโม (2563) พบว่า ผู้สูงอายุในชุมชนแออัด จังหวัดสงขลา มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพที่เกี่ยวกับโรคต่างๆ เช่น โรคหัวใจ โรคกระดูก โรคความดันโลหิต โรคเมะเร็ง โรคไต โรคข้อเสื่อม โรคอัลไซเมอร์ และโรคเบาหวาน มากที่สุด ร้อยละ 22.7 โดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้ประโยชน์จากสารสนเทศด้านสุขภาพเพื่อการป้องกันโรคมากที่สุด งานวิจัยของบาตราเชตตี และมาเฮสวารัปปา (Bhadrashetty, & Maheswarappa, 2014) พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ในพื้นที่ชนบททางตอนใต้ของอินเดีย มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพเกี่ยวกับโรค โดยข้อมูลเกี่ยวกับโรคที่ต้องการมากที่สุด คือ ไข้ไทฟอยด์ ร้อยละ 94.55 เอดส์/เอดส์ ร้อยละ 93.64 อหิวาตกโรค ร้อยละ 91.82 และโรคหอบหืด ร้อยละ 90.91 งานวิจัยของ วิ-ชัน, ลี-แอน และชู-ฟิง (Wei-Chun, Li-An, & Hsiu-Ping, 2012) ที่พบว่ากลุ่มผู้สูงอายุในชนบท เมืองเจียอี้ ประเทศไต้หวัน ที่มีอายุ 65 ถึง 74 ปี มีความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพมากกว่ากลุ่มที่มีอายุมากกว่า 75 ปี ได้แก่ ด้านการรักษาโรค และการเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล งานวิจัยของชี-ยี, เคลลี, โกรส, ไคเลเลีย, มูกาเลียน, เพรสลีย์, แฟงเคิล, และอีแวนส์, (Shi-Yi, Kelly, Gross, Killelea, Mougalian, Presley, Fraenkel, & Evans, 2017) พบว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุน้อยกว่า หรือเท่าอายุ 74 ปี จะต้องการสารสนเทศการรักษาด้วยรังสีเพื่อโอกาสในการรอดชีวิต ร้อยละ 97.1 ในขณะที่ผู้สูงอายุที่มีอายุน้อยกว่า หรือเท่าอายุ 74 ปี มีต้องการสารสนเทศด้านสิทธิประโยชน์ในการรักษามากกว่าผู้สูงอายุที่มีอายุ 75 ปี และผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 75 ปี ต้องการสารสนเทศมากขึ้นถึง ร้อยละ 72.7 และงานวิจัยของนุชจรี คำโชติรส (2556) ที่พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีโรคเรื้อรังมีความคาดหวังการนำเสนอเนื้อหาจากสื่อมวลชนมากกว่าผู้สูงอายุที่ไม่มีโรคเรื้อรัง ($\bar{X} = 4.08$) โดยคาดหวังการนำเสนอเรื่องสวัสดิการที่สำคัญจำเป็นสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การรักษาพยาบาล หรือสิทธิประโยชน์ที่รัฐจัดให้มากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$) และผู้สูงอายุที่มีโรคเรื้อรังนำเสนอสารสนเทศ

ด้านสุขภาพจากสื่อมวลชนไปใช้ประโยชน์มากกว่าผู้สูงอายุที่ไม่มีโรคเรื้อรัง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมสุขภาพในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.84$) ด้านการวินิจฉัยโรค ($\bar{X}=3.45$) และด้านการป้องกันโรค ($\bar{X}=3.38$)

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ สำนักงานการสงเคราะห์และสวัสดิภาพ ของศูนย์บริการสาธาณสุขเป็นหน่วยงานที่ดูแลชมรมผู้สูงอายุ สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุ กรุงเทพมหานคร และห้องสมุดประชาชน เช่น ห้องสมุดเพื่อการเรียนรู้วัดราชโอรสาราม ห้องสมุดเพื่อการเรียนรู้ชอยพระนาง ซึ่งเป็นแหล่งสารสนเทศที่ใกล้บ้านที่ผู้สูงอายุสามารถมาใช้บริการได้สะดวก ควรมีการฝึกอบรม การค้นหาข้อมูลสารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ เพื่อให้สามารถค้นได้ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ ศูนย์บริการสาธาณสุข ควรมีการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมแนะนำการใช้แหล่งสารสนเทศด้านสุขภาพในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และมีองค์ความรู้ในการค้นหาข้อมูลจากแหล่งสารสนเทศต่างๆ ได้ และชมรมผู้สูงอายุ สหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร สามารถนำผลการสำรวจความต้องการสารสนเทศด้านสุขภาพ มาจัดกิจกรรม การให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุในกลุ่มต่างๆได้

การทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษารูปแบบ และประเภทสื่อทางด้านสุขภาพต่างๆ ที่ผู้สูงอายุต้องการ และเข้าถึงได้อย่างสะดวก ควรมีการหาแนวทางในการส่งเสริมการเข้าถึงและการใช้สารสนเทศด้านสุขภาพทางออนไลน์ให้กับผู้สูงอายุ และควรศึกษาบทบาทของนักสังคมสงเคราะห์ที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุ ในการให้บริการสารสนเทศด้านสุขภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข, สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์. (2557). ยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัดและแนวทางการจัดเก็บข้อมูลกระทรวงสาธารณสุข ปีงบประมาณ พ.ศ. 2558. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- ก้องกิตติการ บุญช่วย, กฤษฎา พัชรสิทธิ์, และรังษฤษฎ์ อินทรโม. (2563). การแสวงหาและการใช้สารสนเทศด้านสุขภาพของผู้สูงอายุที่อาศัยในชุมชนแออัดจังหวัดสงขลา. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ PULINET ครั้งที่ 10 : Library Transformation in a Disrupted World, วันที่ 8-9 มกราคม 2563, สงขลา: สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยทักษิณ. สืบค้น 23 กรกฎาคม 2563, จาก <http://pulinet2020.tsu.ac.th/Documentation/Proceeding/Oral/CRM/02.pdf>
- กองสร้างเสริมสุขภาพ สำนักอนามัย. (2553). ทะเบียนสมาชิกชมรมผู้สูงอายุของกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: กองสร้างเสริมสุขภาพ.
- กอบกุล พันธุ์เจริญภูล. (2553). ทฤษฎีย่อยในทฤษฎีการดูแลตนเองของโอเรม. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาในมิติและกระบวนการพยาบาล 51201 (หน่วยที่ 1-6, น. 143-144). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จิราพร ทองดี, ดาราวรรณ รองเมือง, และฉันทนา นาคนัตริย์. (2557). ภาวะสุขภาพและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดชายแดนภาคใต้. วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข, 3(22), 88-99.
- ชลธิชา ดินขุนทด. (2559). การศึกษาพฤติกรรมการสารสนเทศสุขภาพของผู้สูงอายุจังหวัดนครราชสีมา. วารสารสารสนเทศศาสตร์, 34(2), 75-89.
- ธิดารัตน์ สาระพล. (2561). ความต้องการสารสนเทศของผู้สูงอายุเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุโรงเรียนผู้สูงอายุตำบลมะอี่ อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารชุมชนวิจัย, 12(3), 114-123.
- นุชจรี คำโชติรส. (2556). การเปิดรับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสื่อเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประเสริฐ อัสสันตชัย. (2552). ปัญหาสุขภาพที่พบบ่อยในผู้สูงอายุและการป้องกัน. กรุงเทพฯ: ยูเนียน ครีเอชั่น.

- พวา พันธุ์เมฆา. (2554). ระเบียบวิธีวิจัยทางสารสนเทศศาสตร์. ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการวิจัยและสถิติประยุกต์ทางสารสนเทศศาสตร์* (หน่วยที่ 3, น.3-106). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2558). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2557*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง. สืบค้น 19 มีนาคม 2561, จาก [http://www.dop.go.th/download/knowledge/knowledge_th_20161608145901_1 .pdf](http://www.dop.go.th/download/knowledge/knowledge_th_20161608145901_1.pdf)
- วาริณี เขียมสวัสดิกุล. (2558). การสร้างเสริมสุขภาพในวัยสูงอายุ. *วารสารสุโขทัยธรรมมาธิราช*, 28(2), 5-21.
- วิไลวรรณ ทองเจริญ. (2548). การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ สรีรวิทยา จิตสังคมและจิตวิญญาณในผู้สูงอายุ. ใน *จันทนา รณฤทธิ์ชัย, และวิไลวรรณ ทองเจริญ (บ.ก.), หลักการพยาบาลผู้สูงอายุ* (น. 52-68). กรุงเทพฯ: บุญศิริการพิมพ์.
- สุทธิพร มูลศาสตร์. (2559). แนวคิดทฤษฎีทางการพยาบาลที่นำมาใช้ในการพยาบาลเวชปฏิบัติชุมชน ใน *ประมวลสาระชุดวิชา 89701 นโยบายและระบบสุขภาพ ภาวะผู้นำ แนวคิดทฤษฎีทางการพยาบาล และบทบาทของพยาบาลเวชปฏิบัติชุมชน* (หน่วยที่ 11, น. 11-25 – 11-31). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- แสงจันทร์ ทองมาก. (2556). ปัญหาสุขภาพในวัยสูงอายุ ใน *การพยาบาลผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ* (บทที่ 1, น. 44-48). นนทบุรี: โครงการสวัสดิการวิชาการ สถาบันพระบรมราชชนก.
- อภาวรรณ ไสภณธรรมรักษ์. (2557). *ปี 68 ไทยก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์*. สืบค้น 5 มกราคม 2561, จาก [http://www.thaihealth.or.th/Content/23525-ปี 68ไทยก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์.html](http://www.thaihealth.or.th/Content/23525-ปี%2068%20ไทย%20ก้าว%20สู่%20สังคม%20ผู้%20สูงอายุ%20อย่าง%20สมบูรณ์.html)
- อารีย์ ชื่นวัฒนา. (2560). พฤติกรรมสารสนเทศ ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการจัดการโครงสร้างสารสนเทศและการค้นคืน* (หน่วยที่ 13, น. 13-11 - 13-12). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- Bhadrashetty, A., & Maheswarappa, B. S. (2014). Health Information Needs, Sources Availability and their use by Eldelry People in South India: A Case Study of Kalagi, A Gram Panchayat in Chittapur Taluk of Gulbarga District, India. *Research Journal of Library Sciences*, 2(6), 7-11. Retrieved September 28, 2019, from <https://www.researchgate>.

net/profile/Arvind_Bhadrashetty3/publication/282817672_Health_Information_Needs_Sources_Availability_and_their_use_by_Elderly_People_in_South_India_A_Case_Study_of_Kalagi_A_Gram_Panchayat_in_Chittapur_Taluk_of_Gulbarga_District_India/links/561d500408aecd1ac3a14.pdf

- Edewor, N., Ijekhuamhen, O. P., & Emeka-ukwu, U. P. (2016). Elderly People and Their Information Needs. *Library Philosophy and Practice*, (February), 1-16. Retrieved February 10, 2018, from <http://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3629&context=libphilprac>
- Khayesi, M. K., Meyer, H. W., & Machet, M. (2013). Health Care Information Needs and Behaviour of Home-Based Elderly People in Kenya: A Case Study of Nakuru District, Kenya. *African Journal of Library, Archives & Information Science*, 23(20), 123-132.
- Kilner, A. J., & Janes, E. F. (1997). Intensive Care in the Elderly. *Current Anaesthesia and Critical Care*, 8(3), 120-125.
- Shi-Yi, W., Kelly, G., Gross, C., Killelea, B. K., Mougalian, S., Presley, C., Fraenkel, L., & Evans, S. B. (2017). Information Needs of Older Women with Early-Stage Breast Cancer When Making Radiation Therapy Decisions. *Philosophy and Rationale*, 98(4), 733-740. Retrieved September 28, 2019, from [https://www.redjournal.org/article/S0360-3016\(17\)30309-7/fulltext#%20](https://www.redjournal.org/article/S0360-3016(17)30309-7/fulltext#%20)
- Wei-Chun, L., Li-An, C., & Hsiu-Ping, Y. (2012). A Study of Rural Elderly's Health Information Needs and Seeking Behavior. *Journal of Library & Information Studies*, 10(1), 155-204. Retrieved September 28, 2019, from <https://jlis.lis.ntu.edu.tw/files/journal/j34-6.pdf>
- Wilson, T. D. (1999). Models in Information Behaviour Research. *Journal of Documentation*, 55(June), 249-270. Retrieved February 10, 2018, from https://www.researchgate.net/publication/228784950_Models_in_Information_Behaviour_Research

สถานการณ์ทางสังคมและจิตลักษณะที่มีอิทธิพลต่อ
พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่าง ของสมาร์ทโฟน
ในเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษานักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น
โรงเรียนทุ่งสงและโรงเรียนสตรีทุ่งสง*

Social Situations and Psychological Characteristics Influence Behavior
towards Creative Use of Application and Features of Smartphones:

A Case Study of the Students from Thung Song and
Satree Thungsong Junior High Schools, Nakhon Si Thammarat Province

อังกkana ดุชนีนภดล (Aungkana Dussaneenoppadol)**

โกวิท รัพีพิศาล (Kowit Rapeepisarn)***

*วิทยานิพนธ์หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต

**นักศึกษาระดับปริญญาโท, หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต, E-mail: aungkana.du@gmail.com

***ผู้ช่วยศาสตราจารย์, หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต, E-mail: kowit.r@rsu.ac.th

ได้รับบทความ: 20 ก.พ. 64 / แก้ไขปรับปรุง: 15 พ.ย. 64 / อนุมัติให้ตีพิมพ์: 3 ธ.ค. 64 / เผยแพร่ออนไลน์: 21 ธ.ค. 64

DOI: 10.14456/rilj.2021.14

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะภูมิหลังของนักเรียนที่มีความแตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ 2) ศึกษาสถานการณ์ทางสังคม จิตลักษณะของนักเรียนที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ในแต่ละด้าน 3) ศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ บนสมาร์ทโฟนของนักเรียน ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ในแต่ละด้าน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นของโรงเรียนทุ่งสงและโรงเรียนสตรีทุ่งสง จำนวน 348 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยร้อยละ การกระจายของข้อมูล ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ F test (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาและอาชีพผู้ปกครองของนักเรียนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน และระดับผลการเรียนของนักเรียนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และการทดสอบการถดถอยเชิงพหุ พบว่า นักเรียนค้นพบความเป็นจริงของสถานการณ์ทางสังคมในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ความเป็นกลุ่มนิยมและทัศนคติที่ดีในการใช้อยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน อย่างสร้างสรรค์ของนักเรียน ในด้านการใช้ด้วยความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง การใช้ถูกกาลเทศะอยู่ในระดับจริงมาก และการใช้อย่างมีประโยชน์อยู่ในระดับจริงมาก ทั้งนี้ สถานการณ์ทางสังคม ความเป็นกลุ่มนิยมและทัศนคติ และการใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่น ในกลุ่มสถานการณ์ทางสังคม สามารถทำนายพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างปลอดภัยได้สูงสุดในด้านโรงเรียน (การสนับสนุนจากครู $R^2 = .238$) รองลงมาคือ ความเป็นกลุ่มนิยม ($R^2 = .207$) และการใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ ในด้านอำนวยความสะดวก ($R^2 = .139$) ขณะที่ระดับการศึกษาและอาชีพผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน และระดับผลการเรียนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์

Abstract

The purposes of this research are 1) to study background characteristics of Junior high school students that affect behaviors towards creative uses of smartphones, 2) to study social situation and psychological characteristics influencing behaviors towards creative uses of applications and features of smartphones in different areas: safe use, proper use, and utilization, and 3) to study behaviors towards creative uses of applications and features of smartphones of the students that have influences on creative uses of smartphones in different areas. The questionnaire is used as a tool for collecting data. There were 348 junior high school students at Thung Song junior high school and Satree Thungsong junior high school. The statistics used in this research includes percentage, data distribution, mean, standard deviation, F-test (One-Way ANOVA), and Multiple Regression Analysis. The results of a test of differences revealed that according to different educational levels and careers of students' guardians, there were no differences in creative use behaviors of smartphones. Different grade results of the students affected creative use behaviors of smartphone differently at statistically significant level of 0.05. For the multiple regression analysis of social media situation groups, it was predictable that safe use of smartphone behavior was at the highest level in school aspect (Teacher support in using smartphone) ($R^2=238$). Popularity ($R^2=207$) and a use of applications and various features in facilitating condition ($R^2=139$) were at second highest level. With reference to different educational levels and careers of students' guardians, there were no differences in creative use behaviors of smartphones. Different grade results of the students affected creative use behaviors of smartphones differently at statistically significant level of 0.05.

Keywords: Application and features, Behavior towards the use of creative smartphones

บทนำ

ด้วยในยุคปัจจุบันนี้กล่าวได้ว่าเป็นยุคที่ทุกๆ คนมีโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนกันแทบทุกคน จนกลายมาเป็นอีกหนึ่งปัจจัยในชีวิตประจำวันของคนไทยเพิ่มมากขึ้น และด้วยโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนได้ผ่านการเปลี่ยนแปลง พัฒนา และเพิ่มเติมเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการโทรออก และรับสายเข้าเป็นหลักหรือฟังก์ชันบนสมาร์ทโฟนแล้วนั้น บางส่วนก็ใช้เพื่อประโยชน์ในการเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสาร เพื่อการเรียนรู้ หรือการหาข้อมูล บางส่วนก็ใช้เพียงเพื่อความบันเทิงหรือเพื่อเล่น Social media ต่างๆ เท่านั้น และด้วยแนวโน้มการใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนจากผลการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2564 พบว่า กลุ่มอายุ 15-24 ปี มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงสุด (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) ซึ่งจัดอยู่ในช่วงวัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย ด้านจิตใจ อารมณ์ สังคมและสติปัญญา และเป็นวัยแห่งการเรียนรู้แสวงหาสิ่งใหม่ๆ เพื่อตอบสนองของความอยากรู้อยากเห็นของตน ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนทั้งด้านบวกและด้านลบ เช่น การใช้โทรศัพท์ที่ไม่ถูกต้องเหมาะสม การใช้สมาร์ทโฟนในการท่องโลกออนไลน์ และมีอาการติดจอและขาดความคำนึงถึงความปลอดภัยต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามนั้นเทคโนโลยีมีทั้งข้อดีและข้อเสียทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการใช้งานอย่างชาญฉลาด การใช้ที่เหมาะสม ปลอดภัย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจและเกิดแรงผลักดันในการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ของเด็กกลุ่มนี้ เพื่อทราบถึงปัจจัยด้านสถานการณ์ทางสังคมและจิตลักษณะใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ ของสมาร์ทโฟนในเชิงสร้างสรรค์ โดยมีกรอบแนวคิด (Conceptual framework) ประกอบด้วย สถานการณ์ทางสังคม กลุ่มนิยม ทศนคติที่ดีเกี่ยวกับการใช้สมาร์ทโฟน การใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ ในเชิงสร้างสรรค์ พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ ลักษณะภูมิหลังของนักเรียน องค์ประกอบเหล่านี้เชื่อมโยงและสัมพันธ์กันดังแสดงไว้ในกรอบแนวคิดการวิจัย โดยเลือกประชากรเป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งอยู่ในกลุ่มอายุ 15-24 ปี ที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะภูมิหลังของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นที่มีความแตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน อย่างสร้างสรรค์

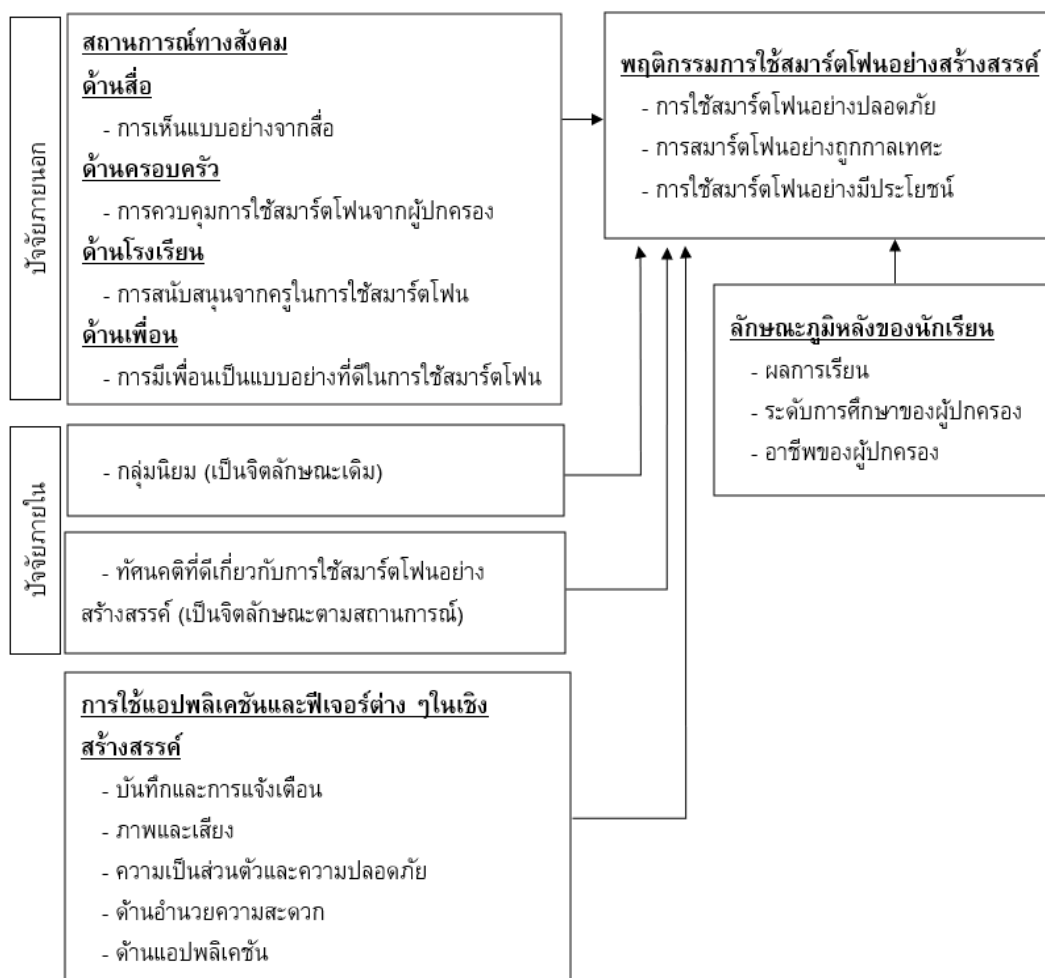
2. เพื่อศึกษาสถานการณ์ทางสังคม จิตลักษณะของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน อย่างสร้างสรรค์ ในแต่ละด้าน ได้แก่ การใช้อย่างปลอดภัย การใช้อย่างถูกต้องเหมาะสม การใช้อย่างมีประโยชน์

3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันและพีเจอาร์ต่างๆ บนสมาร์ทโฟนของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ในแต่ละด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านบันทึกและการแจ้งเตือน ด้านภาพและเสียง ด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย และด้านอำนวยความสะดวก

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาประชากร นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นประจำอำเภอทุ่งสง ที่มีจำนวนนักเรียนมากที่สุด 2 ลำดับแรก ได้แก่ โรงเรียนสตรีทุ่งสง และโรงเรียนเรียนทุ่งสง อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประชากรทั้งสิ้น 2,689 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 12, 2561) ส่วนกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนสตรีทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 1 2 และ 3 โดยผู้วิจัยทราบถึงจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงทำการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ ± 5 ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 348 คน

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากรูปที่ 1 ผู้วิจัยได้นำแนวทางการวิเคราะห์ตามรูปแบบทฤษฎีปฏิสัมพันธ์นิยม (Interactionism Model) ซึ่งเป็นรูปแบบทางทฤษฎีที่ศึกษาถึงสาเหตุของพฤติกรรมของมนุษย์กันอย่างแพร่หลาย (ดุจเดือน พันธุมนาวิน, 2550, น. 85-117) ซึ่งได้กรอบแนวคิดงานวิจัยในครั้งนี้ อันตัวแปร ได้แก่ ด้านสถานการณ์

ทางสังคม (สื่อ ครอบครัว โรงเรียน เพื่อน เป็นต้น) และตัวแปรกลุ่มนิยมซึ่งเป็นจิตลักษณะเดิมกับตัวแปรทัศนคติเกี่ยวกับการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ซึ่งเป็นจิตลักษณะตามสถานการณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ คือ “แบบสอบถาม” พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นของโรงเรียนทุ่งสงและโรงเรียนสตรีทุ่งสงในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยแบบสอบถามประกอบไปด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับชั้นการศึกษา ผลการเรียน อาชีพของผู้ปกครองและระดับการศึกษาของผู้ปกครอง โดยกำหนดให้คำตอบเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ส่วนที่ 2 ระดับความเป็นจริงของสถานการณ์ทางสังคมในแต่ละด้านที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ ส่วนที่ 3 วัดระดับความเป็นจริงจิตลักษณะเดิมเกี่ยวกับกลุ่มนิยมและทัศนคติที่ดีในการใช้สมาร์ทโฟนที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ ส่วนที่ 4 ระดับพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ของนักเรียนในแต่ละด้านอยู่ในระดับใด ส่วนที่ 5 ระดับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆบนสมาร์ทโฟนเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละด้าน โดยกำหนดคำตอบเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งให้ผู้ตอบเลือกตอบตามความคิดเห็นของตนเอง โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยวิธีการทางสถิติ ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้วัดค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วัดการกระจายของข้อมูลและนำเสนอข้อมูลด้วยตาราง สถิติค่า F-test หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวหรือ One-way

analysis of variance (ANOVA) และการทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกันด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยสรุปการศึกษา

เมื่อพิจารณาการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ ของสมาร์ทโฟนในเชิงสร้างสรรค์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นของโรงเรียนทุ่งสงและโรงเรียนสตรีทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาแสดงให้เห็นลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์และผลการทดสอบสมมุติฐาน ได้ดังนี้

1) ลักษณะภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 กำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 ส่วนใหญ่มีผลการเรียนในภาคเรียนที่ผ่านมาอยู่ในระดับ 3.50-4.00 จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 มีผู้ปกครองประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และมีผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8

2) การวิเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์ทางสังคมในแต่ละด้านที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ พบว่า ด้านสื่อ: การเห็นแบบอย่างจากสื่อ (MED) ภาพรวมนักเรียนส่วนใหญ่ค้นพบความเป็นจริงของสถานการณ์ทางสังคมด้านการเห็นแบบอย่างจากสื่ออยู่ในระดับจริงมาก ($\bar{X} = 3.66$, $SD = .620$) ด้านครอบครัว: การควบคุมการใช้สมาร์ทโฟนจากผู้ปกครอง (CON) พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ค้นพบความเป็นจริงของสถานการณ์ทางสังคมด้านการควบคุมการใช้สมาร์ทโฟนจากผู้ปกครองอยู่ในระดับจริงมาก ($\bar{X} = 3.64$, $SD = .679$) ด้านโรงเรียน: การสนับสนุนจากครูในการใช้สมาร์ทโฟน (SUP) พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ค้นพบความเป็นจริงของสถานการณ์ทางสังคมด้านการสนับสนุนจากครูในการใช้สมาร์ทโฟน อยู่ในระดับจริงมาก ($\bar{X} = 3.83$, $SD = .653$) ด้านเพื่อน: การมีเพื่อนเป็นแบบอย่างที่ดีในการใช้สมาร์ทโฟน (FMOD) พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ค้นพบความเป็นจริงของสถานการณ์ทางสังคมด้านการมีเพื่อนเป็นแบบอย่างที่ดีในการใช้สมาร์ทโฟนอยู่ในระดับจริงมาก ($\bar{X} = 3.78$, $SD = .671$) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเป็นจริงของสถานการณ์ทางสังคมในแต่ละด้านที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ ได้แก่ ด้านสื่อ ด้านครอบครัว ด้านโรงเรียน และด้านเพื่อน ในภาพรวม (n=348)

ปัจจัย	\bar{X}	S.D	ระดับ
สถานการณ์ทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ ในแต่ละด้าน ได้แก่			
1. การเห็นแบบอย่างจากสื่อในการใช้สมาร์ทโฟน	3.66	.620	จริงมาก
2. การควบคุมการใช้สมาร์ทโฟนจากผู้ปกครอง	3.64	.679	จริงมาก
3. การสนับสนุนจากครูในการใช้สมาร์ทโฟน	3.83	.653	จริงมาก
4. การมีเพื่อนเป็นแบบอย่างที่ดีในการใช้สมาร์ทโฟน	3.78	.671	จริงมาก

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนระดับความเป็นจริงของความเป็นกลุ่มนียมและทัศนคติที่ดีในการใช้สมาร์ทโฟน ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ ในภาพรวม (n=348)

ปัจจัย	\bar{X}	S.D	ระดับ
ความเป็นกลุ่มนียมของนักเรียนในการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์	4.02	.708	จริงมาก
ความคิดเห็นที่ดีในของนักเรียนในการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์	3.87	.565	จริงมาก

จากตารางที่ 2 พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ค้นพบ

- 1) ความเป็นจริงถึงความเป็นกลุ่มนิยมของนักเรียนในการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ อยู่ในระดับจริงมาก (\bar{X} = 4.02, SD = .708) ทั้งนี้หมายความว่า นักเรียนมีพฤติกรรมที่คล้อยตามเพื่อน หรือคนรอบข้าง ที่ส่วนใหญ่เห็นพ้องกันมากกว่าที่จะยึดความเชื่อ ความคิดของตนเอง
- 2) ทศนคติที่ดีในการใช้สมาร์ทโฟนซึ่งเป็นจิตลักษณะตามสถานการณ์ พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นดีในการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ อยู่ในระดับจริงมาก (\bar{X} = 3.87, SD = .565)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนระดับความเป็นจริงของพฤติกรรม การใช้สมาร์ทโฟน อย่างสร้างสรรค์ของนักเรียน ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการใช้อย่างปลอดภัย ด้านการใช้อย่างถูกกาลเทศะ และด้านการใช้อย่างมีประโยชน์ ในภาพรวม (n=348)

ปัจจัย	\bar{X}	S.D	ระดับ
พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ของนักเรียน			
ในแต่ละด้าน ได้แก่			
1. การใช้อย่างปลอดภัย	3.07	.524	จริงปานกลาง
2. การใช้อย่างถูกกาลเทศะ	3.73	.793	จริงมาก
3. การใช้อย่างมีประโยชน์	3.88	.610	จริงมาก

จากตารางที่ 3 พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ค้นพบ ด้านการใช้อย่างความปลอดภัย พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ค้นพบความเป็นจริงของพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างปลอดภัยของนักเรียน อยู่ในระดับจริงปานกลาง (\bar{X} = 3.07, SD = .524) ด้านการใช้อย่างถูกกาลเทศะ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ค้นพบ ความเป็นจริงของพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างถูกกาลเทศะอยู่ใน ระดับจริงมาก (\bar{X} = 3.73, SD = .793) ด้านการใช้อย่างมีประโยชน์ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ค้นพบความเป็นจริงของพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน อย่างมีประโยชน์ อยู่ในระดับจริงมาก (\bar{X} = 3.88, SD = .610)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนระดับความเป็นจริง ของพฤติกรรม การใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ บนสมาร์ทโฟนเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการบันทึกและการแจ้งเตือน ด้านภาพและเสียง ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย และด้านการอำนวยความสะดวก ในภาพรวม (n=348)

ปัจจัย	\bar{X}	S.D	ระดับ
พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ บนสมาร์ทโฟนเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละด้าน ได้แก่			
1. ด้านการบันทึกและการแจ้งเตือน	3.77	.964	มาก
2. ด้านภาพและเสียง	4.22	.665	มากที่สุด
3. ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย	4.10	.790	มาก
4. ด้านการอำนวยความสะดวก	4.12	.692	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ค้นพบ ด้านการบันทึกและการแจ้งเตือน พบว่านักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ บนสมาร์ทโฟนเชิงสร้างสรรค์ในด้านการบันทึก และการแจ้งเตือน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, SD = .964) ด้านภาพและเสียง นักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรม การใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ บนสมาร์ทโฟนเชิงสร้างสรรค์ในด้านภาพและเสียง อยู่ใน ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$, SD = .665) ด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย พบว่านักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้ แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ บนสมาร์ทโฟนเชิงสร้างสรรค์ในด้านความเป็นส่วนตัวและ ความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$, SD = .665) ด้านการอำนวยความสะดวก พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ บนสมาร์ทโฟนเชิงสร้างสรรค์ในด้านการอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.122$, SD = .692)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

กลุ่มที่ 1 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผลการเรียน อาชีพผู้ปกครองและระดับการศึกษาของผู้ปกครอง กับพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ในด้านการใช้อย่างปลอดภัย อย่างถูกกาลเทศะและอย่างมีประโยชน์ ดังแสดงในตารางที่ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบการทดสอบความแตกต่างกันของระดับผลการเรียน ของนักเรียนต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ในด้านการใช้อย่างปลอดภัย อย่างถูกกาลเทศะและอย่างมีประโยชน์

ปัจจัย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
ด้านการใช้อย่างปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	4.243	2	2.122	4.173	.016*
	ภายในกลุ่ม	175.414	345	.508		
	รวม	179.657	347			
การใช้อย่างถูกกาลเทศะ	ระหว่างกลุ่ม	8.150	2	4.075	66.96	.001*
	ภายในกลุ่ม	209.959	345	.609		
	รวม	218.109	347			
การใช้อย่างมีประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	2.397	2	1.199	3.265	.039*
	ภายในกลุ่ม	126.665	345	.367		
	รวม	129.062	347			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า โดยภาพรวมแล้วนักเรียนที่มีผลการเรียนแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ในแต่ละด้านแตกต่างกัน จำแนกในแต่ละด้านดังนี้ ในด้านการใช้อย่างปลอดภัยแตกต่างกัน (P-value = .016) จึงมีการทดสอบต่อโดยใช้สถิติ LSD ว่าผลการเรียน ของนักเรียนกลุ่มใดคู่ใดแตกต่างกันพบว่า ผลการเรียนที่แตกต่างกัน จำนวน 2 คู่ ได้แก่ 1) ผลการเรียน ต่ำกว่า 3.00 และผลการเรียน 3.50-4.00 และ 2) ผลการเรียน 3.00-3.49 และผลการเรียน 3.50-4.00

ในการ์การใช้ย่ำงถูกกัลเทศะตักตักงัน (P-value = .001) จ้งม้งการทดสอบตักโดยใช้สถิติ LSD ว่าผลการเรยงนของนักรเรียนกลุ่มใดคู้ใดตักตักงันพบว้า ผลการเรยงนที่ตักตักงัน จำนวน 2 คู้ได้แก 1) ผลการเรยงนตักกว้า 3.00 และ ผลการเรยงน 3.50-4.00 และ 2) ผลการเรยงน 3.00-3.49 และผลการเรยงน 3.50-4.00

ในการ์การใช้ย่ำงม้งประยชน์ตักตักงัน (P-value = .039) จ้งม้งการทดสอบตักโดยใช้สถิติ LSD ว่าผลการเรยงน ของนักรเรียนกลุ่มใดคู้ใดตักตักงันพบว้า ผลการเรยงนที่ตักตักงัน จำนวน 1 คู้ได้แก 1) ผลการเรยงนตักกว้า 3.00 และผลการเรยงน 3.50-4.00

ตารางที่ 6 แสดงการเปรยบเทยบการทดสอบความตักตักงันของอาชีพผู้ปกครองของนักรเรียน ตักพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนย่ำงสร้งสรค้ในการ์ใช้ย่ำงปลอดภัย ย่ำงถูกกัลเทศะ และย่ำงม้งประยชน์

ปัจจย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
ด้านการ์ใช้ย่ำงปลอดภัย	ระหว้ากลุ่ม	.882	3	.294	.566	.638
	ภายในกลุ่ม	178.775	344	.520		
	รวม	179.657	347			
ด้านการ์ใช้ย่ำงถูกกัลเทศะ	ระหว้ากลุ่ม	2.181	3	.727	1.158	.326
	ภายในกลุ่ม	215.928	344	.628		
	รวม	218.109	347			
ด้านการ์ใช้ย่ำงม้งประยชน์	ระหว้ากลุ่ม	2.291	3	.764	2.072	.104
	ภายในกลุ่ม	126.772	344	.369		
	รวม	129.062	347			

*นัยสำคัฏทางสถิติที่ระดับ 0.05

จกตารางที่ 6 พบว้า โดยภาพรวมแล้วนักรเรียนที่มีผู้ปกครองมีอาชีพที่ตักตักงัน จ้งม้งพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟน ย่ำงสร้งสรค้ในแต่ละด้านไม่ตักตักงัน จำนกในแต่ละด้านด้งนี้ ด้านการใช้ย่ำงปลอดภัยไม่ตักตักงัน (P-value = .638) ด้านการใช้ย่ำงถูกกัลเทศะไม่ตักตักงัน

(P-value = .326) และด้านการใช้อย่างมีประโยชน์ไม่แตกต่างกัน (P-value = .104) ตามลำดับ จึงยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 7 แสดงการเปรียบเทียบการทดสอบความแตกต่างกันของระดับการศึกษาของผู้ปกครองของนักเรียนต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ในด้านการใช้อย่างปลอดภัยอย่างถูกกาลเทศะและอย่างมีประโยชน์

ปัจจัย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
ด้านการใช้อย่างปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	1.007	4	.252	.483	.748
	ภายในกลุ่ม	178.650	343	.521		
	รวม	179.657	347			
ด้านการใช้อย่างถูกกาลเทศะ	ระหว่างกลุ่ม	1.279	4	.320	.506	.731
	ภายในกลุ่ม	216.830	343	.632		
	รวม	218.109	347			
ด้านการใช้อย่างมีประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	1.433	4	.358	.963	.428
	ภายในกลุ่ม	127.629	343	.372		
	รวม	129.062	347			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 พบว่า โดยภาพรวมแล้วนักเรียนที่มีผู้ปกครองมีอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน อย่างสร้างสรรค์ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน จำแนกในแต่ละด้านดังนี้ ด้านการใช้อย่างปลอดภัยไม่แตกต่างกัน (P-value = .748) ด้านการใช้อย่างถูกกาลเทศะไม่แตกต่างกัน (P-value = .731) และด้านการใช้อย่างมีประโยชน์ไม่แตกต่างกัน (P-value = .428) ตามลำดับ จึงยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบพหุคูณ

กลุ่มที่ 2 ทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบพหุคูณ ปัจจัยด้านสถานการณ์ทางสังคม (สื่อ ครอบครัว โรงเรียน เพื่อน) ปัจจัยความเป็นกลุ่มนิยมและทัศนคติ และปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ บนสมาร์ตโฟนเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละด้าน (ด้านการบันทึกและการแจ้งเตือน ด้านภาพและเสียง ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย และด้านการอำนวยความสะดวก) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้อย่างสร้างสรรค์ (ปลอดภัย ถูกกาลเทศะ มีประโยชน์)

2.1 อิทธิพลของสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนอย่างสร้างสรรค์ ในแต่ละด้าน

โดยภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวแปรสถานการณ์ทางสังคมทั้ง 4 ตัวแปร สามารถทำนายพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟน การใช้สมาร์ตโฟนอย่างสร้างสรรค์ ประกอบด้วย การใช้สมาร์ตโฟนอย่างปลอดภัย การใช้สมาร์ตโฟนอย่างถูกกาลเทศะ และการใช้สมาร์ตโฟนอย่างมีประโยชน์ พบว่าตัวแปรทั้ง 4 ตัวสามารถทำนายพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนอย่างปลอดภัยได้สูงสุดในด้านโรงเรียน (การสนับสนุนจากครูในการใช้สมาร์ตโฟน) 23.8% สอดคล้องกับงานวิจัยของศุภรางค์ อินทฤทธิ์ (2552) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมและปัจจัยเชิงผลด้านการจัดการความเครียดของพฤติกรรมรักการอ่านในนักเรียนวัยรุ่น พบว่านักเรียนที่มีการรับรู้การสนับสนุนด้านการอ่านจากครูมาก เป็นผู้มีเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมรักการอ่านมาก และมีพฤติกรรมรักการอ่านด้านปริมาณเวลาที่ใช้ในการอ่านเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ เลือกอ่านเนื้อหาที่มีประโยชน์มากกว่าผู้ที่มีลักษณะตรงข้าม และพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนอย่างถูกกาลเทศะได้สูงสุด 25.3% ในกลุ่มนักเรียนที่ชอบแอบใช้สมาร์ตโฟนแชตคุยกับเพื่อนในเวลาเรียน และทำนายพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนอย่างมีประโยชน์ได้สูงสุดในด้านเพื่อน (การมีเพื่อนเป็นแบบอย่างที่ดีในการใช้สมาร์ตโฟน) 11.4% ในกลุ่มนักเรียนที่มักจะใช้สมาร์ตโฟนเล่นเกมก่อนเสมอ ถึงแม้ว่านักเรียนมีการบ้านที่จะต้องทำ การเรียงลำดับตัวทำนายที่สำคัญจากมากไปน้อยโดยการสรุปผลได้ คือ การสนับสนุนจากครูในการใช้สมาร์ตโฟนต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนอย่างสร้างสรรค์ เป็นตัวทำนายที่สำคัญเป็นอันดับแรก และตัวทำนายที่สำคัญรองลงมาคือ การมีเพื่อนเป็นแบบอย่างที่ดีในการใช้สมาร์ตโฟน การควบคุมการใช้สมาร์ตโฟนจากผู้ปกครอง และการเห็นแบบอย่างจากสื่อ

ความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรสถานการณ์ทางสังคมทั้ง 4 ตัวแปร และพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนอย่างสร้างสรรค์ พบว่ามีอิทธิพลต่อกัน กล่าวคือ เมื่อนักเรียนค้นพบความเป็นจริง

เกี่ยวกับการเห็นแบบอย่างจากสื่อ การควบคุมการใช้จากผู้ปกครอง การสนับสนุนจากครู การมีเพื่อนเป็นแบบอย่าง ส่งผลให้นักเรียนมีพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนอย่างสร้างสรรค์ในแต่ละด้านได้เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสาเหตุการเกิดพฤติกรรมของมนุษย์ในด้านสถานการณ์ทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบทฤษฎีปฏิสัมพันธ์นิยม (Interactionism Model) ของ ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2550, น.85-117) ได้ทำการศึกษารูปแบบทฤษฎีปฏิสัมพันธ์นิยม โดยพบว่าด้วยสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบๆ ตัวนักเรียนนั้น ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มีชีวิตหรือไม่มีชีวิต เช่น สื่อ พ่อแม่ ครู เพื่อน ที่ล้วนมีอิทธิพลต่อการกระทำของนักเรียน และเมื่อนักเรียนนั้นรับรู้ถึงสิ่งที่อยู่รอบตัวแล้วตีความและแสดงพฤติกรรมนั้นออกมา ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีแรงสนับสนุนทางสังคม คือ การที่บุคคลนั้นๆ ซึ่งเป็นผู้รับแรงสนับสนุนได้รับการปฏิสัมพันธ์จากผู้ให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านอารมณ์หรือจิตใจ สังคม ข้อมูลข่าวสาร คำแนะนำ วัตถุสิ่งของ ที่มีผลกระทบต่อนักเรียนทำให้เกิดการตอบสนองต่อสิ่งที่ได้รับการสนับสนุนนั้นๆ และเป็นแรงผลักดันบุคคลนั้นๆ มีพฤติกรรมไปในทิศทางที่ผู้รับต้องการได้

2.2 อิทธิพลของความเป็นกลุ่มนิยมและทัศนคติที่ดีในการใช้สมาร์ตโฟน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนอย่างสร้างสรรค์

พบว่า อิทธิพลของความเป็นกลุ่มนิยมและทัศนคติที่ดีในการใช้สมาร์ตโฟน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนอย่างสร้างสรรค์ โดยทั้ง 2 ตัวแปร สามารถทำนายพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟน การใช้สมาร์ตโฟนอย่างสร้างสรรค์ ประกอบด้วย การใช้สมาร์ตโฟนอย่างปลอดภัย การใช้สมาร์ตโฟนอย่างถูกกาลเทศะ และการใช้สมาร์ตโฟนอย่างมีประโยชน์ และทั้ง 2 ตัวแปร สามารถทำนายพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนอย่างปลอดภัยได้สูงสุดในความเป็นกลุ่มนิยม 20.7% สอดคล้องกับงานวิจัยของ Aoki, Edward, & Downes (2003) ได้ทำการศึกษาด้านการใช้และทัศนคติของคนหนุ่มสาวที่มีต่อโทรศัพท์มือถือ โดยพบว่า ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือมีพฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์มือถือที่หลากหลาย เช่น เพื่อด้านความปลอดภัย โดยผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าใช้โทรศัพท์มือถือเมื่อต้องเดินออกไปบนถนนในเวลากลางคืน และสามารถทำนายพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนอย่างมีประโยชน์ได้สูงสุด 33.8% ในกลุ่มนักเรียนที่ขณะเดินเล่นสมาร์ตโฟนโดยไม่มองทาง ไม่ระไวว่านักเรียน จะเดินชนคนอื่น หรือกำลังเดินข้ามถนน และทำนายพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนอย่างมีประโยชน์ได้สูงสุดในทัศนคติที่ดีในการใช้สมาร์ตโฟน 28.1% ในกลุ่มนักเรียนที่มักจะใช้สมาร์ตโฟนแช็ตติดต่อกับเพื่อนเมื่อต้องการสอบถามข้อมูลเรื่องที่บ้าน การเรียงลำดับตัวทำนายที่สำคัญจากมากไปน้อยโดยการสรุปผลได้ คือ ทัศนคติที่ดี

ในการใช้สมาร์ทโฟนต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ เป็นตัวทำนายที่สำคัญเป็นอันดับแรก และตัวทำนายที่สำคัญรองลงมาคือ ความเป็นกลุ่มนิยม

ความสัมพันธ์ของความเป็นกลุ่มนิยมและทัศนคติที่ดีในการใช้สมาร์ทโฟน และพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ พบว่ามีอิทธิพลต่อกัน กล่าวคือ เมื่อนักเรียนที่มีความเป็นกลุ่มนิยมและทัศนคติที่ดีในการใช้สมาร์ทโฟน ส่งผลให้นักเรียนมีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ในแต่ละด้านได้เพิ่มมากขึ้น

2.3 อิทธิพลของการใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ ในเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์

พบว่า กลุ่มตัวแปรการใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ ในเชิงสร้างสรรค์ ทั้ง 4 ตัวแปรสามารถทำนายพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ ประกอบด้วย การใช้สมาร์ทโฟนอย่างปลอดภัย การใช้สมาร์ทโฟนอย่างถูกกาลเทศะ และการใช้สมาร์ทโฟนอย่างมีประโยชน์ พบว่าตัวแปรทั้ง 4 ตัว สามารถทำนายการใช้สมาร์ทโฟนอย่างปลอดภัยได้สูงสุดในด้านอำนวยความสะดวก 13.9% สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pavelka (2016) ได้ทำการศึกษาการใช้สมาร์ทโฟน เพื่อใช้ในช่วงการเดินทาง ทำการสำรวจโดยใช้การสัมภาษณ์ กลุ่มเยาวชนจำนวน 126 คน โดยกลุ่มเยาวชนอายุ 18-30 ปี มีแนวโน้มที่ใช้สมาร์ทโฟนช่วยในระหว่างการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ มากขึ้น โดยใช้เป็นสื่อกลางในการอำนวยความสะดวกและปลอดภัยระหว่างการเดินทางสมาร์ทโฟนสามารถใช้เป็น GPS และแผนที่ สืบค้นหาข้อมูลการเดินทาง ส่งผลให้พวกเขาไม่หลงทางและส่งผลให้เพิ่มความมั่นใจเพิ่มขึ้นอีกด้วย และทำนายการใช้สมาร์ทโฟนอย่างถูกกาลเทศะได้สูงสุด 12.3% ในกลุ่มนักเรียนมักจะใช้เครื่องคิดเลขบนสมาร์ทโฟนเพราะนักเรียนคิดว่ามันสะดวก และสามารถทำนายการใช้สมาร์ทโฟน อย่างมีประโยชน์ได้สูงสุด 20.4% ในกลุ่มนักเรียนที่ใช้ไฟฉายบนสมาร์ทโฟน เมื่ออยู่ในที่มืด การเรียงลำดับตัวทำนายที่สำคัญจากมากไปน้อย โดยการสรุปผลได้ คือ การใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ ในเชิงสร้างสรรค์ ด้านอำนวยความสะดวกต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ เป็นตัวทำนายที่สำคัญเป็นอันดับแรก และตัวทำนายที่สำคัญรองลงมาคือ ด้านการบันทึกและการแจ้งเตือน ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านภาพแลเสียง ตามลำดับ

ความสัมพันธ์ของความเป็นกลุ่มนิยมและทัศนคติที่ดีในการใช้สมาร์ทโฟน และพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ พบว่ามีอิทธิพลต่อกัน กล่าวคือ เมื่อนักเรียนที่มีความเป็นกลุ่มนิยมและ

ทัศนคติที่ดีในการใช้สมาร์ทโฟน ส่งผลให้นักเรียนมีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ในแต่ละด้านได้เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ ประกอบด้วยการใช้อย่างปลอดภัย อย่างถูกกาลเทศะและมีประโยชน์ และทำให้ทราบว่าควรส่งเสริมปัจจัยด้านใดให้มากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวคิดเพื่อใช้ในการงานวิจัยในอนาคต

ตารางที่ 8 ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

ข้อค้นพบ	ข้อเสนอแนะและนำผลไปประยุกต์ใช้
วิเคราะห์ลักษณะภูมิหลังของนักเรียน พบผลเด่นชัดของลักษณะภูมิหลังของระดับผลการเรียนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์แตกต่างกัน ในขณะที่ระดับการศึกษาและอาชีพผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ที่ไม่แตกต่างกัน	ควรมีการนำลักษณะภูมิหลังประเภทอื่นๆ ในการใช้เป็นตัวแปรในงานวิจัย เพื่อค้นพบผลการวิจัยในลักษณะภูมิหลังที่สำคัญได้
จากผลการทดสอบสมมติฐานด้านการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น และตัวแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อนักเรียนมีการรับรู้ถึงสถานการณ์ทางสังคมด้านต่างๆ และปัจจัยภายในตนเอง (ความเป็นกลุ่มนิยมและทัศนคติที่ดี) และการใช้แอปพลิเคชันและพีเจอร์ต่างๆ มากขึ้น จะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ได้มากขึ้น โดยเฉพาะการใช้ได้อย่างปลอดภัยมากที่สุดเมื่อนักเรียนมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้	ควรมีการสร้างกิจกรรมต้นแบบเพื่อพัฒนาพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วยการใช้อย่างปลอดภัย อย่างถูกกาลเทศะและมีประโยชน์ ควรมีเนื้อหาหรือผังการอบรมสั่งสอนและสร้างเสริมลักษณะความเหมาะสมต่อสถานที่และสถานการณ์ เนื่องจากผลวิจัยนี้ทำให้ทราบว่านักเรียนประเภทใดควรได้รับการพัฒนาเป็นลำดับต้น ๆ กล่าวคือนักเรียนที่มีความเป็นกลุ่มนิยมมาก เป็นปัจจัยที่

สมาร์ทโฟนที่ 28.1% รองลงมาคือ เมื่อนักเรียนมีความเป็นกลุ่มนิยมมากในการรับรู้ถึงการใช้สมาร์ทโฟนที่ 20.7% และเมื่อนักเรียนได้รับการควบคุมการใช้สมาร์ทโฟนจากผู้ปกครองที่ 17.8% , และการใช้อย่างมีประโยชน์ มากที่สุดเมื่อนักเรียนมีการใช้แอปพลิเคชันและพีเจอร์ต่างๆ ในด้านอำนวยความสะดวกที่ 20.4% ตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์

พบจากงานวิจัยครั้งนี้ว่าเป็นปัจจัยที่มีบทบาทเป็นอันดับแรกๆ ในการผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างปลอดภัยได้สูงสุดในด้านโรงเรียน (การสนับสนุนจากครูในการใช้สมาร์ทโฟน) 23.8% ความเป็นกลุ่มนิยมของนักเรียน 20.7% การใช้แอปพลิเคชันและพีเจอร์ต่างๆ ในเชิงสร้างสรรค์ได้สูงสุดในด้านอำนวยความสะดวก 13.9%

1) กลุ่มสถานการณ์ทางสังคม การเรียงลำดับตัวทำนายนที่สำคัญจากมากไปน้อยโดยการสรุปผลได้ คือ การสนับสนุนจากครูในการใช้สมาร์ทโฟน ครูของนักเรียนมักคอยเตือนนักเรียนไม่ให้ใช้สมาร์ทโฟนในห้องสมุด แต่นักเรียนมักแอบนำสมาร์ทโฟนขึ้นมาใช้($b = -.363$) ต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ (การใช้อย่างถูกกาลเทศะ) เป็นตัวทำนายนที่สำคัญเป็นอันดับแรก และตัวทำนายนที่สำคัญรองลงมาคือ การมีเพื่อนเป็นแบบอย่างที่ดีในการใช้สมาร์ทโฟน เมื่อนักเรียนเห็นคนอื่นทะเลาะวิวาทกัน เพื่อนของนักเรียนมักหยิบสมาร์ทโฟน

มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนได้อย่างถูกกาลเทศะของนักเรียนประเภทนี้มากกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ ในกรณีที่ต้องการส่งเสริมพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนได้อย่างสร้างสรรค์ จึงต้องมีการสร้างเสริมการใช้อย่างถูกกาลเทศะให้นักเรียนเหล่านี้ เพื่อให้มีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนได้อย่างถูกกาลเทศะมากขึ้น

โรงเรียนและผู้ปกครองอาจร่วมกันจัดกิจกรรมส่งเสริมและชักจูงในด้านการใช้สมาร์ทโฟนด้านฟังก์ชัน/พีเจอร์และแอปพลิเคชันในลักษณะที่ควบคู่ไปกับการให้ความรู้และเพิ่มทักษะด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย เพื่อให้ทำให้เกิดการรับรู้สภาพความเสี่ยงในการใช้สมาร์ทโฟน อีกทั้งเพื่อสามารถพัฒนาให้นักเรียนใช้สมาร์ทโฟนได้อย่างเหมาะสม มีประโยชน์ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น

ครูและผู้ปกครองผู้ใกล้ชิดนักเรียนแนะนำหรือจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับการใช้สมาร์ทโฟนให้นักเรียน ทั้งในด้านข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์, ความทันสมัย และนำเสนอสอดแทรกไปในระหว่างคาบเรียน, เพิ่มสื่อการเรียนหรือการใช้ชีวิตประจำวันที่อยู่ร่วมกันกับเพื่อนหรือผู้ปกครองที่สามารถทำให้นักเรียนได้คำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้สมาร์ทโฟนไม่ว่าจะทางด้านร่างกายหรือทางด้านข้อมูล ตลอดจนให้คำแนะนำถึงการใช้อย่างปลอดภัยหรือพีเจอร์ต่างๆ

ขึ้นมาถ่ายรูปหรือวิดีโอ แล้วแชร์ลงโซเชียล (b = -.358) ต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ (การใช้อย่างถูกกาลเทศะ) การควบคุมการใช้สมาร์ทโฟนจากผู้ปกครอง ผู้ปกครองของนักเรียนมักห้ามนักเรียนใช้สมาร์ทโฟนขณะที่กำลังชาร์จแบตเตอรี่ แต่นักเรียนมักไม่สนใจและไม่ปฏิบัติตาม (b = -.310) ต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ (การใช้อย่างปลอดภัย) และการเห็นแบบอย่างจากสื่อ ฉันเห็นโฆษณาทางทีวีเรื่องเกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์ขณะฝนฟ้าคะนองแล้ว ไม่เห็นมีอันตรายอย่างที่คิด (b = -.255) ต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ (การใช้อย่างมีประโยชน์)

2) กลุ่มของความเป็นกลุ่มนิยมและทัศนคติการเรียงลำดับตัวทำนายที่สำคัญจากมากไปน้อยโดยการสรุปผลได้ คือ ทัศนคติที่ดีในการใช้สมาร์ทโฟน นักเรียนรู้สึกสะดวกมากขึ้นเมื่อนักเรียนใช้สมาร์ทโฟนในการค้นคว้าหาข้อมูลต่างๆ (b = .586) ต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนอย่างสร้างสรรค์ (การใช้อย่างมีประโยชน์) เป็นตัวทำนายที่สำคัญเป็นอันดับแรก และตัวทำนายที่สำคัญรองลงมาคือ ความเป็นกลุ่มนิยม

นักเรียนมักจะใช้สมาร์ทโฟนในขณะที่ครูสอนตาม
เพื่อนๆ ($b = -.515$) ต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟ
นอย่างสร้างสรรค์ (การใช้อย่างถูกกาลเทศะ)

3) การใช้แอปพลิเคชันและฟีเจอร์ต่างๆ ในเชิง
สร้างสรรค์ การเรียงลำดับตัวทำนายนที่สำคัญจาก
มากไปน้อย โดยการสรุปผลได้ คือ การใช้แอปพลิเค
ชันและฟีเจอร์ต่างๆ ในเชิงสร้างสรรค์ด้านอำนวย
ความสะดวก นักเรียนใช้ไฟฉายบนสมาร์ตโฟน เมื่อ
อยู่ในที่มืด ($b = .454$) ต่อพฤติกรรมการใช้
สมาร์ตโฟนอย่างสร้างสรรค์ (การใช้อย่างมี
ประโยชน์) เป็นตัวทำนายนที่สำคัญเป็นอันดับแรก
และตัวทำนายนที่สำคัญรองลงมาก็คือด้านการบันทึก
และการแจ้งเตือน นักเรียนมักตั้งนาฬิกาปลุกบน
สมาร์ตโฟน เพื่อปลุกนักเรียนไปโรงเรียน ($b = -$
.367) ต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนอย่าง
สร้างสรรค์ (การใช้อย่างปลอดภัย) ด้านความเป็น
ส่วนตัว นักเรียนตั้งรหัสตัวเลขล๊อค , ลากเส้น มลาย
นิ้วมือหรือจดจำใบหน้า ในการปลดล๊อคสมาร์ตโฟน
เพื่อความปลอดภัยของข้อมูลในสมาร์ตโฟน ($b =$
.223) ต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนอย่างสร้ง
สรรค์ (การใช้อย่างถูกกาลเทศะ) และด้านภาพและ
เสียงนักเรียน Capture ภาพหน้าจอเมื่อเจอข้อมูลที
น่าสนใจ ($b = .481$) ต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟ
นอย่างสร้างสรรค์ (การใช้อย่างมีประโยชน์)

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้กับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรนำข้อค้นพบในงานวิจัย เพื่อใช้ทำวิจัยเชิงทดลองเพื่อประเมินผลหรือจัดกิจกรรมต้นแบบในกลุ่มเยาวชนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้สมาร์ทโฟนได้อย่างรอบด้าน เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ถึงสภาพความเสี่ยงในการใช้และเพิ่มพูนทักษะการใช้ประโยชน์จากการใช้สมาร์ทโฟน และเมื่อได้ผลการวิจัยเชิงทดลองมาแล้ว วิเคราะห์เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนหรือสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางกับกลุ่มบุคคลอื่นๆ ได้

2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีความทันสมัยทันต่อการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีหรือสถานการณ์ที่มีไม่คาดคิด ที่อาจจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน เช่น การใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ในการเชื่อมต่อรองรับในด้านการเรียนการสอนให้เหมาะสม ดังเช่นในสถานการณ์ปัจจุบันนี้ได้

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2564 (ไตรมาส 2). สืบค้น 13 พฤศจิกายน 2564, จาก <http://www.nso.go.th>

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในประเทศไทย. สืบค้น 25 มกราคม 2562, จาก <https://www.egov.go.th/th/government-agency/139/>

ดุจเดือน พันธุมนาวิน. (2541). รูปแบบทฤษฎีปฏิสัมพันธ์นิยม (Interactionism model) และแนวทางการตั้งสมมติฐาน ในการวิจัยสาขาจิตพฤติกรรมศาสตร์ในประเทศไทย. วารสารพัฒนาสังคม, 9(1), 85-117.

- ดุจเดือน พันธมนาวิน และอัมพร ม้าคนอง. (2547). ปัจจัยทางจิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมจดจ่อใส่ใจในการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เป็นรุ่นแรกของครอบครัว. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*, 2(2), 56-82.
- ธัญธัช วิภัติภูมิประเทศ. (2559). พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนของนักศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 30(95), 48-58.
- นันทน์ภัส เพชรเกลี้ยง. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีอุปกรณ์การอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของพระนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. *วิจัยสื่อสารสนเทศ*, 24(2), 52-79.
- นาฏลดา เรืองชาญ, จินตนา จันทนนท์, และชนัญญาญจน์ แสงประสาน. (2561). ศึกษาการใช้สมาร์ทโฟนเพื่อการศึกษาของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 4(2), 294-303.
- เยาวลักษณ์ เตียวิสัย, ดุจเดือน พันธมนาวิน, ดวงเดือน พันธมนาวิน, และงามตา วรินทร์านนท์. (2561). ปัจจัยเชิงเหตุทางจิตและสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสื่อสารอย่างเคารพสิทธิผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์*, 24(2), 21-41.
- ศุภรางค์ อินทฤทธิ์. (2552). ปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตสังคมและปัจจัยเชิงผลด้านการจัดการกับความเครียดของพฤติกรรมรักการอ่านในนักเรียนวัยรุ่น. *วารสารจิตพฤติกรรมศาสตร์*, 6(2), 78-120.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 12. (2561). *นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นประจำอำเภอทุ่งสง*. สืบค้น 24 มีนาคม 2562, จาก http://www.sea12.go.th/sea12/images/stories/pdf/y_2559/nov59/ns59.pdf
- Aoki, K., Edward, J., & Downes, S. (2003). *An analysis of young people's use of and attitudes toward cell phones*. Retrieved January 25, 2019, from <https://www.semanticscholar.org/paper/An-analysis-of-young-people's-use-of-and-attitudes-Aoki-Downes>
- Pavelka, J. P. (2016). *Smartphone Use During Travel, TTRA Canada 2016 Conference*. Retrieved January 25, 2019, from https://scholarworks.umass.edu/ttracanada_2016_conference/6

พฤติกรรมการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ*

Digital Reading Behavior of Undergraduate Students in Public Universities

กนกพร สิทธีชัยวรบุตร (Kanokporn Sittichaiworabutr) **

ศศิพิมล ประพินพงศกร (Sasipimol Prapinpongsakorn) ***

แหวตา เตชาทวิวรรณ (Walta Techataweewan) ****

*ปริญญาโทบริหารธุรกิจศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

**นักศึกษาระดับปริญญาโท, หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, E-mail: kanokpom.juneey@g.swu.ac.th

***ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะมนุษยศาสตร์ สารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, E-mail: sasipimol@g.swu.ac.th

****รองศาสตราจารย์ ดร., คณะมนุษยศาสตร์ สารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, E-mail: walta@g.swu.ac.th

ได้รับบทความ: 27 ม.ค. 64 / แก้ไขปรับปรุง: 1 ก.ค. 64 / อนุมัติให้ตีพิมพ์: 3 ม.ค. 64 / เผยแพร่ออนไลน์: 21 ธ.ค. 64

DOI: 10.14456/rilj.2021.15

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลและปัญหาในการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ รวมทั้งเปรียบเทียบพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลและปัญหาการอ่านดิจิทัล จำแนกตามตัวแปรชั้นปี และกลุ่มสาขาวิชา โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ลงทะเบียนเรียนในปีการศึกษาที่ 1/2563 จำนวน 506 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบหลายขั้นตอนตามภูมิภาค ชั้นปี และสาขาวิชา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ One-Way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษา มีพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบการเรียนและงานที่ได้รับมอบหมาย อ่านเนื้อหาสาระเนื้อหาที่ไม่ใช่สาขาวิชาที่เรียนแต่มีความสนใจจากสื่อสังคมออนไลน์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟนมากที่สุด มีลักษณะการอ่านแบบกว้างขวาง รวมถึงมีการใช้ฟังก์ชันค้นหาคำภายในเนื้อหาที่อ่านและมักใช้วิธีการบันทึกข้อมูลที่อ่านด้วยการจับภาพหน้าจอเพื่อเก็บไว้อ่านเองหรือการแชร์ ส่วนเหตุผลในการอ่านรูปแบบดิจิทัลเพราะสามารถอ่านสารสนเทศดิจิทัลได้ทันทีที่ต้องการและอ่านได้ทุกที่ทุกเวลา สำหรับปัญหาในการอ่านดิจิทัลที่เป็นปัญหาส่วนบุคคลคือปัญหาสุขภาพ จากการอ่านหรือใช้อุปกรณ์ในการอ่านดิจิทัลเป็นเวลานาน และมีปัญหาจากภายนอกในประเด็นการถูกจำกัดสิทธิไม่ให้ดาวน์โหลดสารสนเทศดิจิทัลที่ต้องการอ่าน โดยที่นักศึกษาที่มีระดับชั้นปีต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลและปัญหาในการอ่านแตกต่างกัน ในขณะที่นักศึกษาที่ศึกษากลุ่มสาขาวิชาต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลและปัญหาในการอ่านไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: พฤติกรรมการอ่าน การอ่านดิจิทัล นักศึกษาระดับปริญญาตรี

Abstract

This research aims to study the behavior of and the problems with the digital reading of undergraduate students at public universities, including the comparison of digital reading behavior and digital reading problems according to their year and faculty variables and by using the quantitative research method. The samples consisted of 506 undergraduate students enrolled in the first semester of the 2020 academic year by using the multi-stage sampling method. The data were collected through the questionnaires and analyzed the descriptive statistics, including percentage, mean, standard deviation and One-Way ANOVA. The results revealed that the study showed that the students had a high level of overall digital reading behavior. The main purpose of the digital reading was for studying and assignments. In addition, the students read material outside their field of study, but have an interest in the content and read types of digital information from social media via smartphone devices.

Extensive reading was the most common reading style among the samples, including reading techniques. Throughout the reading, the students frequently used some features such as word search and saving information by capture to read later or share with friends. The reason of choosing digital reading was that the samples could read whenever and wherever they needed. As for the problems of the digital reading, personal problems related to the health issues from long-time usage of electronic devices, and there are external problems in the issue of restrictions on the right not to download the books that have been read because they have to be paid for. For the comparison based on the variables, it was found that the statistically significant difference of overall behavior and problems of digital reading of students of different years were at a different level of .05, while students at different faculties did not demonstrate any differences in behavior and problems with digital reading.

Keywords: Reading behavior, Digital reading, Undergraduate students

บทนำ

ปัจจุบันแหล่งทรัพยากรสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตมีจำนวนมหาศาล และนำเสนอข้อมูลสารสนเทศต่างๆ ในรูปแบบสื่อดิจิทัล รวมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ที่เคยแพร่อยู่เดิมก็เปลี่ยนเป็นสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้น ทำให้คนไทยหันมาอ่านข่าวสารบนอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ผลสำรวจการอ่านของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ในปี 2561 ประชากรชาวไทย มีอัตราการอ่านร้อยละ 88.0 ลดลงร้อยละ 8.1 จากเดิมในปี 2558 ที่มีอัตราการอ่าน ร้อยละ 96.1 ในขณะเดียวกันการอ่านสื่อดิจิทัลมีอัตราเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 54.9 ในปี 2558 เป็น ร้อยละ 75.4 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.5 ในปี 2561 เมื่อจำแนกอายุพบว่าเยาวชนวัยรุ่นอายุ 15–24 ปี เป็นเพียงกลุ่มเดียวที่อ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ และมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์สูงที่สุดร้อยละ 89.9 แสดงให้เห็นว่าเยาวชนคนรุ่นใหม่ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อย่างแพร่หลาย และอุปกรณ์มีผลต่อการใช้ชีวิตประจำวัน รวมทั้งทำให้พฤติกรรมกรรมการอ่านจากสื่อสิ่งพิมพ์แบบเดิมกลายเป็นพฤติกรรมกรรมการอ่านดิจิทัล (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562; สำนักงานอุทยานการเรียนรู้, 2562) นอกจากนี้การที่สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีเป็นจุดที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและเอื้อต่อการเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายด้วยปลายนิ้ว จึงส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมกรรมการอ่านโดยผู้อ่านมักจะเลือกอ่านเนื้อหาที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ของตน อีกทั้งสารสนเทศดิจิทัลมีให้เลือก

หลากหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นหนังสือ วารสารวิชาการ นิตยสาร วิทยานิพนธ์/งานวิจัย หนังสือพิมพ์ นวนิยาย การ์ตูน ฯลฯ ล้วนแล้วแต่อยู่ในรูปแบบของอิเล็กทรอนิกส์และ/หรือรูปแบบออนไลน์ รวมไปถึง สารสนเทศบนเว็บไซต์ และสารสนเทศบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ที่ในการอ่าน เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ คอมพิวเตอร์พกพา และแท็บเล็ต (Lee, 2018; Qutab, Iqba, & Ullah, 2017) การอ่านสารสนเทศดิจิทัลผ่านจออุปกรณ์ยังสามารถใช้ฟังก์ชันควบคู่ไปกับการอ่าน เช่น บัญชีการค้า ค้นหาคำภายในเนื้อหาที่อ่าน การย่อ/ขยายหน้าจอหรือตัวอักษร ไฮเปอร์ลิงก์ การปักหมุดตำแหน่ง เนื้อหาที่ยังอ่านไม่จบ การทำไฮไลต์เน้นข้อความ การกดข้อความเพื่ออ่านออกเสียงให้ฟัง การแบ่งปัน (Share) เนื้อหาที่อ่านไปยังแอปพลิเคชันอื่นๆ การเขียนข้อความเพิ่มเติมบนไฟล์ที่กำลังอ่าน การสแกน QR Code เพื่อลิงก์หรืออ่านข้อความเพิ่มเติม และการหมุนหน้าจอแนวตั้ง/แนวนอนการ เป็นต้น (Liu & Huang, 2016; นิธิศ ไสระฐี, 2558) รวมถึงสามารถบันทึกเนื้อหาดิจิทัลที่อ่านได้หลายวิธี ได้แก่ คัดลอกและวางข้อมูลลงในโปรแกรมอื่น การจับภาพหน้าจอ (Capture) การบันทึกลงอุปกรณ์ที่อ่านหรือบันทึกเก็บไว้ในพื้นที่ออนไลน์ การส่งพิมพ์ จดโน้ตลงกระดาษ และไม่มีการบันทึก เป็นต้น ดังนั้นการอ่านดิจิทัลสามารถเข้าถึงและอ่านได้ ส่วนใหญ่ไม่เสียค่าใช้จ่าย อ่านได้ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการ มีความสะดวกรวดเร็ว ในการใช้งานผ่านอุปกรณ์ที่อ่าน สามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งสารสนเทศภายนอกได้ มีฟังก์ชันช่วยในการอ่านและจัดเก็บข้อมูลในอุปกรณ์หรือในพื้นที่ออนไลน์ สามารถแลกเปลี่ยนความรู้หรือความคิดเห็นระหว่างผู้อ่านได้ ประหยัดเวลา และสามารถพกพาไปได้ทุกที่ (Szentgyörgyvölgyi, Novotny, & Szabó, 2017; จรดปรกรณ์ กิรกุลกำจร, 2554; ไบบัว นามสุข, 2555)

พฤติกรรมการอ่านดิจิทัลเป็นการกระทำหรือแสดงออกที่เกี่ยวข้องกับการอ่านข้อมูลสื่อดิจิทัลผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ เช่น การอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ นิตยสารออนไลน์ อ่านสารสนเทศจากเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือแม้แต่อ่านสารสนเทศจากสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น (Kesterson, 2015; Keiko, Emi, Yosuke, & Yukiko, 2017; Hahnel, Goldhammer, Krohne, & Naumann, 2018) ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยเบื้องต้นพบว่ามีการวิจัยในต่างประเทศที่เน้นศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลอย่างกว้างขวาง และส่วนใหญ่ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณและเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม เช่น การศึกษาพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในประเทศแคนาดา (Foasberg, 2011) พฤติกรรมการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในประเทศอิหร่าน (Shabani, Naderikharaj, & Reza Abedi, 2011) พฤติกรรมการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ใช้สมาร์ทโฟนในประเทศจีน (Liu, & Huang, 2016) พฤติกรรมการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในประเทศอินเดีย (P., & K., 2018; Khatri, 2020) ส่วนงานวิจัยในประเทศไทยยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลโดยตรงแต่มีการศึกษาพฤติกรรม

การอ่านเฉพาะประเภทของสื่อดิจิทัล เช่น การศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี (นิตติยา ศรีคง, 2556) การใช้ทรัพยากรสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา (จิตตานันท์ กวนชัยภูมิ และแสงจันทร์ สัมฤทธิ์รินทร์, 2558) การศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี (นฤมล เทพนวล, 2558) และการศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านของนักศึกษาระดับปริญญาตรี (ภัทริรา สุวรรณโค, 2559) เป็นต้น จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทำให้ผู้วิจัยได้แนวทางในการนำมาใช้กำหนดเป็นกรอบในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านดิจิทัลและปัญหาในการอ่านดิจิทัล และจากการศึกษางานส่วนใหญ่สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษามีพฤติกรรมกรรมการอ่านสารสนเทศจากสื่อสิ่งพิมพ์ลดลงและหันมาอ่านข้อมูลสารสนเทศจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้นตามยุคสมัยที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้การเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษายังเน้นการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองประกอบการเรียนและการทำกิจกรรมที่ได้รับมอบหมายมากกว่าการเรียนในชั้นเรียนเพียงอย่างเดียว เนื่องจากการค้นคว้าหาข้อมูลต้องใช้เวลาในการอ่านเนื้อหาวิชาการค่อนข้างมาก การค้นหาสารสนเทศจากช่องทางการอ่านแบบดิจิทัลจึงเป็นทางเลือกลำดับแรกๆ ที่นักศึกษา มักนึกถึงและเลือกใช้ก่อนเพราะมีความสะดวกรวดเร็วกว่าการเข้าไปค้นหาในห้องสมุดเพราะเข้าถึงข้อมูลได้ทันทีที่ต้องการรวมถึงสามารถใช้ฟังก์ชันต่างๆ ควบคู่ไปกับการอ่านดิจิทัลได้ด้วย ไม่ว่าจะเป็นการค้นหา คำภายในเนื้อหา การบันทึกข้อมูลด้วยวิธีการจับภาพหน้าจอ อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลอื่นๆ ในขณะที่อ่านได้อีกด้วย การอ่านดิจิทัลจึงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ เพราะเอื้อต่อการเรียนรู้และอ่านสารสนเทศที่ผู้เรียนต้องการได้ทุกที่ทุกเวลา อีกทั้งนักศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่เติบโตมาพร้อมกับยุคที่มีการใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์ดิจิทัลต่างๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านดิจิทัลและปัญหาในการอ่านดิจิทัลเพื่อจะได้ทราบพฤติกรรมและปัญหาในการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาในยุคปัจจุบัน กอปรกับผู้วิจัยยังไม่พบว่ามีการศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในภาพรวม ผู้วิจัยจึงคาดหวังว่าผลจากการวิจัยจะเป็นแนวทางให้อาจารย์ผู้สอนใช้เป็นข้อมูลสำหรับการจัดทำสื่อการเรียนรู้ในรูปแบบดิจิทัลต่างๆ รวมถึงบทเรียนออนไลน์เพิ่มเติมให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้เรียน รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อบรรณารักษ์ในการวางแผนเพื่อติดตาม จัดหา แนะนำสื่อดิจิทัล ตลอดจนแหล่งสารสนเทศจากอินเทอร์เน็ตที่น่าเชื่อถือให้กับนักศึกษาเพื่อเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ การศึกษาค้นคว้าได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักศึกษาในยุคปัจจุบันอีกด้วย

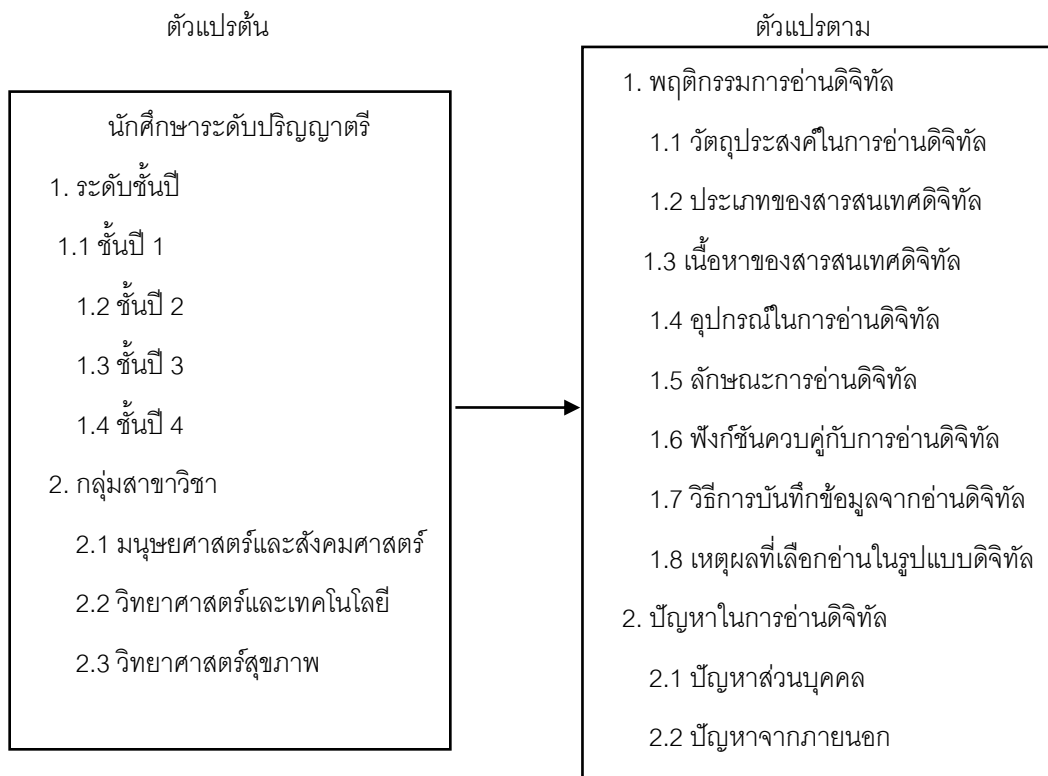
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
2. เพื่อศึกษาปัญหาในการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลและปัญหาในการอ่านดิจิทัลของนิสิตจำแนกตาม

ตัวแปรระดับชั้นปีและกลุ่มสาขาวิชา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษากิจกรรมการอ่านดิจิทัลและปัญหาในการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. นักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่ศึกษาในระดับชั้นปีแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลแตกต่างกัน
2. นักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่ศึกษาในกลุ่มสาขาวิชาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลแตกต่างกัน
3. นักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่ศึกษาในระดับชั้นปีแตกต่างกัน มีปัญหาในการอ่านดิจิทัลแตกต่างกัน
4. นักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่ศึกษาในกลุ่มสาขาวิชาแตกต่างกัน มีปัญหาในการอ่านดิจิทัลแตกต่างกัน

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 28 แห่ง จำนวน 727,804 คน (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2563) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ จำนวนรวมทั้งสิ้น 506 คน ซึ่งมากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดไว้ในตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan (1970, pp. 607-610) และใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน โดยการเลือกสถาบันอุดมศึกษาของรัฐตามพื้นที่ภูมิภาค ภูมิภาคละ 1 แห่ง รวมเป็น 5 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ภาคกลาง) มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง (ภาคเหนือ) มหาวิทยาลัยบูรพา (ภาคตะวันออก) มหาวิทยาลัยขอนแก่น (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) และมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ (ภาคใต้) จากนั้นใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นอย่างไม่เป็นสัดส่วนตามกลุ่มสาขาวิชาและชั้นปีที่ศึกษา

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ ตอนที่ 2 พฤติกรรมการอ่านดิจิทัล ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ในการอ่านดิจิทัล ประเภทของสารสนเทศดิจิทัล เนื้อหาของสารสนเทศดิจิทัล อุปกรณ์ที่ใช้ในการอ่านดิจิทัล ลักษณะการอ่านดิจิทัล ฟังก์ชันที่ใช้ควบคู่กับการอ่านดิจิทัล วิธีการบันทึกข้อมูลจากการอ่านดิจิทัล และเหตุผลที่เลือกอ่านในรูปแบบดิจิทัล ข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด) ตอนที่ 3 ปัญหาในการอ่านดิจิทัล คือ ปัญหาส่วนบุคคลและปัญหาจากภายนอก ข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ

แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พิจารณาความตรงของเนื้อหา ซึ่งผู้วิจัยคัดเลือกข้อคำถามที่ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.66-1.00 และปรับแก้ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำมาคำนวณค่าความเที่ยง (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha coefficient) ได้ค่าความเที่ยงโดยรวมเท่ากับ 0.94 ถือว่าเป็นแบบสอบถามที่มีคุณภาพสามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้จริง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอโครงการวิจัยคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ รหัสโครงการวิจัย SWUEC-G-018/2563X โดยได้รับผลการพิจารณาว่าเป็นโครงการวิจัยที่เข้าข่ายยกเว้น (Research with Exemption from SWUEC) เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2563 จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายน 2563 ซึ่งอยู่ในช่วงสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด 19 จึงใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูลผ่านเครื่องมือ Google Form โดยส่งลิงค์แบบสอบถามให้นักศึกษาดำเนินการด้วยตนเองและฝากลิงค์แบบสอบถามให้นักศึกษาช่วยส่งต่อให้ ได้รับการตอบแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน 506 ชุด และเป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ทั้งหมด

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปโดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 ใช้การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการอ่านดิจิทัลและปัญหาในการอ่านดิจิทัล

4.3 ใช้สถิติ One-way ANOVA หรือ F-test วิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการอ่านดิจิทัลและปัญหาในการอ่านดิจิทัล และทดสอบความแตกต่างตัวแปรชั้นปีและกลุ่มสาขาวิชา เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดำเนินการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีของเชฟเฟอว์ (Sheffe)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาในระดับชั้นปีที่ 2 จำนวน 161 คน (ร้อยละ 31.8) ศึกษาในกลุ่มสาขาวิชา

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 258 คน (ร้อยละ 51.0) อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีเป็นส่วนตัวมากที่สุด คือ สมาร์ทโฟน จำนวน 488 คน (ร้อยละ 52.6) รองมา คือ คอมพิวเตอร์พกพา จำนวน 307 คน (ร้อยละ 33.0) และเวลาในการอ่านดิจิทัลต่อครั้งมากกว่า 1 ถึง 2 ชั่วโมง จำนวน 160 คน (ร้อยละ 31.6)

2. พฤติกรรมการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.61$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีมีพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลในด้านต่างๆ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการอ่านดิจิทัลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$) ประเภทของสารสนเทศดิจิทัลอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.44$) เนื้อหาของสารสนเทศดิจิทัลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$) การใช้อุปกรณ์ในการอ่านดิจิทัลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.59$) ลักษณะการอ่านดิจิทัลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.52$) การใช้ฟังก์ชันในการอ่านดิจิทัลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.54$) วิธีการบันทึกข้อมูลจากอ่านดิจิทัลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.61$) เหตุผลที่เลือกอ่านในรูปแบบดิจิทัลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.62$) ดังตาราง 1

ตาราง 1 พฤติกรรมการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

พฤติกรรมการอ่านดิจิทัล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านวัตถุประสงค์ในการอ่านดิจิทัล			
1.1 เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารและเหตุการณ์ปัจจุบัน	3.57	0.96	มาก
1.2 เพื่อประกอบการเรียนและงานที่ได้รับมอบหมาย	4.00	0.90	มาก
1.3 เพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะต่างๆ	3.71	0.98	มาก
1.4 เพื่อความบันเทิง สนุกสนาน คลายเครียด	3.77	1.02	มาก
1.5 เพื่อให้ได้ข้อมูลในการติดต่อหรือมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	3.37	0.99	ปานกลาง
2. ด้านประเภทของสารสนเทศดิจิทัล			
2.1 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์	3.27	1.05	ปานกลาง
2.2 วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์	3.58	0.94	มาก
2.3 นิตยสารอิเล็กทรอนิกส์	3.54	0.99	มาก
2.4 หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์	3.12	1.09	ปานกลาง
2.5 วิทยานิพนธ์/วิจัยอิเล็กทรอนิกส์	3.51	1.08	มาก
2.6 บทเรียนอิเล็กทรอนิกส์	3.27	1.00	ปานกลาง
2.7 นวนิยายอิเล็กทรอนิกส์	3.23	1.03	ปานกลาง
2.8 การ์ตูนอิเล็กทรอนิกส์	3.35	1.04	ปานกลาง

พฤติกรรมกรรมการอ่านดิจิทัล	\bar{x}	S.D.	แปลผล
2.9 สารสนเทศบนเว็บไซต์	3.44	1.04	ปานกลาง
2.10 สารสนเทศบนสื่อสังคมออนไลน์	4.04	0.99	มาก
3. ด้านเนื้อหาของสารสนเทศดิจิทัล			
3.1 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสาขาที่กำลังศึกษา	3.70	1.01	มาก
3.2 เนื้อหาที่ไม่ใช่สาขาวิชาที่เรียนแต่มีความสนใจ	4.10	0.83	มาก
4. ด้านการใช้อุปกรณ์ในการอ่านดิจิทัล			
4.1 คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	3.19	0.95	ปานกลาง
4.2 คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook)	3.87	0.85	มาก
4.3 สมาร์ทโฟน (Smartphone)	4.53	0.69	มากที่สุด
4.4 แท็บเล็ต (Tablet)	2.77	1.10	ปานกลาง
5. ด้านลักษณะการอ่านดิจิทัล			
5.1 อ่านแบบรวดเร็วโดยค้นหาคำสำคัญเพื่อจับใจความที่ต้องการ (Skim & Scan)	3.60	1.01	มาก
5.2 อ่านแบบละเอียดเพื่อทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง (Intensive)	3.63	0.95	มาก
5.3 อ่านแบบกว้างขวาง (Extensive)	3.79	0.98	มาก
5.4 อ่านแบบเจาะลึก (In depth)	3.38	0.94	ปานกลาง
5.5 อ่านแบบตามลำดับเนื้อหา (Linear)	3.44	0.97	ปานกลาง
5.6 อ่านแบบไม่ตามลำดับเนื้อหา (Non-linear)	3.30	0.94	ปานกลาง
6. ด้านการใช้ฟังก์ชันในการอ่านดิจิทัล			
6.1 การใช้บุ๊กมาร์ค	3.60	0.98	มาก
6.2 การค้นหาคำภายในเนื้อหาที่อ่าน	3.83	0.89	มาก
6.3 การย่อ/ขยายหน้าจอหรือตัวอักษร	3.65	0.96	มาก
6.4 การคลิกลิงค์ข้อมูลเชื่อมโยงจากเนื้อหาที่อ่านไปยังแหล่งข้อมูลอื่นๆ	3.54	0.93	มาก
6.5 การปักหมุดตำแหน่งเนื้อหาที่ยังอ่านไม่จบ	3.49	0.95	ปานกลาง

พฤติกรรมການอ่านดิจิทัล	\bar{x}	S.D.	แปลผล
6.6 การทำไฮไลต์เน้นข้อความ	3.49	0.94	ปานกลาง
6.7 การกดข้อความเพื่ออ่านออกเสียงให้ฟัง	3.46	0.93	มาก
6.8 การแบ่งปันเนื้อหาที่อ่านไปยังแอปพลิเคชันอื่นๆ	3.58	0.98	ปานกลาง
6.9 การเขียนข้อความเพิ่มเติมบนไฟล์ที่กำลังอ่าน	3.38	0.94	ปานกลาง
6.10 การสแกน QR Code เพื่อลิงค์หรืออ่านข้อความเพิ่มเติม	3.33	0.95	
6.11 การหมุนหน้าจอแนวตั้ง/แนวนอน	3.56	0.93	มาก
7. ด้านวิธีการบันทึกข้อมูลจากอ่านดิจิทัล			
7.1 คัดลอกและวางข้อมูลลงในโปรแกรมอื่น	3.62	0.99	มาก
7.2 ใช้วิธีการจับภาพหน้าจอ (capture) เพื่อเก็บไว้อ่านเองหรือการแชร์	3.96	0.87	มาก
7.3 บันทึกข้อมูลที่ต้องการไว้ในอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลต่างๆ เพื่ออ่านแบบออฟไลน์	3.74	0.90	มาก
7.4 บันทึก/ตัดปะข้อมูลที่ต้องการไว้ในพื้นที่ออนไลน์	3.58	0.93	มาก
7.5 สั่งพิมพ์ (print) เนื้อหาที่อ่าน	3.45	0.96	ปานกลาง
7.6 จดบันทึกด้วยมือใส่กระดาษหรือสมุดโน้ต	3.45	0.92	ปานกลาง
7.7 อ่านอย่างเดียวไม่มีการบันทึก	3.48	0.98	ปานกลาง
8. ด้านเหตุผลที่เลือกอ่านในรูปแบบดิจิทัล			
8.1 สามารถเข้าถึงและอ่านสารสนเทศดิจิทัลได้ส่วนใหญ่ไม่เสียค่าใช้จ่าย	3.65	0.96	มาก
8.2 สามารถอ่านสารสนเทศดิจิทัลได้ทันทีที่ต้องการและทุกที่ทุกเวลา	3.93	0.89	มาก
8.3 มีความสะดวกรวดเร็วในการใช้งานผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	3.82	0.96	มาก
8.4 อ่านแล้วสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งสารสนเทศภายนอกได้สะดวกรวดเร็ว	3.57	0.89	มาก
8.5 สารสนเทศดิจิทัลมีความทันสมัยและทันเหตุการณ์	3.68	0.95	มาก

พฤติกรรมกรรมการอ่านดิจิทัล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
8.6 มีฟังก์ชันช่วยอำนวยความสะดวกในการอ่านและจัดเก็บข้อมูลไว้อ่านครั้งต่อไป	3.59	0.97	มาก
8.7 ข้อมูลดิจิทัลสามารถสามารถเก็บออนไลน์ได้ ทำให้เก็บรักษาง่ายและประหยัดเนื้อที่ในการเก็บข้อมูล	3.43	0.94	ปานกลาง
8.8 สามารถแสดงความคิดเห็นหรือแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านช่องแสดงความคิดเห็นได้	3.47	0.93	ปานกลาง
8.9 ทำให้ไม่เสียเวลาในการไปหาข้อมูลเหมือนสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งต้องเดินทางออกไปหาที่ห้องสมุด	3.48	0.94	ปานกลาง
8.10 มีความสะดวกในการพกพาไปนอกสถานที่	3.55	0.98	มาก
รวม	3.61	0.36	มาก

3. ปัญหาในการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.54$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีมีปัญหาส่วนบุคคลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.58$) และปัญหาจากภายนอกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.51$) ดังตาราง 2

ตาราง 2 ปัญหาในการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

ปัญหาในการอ่านดิจิทัล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ปัญหาส่วนบุคคล			
1.1 ไม่มีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนตัว	3.42	1.07	ปานกลาง
1.2 มีค่าใช้จ่ายค่าอินเทอร์เน็ต หรือซื้อสารสนเทศดิจิทัลที่ต้องการ	3.73	0.86	มาก
1.3 มีปัญหาสุขภาพจากการอ่านหรือใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเวลานาน	3.80	0.95	มาก
1.4 มีปัญหาทางด้านภาษาต่างประเทศในการอ่านดิจิทัล	3.45	0.92	ปานกลาง
1.5 ไม่ทราบวิธีการเข้าถึงสารสนเทศดิจิทัลที่ต้องการ	3.48	0.94	ปานกลาง

ปัญหาในการอ่านดิจิทัล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
2. ปัญหาจากภายนอก			
2.1 การถูกจำกัดสิทธิไม่ให้ดาวน์โหลดสารสนเทศดิจิทัลที่ต้องการ	3.57	0.94	มาก
2.2 เนื้อหาดิจิทัลที่ยังไม่ตรงกับความต้องการ	3.51	0.93	มาก
2.3 มีโฆษณาที่มารบกวนในขณะที่กำลังอ่านหรือกำลังเข้าถึงเนื้อหาที่ใช้งาน	3.54	0.99	มาก
2.4 สัญญาณอินเทอร์เน็ตมีความล่าช้า	3.44	0.93	ปานกลาง
รวม	3.55	0.54	มาก

4. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลและปัญหาในการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยของรัฐ จำแนกตามตัวแปรระดับชั้นปี พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในชั้นปีแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อ 1 โดยนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในชั้นปีที่ 1 มีพฤติกรรมการอ่านดิจิทัล (\bar{X} =3.68) สูงกว่านักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในชั้นปีที่ 1 (\bar{X} =3.54) ส่วนปัญหาในการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในชั้นปีแตกต่างกัน มีปัญหาในการอ่านดิจิทัลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อ 3 โดยนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในชั้นปีที่ 2 มีปัญหาในการอ่านดิจิทัล (\bar{X} =3.61) สูงกว่านักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในชั้นปีที่ 1 (\bar{X} =3.39) ดังตาราง 3

ตาราง 3 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลและปัญหาในการอ่านดิจิทัลของนิสิตระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยของรัฐ จำแนกตามตัวแปรระดับชั้นปี

การอ่านดิจิทัล	ชั้นปี 1		ชั้นปี 2		ชั้นปี 3		ชั้นปี 4		f	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
พฤติกรรมการอ่านดิจิทัล	3.54 ^b	0.40	3.59	0.37	3.64	0.35	3.68 ^a	0.29	3.202	.023*
ปัญหาในการอ่านดิจิทัล	3.39 ^b	0.59	3.61 ^a	0.50	3.55	0.55	3.58	0.52	3.480	.016*

*P< .05

a, b หมายถึงอักษรที่กล่าวกำกับค่าเฉลี่ยใด แสดงว่าค่าเฉลี่ยคู่นั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยที่อักษร a กำกับค่าเฉลี่ยที่มีค่าสูงกว่า

5. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลและปัญหาในการอ่านดิจิทัลของนิสิตระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยของรัฐ จำแนกตามตัวแปรกลุ่มสาขาวิชา พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในกลุ่มสาขาวิชาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อ 2 โดยนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในกลุ่มสาขาวิชาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลไม่แตกต่าง ส่วนปัญหาในการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในกลุ่มสาขาวิชาแตกต่างกัน มีปัญหาในการอ่านดิจิทัลแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อ 4 โดยนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในกลุ่มสาขาวิชาแตกต่างกันมีปัญหาในการอ่านดิจิทัลไม่แตกต่าง ดังตาราง 4

ตาราง 4 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลและปัญหาในการอ่านดิจิทัลของนิสิตระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยของรัฐ จำแนกตามตัวแปรกลุ่มสาขาวิชา

การอ่านดิจิทัล	มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์		วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		วิทยาศาสตร์สุขภาพ		f	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
พฤติกรรมการอ่านดิจิทัล	3.63	0.47	3.60	0.36	3.60	0.41	0.359	.698
ปัญหาในการอ่านดิจิทัล	3.56	0.56	3.52	0.52	3.56	0.53	0.526	.591

อภิปรายผล

1. นักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยของรัฐมีพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลโดยรวมในระดับมาก โดยมีเหตุผลที่เลือกอ่านในรูปแบบดิจิทัลเพราะสามารถอ่านสารสนเทศดิจิทัลได้ทันทีที่ต้องการและทุกที่ทุกเวลา เนื่องจากการจัดการเรียนการสอนในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก การเรียนรู้จึงไม่ได้จำกัดแต่เพียงในห้องเรียนเท่านั้นแต่อาจเกิดจากการจัดสภาพการเรียนรู้บนรายวิชาออนไลน์หรือจากการที่ผู้สอนจัดเตรียมทรัพยากรการเรียนรู้ในรูปแบบออนไลน์ อีกทั้งผู้เรียนเองก็สามารถเรียนรู้และค้นคว้าด้วยตนเองอย่างอิสระ การเรียนรู้สามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลาโดยที่ผู้เรียนสามารถใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีเข้าถึงเนื้อหาและข้อมูลออนไลน์จึงทำให้เลือกการอ่านแบบดิจิทัลที่สะดวกและเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและง่ายดายมากกว่าการอ่านแบบตัวเล่มที่อาจต้องเสียเวลาเดินทางหรือมีข้อจำกัดอื่นๆ

ในการแหล่งเรียนรู้ในลักษณะทางกายภาพมากกว่า ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของจิตตานันท์ กวนชัยภูมิ และแสงจันทร์ สัมฤทธิ์รินทร์ (2558) ที่พบว่า เหตุผลที่เลือกการอ่านดิจิทัล เพราะสะดวกในการเรียกใช้งานเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายเพียงแคมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยนักศึกษาส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการอ่านดิจิทัลเพื่อประกอบการเรียนและงานที่ได้รับมอบหมายมากที่สุด เนื่องจากในการเข้ามศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยนั้นหน้าที่สำคัญคือการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ประกอบการเรียน ซึ่งในแต่ละรายวิชาจะต้องมีการค้นคว้าหาข้อมูลประกอบการเรียนและการทำกิจกรรมที่ได้รับมอบหมาย ไม่ว่าจะเป็นการทำแบบฝึกหัด รายงาน โครงการต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตตานันท์ กวนชัยภูมิ และแสงจันทร์ สัมฤทธิ์รินทร์ (2558); นฤมล เทพ นวล (2558); Bold & Wagstaff (2017); Keiko, Emi, Yosuke, & Yukiko (2017) ที่พบว่า ผู้อ่านมีวัตถุประสงค์ในการอ่านเพื่อประกอบการเรียน รวมถึงต้องการสอบผ่านในวิชาหรือหลักสูตรที่เรียน สำหรับเนื้อหาของสารสนเทศที่อ่านเน้นไปที่เนื้อหาที่ไม่ใช่สาขาวิชาที่เรียนแต่มีความสนใจ อาจเป็นเพราะเนื้อหาวิชาที่นักศึกษาอ่านเป็นสหวิทยาการที่เกี่ยวข้องกับวิชาอื่น ไม่ได้จำกัดเพียงศาสตร์ใดศาสตร์หนึ่ง ซึ่งเป็นการบูรณาการความรู้ของวิชาที่เรียนกับวิชาอื่น ทำให้นักศึกษามีความรู้เพิ่มพูนและเข้าใจในสาขาวิชาที่เรียนได้ดียิ่งขึ้น และอ่านสารสนเทศจากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลที่นักศึกษาเข้าใช้เป็นประจำ สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีสารสนเทศหลากหลายตามความสนใจและรวบรวมกลุ่มเพื่อนที่มีความสนใจเหมือนกันไว้ในทีเดียว ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee (2018) ที่พบว่า ประชาชนอ่านข่าวในสื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าอุปกรณ์ที่นักศึกษาใช้อ่านดิจิทัลมากที่สุดได้แก่สมาร์ทโฟน อาจเป็นเพราะนักศึกษาส่วนใหญ่มีสมาร์ทโฟนเป็นของตนเอง อีกทั้งสมาร์ทโฟนยังเป็นอุปกรณ์ขนาดเล็กที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลได้ทันทีที่ต้องการและยังสามารถพกติดตัวไปได้ทุกที่ สอดคล้องกับผลการวิจัยหลายชิ้นที่พบว่าผู้เรียนมักเลือกใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ในการอ่านดิจิทัลมากที่สุด (กิตติมา พลเทพ, 2560; นิตติยา ศรีคง, 2556; ภัทริรา สุวรรณโค, 2559; สมหญิง มงคลธง, 2558; Khatri, 2020)

เมื่อพิจารณาถึงลักษณะการอ่านดิจิทัลพบว่า นักศึกษามีลักษณะการอ่านแบบกว้างขวางมากที่สุด เนื่องจากสารสนเทศดิจิทัลมีจำนวนมาก ทำให้นักศึกษามักเลือกอ่านตามความสนใจ โดยใช้วิธีอ่านแบบกว้างขวางเพื่อทำความเข้าใจเนื้อหา เน้นอ่านเพื่อความเพลิดเพลินไม่ได้อ่านเพื่อการท่องจำ การสอบ ประกอบกับสารสนเทศดิจิทัลมีรูปภาพ วิดิทัศน์สอดคล้องกับเนื้อหาที่อ่านทำให้นักศึกษาเข้าใจเรื่องราวต่างๆ ได้ดี (สิทธา ศรีเหรา, 2560; Chen, Chen, Chen, & Wey, 2013) สำหรับฟังก์ชันที่ใช้ควบคู่กับการอ่านพบว่าใช้ฟังก์ชันการค้นหาภายในเนื้อหาที่อ่าน ซึ่งนักศึกษาสามารถกรอกคำค้นที่ต้องการ หลังจากนั้นจะปรากฏตามคำค้นโดยขึ้นแถบสีเพื่อให้ผู้อ่านเห็นคำค้น และสามารถเลือกอ่านเฉพาะหัวข้อหรือเนื้อหาที่ต้องการ โดยไม่ต้องอ่านเนื้อหาทั้งหมด (Loizides, & Buchanan, 2008) ผลการวิจัย

สอดคล้องกับงานวิจัยของนิลิต โสระฐี (2558) พบว่า ผู้อ่านใช้การค้นคว้าในการอ่านมากที่สุด และเมื่อต้องการบันทึกข้อมูลจากอ่านจะใช้วิธีการจับภาพหน้าจอเพื่อเก็บไว้อ่านเองหรือการแชร์กับผู้อื่นมากที่สุด เนื่องจากนักศึกษาส่วนใหญ่มีสมาร์ทโฟนเป็นของตนเอง ดังนั้นการจับภาพหน้าจอจึงเป็นการบันทึกกิจกรรมที่ทำอยู่ในขณะนั้น และเป็นวิธีการบันทึกข้อมูลที่ยาก สะดวก รวดเร็วที่สุด และสามารถแบ่งปันต่อให้กับเพื่อนหรือบุคคลที่ต้องการข้อมูลนี้ได้ทันที (Brick & Holmes, 2008)

สำหรับปัญหาในการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งในส่วนของปัญหาส่วนบุคคลพบว่านักศึกษามีปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพจากการอ่านหรือใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการอ่านดิจิทัลเป็นเวลานานมากที่สุด อาจเป็นเพราะการอ่านข้อมูลบนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต้องใช้สายตาจ้องอุปกรณ์เป็นเวลานาน จึงเกิดอาการเมื่อยล้า และแสงสีฟ้ามีอิทธิพลต่อสายตาให้เกิดอาการปวดหัวและปวดตา สอดคล้องกับงานวิจัยของพรพรรณ จันทร์แดง (2558) ที่พบว่า การอ่านดิจิทัลทำให้เกิดปัญหาสุขภาพมากที่สุด ในขณะที่มีปัญหาภายนอกมากที่สุดในระดับการถูกจำกัดสิทธิไม่ให้ดาวน์โหลดสารสนเทศดิจิทัลที่ต้องการ อาจเป็นเพราะสารสนเทศดิจิทัลวิชาการบางเรื่องสงวนสิทธิ์ให้เฉพาะสมาชิกของเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มเข้าใช้เท่านั้นหรือต้องจ่ายเงินซื้อ เนื่องจากเนื้อหาดิจิทัลบางเรื่องจำกัดการใช้งานเฉพาะด้านหรือติดเรื่องลิขสิทธิ์ (Herzberg, 1998; Picard, 2014)

2. นักศึกษาที่มีระดับชั้นปีต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลและปัญหาในการอ่านดิจิทัลแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อ 1 และข้อ 3 โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลสูงกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 อาจเป็นเพราะนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ซึ่งเป็นชั้นปีที่สูงกว่านั้นมีวิชาเรียนและได้รับมอบหมายงานหรือโครงการที่น่าจะมีความซับซ้อนมากกว่าเพราะได้ผ่านการเรียนรายวิชาพื้นฐานและการสั่งสมความรู้ต่างๆ ในรายวิชาของหลักสูตรมาแล้ว ดังนั้นจากโจทย์หรืองานที่ได้รับทำให้ต้องศึกษาค้นคว้ามากกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เพิ่งเข้ามาเรียนและต้องปรับตัวกับการเรียนในระดับอุดมศึกษา อีกทั้งชั้นปีที่ 1 ยังเน้นการเรียนรายวิชาพื้นฐานทั่วไป ยังไม่ได้เรียนในส่วนของรายวิชาหลักและวิชาเลือกเฉพาะของหลักสูตรมากนัก สอดคล้องกับพรพรรณ จันทร์แดง (2554) และสมหญิง มงคลธง (2558) ที่พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาในระดับชั้นปีแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านแตกต่างกัน ในขณะที่ด้านปัญหาในการอ่านดิจิทัลนั้นพบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีปัญหาในการอ่านดิจิทัลสูงกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 อาจเป็นเพราะนักศึกษาที่ศึกษาในชั้นปีที่ 2 เริ่มเข้าสู่รายวิชาหลักของหลักสูตร ต้องมีการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองมากขึ้น จึงต้องปรับตัวในการเรียนและการอ่านมากขึ้น จึงอาจส่งผลให้เริ่มเกิดปัญหาในการอ่านดิจิทัลมากกว่าชั้นปีที่ 1 ที่ส่วนใหญ่เรียนรายวิชาพื้นฐานตามกำหนด ซึ่งสอดคล้องกับพรพรรณ จันทร์แดง (2558) ที่พบว่า นักศึกษามีปัญหาในการใช้สื่อใหม่แตกต่างกัน

ส่วนนักศึกษาที่เรียนในกลุ่มสาขาวิชาต่างกัันมีพฤติกรรมกาอ่านดิจิทัลและปัญหาในการอ่านดิจิทัลไม่แตกต่างกันนั้น ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อ 2 และข้อ 4 อาจเป็นเพราะไม่ว่าผู้เรียนจะศึกษาในกลุ่มสาขาวิชาใดก็ตามในภาพรวมนั้นจะได้รับการมอบหมายงานจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของผู้สอนที่ต้องมีการออกแบบการเรียนการสอนภายใต้นโยบายหลักของกระทรวงศึกษาธิการในทิศทางเดียวกัน เช่น เน้นการสอนแบบเชิงรุกที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง เน้นการสอนด้วยวิธีการต่างๆ ที่หลากหลายโดยมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับการเรียน เช่น การให้รู้จักค้นคว้าด้วยตนเอง การมอบหมายรายงาน หรือโครงการในลักษณะที่จะส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ของผู้เรียนไม่ต่างกันนัก รวมถึงมีการจัดสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้ทั้งภายในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียนคล้ายกันจึงอาจส่งผลให้นักศึกษามีพฤติกรรมกาอ่านดิจิทัลไม่แตกต่างกัน สอดคล้องงานวิจัยของพรพรรณ จันทรแดง (2554); สมหญิง มงคลธ (2558); สมศักดิ์ พันธิศิริ และสินทรัพย์ ยืนยาว (2560) ที่พบว่า นักศึกษาที่มีกลุ่มสาขาวิชาแตกต่างกันมีพฤติกรรมกาอ่านไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ด้านปัญหาในการอ่านดิจิทัลนั้นพบว่า นักศึกษาที่มีกลุ่มสาขาวิชาแตกต่างกันมีปัญหาในการอ่านดิจิทัลโดยรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากรูปแบบการเรียนการสอนระดับปริญญาตรีเน้นผู้เรียนมีศักยภาพในการเรียนรู้ตลอดชีวิต และสามารถในการปฏิบัติงานได้ ประกอบกับนักศึกษาเป็นกลุ่มดิจิทัลเนทีฟที่มีพฤติกรรมกาอ่านดิจิทัลเหมือนกัน จึงมีปัญหาในการอ่านดิจิทัลไม่แตกต่างกัน (เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี, 2558; Mindshare Thailand, 2014)

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะต่ออาจารย์ผู้สอน

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมกาอ่านดิจิทัลเพื่อใช้ประกอบการเรียนและอ่านสารสนเทศบนสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ดังนั้นอาจารย์ผู้สอนควรแนะนำแหล่งสารสนเทศออนไลน์ที่มีคุณภาพและน่าเชื่อถือ หรือจัดทำสื่อการเรียนรู้แบบดิจิทัลต่างๆ รวมถึงบทเรียนออนไลน์เพิ่มเติมเพื่อเป็นการเพิ่มทรัพยากรการเรียนรู้และแหล่งเรียนรู้ให้กับผู้เรียน ตลอดจนควรวางแผนการออกแบบกิจกรรมการเรียนการสอนโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ร่วมด้วยเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมกาอ่านดิจิทัลและรูปแบบการเรียนรู้ของผู้เรียนยุคปัจจุบัน

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีพฤติกรรมกาอ่านดิจิทัลน้อยกว่านักศึกษาชั้นปีอื่น ดังนั้นในการเรียนการสอนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ควรมีการให้คำแนะนำและส่งเสริมกาอ่านดิจิทัลวิธีการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้เรียนได้เกิดการเรียนรู้และมีพื้นฐานหรือเทคนิคในการอ่านดิจิทัล

ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาวิธีเรียนและวิธีการศึกษาค้นคว้า
ได้มีประสิทธิภาพมากขึ้นก่อนที่จะขึ้นไปสู่การเรียนรู้ในระดับชั้นปีที่สูงต่อไป

ข้อเสนอแนะต่อบรรณารักษ์

1. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนเพื่อติดตาม จัดหา แนะนำสื่อดิจิทัลและ
แหล่งสารสนเทศจากอินเทอร์เน็ตที่น่าเชื่อถือให้กับนักศึกษาหรืออาจารย์เพื่อประโยชน์ในการประกอบ
การเรียนการสอนและการศึกษาค้นคว้า
2. ส่งเสริมการอ่านดิจิทัลและจัดให้มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับทักษะการอ่านดิจิทัลที่จำเป็น รวมทั้ง
ควรประสานงานกับอาจารย์ผู้สอนเพื่อแนะนำสารสนเทศดิจิทัลประเภทต่างๆ ตลอดจนแหล่งสารสนเทศ
ทางอินเทอร์เน็ตให้เหมาะสมตามความต้องการและสอดคล้องกับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอ่านดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีเพื่อส่งเสริม
และพัฒนาการอ่านที่มีคุณภาพต่อการเรียนรู้
2. ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่นๆ และ/หรือระดับชั้นอื่น เช่น กลุ่มนักเรียนระดับ
มัธยมศึกษา กลุ่มนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา เป็นต้น
3. ควรมีการศึกษาแบบผสมวิธีหรือศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ผลการเชิงลึก
และครอบคลุมเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านและปัญหาในการอ่านดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

- กิตติมา พลเทพ. (2560). พฤติกรรมการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี, 2558 (2558, 13 พฤศจิกายน). ราชกิจจานุเบกษา (เล่ม 132 ตอนพิเศษ 295ง, น. 2-11). สืบค้นจาก http://www.bhes.mua.go.th/front_home/Standard%20Curr/Standard%20Curr2558/Standard%20Curr-2558-Undergraduate.pdf
- จรดปกรณ กี่กุลกำธร. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการอ่านดิจิทัลแมกกาซีนของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จิตตานันท์ กวนชัยภูมิ, และแสงจันทร์ สัมฤทธิ์รินทร์. (2558). การใช้ทรัพยากรสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. อินฟอร์เมชัน, 22(1), 59-68
- นฤมล เทพนวล. (2558). การศึกษาพฤติกรรมการอ่านสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของนิสิต ระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่, 7(2), 78-97.
- นิตติยา ศรีคง. (2556). พฤติกรรมการเปิดรับความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มมหาวิทยาลัยรัตนโกสินทร์. วารสารวิชา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, 32(1), 33-45.
- นิธิ์ ไสระฐี. (2558). พฤติกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัลของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ใบบัว นามสุข. (2555). พฤติกรรมการอ่านกับความพึงพอใจการนำไปใช้ประโยชน์จากนวนิยายออนไลน์ของเยาวชนไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรพรรณ จันทร์แดง. (2554). พฤติกรรมการอ่านของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา (รายงานการวิจัย). พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พรพรรณ จันทร์แดง. (2558). พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา (รายงานการวิจัย). พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา.

- ภัทริภา สุวรรณโค. (2559). พฤติกรรมการอ่านของนิสิตคณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *อินฟอร์เมชั่น*, 23(2), 34-39.
- สมศักดิ์ พันธุ์ศิริ, และสินทรัพย์ ยืนยาว. (2560). พฤติกรรมการอ่านของนักศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. *วารสารวิชาการร่มยสาร*. 15(1), 107-117.
- สมหญิง มงคลธง. (2558). พฤติกรรมการอ่านของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สิตรา ศรีเหรา. (2560). การพัฒนาความสามารถทางการอ่านเพื่อความเข้าใจ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้กิจกรรมการอ่านแบบกว้างขวาง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (2563). *นักศึกษารวม 2563 ภาคเรียนที่ 1 ใน สถาบันอุดมศึกษาทั้งหมด จำแนกตาม สถาบัน / กลุ่มสถาบัน / เพศ / ระดับการศึกษา / คณะ / ชื่อสาขาวิชา /* สืบค้นจาก <http://www.info.mua.go.th/info/>
- สำนักงานอุทยานการเรียนรู้. (2562). *เข็ม สำนวญปรากฏการณ์และความเปลี่ยนแปลง 10 ปี ทศวรรษแห่งการอ่าน พ.ศ. 2552-2561*. สืบค้น 30 กันยายน 2562, จาก <http://book.tkipark.or.th/ebook/book007.pdf>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). *สรุปผลที่สำคัญ การสำนวนการอ่านของประชากร พ.ศ.2561*. สืบค้นจาก http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านสังคม/สาขาหญิงและชาย/การอ่านหนังสือของประชากร/2561/sum-report_61.pdf
- Bold, M. R., & Wagstaff, K. L. (2017). Marginalia in the digital age: Are digital reading devices meeting the needs of today's readers? *Library & Information Science Research*, 39, 16-22.
- Brick, B., & Holmes, J. (2008). Using screen capture software for student feedback: Towards a methodology. *IADIS International Conference on Cognition and Exploratory Learning in Digital Age (CELDA 2008)*, 399-342.

- Chen, C.-N., Chen, S.-C., Chen, S.-H., Wey, S.-C. (2013, April). The Effects of Extensive Reading via E-Books on Tertiary Level EFL Students' Reading Attitude, Reading Comprehension, and Vocabulary. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 12(2), 303-312
- Foasberg, N. M. (2011, September). Adoption of E-Book Readers among College Students: A Survey. *Information Technology and Libraries*, 30(3), 108-128.
- Hahnel, C., Goldhammer, F., Krohne, U., & Naumann, J. (2018, January). The role of reading skills in the evaluation of online information gathered from search engine environments. *Computers in Human Behavior*, 78, 223-234.
- Herzberg, A. (1998, January). *Safeguarding Digital Library Contents: Charging for Online Content*. *D-Lib Magazine*, 1-16.
- Keiko, K., Emi, I., Yosuke, M., & Yukiko, M. (2017) . Print or digital? Reading behavior and preferences in Japan. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 68(4), 884-894.
- Kesterson, K. A. (2015). *A phenomenological investigation of transactional reading experiences of 12th grade digital natives in rural northeast Georgia: Print and digital texts*. (Doctoral dissertation). Lynchburg, VA: Liberty University.
- Khatri, D. (2020). Portraying Screen Reading Behavior of College Students of University of Delhi. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 40(4), 211-217.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970) . Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Lee, A. (2018). Physical and Digital Reading Habits of Adult Singaporeans. *Journal of Library Administration*, 58, 629-643.
- Liu, Z., & Huang, X. (2016, July). Reading on the move: A study of reading behavior of undergraduate smartphone users in China. *Library & Information Science Research*, 38(3), 235-242.

- Loizides, F., & Buchanan, G. (2008, June). The myth of find: User behavior and attitudes towards the basic search feature. *ACM/IEEE Joint Conference on Digital Libraries*, 48-51.
- Mindshare Thailand. (2014). *Growing Up as Digital Natives*. Retrieved June 25, 2020, from <https://www.mindshareworld.com/sites/default/files/GrowingUpAsDigitalNatives.pdf>
- P., D., & K., M. H. (2018, March). Digital Reading Competency of Students: A Study in Universities in Kerala. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 38(2), 88-94.
- Picard, R. G. (2014). *New Approaches to Paid Digital Content*. *Reuters institute digital news report*, 80-82.
- Qutab, S., Iqba, S., & Ullah, F. S. (2017). Screen-Reading Habits and Use of e-Resources of Faculty of Economics and Management Sciences' students: A study of Postgraduate Students. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 1610, 1-14.
- Shabani, A., Naderikharaji, F., & Abedi, M. R. (2011, September). Reading behavior in digital environments among higher education students. *Library Review*, 60(8), 645-657.
- Szentgyörgyvölgyi, R., Novotny, E., & Szabó, K. (2017). Comparative quantitative analysis of writing and reading habits on paper and digital. *Annals of the Faculty of Engineering Hunedoara-International Journal of Engineering*, 15(3), 147-154.

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการ
สั่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ของผู้บริโภค
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*

Causal Factors Affecting Loyalty of Ordering Service the Beverage on
Daily Runner Application of Consumers in Bangkok and its Vicinity

ณัฐริดา แสงแก้วสุข (Natthida Saengkaewsuk)**

สุมาลย์ ปานคำ (Sumaman Pankham)***

* รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต

** นักศึกษาหลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต E-mail: nattida.s63@rsu.ac.th

*** ผู้อำนวยการหลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต, e-mail: sumaman.p@rsu.ac.th

ได้รับบทความ: 5 มี.ค. 64 / แก้ไขปรับปรุง: 2 พ.ย. 64 / อนุมัติให้ตีพิมพ์: 3 ธ.ค. 64 / เผยแพร่ออนไลน์: 21 ธ.ค. 64

DOI: 10.14456/rilj.2021.16

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความภักดีในการใช้บริการสั่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ และเพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการสั่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

ผู้ที่เคยใช้บริการสั่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิวันเนอร์และพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 290 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และโมเดลสมการโครงสร้าง ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ เพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร ผลการวิจัยพบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านคุณค่าของการบริการ 2) ด้านคุณภาพการบริการ 3) ด้านความพึงพอใจของลูกค้า และ 4) ด้านความภักดี และโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.84 แสดงว่าตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความภักดีในการใช้บริการสั่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิวันเนอร์ได้ร้อยละ 84 และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีอิทธิพลมากที่สุดต่อความภักดีในการใช้บริการสั่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิวันเนอร์

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความภักดี แอปพลิเคชัน เดลิวันเนอร์

Abstract

The objective of this research was to develop and validate the consistency a casual relationship model of Affect the loyalty in ordering service the beverage on daily runner application of consumers and to study casual factors affecting loyalty in ordering service the beverage on daily runner application of consumers in Bangkok and its Vicinity. The tools used in the research were online questionnaires. The sample group consisted of 290 people who have used ordering service the beverage on daily runner application and live in Bangkok and its vicinity. The statistics used in data analysis were frequency, percentage and the structural equation model is used to analyze causal relationships to find the path to the causal influence of the variables consisting. The results of the research showed that the causal relationship model of variables consisting of 4 components are 1) Service value 2) Service Quality 3) Customer Satisfaction and 4) Loyalty and Model developed in accordance with empirical data. The final is predictive coefficient of 0.84, indicating that the variables in the model can explain loyalty of ordering service the beverage on daily runner application by 84 percent. It was found that the service quality to use were the most dering service the beverage on daily runner application.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Loyalty, Application, Daily Runner

บทนำ

ปัจจุบันพฤติกรรมของการใช้โซเชียลมีเดีย (Social Media) ในประเทศไทย สถิติระหว่างปี พ.ศ. 2563 – ปี พ.ศ. 2564 มีผู้ใช้งานโซเชียลมีเดีย ถึง 55 ล้านคน จากประชากรทั้งประเทศ 69.88 ล้านคน หรือคิดเป็น ร้อยละ 78.7 ของทั้งหมด ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วถึง 3 ล้านคน คิดเป็น ร้อยละ 5.8 ปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นประกอบการธุรกิจเล็กหรือใหญ่ต่างหันมาใช้โซเชียลมีเดีย หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ในการทำการตลาดเกือบทั้งหมด เพราะตระหนักดีว่าเป็นช่องทางหนึ่งในการโฆษณา สินค้าและขายสินค้าได้เป็นอย่างดี โดยไม่มีค่าใช้จ่ายหรือมีก็ไม่มากนักหากเทียบกับการทำตลาดในรูปแบบอื่นๆ ที่สำคัญมีประสิทธิภาพเยี่ยม และเห็นผลในระยะเวลานับวันเร็ว เรียกว่ายุคนี้ผู้ประกอบการรายใดไม่ใช้โซเชียลมีเดียเท่ากับว่าตกเทรนด์ไปแล้ว (Hootsuite, 2021)

กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่งและความเจริญของประเทศและเป็นเมืองเศรษฐกิจหลักของประเทศไทย มีผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครทั้งสิ้น 5,588,222 คน (สำนักทะเบียนกลาง, 2563) พฤติกรรมการบริโภคอาหารมีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก การแข่งขันกับเวลาตามภาวะของเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งธุรกิจอาหารเป็น 1 ใน ปัจจัยที่มีความต้องการของตลาดอย่างมาก มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่ออำนวยความสะดวกและมีคุณสมบัติให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น อาหารเดลิเวอรี่จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะสามารถตอบสนองความต้องการความสะดวกสบายและความรวดเร็วด้านเวลา ทำให้เกิดธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่ในหลากหลายรูปแบบและหลากหลายประเภทของอาหาร เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค (พิรณันท์ แกล่งกล้า, 2562)

แอปพลิเคชันสั่งอาหาร (Food Delivery Application) จากการยกระดับมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด ซึ่งรวมถึงการจำกัดการให้บริการของร้านอาหารเหลือเพียงช่องทางการสั่งซื้อที่หน้าร้าน คาดว่าจะส่งผลให้รายได้ของธุรกิจร้านอาหารทั้งปี พ.ศ. 2564 หายไปไม่ต่ำกว่า 6.0 หมื่นล้านบาท นอกจากนี้ ยังส่งผลให้ธุรกิจจัดส่งอาหาร หรือ Food Delivery กลายเป็นช่องทางการสร้างรายได้หลัก

ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ในขณะที่การทำตลาดของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์จัดส่งอาหาร ไม่ว่าจะเป็นการจัดโปรโมชั่นมอบส่วนลดและยกเว้นค่าธรรมเนียมการจัดส่ง ยังเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยดึงดูดผู้บริโภค รายใหม่และเพิ่มความถี่ในการใช้งานของผู้บริโภค รายเดิม ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทยประเมินว่า ในปี พ.ศ.2564 ปริมาณการสั่งอาหารจัดส่งที่บ้านน่าจะมีจำนวนไม่น้อยกว่า 120 ล้านครั้ง หรือเพิ่มขึ้นกว่า 3 เท่าตัวเมื่อเทียบกับช่วงก่อนโควิดในปีพ.ศ. 2562 ที่มีจำนวนประมาณ 35-45 ล้านครั้ง โดยมีมูลค่าธุรกิจรวมสูงถึง 5.31-5.58 หมื่นล้านบาท หรือขยายตัวสูงถึงร้อยละ 18.4-24.4 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2563 ทั้งนี้ วิธีการใช้ชีวิตประจำวันในช่วงการระบาดยังส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการจัดส่งอาหารเปลี่ยนแปลงไปอย่างน่าสนใจ กล่าวคือ 1. ระดับราคาเฉลี่ยต่อครั้งที่สั่งลดลงร้อยละ 20-25 จากปีพ.ศ. 2563 จากปัจจัยด้านกำลังซื้อและการอัดโปรโมชั่นของผู้ประกอบการ 2. ร้านอาหารข้างทาง หรือ Street food เข้ามามีบทบาทมากขึ้น และคาดว่าจะมีส่วนแบ่งรายได้มากกว่าร้อยละ 40 ของมูลค่ารวมของธุรกิจจัดส่งอาหาร จากเดิมในปีพ.ศ. 2563 อยู่ที่ประมาณร้อยละ 29.3 พื้นที่การส่งอาหารขยายสู่รอบนอกและพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างกรุงเทพฯ-ปริมณฑลมากขึ้น สอดคล้องกับการปรับรูปแบบการทำงานของภาคธุรกิจมาเป็น Work from home และ Hybrid working (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564)

แอปพลิเคชันเดลิรันเนอร์ (Daily Runner Application) เปิดตัวในปี พ.ศ. 2562 เป็นบริการเดลิเวอรี่เต็มรูปแบบ บริการจัดส่งสินค้าทุกประเภท เช่น เครื่องดื่ม อาหาร เบเกอรี่ ขนมกินเล่น สินค้า SME จากผู้ประกอบการไทย รวมถึงวัตถุดิบและอุปกรณ์ร้านอาหาร จากร้านในสังกัด เช่น กาแฟมวดชน จังเกิลคาเฟ่ และอาราบีเย คาเฟ่ ให้บริการส่งฟรีไม่มีขั้นต่ำตามพื้นที่ให้บริการแอปพลิเคชันเดลิรันเนอร์ (Daily Runner Application) พร้อมปรับตัวเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงของกลุ่มผู้บริโภคในวิถีชีวิตรูปแบบใหม่ (New normal) โดยยึดหลัก สะดวก ตอบโจทย์ลูกค้าทุกไลฟ์สไตล์ ซึ่งไม่ว่าลูกค้าจะอยู่ที่ไหนก็สามารถเลือกใช้บริการได้ง่ายๆ ผ่านช่องทางศูนย์บริการตอบรับทางโทรศัพท์ (Call center) หมายเลข 1311 หรือช่องทางออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน, เว็บไซต์ และ LINE Official Account (ผู้จัดการออนไลน์, 2563)

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความถี่ในการใช้บริการส่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิรันเนอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีหลายอย่างโดยเฉพาะ 1) ด้านคุณค่าของการบริการ (Service value) การปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่างๆ

ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตาม ในการทำให้คนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ 2) ด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นระดับของการให้บริการซึ่งไม่มีตัวตนที่น่าเสนอให้กับลูกค้าที่คาดหวัง ซึ่งจะเป็นผู้ตัดสินคุณภาพการให้บริการ 3) ด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) คือภาวะของอารมณ์ หรือความรู้สึกโดยรวมของบุคคลที่มีต่อการเรียนรู้ประสบการณ์ที่เกิดจากแรงจูงใจ ซึ่งเป็นพลังภายในของแต่ละบุคคล อันเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายที่คาดหวังและความต้องการด้านจิตใจ นำไปสู่การค้นหาลักษณะที่ต้องการมาตอบสนองเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการแล้วจะเกิดความรู้สึกมีความสุข กระตือรือร้น มุ่งมั่นเกิดขวัญกำลังใจ และ 4) ด้านความภักดี (Loyalty) เป็นความรู้สึกในเชิงบวกของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าว่าสินค้านั้นๆ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการได้ดี และคุ้มค่ากับราคา ที่จ่ายไปจนเกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้าเดียวกันซ้ำๆ ถึงแม้ว่าจะมีคู่แข่งทางการตลาดตราสินค้าอื่นๆ (วรรณเทพ จันทรเจริญจิต, และสมชาย เล็กเจริญ, 2563) ซึ่งถ้าผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันสามารถสร้างความภักดีให้กับผู้บริโภคได้จะส่งผลต่อธุรกิจเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

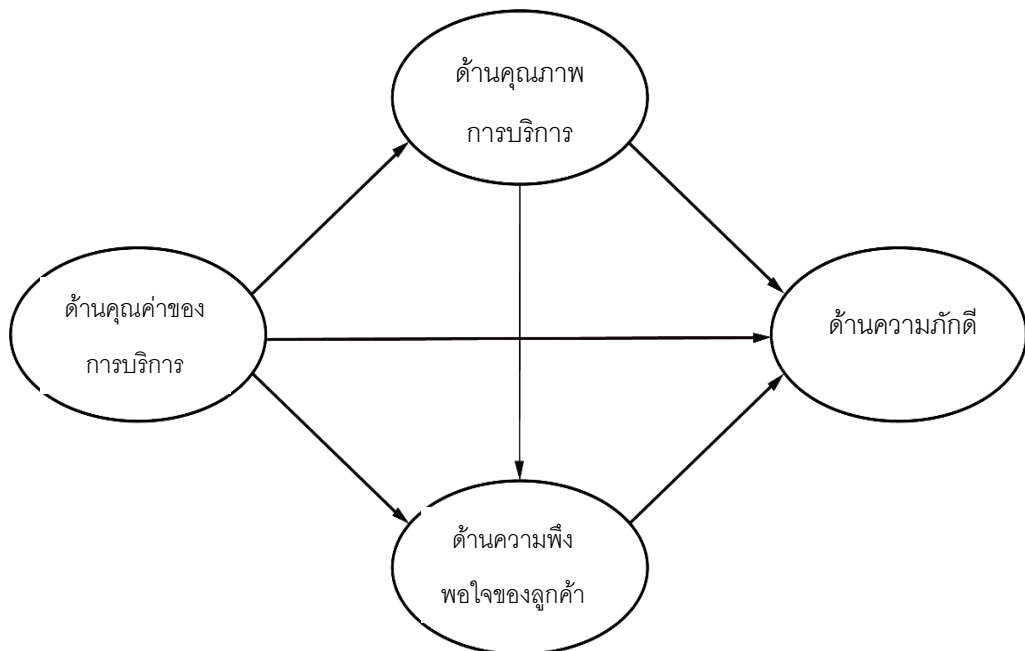
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการ เครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งจะเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการวางกลยุทธ์ทางการตลาดและพัฒนาแอปพลิเคชันในการสร้างความภักดีของการใช้บริการเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความภักดีในการใช้บริการเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษابัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการสิ่งเรื่งดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิรันเนอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดการวิจัยของ Kiran, & Diljit, (2011) ซึ่งเป็นการนำทฤษฎีความภักดีต่อการใช้บริการของ Marthensen, & Gronholdt, (2003) และทฤษฎีความพึงพอใจของ Cronin, & Taylor, (1992) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลอย่างมากที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีจึงกลับมาใช้บริการอีกในอนาคตหรือแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงพัฒนาและปรับปรุงตัวบ่งชี้บัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการสิ่งเรื่งดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิรันเนอร์ ได้แก่ ด้านคุณค่าของการบริการ(Service value) ด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) และด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) ว่ามีผลต่อความภักดีในการใช้บริการสิ่งเรื่งดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิรันเนอร์ ดังรูปที่ 1



ภาพที่1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

(ที่มา : Kiran, & Diljit, 2011)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่เคยใช้บริการสั่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่และพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 88,000 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 22 ธันวาคม 2563)

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้ที่เคยใช้บริการสั่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่และพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 290 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple sampling) ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง (Causal Structural- Models with Latent Variable) Kline, (2011); นางลักษณ์ วิรัชชัย (2542) ได้เสนอว่า ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม 10-20 เท่าต่อ 1 ตัวแปรสังเกตได้ หรือตัวอย่างน้อยที่สุดที่ยอมรับได้จากค่าสถิติ Holster ที่ต้องมีค่ามากกว่า 200 (Hoelter, 1983) ในการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้ จำนวน 20 ตัวแปรซึ่งต้องใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 200 คนเป็นอย่างน้อยและเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูลผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 290 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) จำนวน 1 ฉบับ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของข้อคำถามเป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ท่านเคยใช้บริการสั่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่หรือไม่ สถานที่พักอาศัย เพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 6 ข้อ ตอนที่ 2 ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการสั่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชัน เดลิเวอรี่ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า 7 ระดับ แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพในการให้บริการ 2) ด้านคุณค่าของการบริการ 3) ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้ และ 4) ด้านความภักดี โดยเป็นแบบมาตราประมาณค่า 7 ระดับ จำนวน 20 ข้อ

การหาคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน หาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of congruence หรือ IOC) โดยได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try out) กับผู้ที่เคยใช้บริการสั่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่และพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาโดยวิธีการคำนวณของครอนบัค (Cronbach's Alpha) พบว่าข้อคำถาม ด้านคุณภาพในการให้บริการเท่ากับ 0.88 ด้านคุณค่า

ของการบริการเท่ากับ 0.92 ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้เท่ากับ 0.91 และ ด้านความภักดีเท่ากับ 0.94 โดยพิจารณาเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่น 0.70 ขึ้นไป (ไซมพร กาญจนกิจสกุล, 2555) แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามในแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์จากผู้ที่เคยใช้บริการส่งเครื่องตีมบนแอปพลิเคชันเดลิวันเนอร์และพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีข้อคำถามคัดกรองจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ 1) ท่านเคยใช้บริการส่งเครื่องตีมบนแอปพลิเคชันเดลิวันเนอร์หรือไม่ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าไม่เคย ผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลมาวิเคราะห์ และ 2) ท่านพักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหรือไม่ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าไม่ใช่ ผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยเก็บข้อมูลจากการแบ่งปันลิงก์ URL ของแบบสอบถามออนไลน์บนแอปพลิเคชันเดลิวันเนอร์ ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 – มกราคม พ.ศ. 2564 รวมระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 2 เดือน มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 320 คน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 290 คน นำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

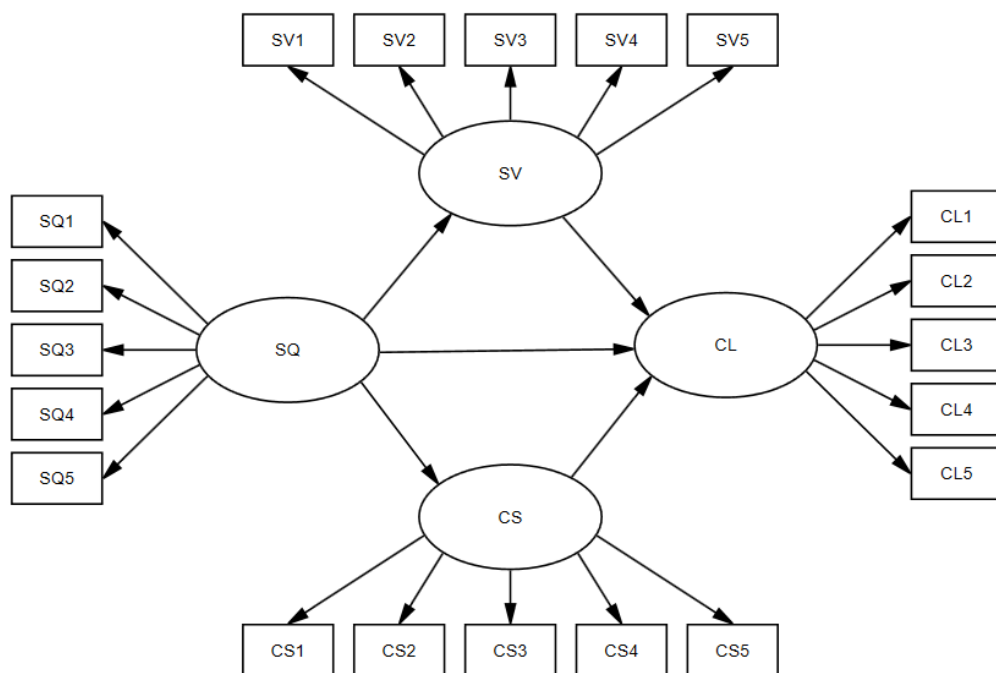
สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ใช้โมเดลสมการโครงสร้างวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ เพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร หาขนาดอิทธิพล และทิศทางว่าเป็นอย่างไร จากแนวคิดและทฤษฎีที่ผู้วิจัยใช้ อ้างอิงมีการทดสอบความสอดคล้องกลไกระหว่างโมเดลสมมุติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าสถิติ CMIN/DF น้อยกว่า 3.00, ค่า GFI, AGFI, CFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป และค่า RMSEA, SRMR น้อยกว่า 0.08 ซึ่งสอดคล้องกับสถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (กรีซ แวงสูงเนิน, 2554)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 290 คน พบว่าส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 50.69 มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 57.60 สถานภาพโสด 202 คน คิดเป็นร้อยละ 69.75 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 74.13 และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเคยใช้บริการสิ่งเครื่องดื่มนบนแอปพลิเคชันเดลิรันเนอร์

1. ผลการพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความภักดีในการใช้บริการสิ่งเครื่องดื่มนบนแอปพลิเคชันเดลิรันเนอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.1 ผลการพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความภักดีในการสิ่งเครื่องดื่มนบนแอปพลิเคชันเดลิรันเนอร์พบว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุนี้พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 4 ตัวแปร จำแนกเป็นตัวแปรแฝงภายนอก จำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพการบริการ และตัวแปรแฝงภายใน 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) ด้านคุณค่าของการบริการ 2) ด้านความพึงพอใจของลูกค้า 3) ความภักดีของลูกค้า โดยผู้วิจัยได้พัฒนาและยกร่างโมเดลโดยยึดแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นหลักการในการสร้างและพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความภักดีในการใช้บริการสิ่งเครื่องดื่มนบนแอปพลิเคชันเดลิรันเนอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังภาพที่ 2



หมายเหตุ SV หมายถึง คุณค่าของการบริการ SQ หมายถึง ด้านคุณภาพการบริการ
CS หมายถึง ด้านความพึงพอใจของลูกค้า และ CL หมายถึง ด้านความภักดี

ภาพที่ 2 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความภักดีในการใช้บริการสั่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชัน
เดลิเวอรี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

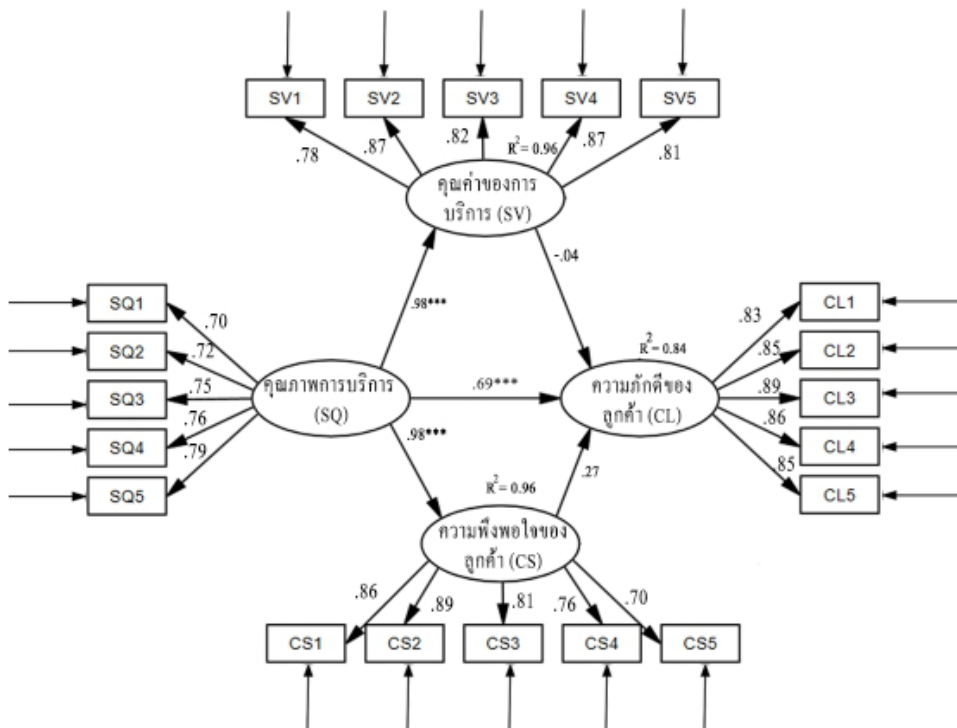
1.2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความภักดีในการใช้
บริการสั่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลกับข้อมูล
เชิงประจักษ์ เพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรโดยการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่าง
โมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าดัชนีบ่งชี้ความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความภักดีในการใช้บริการ
 สิ่งประดิษฐ์แบบแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลกับข้อมูล
 เชิงประจักษ์ ตามเกณฑ์ของ กริช แรงสูงเนิน (2554)

ค่าดัชนี	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าสถิติ	ผลการตรวจสอบ
1. ค่า CMIN/df	< 3.00	1.29	ผ่านเกณฑ์
2. ค่า GFI	≥ 0.90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.94	ผ่านเกณฑ์
3. ค่า AGFI	≥ 0.90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.91	ผ่านเกณฑ์
4. ค่า CFI	≥ 0.90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.99	ผ่านเกณฑ์
5. ค่า TLI	≥ 0.90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.99	ผ่านเกณฑ์
6. ค่า RMSEA	< 0.05 (เข้าใกล้ 0)	0.03	ผ่านเกณฑ์
7. ค่า SRMR	< 0.05 (เข้าใกล้ 0)	0.03	ผ่านเกณฑ์
8. ค่า HOELTER	> 200	271	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 1 พบว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความภักดีในการใช้บริการสิ่งประดิษฐ์แบบ
 แอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิง
 ประจักษ์เป็นอย่างดี โดยพิจารณาจากค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (CMIN/df) = 1.29 ค่า (SRMR) = 0.03,
 (RMSEA) = 0.03, ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์โดยค่า SRMR และ ค่า RMSEA ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 และใน
 ส่วนของค่าดัชนี GFI = 0.94, AGFI = 0.91, CFI = 0.99 และ Hoelter = 271 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์โดยค่า
 GFI, AGFI, CFI ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.90 - 1.00 จึงเป็นรูปแบบที่เหมาะสมและกลมกลืนดี และค่า Hoelter
 ต้องมีค่าที่ตั้งแต่ เท่ากับ 200 ขึ้นไป ซึ่งบ่งชี้ได้ว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความภักดีในการใช้บริการ
 สิ่งประดิษฐ์แบบแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความ
 สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2. ผลการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการสิ่งประดิษฐ์บนแอปพลิเคชัน
เดลิวันเนอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลดังภาพที่ 3



$\chi^2 = 348.267$, $\chi^2/df = 1.29$, GFI = 0.94, AGFI = 0.91, CFI = 0.99, TLI = 0.99,
RMSEA = 0.03, SRMR = 0.03, HOELTER = 271

ภาพที่ 3 ค่าสถิติจากโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความภักดีในการใช้บริการสิ่งประดิษฐ์บนแอปพลิเคชัน
เดลิวันเนอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (โมเดลที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์)

ตารางที่ 2 แสดงค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมที่มีผลความภักดีในการใช้บริการส่ง
 เครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตัวแปรแฝงภายนอก	ตัวแปรแฝงภายใน								
	คุณค่าของการบริการ			ความพึงพอใจ			ความภักดี		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
คุณภาพของการบริการ	0.98***	-	0.98***	0.98***	-	0.98***	0.69***	0.22	0.92
คุณค่าของการบริการ	-	-	-	-	-	-	-0.04	-	-0.04
ความพึงพอใจของ ลูกค้า	-	-	-	-	-	-	0.27	-	0.27
R ²	0.96			0.96			0.84		

หมายเหตุ *** $p \leq 0.001$ DE = อิทธิพลทางตรง IE = อิทธิพลทางอ้อม TE = อิทธิพลรวม และ
 R² = ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

จากตารางที่ 2 พบว่า ความภักดีในการใช้บริการส่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่
 ได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านคุณภาพการบริการเท่ากับ 0.69 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
 0.001 ด้านความภักดีของลูกค้าได้รับอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดจากด้านคุณภาพการบริการเท่ากับ 0.23
 ด้านความพึงพอใจของลูกค้าได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านคุณภาพการบริการมีขนาดอิทธิพล
 ทางตรง เท่ากับ 0.98 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านคุณค่าของการบริการได้รับอิทธิพล
 ทางตรงมากที่สุดจากด้านคุณภาพการบริการเท่ากับ 0.89 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ด้านความภักดีในการใช้บริการสิ่งเครื่องดื่มนแอปพลิเคชันเดลิวันเนอร์ ได้รับอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมมากที่สุดจากด้านคุณภาพการบริการเนื่องจากผู้บริโภคเห็นว่าการส่งเครื่องดื่มนแอปพลิเคชันเดลิวันเนอร์มีบริการจัดส่งที่รวดเร็ว มีการให้รายละเอียดของสินค้าครบถ้วน มีการตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้าที่ดี รวมถึงมีการรับผิดชอบเมื่อส่งเครื่องดื่มนผิดพลาด และยังสะดวกสบายในการสั่งซื้อเครื่องดื่มนอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ คุณุตม์ ระเบิดเมทน (2557) ที่ได้ทำการศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าและความภักดีในตราสินค้าของธุรกิจให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการให้ความมั่นใจ ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าและภักดีในตราสินค้าของธุรกิจให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตยา เรืองเนตร, และ สุทธาวรรณ จีระพันธุ์ชาใต้ (2562) ที่ได้ทำศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการส่งผลทางตรงต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ด้านคุณค่าของการบริการ (Service value) หมายถึง ผลลัพธ์ของการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่เกิดขึ้นแบบเหนือความคาดหวังและเหนือกว่าสิ่งอื่นใดทำให้เกิดประสบการณ์ใหม่ผ่านการรับรู้คุณค่าของการบริการ อธิบายได้ว่าเป็นสิ่งที่เกี่ยวกับสวัสดิการของผู้บริโภคได้รับจากผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ขึ้นอยู่กับความคิดและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการได้รับผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ซึ่งลูกค้าสามารถประเมินผลเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ได้รับจากการบริการหรือผลการดำเนินงานที่มีความคุ้มค่ามากกว่าสิ่งที่ต้องจ่าย (Nader, & Zulficar, 2015; Tobias, Benny, & Michael, 2018) ปัจจุบันผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมรูปแบบการดำเนินธุรกิจได้รับการยอมรับว่าเป็นการให้บริการที่มีคุณค่า ลูกค้าสามารถรับรู้และประเมินผลสิ่งที่ได้รับว่าเหนือความคาดหวังและมีความคุ้มค่า ซึ่งมีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจและความต่อเนื่องในการให้บริการ (O'Cass & Sok, 2015) ส่งผลให้บรรลุถึงความพึงพอใจในการให้บริการ

เกิดความได้เปรียบเหนือคู่แข่งชั้น ช่วยสร้างคุณค่าในการให้บริการและทำให้ธุรกิจบรรลุผลการดำเนินงานในการให้บริการได้ (Chuang, & Lin, 2017) ดังนั้น ธุรกิจที่สามารถสร้างคุณค่าในการให้บริการมีแนวโน้มที่จะส่งเสริมให้ธุรกิจสามารถบรรลุผลสำเร็จในการดำเนินงานเกี่ยวกับการให้บริการได้

ด้านความพึงพอใจของลูกค้าและด้านคุณค่าของการบริการได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านคุณภาพการบริการ เนื่องจากผู้ที่เคยใช้บริการสั่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่นั้นมีความรู้สึกพึงพอใจในคุณภาพเครื่องดื่ม พึงพอใจในขั้นตอนการสั่ง วิธีการชำระเงิน รวมถึงการจัดโปรโมชั่นต่างๆ บนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ อันเป็นที่มาของคุณภาพการบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญชญา แจ่มเวชฌาย (2559) ที่ได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร

ด้านความภักดีในการใช้บริการสั่งเครื่องดื่มบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ได้รับอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดจากด้านคุณภาพการบริการเนื่องจากผู้บริโภคเห็นว่าแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่มีบริการจัดส่งที่รวดเร็ว มีการให้รายละเอียดของสินค้า และตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้าที่ดี รวมถึงมีการรับผิดชอบเมื่อส่งเครื่องดื่มผิดพลาด และยังสะดวกสบายในการสั่งซื้อเครื่องดื่มอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งนภา บริพนธ์มงคล และ สุกฤษฎดา เขียววัฒนสุข (2563) ที่ได้ทำการศึกษาการรับรู้คุณภาพสินค้าและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องดื่มทำความสะอาดอุตสาหกรรม พบว่า คุณภาพของการบริการเป็นตัวขับเคลื่อนทางอ้อมเพื่อให้เกิดความภักดีของผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน ควรคำนึงถึงคุณภาพการบริการโดยมีการจัดส่งเครื่องดื่มที่รวดเร็ว มีการให้รายละเอียดของเครื่องดื่มที่ครบถ้วน มีการตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้าที่ดี รวมถึงความรับผิดชอบเมื่อส่งเครื่องดื่มผิดพลาด

ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้นสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างและครอบคลุมผู้บริโภคในจังหวัดอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถนำไปใช้วางแผนธุรกิจให้เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละกลุ่มในอนาคต
2. จากการศึกษาพบว่าด้านความคุณภาพการบริการส่งผลความภักดีในการใช้บริการสิ่งเครื่องดีมบนแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่นอร์มามากที่สุด ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปควรวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาข้อมูลในเชิงลึกให้ได้ข้อมูลที่นำเชื่อถือและมีน้ำหนักมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กริช แรงสูงเนิน. (2554). การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- คุณุตม์ ระเบิดเมท. (2557). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าและความภักดีในตราสินค้าของธุรกิจให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชไมพร กาญจนกิจสกุล. (2555). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. ตาก: โพธิ์เจ็ดโพธิ์-โพธิ์.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิสม: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3) กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เบญชภา แจ่มเวชฉาย. (2559). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ผู้จัดการออนไลน์. (2563). ประวัติแอปพลิเคชัน Daily Runner. สืบค้น 5 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://mgronline.com>.

พิรณันท์ แก่งกล้า. (2552). การวิเคราะห์คุณลักษณะของบริการแอปพลิเคชันเพื่อการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ในกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รุ่งนภา บริพนธ์มงคล, และ สุกฤษฎา เขียววัฒนสุข. (2563). การรับรู้คุณภาพสินค้าและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องทำความสะอาดอุตสาหกรรม. *วารสารศิลปการจัดการ*. 4(1), 166-179.

วรรณเทพ จันทร์จัญจิต, และ สมชาย เล็กเจริญ. (2563). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความภักดีที่มีต่อตราสินค้ายูนิโคล่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 12(3), 120–133.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). Food Delivery โควิด...ต้นทุนธุรกิจโตต่อภาคปี 64 มูลค่าทะลุ 5.3 หมื่นลพ. ขยายตัว 18.4–24.4%. สืบค้น 19 ธันวาคม 2563, จาก <https://kasikornresearch.com>

สำนักทะเบียนกลาง. (พ.ศ. 2563) สืบค้น 19 ธันวาคม 2564, จาก www.naewna.com

อาทิตยา เรืองเนตร, และ สุทธาวรรณ จีระพันธุ์ ชาติ. (2562). ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านอาหารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

Chuang, S.-H., & Lin, H.-N. (2017). Performance implications of information-value offering in e-service systems: Examining the resource-based perspective and innovation strategy. *Journal of Strategic Information Systems*, 26, 22-38.

Cronin Jr., J. J., & Taylor, S. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *The Journal of Marketing*, 56, 55-68.

Hoelter, D. R. (1983). The analysis of covariance structures Goodness-of-fit indices, sociological. *Methods & Research*, 11, 325-344.

Hootsuite.(2021). การใช้โซเชียลมีเดียของประเทศไทยในเดือนมกราคม ค.ศ. 2021. สืบค้น 1 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.hootsuite.com>.

Kline, R.B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. NY: Guilford Press.

- Kline, K., & Diljit, S. (2011). Antecedents of customer loyalty : does service quality suffice? *Malaysian Journal of Library & Information Science*, 16(2), 95-113
- Martensen, A., & Grønholdt, L. (2003). Improving library users' perceived quality, satisfaction and loyalty: an integrated measurement and management system. *The Journal of Academic Librarianship*, 29(3), 140-147
- Nader, N., & Zulfiqar, A. (2015). Service value creation capability model to assess the service innovation capability in SMEs. *Procedia CIRP*, 30, 390-395.
- O'Cass A., & Sok P. (2015). An exploratory study into managing value creation in tourism service firms: understanding value creation phases at the intersection of the tourism service firm and their customers. *Tourism Management*, 51, 186-200.
- Tobias, W., Benny, T., & Michael, B. (2018). Defining value creation in the context of circular PSS. *Procedia CIRP*, 73, 142-147.

พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร*

Information seeking behavior of organic farmers

สุภัทสรา เพ็งเที่ยง (Supatsara Pengtiang)**

มาลี กาบบมาลา (Malee Kabmala)***

*วิทยานิพนธ์หลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

**นักศึกษาปริญญาโท, หลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, E-mail: supatsara.pengtiang@kkumail.com

***รองศาสตราจารย์, หลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, E-mail: malee_ka@kku.ac.th

ได้รับบทความ: 17 ก.พ. 64 / แก้ไขปรับปรุง: 30 ต.ค. 64 / อนุมัติให้ตีพิมพ์: 3 ธ.ค. 64 / เผยแพร่ออนไลน์: 21 ธ.ค. 64

DOI: 10.14456/rilj.2021.17

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยเอื้อต่อพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร และศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ศึกษาจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยศูนย์ศึกษาและเสริมสร้างศักยภาพการจัดการทรัพยากรเพื่อท้องถิ่น จำนวน 125 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยเอื้อต่อพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร ได้แก่

1) ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล เกษตรกรมีอุปนิสัยในการใฝ่หาความรู้ที่แตกต่างกัน เช่น บางคนขยันหมั่นเพียรที่จะเรียนรู้จากบุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และการอบรม อยู่เสมอ แต่บางคนเรียนรู้จากการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษเพียงอย่างเดียวเท่านั้น 2) ปัจจัยด้านแหล่งสารสนเทศ แหล่งสารสนเทศที่ประสบความสำเร็จในการทำเกษตรอินทรีย์ในด้านวิสาหกิจชุมชน มีแนวทางและวิธีการต่างๆ ที่สามารถนำมาปรับใช้กับการทำการเกษตรอินทรีย์ของตน 3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม 3.1) ด้านวัฒนธรรมสารสนเทศ เกษตรกรมีการเรียนรู้ และการถ่ายทอดความรู้ของเกษตรกรไม่ได้มีเพียงวิธีการสอนโดยการท่องจำหรือการอ่านเขียนในรูปแบบการศึกษาเท่านั้น แต่เป็นการสรรค์สร้างความรู้ให้เกิดขึ้นด้วยวิธีการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของเกษตรกร 3.2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ด้านวัฒนธรรมชุมชน การช่วยเหลือเกื้อกูลกันในชุมชน นำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อมูลในการทำเกษตร วิธีการทำอย่างไรให้ได้ผลดีหรือมีวิธีการแก้ปัญหาอย่างไร

พฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร

1) วัตถุประสงค์ความต้องการสารสนเทศ เพื่อทำเกษตรอินทรีย์ให้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมสนับสนุนการสร้างชุมชนต้นแบบพัฒนาด้านเกษตรอินทรีย์ 2) ความต้องการด้านเนื้อหาสารสนเทศ เกษตรกรมีวิธีการขายสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ ขายสินค้าด้วยตนเองตามตลาดชุมชน ส่วนใหญ่เป็นการทำเกษตรเพื่อการอยู่รอดแต่ไม่ใช้การต่อยอด ดังนั้นเกษตรกรจึงมีความต้องการเนื้อหาสารสนเทศด้านการตลาดมากที่สุด 3) การค้นหาแหล่งสารสนเทศ เกษตรกรส่วนใหญ่มีการค้นหาแหล่งสารสนเทศบุคคลจากสมาชิกเกษตรกรในกลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นแหล่งสารสนเทศที่ใกล้ชิดในการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน และแหล่งสารสนเทศอินเทอร์เน็ตที่เกษตรกรใช้ส่วนใหญ่คือ สื่อสังคมออนไลน์ ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น Facebook You tube ฯ 4) วิธีการได้มาซึ่งสารสนเทศ เกษตรกรมีวิธีการได้มาซึ่งสารสนเทศโดยการค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ด้วยตนเอง เพราะง่ายและสะดวกที่สุด 5) ลักษณะของสารสนเทศที่ต้องการ ลักษณะของสารสนเทศที่ต้องการของเกษตรกรส่วนใหญ่ คือ สารสนเทศเกี่ยวกับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

คำสำคัญ: พฤติกรรมสารสนเทศ พฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศ เกษตรอินทรีย์

ABSTRACT

Information seeking behavior of organic farmers, this research study factors contributing to farmers organic information seeking behavior and study farmers organic information seeking behavior. This research is an exploratory research. Study from the organic farming community enterprise group Northeast. The Center for Education and Capacity Building on Local Resources Management consisted of 125 people. Data were collected using a questionnaire. and analyze the data with descriptive statistics.

Factors Contributing to Farmers' Organic Information-seeking Behavior 1) Personal Characteristic Factors. Farmers have different habits in pursuing knowledge, for example some are diligent at learning from people in the family, neighbors, government officials and always look for training that is available. But some people learn only from their ancestors. 2) Factors of information sources. Information source of successful organic farming in the field of community enterprises, there were guidelines and methods that could be applied to the practice of their organic agriculture. 3) environmental factors 3.1) information culture. Farmers learned and passed on their knowledge. They were not only teaching methods by memorization or reading and writing in an educational form, but also creating knowledge through a combination of wisdom and way of life of farmers. Helping each other in the community leads to information sharing in agriculture such as how to do it to be effective or there is a method on how to solve the problem.

Farmers' organic farming information seeking behavior

1) The farmers demand for information in accordance with the rules of organic farming standards to promote support, the creation of a model community to develop organic agriculture. 2) The need for content, information. Farmers have a way to sell organic products at the community market by themselves. Most of them are farming for survival, but not for developing. Therefore, farmers have the highest demand for marketing information content. 3) Searching for information sources. Most farmers search for information sources from farmers members in the organic farming group which is the easiest source of information for exchanging

knowledge with each other. And internet information sources that farmers use most are via mobile phone such as Facebook, You tube, etc. 4) Method of obtaining information Farmers have methods of obtaining information by doing their own research on organic agriculture. It is the easiest and most convenient way. 5) Characteristics of the desired information. The characteristics of information required from most farmers are information about organic agriculture standards.

Keywords: Information behavior, Information seeking behavior, Organic agriculture

บทนำ

ภาคการเกษตรของไทยเป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ เป็นรากฐานของการสร้างความมั่นคงทางอาหารของประเทศและของโลก ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศอยู่ในภาคการผลิตทางการเกษตร ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8-11 อัตราการเติบโตของภาคเกษตรมีแนวโน้มชะลอตัวลงเรื่อยๆ จนกระทั่งในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (ข้อมูลเฉลี่ย ปี พ.ศ. 2555-2558) ภาคการเกษตรขยายตัวเพียงร้อยละ 0.10 ต่อปี เนื่องจากได้รับผลกระทบจากความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ และภัยธรรมชาติที่ค่อนข้างรุนแรง ภาคเกษตรยังคงมีบทบาทสำคัญกับการพัฒนาประเทศในหลายมิติ เนื่องจากการส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์สามารถสร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเป็นมูลค่าสูงในแต่ละปี (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2559) ในปัจจุบันการผลิตภาคเกษตรต้องเพิ่มผลผลิตให้เป็นการผลิตเกษตรเชิงพาณิชย์ส่งผลให้มีการขยายพื้นที่ การใช้สารเคมีและปุ๋ยเคมี และเพิ่มจำนวนแรงงาน ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติทำให้ความหลากหลายทางชีวภาพของประเทศลดลง สภาพปัจจัยการผลิตภาคเกษตรที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ผลผลิตภาคเกษตรได้รับผลกระทบและส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของภาคเกษตรกรรม การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ การเปลี่ยนแปลงด้านการค้าและกฎหมายเป็นปัจจัยสำคัญที่การผลิตภาคเกษตรจะรับรู้และนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการผลิตและปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต และให้ความสำคัญกับข้อมูลโดยใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศเพื่อใช้ตัดสินใจการวางแผนการผลิต ภาคเกษตรจึงเป็นแนวทางการผลิตเพื่อให้ผลผลิตที่ได้มีปริมาณเพียงพอความต้องการ มีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม (ยิ่งศักดิ์ ไกรพินิจ, ชีวะวัฒน์ จันทิก, และพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2560)

การทำเกษตรอินทรีย์เป็นเพียงการพูดปากต่อปากต่อๆ กันไป โดยไม่ได้ใช้ข้อมูลสนับสนุนจากภาครัฐหรือหน่วยงานด้านการเกษตรเท่าที่ควรในการทำเกษตรอินทรีย์ ซึ่งทำให้ข้อมูลที่ภาครัฐหรือหน่วยงานด้านการเกษตรที่ได้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้กับเกษตรกรไม่ถึงตัวเกษตรกรโดยตรง ผู้วิจัยจึงมีการศึกษาปัจจัยเอื้อต่อพฤติกรรมกระแสการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร และพฤติกรรมกระแสการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร ว่าเกษตรกรมีการแสวงหาสารสนเทศอย่างไร ซึ่งภาครัฐและหน่วยงานด้านการเกษตรจะได้นำข้อมูลการแสวงหาสารสนเทศของเกษตรกรด้านเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ส่งถึงเกษตรกรได้อย่างถูกต้อง แก้ปัญหาด้านปัจจัยการผลิต ผลผลิต การแปรรูป การทำเกษตรอินทรีย์ให้ถูกต้องตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และการขายสินค้ากับพ่อค้าคนกลาง เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันและแก้ปัญหาคาราคาเข่งเปรียบจากพ่อค้าคนกลางน้อยลง ซึ่งเป็นแนวทางให้กรมส่งเสริมการเกษตร สถาบันวิจัยทางการเกษตร สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ ที่ดูแลเรื่องเกษตรอินทรีย์ได้รวบรวม จัดเก็บ บริการสารสนเทศให้กับเกษตรกร โดยใช้เทคโนโลยีออกแบบการเกษตรแบบใหม่ เพื่อสามารถเข้าถึงเกษตรกรได้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเอื้อต่อพฤติกรรมกระแสการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกระแสการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย

เกษตรกรที่ทำการเกษตรอินทรีย์ที่เป็นสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 125 คน โดยแยกตามประเภทเกษตรอินทรีย์ดังนี้

กลุ่มที่	กลุ่มวิชากิจกรรมชน	จำนวน (คน)
1.	กลุ่มวิชากิจกรรมชนเกษตรอินทรีย์ข้าว	13
2.	กลุ่มวิชากิจกรรมชนอินทรีย์ผัก	37
3.	กลุ่มวิชากิจกรรมชนเกษตรอินทรีย์ผสมผสาน	75
	รวม	125

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของเกษตรกรกลุ่มวิชากิจกรรมชนเกษตรอินทรีย์

ตอนที่ 2 ปัจจัยเอื้อต่อพฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านแหล่งสารสนเทศ และด้านสภาพแวดล้อม (อัญชสา สีนวนแก้ว, และ ชลภัตต์ วงษ์ปรีโสริฐ, 2558)

ตอนที่ 3 พฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร ดังนั้นวัตถุประสงค์การใช้สารสนเทศ ความต้องการด้านเนื้อหาสารสนเทศ การค้นหาแหล่งสารสนเทศ วิธีการได้มาซึ่งสารสนเทศที่ต้องการนำไปใช้ และลักษณะของสารสนเทศที่ต้องการ (Wilson, 2000)

แบบสอบถามผ่านการหาคุณภาพเครื่องมือด้วยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่าน และวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of item object congruence) ผลการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.95 และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด โดยทำการทดสอบกับเกษตรกรในตำบลนาข้าว อำเภอยะรัง จังหวัดเลย เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ของ Cronbach's Alpha ได้ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.98

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยขอใบรับรองการวิจัยในมนุษย์ จากสำนักงานคณะกรรมการจริยธรรม การวิจัยในมนุษย์มหาวิทยาลัยขอนแก่น เลขที่ ขว 660201.2.3/1961

3.2 ผู้วิจัยจัดทำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลจากคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยทำการส่งหนังสือไปยังสถานที่ที่จะเข้าไปเก็บข้อมูล ดังนี้ กลุ่มเครือข่ายวิชากิจ

ชุมชนเกษตรอินทรีย์อีสาน จ.ร้อยเอ็ด กลุ่มวิสาหกิจผลิตข้าวอินทรีย์เพื่อสังคม ต.กำแมด จ.ยโสธร กลุ่มศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนสวนธรรมร่วมใจ จ.ยโสธร กลุ่มศูนย์ศึกษาการพัฒนาของชาวบ้าน จ.นครราชสีมา กลุ่มกสิกรรมไร้สารพิษ ต.หัวทะเล จ.นครราชสีมา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอู่แสง จ.ศรีสะเกษ กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือกสุรินทร์ จ.สุรินทร์ กลุ่มเกษตรธรรมชาติ ต.ทมอ จ.สุรินทร์ กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและอาชีพทางเลือกบ้านทัพไทย จ.สุรินทร์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตลาดนัดสีเขียว ต.นางมุด จ.สุรินทร์ เลขที่ อว 660301.7/ว114 ดำเนินการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างโดยการส่งทางไปรษณีย์ในช่วงเดือนมีนาคม 2563 - กรกฎาคม 2563 เพื่อรวบรวมข้อมูล

3.3 นำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้เก็บแบบสอบถามและรวบรวมข้อมูลครบถ้วนแล้วให้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ผล ดังนี้

4.1 แบบสอบถามตอนที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของเกษตรกรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของเกษตรกรเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะการประกอบอาชีพ ประวัติในการทำเกษตรอินทรีย์ ประเภทเกษตรอินทรีย์ ระยะเวลาในการทำเกษตรอินทรีย์ (อ้างอิงตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มกท.) และวิธีการขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยใช้วิธีประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติด้วยร้อยละ (Percentage)

4.2 แบบสอบถามตอนที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชื้อต่อพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยเชื้อต่อพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร 3 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล 2) ปัจจัยด้านแหล่งสารสนเทศ และ 3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมโดยใช้วิธีประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.3 แบบสอบถามตอนที่ 3 เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร ได้แก่ 1) วัตถุประสงค์การใช้สารสนเทศ 2) ความต้องการด้านเนื้อหาสารสนเทศ 3) การค้นหาแหล่งสารสนเทศ 4) วิธีการได้มาซึ่งสารสนเทศที่ต้องการนำไปใช้ และ 5) ลักษณะของสารสนเทศที่ต้องการ โดยใช้วิธีประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของเกษตรกรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์

เกษตรกรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 74 คน ร้อยละ 59.2 และเพศชาย จำนวน 51 คน ร้อยละ 40.8 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 40 คน ร้อยละ 32.0 และระดับการศึกษาสูงสุดคือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 76 คน ร้อยละ 61.3 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาปีที่ 6 / ประกาศนียบัตรวิชาชีพหรือเทียบเท่า จำนวน 20 คน ร้อยละ 16.1 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 67 คน ร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 27 คน ร้อยละ 21.8 ส่วนอาชีพเสริมของเกษตรกรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์คือ อาชีพอิสระ จำนวน 22 คน ร้อยละ 62.9 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 10 คน ร้อยละ 28.6 และจิตอาสาทำงานด้านการเกษตร จำนวน 3 คน ร้อยละ 8.6 ส่วนใหญ่มีประวัติในการทำเกษตรอินทรีย์มาแล้ว มากกว่า 5 ปี จำนวน 47 คน ร้อยละ 37.6 มีระยะเวลาในการทำเกษตรอินทรีย์ (อ้างอิงตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มกท.) มากที่สุด 1-5 ปี จำนวน 63 คน ร้อยละ 50.4 และวิธีการขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่คือ ขายสินค้าด้วยตนเองตามตลาดชุมชน ร้อยละ 76.8

เมื่อจำแนกตามประเภทเกษตรอินทรีย์ พบว่า

1) เกษตรอินทรีย์ข้าว เกษตรกรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 84.6 มีอายุระหว่าง 40-49 ปี ร้อยละ 38.5 ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 76.9 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 83.3 ประกอบอาชีพเสริมคือ อาชีพอิสระ และธุรกิจ

ส่วนตัว ร้อยละ 50.0 มีประวัติในการทำเกษตรอินทรีย์มาแล้ว มากกว่า 5 ปี ร้อยละ 46.2 ระยะเวลาในการทำเกษตรอินทรีย์ (อ้างอิงตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มกท.) 1-5 ปี และมากกว่า 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 46.2 และส่วนใหญ่มีวิธีการขายสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ ขายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 100.0

2) เกษตรอินทรีย์ผัก เกษตรกรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.5 มีอายุระหว่าง 40-49 ปี ร้อยละ 32.4 ระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 73.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 81.1 ประกอบอาชีพเสริมคือ อาชีพอิสระ ร้อยละ 100.0 มีประวัติในการทำเกษตรอินทรีย์มาแล้ว 1 ปี ร้อยละ 32.4 ระยะเวลาในการทำเกษตรอินทรีย์ (อ้างอิงตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มกท.) 1-5 ปี ร้อยละ 70.3 และส่วนใหญ่มีวิธีการขายสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ ขายสินค้าด้วยตนเองตามตลาดชุมชน ร้อยละ 86.5

3) เกษตรอินทรีย์ผสมผสาน เกษตรกรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.7 มีอายุระหว่าง 40-49 ปี ร้อยละ 30.7 ระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 52.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 36.0 ประกอบอาชีพเสริมคือ อาชีพอิสระ ร้อยละ 45.5 ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 40.9 และจิตอาสางานด้านการเกษตร ร้อยละ 13.6 มีประวัติในการทำเกษตรอินทรีย์มาแล้ว มากกว่า 5 ปี ร้อยละ 45.3 ระยะเวลาในการทำเกษตรอินทรีย์ (อ้างอิงตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มกท.) มากกว่า 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 45.3 และส่วนใหญ่มีวิธีการขายสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ ขายสินค้าด้วยตนเองตามตลาดชุมชน ร้อยละ 82.7

1.2 ปัจจัยเอื้อต่อพฤติกรรมกรรมกรแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร

1.2.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล

เกษตรกรมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอุปนิสัยในการใฝ่หาความรู้ที่แตกต่างกันของเกษตรกร เช่น บางคนขยันหมั่นเพียรที่จะเรียนรู้จากบุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และการอบรมอยู่เสมอ แต่บางคนเรียนรู้จากการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษเพียงอย่างเดียวเท่านั้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมาคือ เกษตรกรต้องการพัฒนาไปสู่การเป็น Smart farmer ($\bar{X} = 4.05$) และบทบาทหน้าที่ผลักดันให้เกิดพฤติกรรมสารสนเทศ เช่น เกษตรกรที่มีบทบาทเป็นประธานวิสาหกิจชุมชน มีการคาดการณ์สถานการณ์ทางการเกษตรที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทำให้ต้องการสารสนเทศต่างๆ เพื่อนำมาใช้จัดการวิสาหกิจชุมชน ($\bar{X} = 4.00$)

1.2.2 ปัจจัยด้านแหล่งสารสนเทศ

เกษตรกรมีความคิดเห็นต่อบริการด้านแหล่งสารสนเทศอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า แหล่งสารสนเทศที่ประสบความสำเร็จในการทำเกษตรอินทรีย์ในด้านวิชาหกิจชุมชนมีแนวทางและวิธีการต่างๆ มาปรับใช้กับตน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.96$) รองลงมาคือ แหล่งสารสนเทศบุคคลเป็นแหล่งสารสนเทศอยู่ใกล้ ค้นคว้าได้สะดวก เข้าถึงง่ายและรวดเร็วโดยการสอบถาม พบปะพูดคุยจากญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน เพื่อนเกษตร รวมถึงนักวิชาการเกษตรที่รับผิดชอบในตำบล ($\bar{X} = 3.69$) และการเรียนรู้ด้วยการสนทนาทำให้เสียค่าใช้จ่ายน้อย หรือไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเลย ($\bar{X} = 3.64$)

1.2.3 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมด้านวัฒนธรรมสารสนเทศ

เกษตรกรมีความคิดเห็นต่อบริการด้านสภาพแวดล้อมด้านวัฒนธรรมสารสนเทศอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า การเรียนรู้และการถ่ายทอดความรู้ของเกษตรกรไม่ได้มีเพียงวิธีการสอนโดยการท่องจำหรือการอ่านเขียนในรูปแบบการศึกษาเท่านั้น แต่เป็นการสรรค์สร้างความรู้ให้เกิดขึ้นด้วยวิธีการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของเกษตรกร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.23$) รองลงมาคือ เกษตรกรอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศในการรับทราบข้อมูลข่าวสารสารสนเทศด้านการเกษตรเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงการทำเกษตรของตนเอง เช่น คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์เคลื่อนที่ การใช้สังคมเครือข่ายออนไลน์ เช่น ไลน์ ในการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูล ($\bar{X} = 3.98$) และการรับรู้สื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีความสะดวก ไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดรับ เช่น การดูรายการเกษตรเพื่อนำสารสนเทศที่ได้รับมาใช้ในการประกอบอาชีพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.94$)

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมด้านวัฒนธรรมชุมชน

เกษตรกรมีความคิดเห็นต่อบริการด้านสภาพแวดล้อมด้านวัฒนธรรมชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า การช่วยเหลือเกื้อกูลกันในชุมชน เช่น อาหารการกิน ใครมีพืชผักอะไรที่เพื่อนบ้านไม่มีก็หยิบยื่นให้กัน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.53$) รองลงมาคือ ความเคารพและศรัทธาในตัวเอง เชื่อมั่นในความสามารถที่จะกระทำการใดๆ ให้สำเร็จได้ด้วยตนเอง ($\bar{X} = 4.22$) และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการจัดตั้งวิชาหกิจชุมชนของหมู่บ้าน การแบ่งความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกัน ($\bar{X} = 4.06$)

1.3 พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร

1.3.1 วัตถุประสงค์ความต้องการสารสนเทศ

เกษตรกรมีวัตถุประสงค์ความต้องการสารสนเทศ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า เกษตรกรมีวัตถุประสงค์ความต้องการสารสนเทศ เพื่อทำเกษตรอินทรีย์ให้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมสนับสนุนการสร้างชุมชนต้นแบบพัฒนาด้านเกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมาคือ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของกลุ่มเกษตรกรให้สามารถลดต้นทุน เพิ่มคุณภาพและได้รับมาตรฐานความปลอดภัย บริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและการเรียนรู้ผ่าน ICT ($\bar{X} = 4.14$) และเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่และพัฒนาเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ต่อยอดทางธุรกิจ เริ่มตั้งแต่การผลิต การดูแลรักษา การตลาดและการแปรรูป ($\bar{X} = 4.07$)

1.3.2 ความต้องการด้านเนื้อหาสารสนเทศ

1) ด้านแหล่งเงินทุนในการทำเกษตรอินทรีย์

เกษตรกรมีความต้องการเนื้อหาสารสนเทศด้านแหล่งเงินทุนในการทำเกษตรอินทรีย์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.50$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความต้องการด้านเนื้อหาสารสนเทศด้านแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินของภาครัฐเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยพิเศษกับเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ (สินเชื่อเขียวของธนาคารเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส)) จัดหาเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำมาให้สมาชิกกู้เพื่อลงทุนทำการเกษตร และการให้เงินทุนหมุนเวียนให้เกษตรกรสามารถดำเนินกิจการได้ในสภาพคล่อง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.62$) รองลงมาคือ ความต้องการด้านเนื้อหาสารสนเทศด้านแหล่งเงินทุนจากภาคเอกชนเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต เช่น เมล็ดพันธุ์พืช ผลิตภัณฑ์ในการบำรุงพืช ตั้งแต่การเตรียมดินจนถึงการเก็บผลผลิตและแปรรูป เมื่อเกษตรกรจำหน่ายผลผลิตแล้ว จึงนำทุนคืนสู่รายทุน ($\bar{X} = 3.38$)

2) ด้านการจัดการฟาร์ม

เกษตรกรมีความต้องการเนื้อหาสารสนเทศด้านการจัดการฟาร์มในการทำเกษตรอินทรีย์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า การบันทึกการผลิต ตั้งแต่การปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว และการปลูกพืชหลังการเก็บเกี่ยวที่เป็นไปตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์กำหนด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.90$) รองลงมาคือ พื้นที่ในการผลิตในการทำ

เกษตรอินทรีย์ เช่น การปรับเปลี่ยนพื้นที่เป็นเกษตรอินทรีย์ การลดหรือขยายพื้นที่การผลิต เป็นต้น ($\bar{X} = 3.74$) และการใช้ปุ๋ย สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช และสารสังเคราะห์ ($\bar{X} = 2.54$)

3) ด้านการผลิตพืชอินทรีย์

เกษตรกรมีความต้องการเนื้อหาสารสนเทศด้านการผลิตพืชอินทรีย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า การเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.39$) รองลงมาคือ การจัดการดิน น้ำ และปุ๋ย ค่าเฉลี่ย 4.11 และ ชนิดและพันธุ์ของพืชที่ปลูก ในด้านการเลือกใช้พันธุ์พืชที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในท้องถิ่น และความต้านทานต่อโรคและแมลง ($\bar{X} = 4.10$)

4) ด้านการเก็บผลิตผลจากธรรมชาติ

เกษตรกรมีความต้องการเนื้อหาสารสนเทศด้านการเก็บผลิตผลจากธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า การกำหนดขอบเขตบริเวณในการเก็บเกี่ยวผลผลิต มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.04$) รองลงมาคือ การขอรับรองผลิตผลจากธรรมชาติ ทั้งพืชและสัตว์ ($\bar{X} = 3.87$) และการจัดทำบันทึก การเก็บเกี่ยว สัตว์กผลผลิต สัตว์กผลิตภัณฑ์ และเอกสารการขาย ($\bar{X} = 3.85$)

5) ด้านการแปรรูปและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว

เกษตรกรมีความต้องการเนื้อหาสารสนเทศด้านการแปรรูปและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า การเก็บรักษาผลิตผลและผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ การบรรจุภัณฑ์ที่ลดปริมาณขยะที่เกิดจากบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.96$) และการจัดการเอกสารเพื่อตรวจสอบ เช่น เอกสารการซื้อวัตถุดิบ ระบุจำนวนวันที่ซื้อ และชื่อที่อยู่ผู้ขาย เป็นต้น ($\bar{X} = 3.87$)

6) ด้านปัจจัยการผลิตเพื่อการค้า

เกษตรกรมีความต้องการเนื้อหาสารสนเทศด้านปัจจัยการผลิตเพื่อการค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า การจัดทำระบบเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการผลิตบนผลิตภัณฑ์เพื่อสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ การแยกแยะผลิตภัณฑ์อินทรีย์กับผลิตภัณฑ์ทั่วไป และการรับรองวัตถุดิบที่นำมาแปรรูป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.90$) รองลงมาคือ

กระบวนการผลิต ปัจจัยการผลิตมีข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับคุณประโยชน์และประสิทธิภาพในการนำปัจจัยการผลิตนั้นไปใช้ ($\bar{X} = 3.88$) และการทำผลกากปัจจัยการผลิต ($\bar{X} = 3.87$)

7) ด้านความเป็นธรรมในการจ้างงานเกษตรกรอินทรีย์

เกษตรกรมีความต้องการเนื้อหาสารสนเทศด้านความเป็นธรรมในการจ้างงานเกษตรกรอินทรีย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า การจัดอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงาน และการจัดหาอุปกรณ์การทำเกษตรอินทรีย์ให้แก่ลูกจ้าง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.86$) รองลงมาคือ นโยบายเกี่ยวกับความเป็นธรรมในสังคม และการละเมิดสิทธิมนุษยชน ($\bar{X} = 3.78$) และสิทธิของนายจ้างและลูกจ้าง ($\bar{X} = 3.74$)

8) ผลากและการใช้ตรารับรองเกษตรกรอินทรีย์

เกษตรกรมีความต้องการเนื้อหาสารสนเทศด้านผลากและการใช้ตรารับรองเกษตรกรอินทรีย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า ผลผลิตและผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจสอบและรับรองตามมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมาคือ สัญญาการใช้ตราตามมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์ ($\bar{X} = 4.02$) และการจัดพิมพ์ฉลากบนผลผลิตและผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งหรือจำหน่ายไปยังโรงงานแปรรูป ($\bar{X} = 3.90$)

9) ด้านรายการอาหารอินทรีย์ในร้านอาหารตามมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์

เกษตรกรมีความต้องการเนื้อหาสารสนเทศด้านรายการอาหารอินทรีย์ในร้านอาหารตามมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า ข้อมูลวัตถุดิบและส่วนผสม ตามมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์ และการบรรจุภัณฑ์ตามมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมาคือ ขั้นตอนการขอรับรองรายการอาหารอินทรีย์ ($\bar{X} = 3.94$)

10) สารสนเทศด้านการตลาด

เกษตรกรมีความต้องการเนื้อหาสารสนเทศด้านการตลาดอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าเกษตรกรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมาคือ รูปแบบสินค้าเกษตรกรอินทรีย์ที่ลูกค้าต้องการ ($\bar{X} = 4.08$) และแหล่งรับซื้อสินค้า และตลาดสินค้าเกษตรกรอินทรีย์ ราคาในท้องตลาด แนวโน้มการเติบโตของสินค้า และการเพิ่มยอดขายสินค้า ($\bar{X} = 4.02$)

1.3.3 การค้นหาแหล่งสารสนเทศ

1) แหล่งสารสนเทศบุคคล

เกษตรกรมีการค้นหาแหล่งสารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า กลุ่มสมาชิกเกษตรกร ในกลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.25$) รองลงมาคือ ประธานวิสาหกิจชุมชน ($\bar{X} = 4.16$) และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ($\bar{X} = 3.97$)

2) แหล่งสารสนเทศสื่อมวลชน

เกษตรกรมีการค้นหาแหล่งสารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศสื่อมวลชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า โทรศัพท์นำเสนอเกี่ยวกับ เกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.71$) รองลงมาคือ วิทยุชุมชนที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ($\bar{X} = 3.54$)

3) แหล่งสารสนเทศสถาบัน

เกษตรกรมีการค้นหาแหล่งสารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศสถาบัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน มีค่าเฉลี่ย สูงสุด ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ สำนักงานเกษตรอำเภอ และสำนักงานเกษตรจังหวัด ($\bar{X} = 3.84$) และ กรมส่งเสริมการเกษตร ($\bar{X} = 3.82$)

4) แหล่งสารสนเทศอินเทอร์เน็ต

เกษตรกรมีการค้นหาแหล่งสารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (มือถือ) เช่น Facebook, YouTube มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมาคือ การใช้ Search engine เช่น Google.com, Yahoo.com ($\bar{X} = 3.50$) และ การใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ($\bar{X} = 2.88$)

1.3.4 วิธีการได้มาซึ่งสารสนเทศ

เกษตรกรมีวิธีการได้มาซึ่งสารสนเทศ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) เมื่อพิจารณา เป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า การค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

($\bar{X} = 4.16$) รองลงมาคือ การรับสารสนเทศเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เช่น Facebook YouTube เป็นต้น ($\bar{X} = 3.95$) และการประชุมกลุ่มของสมาชิกเกษตรกรในกลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์ ($\bar{X} = 3.85$)

1.3.5 ลักษณะของสารสนเทศที่ต้องการ

เกษตรกรมีลักษณะของสารสนเทศที่ต้องการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.27$) รองลงมาคือ ตัวอย่างแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการทำเกษตรอินทรีย์ ($\bar{X} = 4.26$) และชุดความรู้จากการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์ ($\bar{X} = 4.21$)

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยเอื้อต่อพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร

1.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล จะเห็นได้ว่าเกษตรกรที่มีอุปนิสัยในการใฝ่หาความรู้ที่แตกต่างกัน เช่น บางคนขยันหมั่นเพียรที่จะเรียนรู้จากบุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และการอบรมอยู่เสมอ แต่บางคนเรียนรู้จากการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษเพียงอย่างเดียวเท่านั้น โดยส่วนใหญ่พบว่าเกษตรกรที่มีระยะเวลา ในการทำเกษตรอินทรีย์มากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระยะเวลาอื่น ทั้งด้านรายได้ที่เป็นตัวกำหนดให้เกษตรกรเกิดพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ ด้านบทบาทหน้าที่ อาทิเช่น การเป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จะต้องเป็นผู้นำและเป็นพลังหลักให้คนในชุมชน มีแรงผลักดันและกระจายข้อมูลความรู้จากหน่วยงานต่างๆ ให้กับเกษตรกรที่เป็นสมาชิก และความต้องการการพัฒนาไปสู่การเป็น Smart farmer ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอัญชสา สีนวนแก้ว, และชลภัศร์ วงษ์ประเสริฐ (2557) ที่พบว่า เกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในการทำเกษตรจะเป็นบุคคลที่มีพฤติกรรมสารสนเทศที่เป็นฝ่ายรุก กล่าวคือ เป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาสารสนเทศที่นำมาใช้ในการพัฒนาการแก้ปัญหาในอาชีพ รวมถึงนำมาใช้พัฒนาอาชีพของตน มีลักษณะพฤติกรรมสารสนเทศที่เน้นการเข้าถึงสารสนเทศจากแหล่งต่างๆ เพื่อนำมาสู่การใช้ตามวัตถุประสงค์

1.2 ปัจจัยด้านแหล่งสารสนเทศ จะเห็นได้ว่าแหล่งสารสนเทศที่ประสบความสำเร็จในการทำเกษตรอินทรีย์ในด้านวิสาหกิจชุมชน มีแนวทางและวิธีการต่างๆ ที่สามารถนำมาปรับใช้กับการทำการเกษตรอินทรีย์ของตน โดยเกษตรกรส่วนใหญ่ที่ทำเกษตรอินทรีย์มากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นด้านแหล่งสารสนเทศว่าสามารถให้สารสนเทศที่มีความสอดคล้องกับวิถีการผลิตเกษตรอินทรีย์ เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาหรือเพื่อการประกอบอาชีพ และประสบความสำเร็จในการทำเกษตรอินทรีย์ในด้านวิสาหกิจชุมชน ซึ่งการพัฒนาการทำเกษตรอินทรีย์นั้นต้องเรียนรู้ตลอดเวลา เมื่อทดลองแล้วเกิดความผิดพลาด ต้องรีบทำความเข้าใจปัญหา และแก้ไขโดยเร็ว มีการแบ่งระบบงานชัดเจน วิสาหกิจชุมชนต้องมีความเข้มแข็ง และพร้อมรับความเสี่ยงแทนเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรมีกำลังใจในการพัฒนาการผลิต และเป็นการวางรากฐานของกลุ่มให้แข็งแรง มีการพัฒนาการเพาะปลูกสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน วางเป้าหมายในอนาคตให้ชัดเจน สอดคล้องกับการศึกษาของอัญญา สีนวนแก้ว, และชลภัสร์ วงษ์ประเสริฐ (2557) ที่พบว่า แหล่งสารสนเทศมีสารสนเทศที่สอดคล้องกับสภาพหรือวิถีการผลิตที่เป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร มีแนวปฏิบัติที่ดีและเป็นแหล่งที่ประสบความสำเร็จในการทำการเกษตร

1.3 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมด้านวัฒนธรรมสารสนเทศ เกษตรกรมีการเรียนรู้ และการถ่ายทอดความรู้ของเกษตรกรไม่ได้มีเพียงวิธีการสอนโดยการท่องจำหรือการอ่านเขียนในรูปแบบการศึกษาเท่านั้น แต่เป็นการสรรค์สร้างความรู้ให้เกิดขึ้นด้วยวิธีการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของเกษตรกร แสดงให้เห็นว่า สภาพแวดล้อมที่เกษตรกรอาศัยอยู่นั้นส่งผลต่อการได้รับสารสนเทศของเกษตรกรด้วย ภูมิปัญญาที่เกิดขึ้นมานั้นมักมีเหตุปัจจัยมาจากสภาพแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ และสภาพสังคมความเป็นอยู่ของมนุษย์ในสมัยนั้นๆ รวมทั้งการติดต่อสื่อสาร ผสมผสานวัฒนธรรมต่างๆ ที่สอดคล้องกับการดำรงชีวิตเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปราวโมทย์ เหลาลาภะ, ศิริบุญ จงวุฒิเวศย์, ภัทรพล มหาจันทร์, และเฉลิมพล เยื้องกลาง (2556) ที่กล่าวว่า เกษตรกรใช้ประสบการณ์ ความรู้เดิม และการสังเกตเป็นฐานความคิดเพื่อสร้างความรู้ใหม่ด้วยการทดลองปฏิบัติ การลองผิดลองถูก และการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านผสมผสานกับความรู้สมัยใหม่

1.4 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมด้านวัฒนธรรมชุมชน การช่วยเหลือเกื้อกูลกันในชุมชน เช่น อาหารการกิน ใครมีพืชผักอะไรที่เพื่อนบ้านไม่มีก็หยิบยื่นให้กัน เป็นการปันน้ำใจซึ่งกันและกัน นำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อมูลในการทำเกษตร วิธีการทำอย่างไรให้ได้ผลดีหรือมีวิธีการแก้ปัญหาอย่างไร เช่น แมลง การกำจัดศัตรูพืช เป็นต้น วิธีการผลิตของเกษตรอินทรีย์ให้ความสำคัญกับการดำรงอยู่ร่วมกันของชาวบ้าน เกษตรกรจะต้องพึ่งพาอาศัยกันหรือรวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นองค์กรท้องถิ่นของเกษตรกรที่ทำเกษตรกรรมแบบยั่งยืน เพื่อเป็นหลักประกันความสำเร็จของการพัฒนาเกษตรกรรมแบบนี้ในระยะยาว

ช่วยให้ฐานทรัพยากรของชุมชนมั่นคง เศรษฐกิจดีขึ้น เกษตรกรพึ่งตนเองได้และมีสุขภาพแข็งแรง โดยส่วนใหญ่พบว่าเกษตรกรที่มีระยะเวลาในการทำเกษตรอินทรีย์มากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ระยะเวลาอื่น ทั้งในด้านภาวะผู้นำในการแก้ปัญหาหรือพัฒนาชุมชน การเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กันยารัตน์ เขียวเวช, ชูเกียรติ รักซ้อน, ชัชวีร์ นฤทุม, และสาคร ชินวงศ์ (2548) ที่พบว่า ชุมชนมีการกำหนด นโยบาย และการนำแผนงานต่างๆ ในการพัฒนาหมู่บ้าน ชุมชนที่มีผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้นำสูงสุดของหมู่บ้าน และมีคณะกรรมการหมู่บ้าน ทำหน้าที่ในการบริหารงานในชุมชน เป็นแกนนำทำให้ชุมชนมีการรวมตัวกัน อย่างเหนียวแน่น ประกอบกับทุนทางสังคมในมิติวัฒนธรรมที่เป็นแกนนำของชุมชนได้ยึดมั่นการบริหารงาน ที่ซื่อสัตย์โปร่งใส การมีค่านิยมในการทำงานเป็นทีม การมีส่วนร่วม ทำให้แบบแผนพฤติกรรมของคน ในชุมชนยึดถือกันเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน

2. พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร

2.1 วัตถุประสงค์ความต้องการสารสนเทศ

เกษตรกรส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ความต้องการสารสนเทศเพื่อทำเกษตรอินทรีย์ ให้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมสนับสนุนการสร้างชุมชนต้นแบบพัฒนา ด้านเกษตรอินทรีย์ โดยเกษตรกรส่วนใหญ่ที่ทำเกษตรอินทรีย์มากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการแสวงหา สารสนเทศเพื่อทำเกษตรอินทรีย์ให้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ แสดงให้เห็นว่า มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นข้อกำหนดและเป็นเงื่อนไขสำคัญ ที่ผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติตาม เพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และเป็นการสร้างหลักประกันความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ที่ต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อหาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ได้อย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอัญชสา สีนวนแก้ว (2557) ที่กล่าวว่า เกษตรกร ใช้สารสนเทศเพื่อสร้างความแตกต่างในกระบวนการผลิต ใช้เพื่อการพัฒนาคุณภาพการผลิต ตามมาตรฐาน GMP/GMP และใช้เพื่อการสร้างแบรนด์ เป็นการสร้างมูลค่าด้านการผลิตและการตลาด มีรายได้เพิ่มขึ้น เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

2.2 ความต้องการด้านเนื้อหาสารสนเทศ

เกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีวิธีการขายสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ ขายสินค้าด้วยตนเองตามตลาดชุมชน ส่วนใหญ่เป็นการทำเกษตร เพื่อการอยู่รอดแต่ไม่ใช่ว่าการต่อยอด ดังนั้นเกษตรกรจึงมีความต้องการเนื้อหาสารสนเทศด้านการตลาด

มากที่สุด ทั้งกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์ รูปแบบสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ลูกค้าต้องการ แหล่งรับซื้อสินค้า และตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ ช่องทาง วิธีการขายสินค้า การขายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่าย และการโฆษณาต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าทั้งในแบบออนไลน์และออฟไลน์ ราคาในท้องตลาด แนวโน้มการเติบโตของสินค้า และการเพิ่มยอดขายสินค้า ปัจจุบันทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้ร่วมมือกันผลักดันและพัฒนานวัตกรรม ช่องทางใหม่ๆ ในด้านการผลิตการพัฒนาคุณภาพสินค้า บรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการรับรองมาตรฐานและบริหารระบบโลจิสติกส์ให้มีศักยภาพและขยายตัวมากขึ้น ผลที่ได้ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อเกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค มีการสร้างเครือข่าย การสร้างความเข้มแข็งในชุมชน พร้อมทั้งยกระดับคุณภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของเกษตรกร และสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวรวิทย์ เจียมปัญญาวัช (2560) ที่พบว่า ระดับราคาของสินค้าอินทรีย์ที่สูงเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เกษตรกรสนใจในการทำเกษตรอินทรีย์ นโยบายจากรัฐในการให้ความรู้ในกระบวนการผลิต มาตรฐานสินค้าอินทรีย์ และตลาดของสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญของเกษตรกร เพื่อความยั่งยืน และการศึกษาของดุษฎี พรหมทัต (2558) ที่พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ต้องการขยายพื้นที่การผลิตและผลิตสินค้าที่หลากหลาย ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย มีตราสินค้าเป็นของตนเอง วางแผนการผลิตและการตลาดอย่างต่อเนื่องด้านการผลิตและการตลาดให้แก่เกษตรกร เพื่อเพิ่มรายได้และคุณภาพชีวิตที่มั่นคง

2.3 การค้นหาแหล่งสารสนเทศ

เกษตรกรส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ต่ำกว่า ม.6 สารสนเทศที่เกษตรกรสามารถเข้าถึงได้ง่ายที่สุดคือสิ่งที่อยู่รอบตัว โดยมีการค้นหาแหล่งสารสนเทศบุคคลจากสมาชิกเกษตรกรในกลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นแหล่งสารสนเทศที่ใกล้ชิดในการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน และแหล่งสารสนเทศอินเทอร์เน็ตที่เกษตรกรใช้ส่วนใหญ่ คือ สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (มือถือ) เช่น Facebook YouTube ฯ สอดคล้องกับงานวิจัยของโชคธำรง จงจอหอ (2562) ที่พบว่า การแสวงหาสารสนเทศส่วนใหญ่เลือกจากแหล่งบุคคล คือ ตัวปราชญ์ชาวบ้าน โดยมาฝึกฝนด้วยตนเองที่ศูนย์เรียนรู้ชุมชนชาวนา จากนั้นจึงขอร่วมเป็น เครือข่ายสมาชิกและใช้โทรศัพท์หรือแอปพลิเคชันไลน์เพื่อสอบถามข้อมูลที่ต้องการโดยตรง แหล่งสารสนเทศสื่อมวลชน เกษตรกรส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์ที่น่าเสนอเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ และศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเป็นแหล่งสารสนเทศสถาบันที่เกษตรกรใช้ในการค้นหาสารสนเทศมากที่สุด

2.4 วิธีการได้มาซึ่งสารสนเทศ

เกษตรกรส่วนใหญ่มีประวัติในการทำเกษตรอินทรีย์มาแล้วมากกว่า 5 ปี มีวิธีการได้มาซึ่งสารสนเทศโดยการค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ด้วยตนเอง เพราะง่ายและสะดวกที่สุด อาจมีการลองผิดลองถูกบ้าง แต่ก็ถือว่าเป็นประสบการณ์ในการทำเกษตรอินทรีย์ที่สามารถนำไปปรับใช้กับการทำเกษตรของตนเองหรือบอกต่อแก่ผู้อื่นได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของคุชฎี พรหมทัต (2558) ที่กล่าวว่า เกษตรกรรวมกลุ่มกันเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์แนวทางการตัดสินใจการขยายการผลิตและการตลาดร่วมกัน และสหกรณ์กรีนเนท (2560) ได้กล่าวไว้ว่า สารสนเทศเกษตรอินทรีย์ ด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์แปรรูปเพื่อเข้าสู่การพัฒนาเกษตรอินทรีย์สมัยใหม่สู่ไทยแลนด์ 4.0 กระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์ พัฒนาแกนนำเกษตรกรระดับชุมชนท้องถิ่น พัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ให้กับเกษตรกร ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ให้เป็นระบบโดยผ่านศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร สนับสนุนการให้ความรู้และกระบวนการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมเสริมทักษะและการศึกษาดูงานมีหน่วยงานหลักในการจัดทำระบบฐานข้อมูลด้านการผลิตการตลาด และองค์ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์

2.5 ลักษณะของสารสนเทศที่ต้องการ

ลักษณะของสารสนเทศที่ต้องการของเกษตรกรส่วนใหญ่คือ สารสนเทศเกี่ยวกับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เพราะมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เป็นข้อกำหนดและเงื่อนไขสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติตามเพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่เกษตรกรและผู้บริโภคว่า ผลผลิตที่ได้รับการรับรองจากองค์กรมาตรฐานเกษตรอินทรีย์นั้น เป็นผลผลิตที่ปลอดภัยจากสารพิษสารเคมีสังเคราะห์ และยังเอื้อต่อการรักษาสีเขียวอย่างแท้จริงด้วย ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ความต้องการสารสนเทศของเกษตรกรเพื่อทำเกษตรอินทรีย์ให้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมสนับสนุนการสร้างชุมชนต้นแบบพัฒนาด้านเกษตรอินทรีย์โดยทั่วไป มาตรฐานเกษตรอินทรีย์เป็นส่วนหนึ่งของระบบเกษตรอินทรีย์ ซึ่งแต่ละระบบมีมาตรฐานเป็นของตัวเอง มาตรฐานเกษตรอินทรีย์จึงเป็นข้อกำหนดเงื่อนไขให้เกษตรกรได้ปฏิบัติตามเพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐานเพื่อความเข้าใจและการปฏิบัติที่ตรงกันของเกษตรกรและเพื่อสร้างการยอมรับและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้เกี่ยวข้อง

1.1 มีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้แก่เกษตรกร เพื่อการเข้าถึงความรู้ที่ทันสมัย เช่น การอบรมเกี่ยวกับการค้นคว้าข้อมูลด้านเกษตรอินทรีย์จากแหล่งสารสนเทศอินเทอร์เน็ต การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น Facebook YouTube Line ฯ ซึ่งเข้าถึงง่ายและสามารถทำได้ด้วยตนเอง กรมส่งเสริมการเกษตร สถาบันวิจัยทางการเกษตร สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ ที่ดูแลเรื่องเกษตรอินทรีย์ควรจะให้บริการสารสนเทศผ่านทางช่องทางนี้มากขึ้น

1.2 มีการประชาสัมพันธ์การให้ความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ที่ตรงกับความต้องการของเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรได้เข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 มีการศึกษาเกี่ยวกับการบริการสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์

2.2 มีการศึกษาการจัดการความรู้ของกลุ่มเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์มากกว่า 5 ปี เกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์ให้ถูกต้องตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

2.3 มีการศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรในพื้นที่ที่ต่างกัน หรือเฉพาะกลุ่ม เช่น เกษตรกรที่เริ่มทำเกษตรอินทรีย์

เอกสารอ้างอิง

กันยารัตน์ เชี่ยวเวช, ชูเกียรติ รักซ้อน, ชัชวีร์ นฤม, และสาคร ชินวงศ์. (2548). *ความคิดเห็นของคณะกรรมการบริหารศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลต่อการพัฒนาการเกษตรในภาคตะวันออก*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ดุษฎี พรหมทัต. (2558). พฤติกรรมการผลิตผักปลอดภัยของเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิสหวิทยาการไทย*, 10(3), 9-16.

- ไซค์อาร์ค จงจอหอ และ มาลี กาบมาลา. (2560). พฤติกรรมการแสวงหาความรู้ภูมิปัญญาชาวไทย. *อินฟอร์เมชั่น*, 1(1), 70-89.
- ปราโมทย์ เหลาลาภะ, ศิริบุญ จงวุฒิเวศย์, ภัทรพล มหาจันทร์, และเฉลิมพล เยื้องกลาง. (2556). การจัดการความรู้ของเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 10(2), 69-81.
- ยิ่งศักดิ์ ไกรพินิจ, ธีระวัฒน์ จันทิก, และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2560). การจัดการการเกษตรสมัยใหม่ของประเทศไทย. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 12(2), 115-127.
- วิรัชชัย เจียมปัญญารักษ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรอินทรีย์ของไทย: บทเรียนจากเกษตรกรรายย่อย. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 20(มกราคม-ธันวาคม), 199-215.
- สหกรณ์กรีนเนท. (2560). ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564. สืบค้น 15 พฤษภาคม 2558, จาก <http://www.greenet.or.th/sites/default/files/170420OA20strategy.pdf>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2559). แผนพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564). สืบค้น 5 มกราคม 2564, จาก https://tarr.arda.or.th/static2/docs/development_plan2559.pdf
- อัญชสา สีนวนแก้ว, และ ชลภัตต์ วงษ์ประเสริฐ. (2558). บริบทที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแสวงหารังสิตสารสนเทศของเกษตรกรไทย. *อินฟอร์เมชั่น*, 22(1), 33-34.
- อัญชสา สีนวนแก้ว และ ชลภัตต์ วงษ์ประเสริฐ. (2557). ปัจจัยเอื้อต่อพฤติกรรมสารสนเทศที่ส่งผลต่อการสร้างมูลค่าด้านการผลิตและการตลาดของเกษตรกรไทย. *วารสารสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 1(1), 96-116.
- Wilson, T. D. (2000). Human Informtion Behaviour. *Informing Science*, 3(2), 49-55.

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
ความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*

The Confirmatory Factor Analysis of Factors Influencing of
Package Tour Repurchase Intention on Agoda Application
Of Consumers in Bangkok and Its Vicinity

กฤษฎา พักสงฆ์ (Krissada Faksang)**

สมชาย เล็กเจริญ (Somchai Lekcharoen)***

*วิทยานิพนธ์หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต

**นักศึกษาปริญญาโท, หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต, E-mail: krissada.f63@rsu.ac.th

***ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ผู้อำนวยการหลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต, E-mail: somchai.l@rsu.ac.th

ได้รับบทความ: 24 พ.ค. 64 / แก้ไขปรับปรุง: 12 ต.ค. 64 / อนุมัติให้ตีพิมพ์: 3 ธ.ค. 64 / เผยแพร่ออนไลน์: 21 ธ.ค. 64

DOI: 10.14456/rilj.2021.18

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่เคยซื้อแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda อย่างน้อย 2 ครั้งขึ้นไป และ

พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 215 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า ระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 ถึงมกราคม พ.ศ. 2564 ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยพิจารณาจากค่าสถิติ Chi-Square (χ^2) = 109.37 ค่า df = 83 ค่า CMIN/df = 1.32 ค่า GFI = 0.94 ค่า AGFI = 0.91 ค่า CFI = 0.98 ค่า RMR = 0.04 ค่า SRMR = 0.04 และ ค่า RMSEA = 0.04 โดยประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ เรียงลำดับความสำคัญได้ดังนี้ องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการ องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้คุณค่า และองค์ประกอบปัจจัยความพึงพอใจ

คำสำคัญ: แพ็คเกจทัวร์ แอปพลิเคชัน Agoda ความตั้งใจซื้อซ้ำ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

Abstract

The objective of this research was to analyze the confirmatory factor analysis of package tour repurchase intention on Agoda application of consumers in Bangkok and its vicinity. The tools used in the research were online questionnaires. The sample group consisted of 215 people who have been repurchase package tour on Agoda application and who have lived in Bangkok and its vicinity. Obtained by quota sampling between December 2020 to January 2021. The findings were as follows: The model is consistent with the empirical evidence to a great extent. The statistic shows the Chi-square statistics with goodness fit test Chi-Square (χ^2) = 109.37, degrees of freedom (df) = 83, CMIN/df = 1.32, GFI = 0.94, AGFI = 0.91, CFI = 0.98, RMR = 0.04, SRMR = 0.04, RMSEA = 0.04. The model to 3 factors by the order of importance from following components; Perceived Service Quality, Perceived Value, Satisfaction.

Keywords: Package tour, Application Agoda, Repurchase intention, The confirmatory factor analysis

บทนำ

ในปัจจุบันตลาดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ในประเทศไทยมีศักยภาพในการพัฒนาค่อนข้างมาก เนื่องจากประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงถึง 69.71 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 75 ของจำนวนประชากรในประเทศทั้งหมด จากผลสำรวจพบว่าคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 9 ชั่วโมง 1 นาที ต่อวัน โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาไปกับการใช้โซเชียลมีเดียเฉลี่ย 2 ชั่วโมง 55 นาที ต่อวัน (Hootsuite, & We are social, 2020) ปัจจุบันมีผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียเพิ่มมากขึ้น ผู้คนปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตเข้ามาในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น ส่งผลทำให้การเลือกซื้อสินค้า และบริการผ่านช่องทางออนไลน์มีมากขึ้น จากการสำรวจกิจกรรมต่างๆ ที่ทำผ่านออนไลน์และออฟไลน์ พบว่า การจองโรงแรม และที่พักเป็นกิจกรรมที่มีสัดส่วนการทำผ่านออนไลน์มากกว่าทำผ่านออฟไลน์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562)

ผู้ประกอบการกิจการด้านการท่องเที่ยวจึงพยายามรุกตลาดออนไลน์มากขึ้นผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ หนึ่งในนั้นคือแอปพลิเคชัน ซึ่งแอปพลิเคชันจองโรงแรม และที่พักได้เข้ามามีบทบาทปรับเปลี่ยนการทำธุรกรรมแบบเดิมที่ต้องจองผ่านโรงแรมโดยตรงหรือจองผ่านตัวแทนเพียงเท่านั้น ให้สามารถจองผ่านทางแอปพลิเคชันได้โดยผ่านทางสมาร์ทโฟน ซึ่งมีความสะดวกรวดเร็วกว่า และสามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา สามารถระบุวันที่หรือเวลาที่ต้องการจะเข้าพักได้ และยังสามารถค้นหาที่พักที่ถูกต้องและเปรียบเทียบราคาของที่พักอื่น รวมถึงการตรวจสอบการให้บริการเสริมของทางที่พัก อาทิ อาหารเช้า อินเทอร์เน็ต ไวไฟ (Wi-Fi) ลิฟต์ ตลอดจนถึงระบบการชำระเงินแบบออนไลน์ สำหรับผู้ที่ไม่มีเวลาในการเดินทางมาชำระเงินที่หน้าเคาน์เตอร์ก็สามารถทำการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้เพื่อความสะดวกแก่ผู้บริโภค ในปัจจุบันมีผู้ให้บริการจองที่พักบนแอปพลิเคชันเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านคุณภาพ ราคา และโปรโมชั่น เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้ดาวน์โหลด และใช้บริการ จากผลสำรวจพบว่าแอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม ได้แก่ Agoda, Booking.com, Traveloka, Traveligo (พรประชา โตไธ, สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวงศ์, และประภัสสร วิเศษประภา, 2562)

บริการแพ็คเกจทัวร์เที่ยวบินพร้อมที่พักบนแอปพลิเคชัน Agoda เป็นบริการที่ได้พัฒนาขึ้นมาใหม่เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคค้นหาเที่ยวบิน และที่พักที่เหมาะสมทั้งในเรื่องของราคา และตารางเวลาที่แน่นอน ในยุคปัจจุบันผู้คนส่วนมากมักมีเวลาที่เร่งรีบ และจำกัดในการหาที่พัก และเที่ยวบินที่มีความเหมาะสมทั้งในเรื่องของเวลาเข้าออกจากระหว่างที่พัก และเวลาไปกลับของเที่ยวบิน ดังนั้นการเลือกซื้อการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจทัวร์จะช่วยรักษาเวลาด้วยโปรแกรมการเดินทางที่แน่นอน ซึ่งกำหนดการต่างๆ จะปรากฏ

อยู่บนแอปพลิเคชันทั้งเวลาไปกลับของเที่ยวบิน และเวลาเข้าออกจากที่พัก ทำให้ผู้บริโภคได้เห็นถึงภาพรวมของการเดินทางในเวลาที่จำกัดว่าสามารถเดินทางไปยังสถานที่ใดได้บ้าง โดยที่ไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับเรื่องเวลาไปกลับของเที่ยวบิน และเวลาเข้าออกจากที่พัก (Jalilvand, Samiei, Yaghoubi, & Manzari, 2012)

จากองค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำพบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำในหลายๆ การศึกษา เช่น Petrick (2004); Bolton, & Drew (1991); และ Oliver (1980) และยังพบอีกว่าแนวคิด และทฤษฎีการรับรู้คุณค่าถูกเสนอครั้งแรกโดย Dodds, & Monroe (1985) แล้วพัฒนาเพิ่มเติมโดย Zeithaml (1988) แสดงให้เห็นว่าทฤษฎีการรับรู้คุณค่าสามารถนำไปสู่ทฤษฎีความตั้งใจซื้อซ้ำได้ และจากการศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ในสาขาการตลาดพบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ (Selnes, 1998; Taylor, & Baker, 1994)

จากงานวิจัยของชยาภา วงศ์สวัสดิ์ (2563) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ชาวต่างชาติในประเทศไทย พบว่า ความพึงพอใจของการใช้บริการ มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตั้งใจซื้อซ้ำของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ชาวต่างชาติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาตินึกถึงการมาใช้บริการทางการแพทย์ที่ประเทศไทยมีบริการที่ดีกว่าที่ประเทศของตนเอง และนอกจากนี้ยังรู้สึกคุ้มค่าแก่เวลาอีกด้วย นอกจากนี้ เสาวคนธ์ หอมสุด (2557) ได้ศึกษาเรื่องแบบจำลองสมการโครงสร้างความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภท B2C ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลูกค้าแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ โดยให้ความสำคัญต่อคุณภาพของเว็บไซต์มากที่สุด

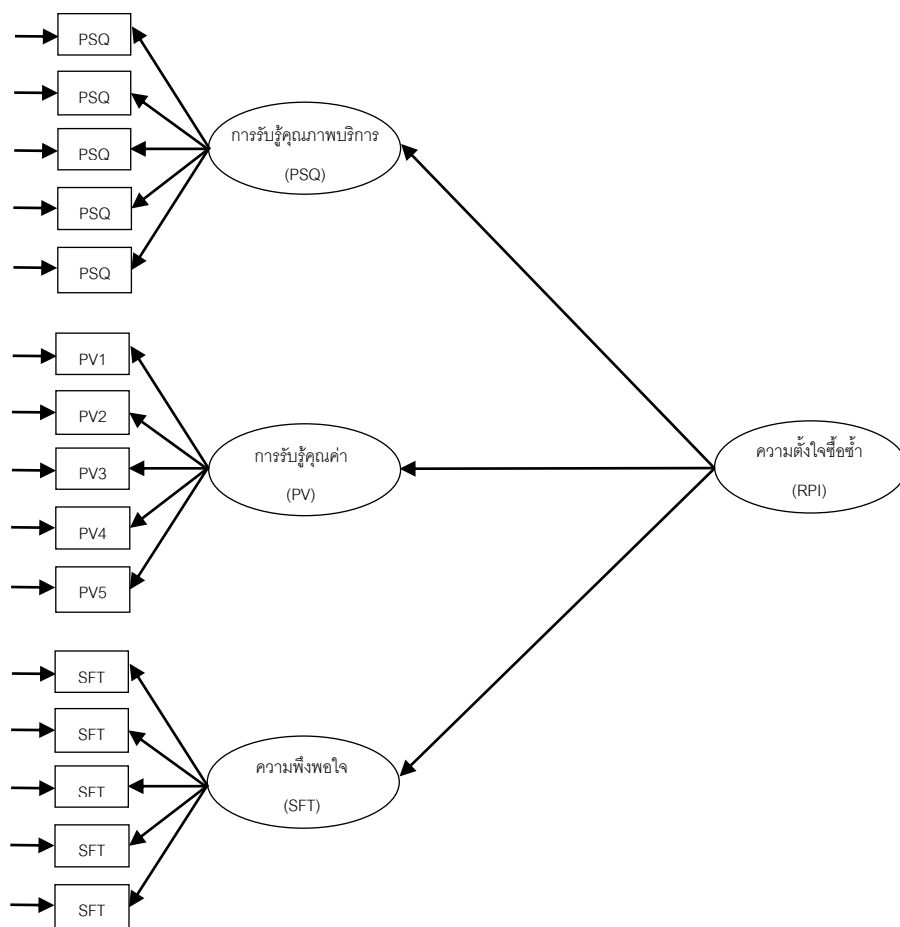
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อให้ทราบถึงองค์ประกอบของความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda อีกทั้งผู้วิจัยยังหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลของการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว สามารถนำข้อมูลไปพัฒนาสินค้า และบริการภายในแอปพลิเคชันให้มีประสิทธิภาพตรงจุดมากยิ่งขึ้น ตลอดจนพัฒนาแผนการตลาดและสามารถช่วยเพิ่มยอดขายได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน Agoda ในการพัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเป็นข้อมูลให้กับผู้อ่านทั่วไปในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจทัวร์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า องค์ประกอบสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda จำนวน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการ (Perceived Service Quality) 2) องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) 3) องค์ประกอบปัจจัยความพึงพอใจ (Satisfaction) ผู้วิจัยจึงนำมากำหนดเป็นโมเดลสมมติฐานการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โมเดลสมมติฐานองค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ และใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง มีวิธีการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่เคยซื้อแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda อย่างน้อย 2 ครั้งขึ้นไป และพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่เคยซื้อแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda อย่างน้อย 2 ครั้งขึ้นไป และพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 215 คน ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542) ได้เสนอว่า ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม ควรอยู่ในอัตราส่วน 10-20 ต่อ 1 ตัวแปร ในการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้ จำนวน 15 ตัวแปร ซึ่งต้องใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 150 คน เป็นอย่างน้อย และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 215 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จำนวน 1 ฉบับ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 คำถามคัดกรองเบื้องต้น ได้แก่ 1) ท่านเคยซื้อแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda อย่างน้อย 2 ครั้งขึ้นไปหรือไม่ 2) สถานที่พักอาศัย จำนวนทั้งสิ้น 2 ข้อ ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) สถานภาพ 4) ระดับการศึกษา 5) อาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda จำนวน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การรับรู้คุณภาพบริการ 2) การรับรู้คุณค่า 3) ความพึงพอใจ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า 7 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

คุณภาพเครื่องมือ

ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน หาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Congruence หรือ IOC) ได้ IOC อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มผู้บริโภครายที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาโดยวิธีการคำนวณของครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่าความเชื่อมั่นปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการ = 0.84 ปัจจัยการรับรู้คุณค่า = 0.89 ปัจจัยความพึงพอใจ = 0.80 โดยพิจารณาเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่น 0.70 ขึ้นไป (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามในแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามออนไลน์จากผู้ที่เคยซื้อแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda อย่างน้อย 2 ครั้งขึ้นไป และพักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีข้อความคำถามคัดกรองจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ 1) ท่านเคยซื้อแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda อย่างน้อย 2 ครั้งขึ้นไปหรือไม่ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าไม่เคย ผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลมาวิเคราะห์ และ 2) สถานที่พักอาศัย ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าต่างจังหวัดผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยเก็บข้อมูลจากการแบ่งปันลิงก์ URL ของแบบสอบถามออนไลน์ผ่านช่องทางกลุ่มเฟซบุ๊กท่องเที่ยวทั่วไทย ไปไกลทั่วโลก และกลุ่มเฟซบุ๊กที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่างๆ ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 ถึงมกราคม พ.ศ. 2564 รวมระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 2 เดือน มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 250 คน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 215 คน นำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ค่า KMO (Kaiser-Meyer-Okin Measure of Sampling Adequacy) ค่า Bartlett's Test of Sphericity เพื่อเป็นการดูความสอดคล้องกลมกลืนของข้อมูลทั้งหมด ก็คือทั้ง 15 ข้อคำถาม (ตัวชี้วัด) ข้างต้น ว่ามีความกลมกลืนกันหรือไม่ หรือ จำง่าย ๆ ว่าทั้ง 15 ข้อนี้ นั้นน่าจะสามารถในการรวมกลุ่ม (องค์ประกอบ) กันได้หรือไม่ โดยค่า KMO ควรจะมีค่าเกินกว่า 0.5 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation) ของตัวแปรสังเกตได้ เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลมีความเหมาะสมในการนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันต่อไป

การวิเคราะห์องค์ประกอบ เป็นเทคนิคทางสถิติสำหรับวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวที่ออกแบบมาเพื่อช่วยให้ผู้วิจัยได้ใช้แสวงหาความรู้ความจริงดังกล่าว โดยผู้วิจัยสามารถใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis หรือ CFA) ในการทดสอบหรือยืนยันทฤษฎี เพื่อตรวจสอบความตรงขององค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda กับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second Order Confirmatory Factor Analysis) ด้วย โปรแกรม สำเร็จรูป (Jöreskog, & Sörbom, 1988)

โดยมีการประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีการประมาณค่าความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood: ML) และพิจารณาค่าสถิติวัดระดับความสอดคล้อง ได้แก่ CMIN/df ค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ทดสอบความกลมกลืนของโมเดล ต้องมีค่าน้อยกว่า 2.00 GFI ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index) ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป AGFI ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป CFI ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (Comparative Fit Index) ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป SRMR ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual) ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.08 RMR ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (Root Mean Square Residual) ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.08 และ RMSEA ดัชนีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation) ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.08 (กริช แรงสูงเนิน, 2554)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกทั้งหมดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าความสัมพันธ์ระหว่าง 0.29 ถึง 0.60 และในการวิเคราะห์องค์ประกอบมีค่า Bartlett's Test of Sphericity = 1620.92 และ ค่า KMO = 0.94 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้มีความเหมาะสมในการนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันต่อไป

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็กเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

องค์ประกอบ และตัวบ่งชี้ของโมเดล	เมตริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ			R ²
	b	SE	t	
การรับรู้คุณภาพบริการ (PSQ)	0.98	-	-	0.96
PSQ1: ท่านคิดว่าแพ็กเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda มีการให้บริการที่ตรงตามความต้องการ	0.71	0.07	10.05***	0.50
PSQ2: ท่านคิดว่าแพ็กเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda มีการให้บริการที่ดี	0.69	0.08	9.84***	0.47
PSQ3: ท่านคิดว่าแพ็กเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda มีการให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้	0.62	0.08	8.85***	0.39
PSQ4: ท่านได้รับห้องพักจากการจองผ่านแอปพลิเคชัน Agoda ครบถ้วนตรงตามวันเวลา	0.65	0.09	7.96***	0.42
PSQ5: ท่านคิดว่าแพ็กเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda มีการให้บริการที่ดีกว่าที่คิดไว้	0.74	-	-	0.55
การรับรู้คุณค่า (PV)	0.93	0.10	9.99***	0.86
PV1: ท่านคิดว่าแพ็กเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	0.67	0.07	9.97***	0.45
PV2: ท่านคิดว่าแพ็กเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda มีราคาที่ถูกกว่าแอปพลิเคชันอื่น	0.67	0.07	9.90***	0.45
PV3: ท่านคิดว่าแพ็กเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda มีราคาคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป	0.77	0.07	11.53***	0.59
PV4: ท่านคิดว่าแพ็กเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda คุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ เช่น การได้โปรโมชั่นส่วนลด	0.76	0.08	11.37***	0.57
PV5: ท่านคิดว่าแพ็กเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda มีราคาที่เหมาะสมตามสถานะเศรษฐกิจ	0.77	-	-	0.60

องค์ประกอบ และตัวบ่งชี้ของโมเดล	เมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ			R ²
	b	SE	t	
ความพึงพอใจ (SFT)	0.92	0.08	10.11***	0.84
SFT1: ท่านรู้สึกพึงพอใจกับแพ็คเกจทัวร์บินแอปพลิเคชัน Agoda	0.72	0.09	10.98***	0.52
SFT2: ท่านรู้สึกพอใจในบริการที่สะดวกรวดเร็วของแพ็คเกจทัวร์บินแอปพลิเคชัน Agoda	0.72	0.08	11.04***	0.52
SFT3: ท่านรู้สึกพอใจในบริการหลังการขายของแพ็คเกจทัวร์บินแอปพลิเคชัน Agoda	0.65	0.10	9.64***	0.42
SFT4: ท่านรู้สึกพอใจในการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวในแพ็คเกจทัวร์บินแอปพลิเคชัน Agoda	0.74	0.08	11.38***	0.55
SFT5: ท่านรู้สึกพอใจในขั้นตอนการจองแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่สะดวกบนแอปพลิเคชัน Agoda	0.79	-	-	0.62

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ แพ็กเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบโดยเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการ (PSQ) องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้คุณค่า (PV) และ องค์ประกอบปัจจัยความพึงพอใจ (SFT) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.98, 0.93 และ 0.92 ตามลำดับ โดยพบว่า องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการ (PSQ) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ในการวัดความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็กเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda มากที่สุดได้แก่ องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้

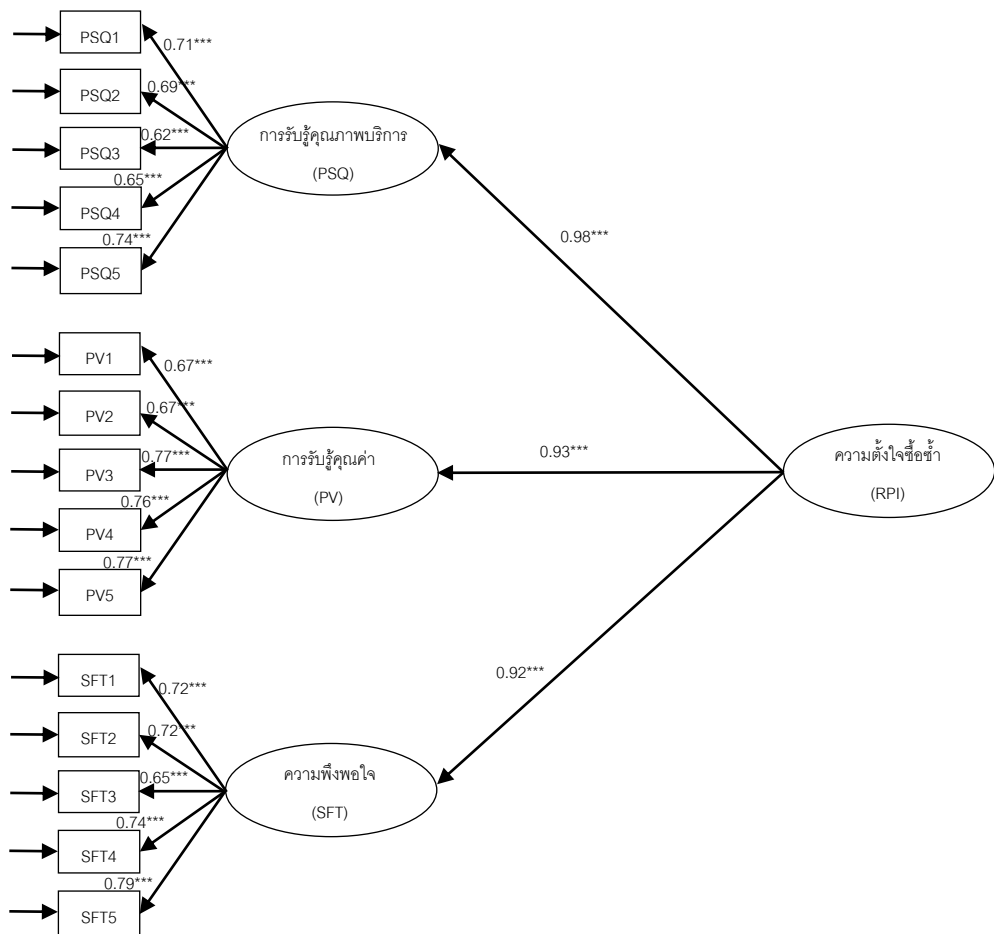
คุณภาพบริการ รองลงมาได้แก่ องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้คุณค่า (PV) และองค์ประกอบปัจจัยความพึงพอใจ (SFT) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) = 0.96, 0.86 และ 0.84 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda กับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าสถิติบ่งชี้ความสอดคล้องและกลมกลืน	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการวิเคราะห์
CMIN/df	< 2.00	1.32	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.94	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.91	ผ่านเกณฑ์
TLI	≥ 0.90	0.98	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.90	0.98	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.04	ผ่านเกณฑ์
RMR	< 0.08	0.04	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.04	ผ่านเกณฑ์
HOELTER	> 200	206	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่า CMIN/df = 1.32 มีค่าน้อยกว่า 2.00 ค่าดัชนีตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืน GFI = 0.94 AGFI = 0.91 TLI = 0.98 CFI = 0.98 มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป และค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า SRMR = 0.04 RMR = 0.04 RMSEA = 0.04 มีค่าน้อยกว่า 0.08 และค่า Hoelter มีค่าเท่ากับ 206 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ควรมีค่าสูงกว่าหรือเท่ากับ

200 จึงสรุปได้ว่า โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda ตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda ที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากภาพที่ 2 สรุปได้ว่า โมเดลตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยองค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการ 2) องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้คุณค่า 3) องค์ประกอบปัจจัยความพึงพอใจ มีค่าน้ำหนักอยู่ในเกณฑ์สูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และสามารถนำไปใช้วัดองค์ประกอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำได้

อภิปรายผลการวิจัย

องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda ตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี เป็นการยืนยันได้ว่าปัจจัยที่พัฒนาขึ้นมี 3 องค์ประกอบตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ 1) องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการ 2) องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้คุณค่า 3) องค์ประกอบปัจจัยความพึงพอใจ โดยนำมาอภิปรายได้ดังนี้

องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการส่งผลมากที่สุดต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda เนื่องจากแพ็คเกจทัวร์เป็นบริการใหม่ของแอปพลิเคชัน Agoda ที่รวบรวมการซื้อตั๋วเครื่องบินและการจองที่พักไว้ในการซื้อเพียงครั้งเดียว ดังนั้นการที่ผู้บริโภคเลือกซื้อการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจทัวร์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้รับรู้ถึงการบริการที่ดีกว่าคิดไว้ จึงส่งผลให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อแพ็คเกจทัวร์อีกครั้งในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Saleem, Zahra, & Yaseen (2017) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของคุณภาพบริการ และความเชื่อมั่นที่มีต่อความตั้งใจซื้อบริการซ้ำ ในกรณีศึกษาของอุตสาหกรรมสายการบินของประเทศปากีสถาน พบว่า อิทธิพลของการรับรู้คุณภาพบริการเป็นสิ่งที่สามารถส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจในการกลับมาซื้อบริการซ้ำ

องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้คุณค่าส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda เนื่องมาจากผู้บริโภครับรู้ถึงความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไป รวมทั้งผู้บริโภคยังรับรู้ถึงราคาของแพ็คเกจทัวร์ที่มีความเหมาะสมตามสภาวะเศรษฐกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วสุตม์ โชติพานิช (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และภาพลักษณ์สายการบิน ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริการซ้ำ

ในบริบทของสายการบินเต็มรูปแบบ พบว่า อิทธิพลของการรับรู้คุณค่าส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริการสายการบินซ้ำ

องค์ประกอบปัจจัยความพึงพอใจส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda เนื่องมาจากผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้สึกพอใจในขั้นตอนการจองแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่มีความสะดวก รวดเร็ว เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน และการซื้อเป็นแพ็คเกจทัวร์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิกา ลักษณะศิริวัตร (2560) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา และคุณภาพระบบ ต่อการใช้งาน ความพึงพอใจ การกลับมาซื้อซ้ำและการบอกต่อของผู้บริโภคที่จองที่พักผ่านผู้ให้บริการเว็บไซต์ในประเทศไทย พบว่า อิทธิพลของความพึงพอใจส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda พบว่ามี 3 องค์ประกอบตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการ องค์ประกอบปัจจัยการรับรู้คุณค่า และองค์ประกอบปัจจัยความพึงพอใจ ผู้ประกอบการแพ็คเกจทัวร์ หรือผู้ที่ต้องการขายสินค้าอื่นๆ ผ่านทางแอปพลิเคชัน Agoda ควรให้ความสำคัญอย่างมากในเรื่องของการรับรู้คุณภาพบริการ โดยควรคำนึงถึงการทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความตั้งใจของผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน Agoda ที่ส่งผ่านมายังระบบ ทั้งในเรื่องของการบริการที่ดีมีคุณภาพ และความซื่อสัตย์ที่มีต่อผู้บริโภค รวมทั้งควรพัฒนาสินค้าและบริการต่างๆ ภายในแอปพลิเคชัน Agoda ให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงการบริการที่ดีกว่าที่คิดไว้จนจะนำไปสู่ความตั้งใจซื้อแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda อีกครั้งในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยในอนาคต

ควรเพิ่มองค์ประกอบปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ได้แก่ ความไว้วางใจ และการรับรู้ความปลอดภัย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแพ็คเกจทัวร์บนแอปพลิเคชัน Agoda ให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กริช แรงสูงเนิน. (2554). *การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชนิกา ลักษณะศิริวัตร. (2560). อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา และคุณภาพระบบ ต่อการใช้งาน ความพึงพอใจ การกลับมาซื้อซ้ำและการบอกต่อของลูกค้าที่จองที่พักผ่านผู้ให้บริการเว็บไซต์ในประเทศไทย (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชยาภา วงศ์สวัสดิ์. (2563). โมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ชาวต่างชาติในประเทศไทย (ปริญญานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: บิสซิเนส อาร์แอนด์ดี.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *โมเดลลิสม์: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรประชา โตไธ, สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวงศ์ และประภัสสร วิเศษประภา. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันโกด้าซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วสุตม์ โชติพานิช. (2560). ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และภาพลักษณ์สายการบิน ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริการซ้ำในบริบทของสายการบินเต็มรูปแบบ (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562. สืบค้น 6 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2019.aspx>
- เสาวคนธ์ หอมสุต. (2557). แบบจำลองสมการโครงสร้างความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภท B2C ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

- Bolton, R. N., & Drew, J. L. (1991). A multistage model of customer assessments of service quality and value. *Journal of Consumer Research*, 17 (4): 375-384.
- Dodds, W. B., & Monroe, K. B. (1985). The effect of brand and price information on subjective product evaluations. In E. C. Hirshman, & M. B. Holbrook (eds), *Advances in Consumer Research* (Vol. 12, pp. 85-90). Provo, UT: Association for Consumer Research,.
- Hootsuite & We Are Social. (2020). *DIGITAL 2020 THAILAND*. สืบค้น 6 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/digital-thailand-2020-we-are-social/>
- Jalilvand, R. M., Samiei, N. D., Yaghoubi, B., & Manzari, P. (2012). Examining the structural relationships of electronic word of mouth, destination image, tourist attitude toward destination and travel intention: an integrated approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1-2), 134-143.
- Jöreskog, K. G. & Sörbom, D. (1988). *LISREL 7* [Computer Software]. Chicago, IL: Scientific Software International.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4): 460-469.
- Petrick, J. F. (2004). The roles of quality, value, and satisfaction in predicting cruise passengers' behavioral intentions. *Journal of Travel Research*, 42(2): 397-407.
- Saleem, M. A., Zahra, S., & Yaseen, A. (2017). Impact of service quality and trust on repurchase intentions - the case of Pakistan airline industry. *Asia Pacific Journal of Marketing & Logistics*, 29 (5), 1136-1159.
- Selnes, F. (1998). Antecedents and consequences of trust and satisfaction in buyer-seller relationships. *European Journal of Marketing*, 32(3-4): 305-322.
- Taylor, S. A., & Baker, T. L. (1994). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intention. *Journal of Retailing*, 70(2): 163-178.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3): 2-22.