

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาของปัญหา

ด้วยวิวัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เกิดขึ้น ทำให้สังคมในปัจจุบันก้าวเข้าสู่ยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดน ประเทศต่างๆในโลกสามารถเชื่อมโยงกันเป็นเสมือนหมู่บ้านเดียว ทั้งด้านการค้า การเงิน การลงทุน การเมือง การศึกษา สังคม วัฒนธรรม เชื่อมโยงในเรื่องความรู้ แนวคิด และค่านิยม โอนถ่ายข้อมูลข่าวสารข้ามพรมแดนด้วยระบบสารสนเทศและสื่อสารมวลชนอย่างอิสระ ผ่านการคมนาคมที่เชื่อมต่อทุกจุดในโลกเข้าหากันอย่างใกล้ชิด การเชื่อมโยงเหล่านี้ทำให้เกิดสังคมหนึ่งที่แพร่กระจายทั่วโลกได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว ดังนั้นเมื่อเหตุการณ์เกิดขึ้นในจุดหนึ่งของโลก อีกประเทศหนึ่งที่อยู่ห่างไกลอาจได้รับผลกระทบไปด้วย การไหลบ่าของกระแสโลกด้านต่างๆ ที่ทะลุทะลวงรูกล้ำเข้ามายังภายในประเทศไทย ส่งผลให้ปัจจัยภายนอกประเทศสามารถมีอิทธิพลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชนไทยได้อย่างยากจะหลีกเลี่ยงได้ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2554: ระบบออนไลน์)

สภาพที่ไร้พรมแดนการเปิดกว้างมิติของข้อมูล ข่าวสาร การค้า การลงทุน การคมนาคม และการสื่อสารนั้น ส่งผลต่อมิติของวัฒนธรรมและค่านิยมต่างๆ ต่อสังคม แพร่กระจายได้อย่างง่ายเพียงใช้ปลายนิ้วสัมผัส ยากอย่างยิ่งที่สังคมไทย จะสกัดกั้นหรือหลีกเลี่ยงผลกระทบของการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมและค่านิยมต่างๆ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2554 : ระบบออนไลน์) เหล่านี้ อาทิ วัฒนธรรมการเลียนแบบดาราเกาหลี ที่ส่งผลให้เกิดค่านิยมการแต่งกาย การทำศัลยกรรม และการลดความอ้วนของคนไทยในปัจจุบัน ศ.เกียรติคุณ พญ.ชนิกา (สำนักงานพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารสุขภาพ, 2554: ระบบออนไลน์) กล่าวว่า

“...กระแสนิยมที่นิยมเทรนด์เกาหลี คือ .....ดาคม กลมโต เค้นเต้ง ผอมบาง..... ทำให้มีเด็กและวัยรุ่นจำนวนไม่น้อยนำผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สมุนไพร และยาลดน้ำหนักมาใช้เองอย่างไม่ถูกต้อง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพราะได้รับคำบอกกล่าวจากเพื่อน หรือหลงเชื่อคำโฆษณาที่อวดอ้างเกินจริง ทำให้เกิดปัญหาและผลแทรกซ้อนต่าง ๆ ตามมา...”

จากอดีตลักษณะรูปร่างสตรีที่อ้วนจะเป็นสัญลักษณ์ของการเป็นแม่พันธุ์หรือแม่นมที่ดี แสดงถึงความมั่งคั่งมีฐานะ แต่ปัจจุบันสังคมไทยได้เปลี่ยนไป ตามค่านิยมของสังคม สตรีรูปร่างกายของตนเองให้มีรูปร่างผอมบางลง ดังเช่น ดารานักแสดง นักร้อง หรือนางแบบ ที่มีรูปร่างผอมบาง อีกทั้งแวดวงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความงามยังช่วยกันสร้างภาพลักษณ์และ

ยกย่องว่า ความพอมคือมาตรฐานของความงาม นักออกแบบแฟชั่นเสื้อผ้า ทรงผม เครื่องสำอาง ก็จะใช้นางแบบที่พอมในการโฆษณา และเสื้อผ้าก็จะผลิตหรือตัดเย็บมาเฉพาะคนที่รูปร่างพอมเป็นส่วนใหญ่ ผ่านสื่อที่ออกมาในรูปแบบ อาทิ ละครทีวี ภาพยนตร์ นิตยสาร แฟชั่น เสื้อผ้า การโฆษณาขายสินค้าต่างๆ จากอิทธิพลดังกล่าวโดยเฉพาะผู้หญิงเกิดความกังวลใจเกี่ยวกับรูปร่างและน้ำหนักของตนเอง แม้ว่าในความเป็นจริงตนเองจะมีรูปร่างและน้ำหนักปกติหรือพอมอยู่แล้วก็ตาม การศึกษาของ คาส และคณะ (1986 อ้างใน ชุตินา ศรีหามาศย์, 2548: 1) ได้สัมภาษณ์ความรู้สึกของผู้หญิงจำนวน 2,000 คนเกี่ยวกับรูปร่างของตนเอง พบว่ามากกว่าร้อยละ 55 ที่มีน้ำหนักปกติ แต่คิดว่าตนเองมีน้ำหนักเกินและร้อยละ 40 ที่มีน้ำหนักต่ำกว่าปกติแต่คิดว่าตนเองมีน้ำหนักปกติ ซึ่งการรับรู้เกี่ยวกับน้ำหนักของบุคคลอาจเป็นผลเนื่องมาจากค่านิยมของสังคม หรือความคาดหวังของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปตามค่านิยมของสังคมที่ยอมรับของรูปร่างพอมบางนั้นเป็นบุคคลที่มีบุคลิกภาพดี (ชุตินา ศรีหามาศย์, 2548: 1)

### ความสำคัญของปัญหา

อำเภอหัวหินเป็นเมืองใกล้กับกรุงเทพมหานคร ทำให้ได้รับค่านิยมทางสังคม-เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ต่างๆ เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ตลอดจนชีวิตความเป็นอยู่อันเนื่องมาจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่างๆ ผู้คนมีความสะดวกมากขึ้นสามารถทำกิจกรรมต่างๆ ได้รวดเร็ว เกิดการแข่งขันสูง การทำงานต้องแข่งกับเวลา คนทำงานไม่มีเวลาในการประกอบอาหารด้วยตนเอง ดังนั้นทำให้พฤติกรรมการบริโภคจึงเปลี่ยนไปจากเดิม อาทิ ต้องพึ่งพาอาหารฟาสต์ฟู้ด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นอาหารที่ประกอบด้วยไขมันในปริมาณสูง การขาดการออกกำลังกายอันเนื่องมาจากการปฏิบัติงานที่รัดตัว ตลอดจนการใช้ยาเสพติดเพื่อคลายเครียดและหนีจากปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้เกิดผลกระทบในมิติด้านสุขภาพร่างกายของบุคคลในหลายแง่มุม โดยเฉพาะโรคที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิต เช่น โรคอ้วน ความดันโลหิตสูง โรคหลอดเลือดสมอง โรคหัวใจ โรคเมะเร็ง และโรคซึมเศร้า เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2554: ระบบออนไลน์)

ข้อมูลจากกรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุข พบว่า ในปี 2550 จำนวนคนไทยที่กำลังเผชิญโรคอ้วนมีสูงถึง 10.2 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 35 โดยในรอบ 5-6 ปีที่ผ่านมา ผู้หญิงไทยเป็นโรคอ้วนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 47 และผู้ชายเพิ่มขึ้นร้อยละ 36 ในช่วงวัยทำงาน (สำนักงานพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารสุขภาพ, 2554: ระบบออนไลน์) อายุระหว่าง 18- 35 เนื่องจากเป็นวัยที่มีความรับผิดชอบใฝ่ฝันทะเยอทะยาน มีความมุ่งมั่นกระตือรือร้นที่จะสร้างความสำเร็จในหน้าที่การงานอันมีความหมายถึงการประสบความสำเร็จและความภาคภูมิใจในตนเอง แสวงหารูปแบบในแง่มุม

ต่างๆ เช่น เรื่องของค่านิยม หน้าที่ ภาพพจน์ (ศรีประภา ชัยสินธพ, 2554: ระบบออนไลน์) และการดูแลสุขภาพ ของตนเอง โดยเฉพาะเรื่องรูปร่างและสัดส่วน จึงแสวงหาวิธีการควบคุมน้ำหนัก จากประเภทสื่อต่างๆ ซึ่งสื่อที่ได้รับความนิยมและเป็นที่สนใจในปัจจุบัน คือสื่อออนไลน์ ด้วยพลังของการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ที่สามารถทำการส่งข้อมูลเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว

ปัจจุบันเครือข่ายสื่อออนไลน์กลายเป็นฐานข้อมูลขนาดใหญ่ มีเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ เอกชน กลุ่มบุคคลและบุคคลที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์ และนำมาเผยแพร่สู่สาธารณะ ซึ่งสามารถสืบค้นได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งเว็บไซต์ด้านสุขภาพ ที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก การสืบค้นข้อมูลในเว็บค้นหา (search engine) โดยการใช้คำค้น หรือ keyword เช่น ถ้าใช้คำค้นว่า “สุขภาพ” จากเว็บค้นหา Google เพียงเว็บเดียวจะพบจำนวนเว็บไซต์ถึง 13,000 รายการ แต่ถ้าใช้คำค้นว่า “ข้อมูลสุขภาพ” จะพบจำนวน 11,400 รายการ สำหรับประเทศไทย จำนวนรายการที่เว็บค้นหาหรือ search engine แต่ละฐานข้อมูลรวบรวมไว้ จะแตกต่างกัน ถ้าใช้คำค้นว่า “ข้อมูลสุขภาพ” ในเว็บค้นหา ทรูสคอตคอม จะพบจำนวน 894 รายการ แต่เข้าไปที่เว็บค้นหา Siamguru จะพบจำนวน 131 รายการ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพอย่างหลากหลาย เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับโภชนาการ ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพเพื่อผู้หญิง เป็นต้น ซึ่งขณะนี้ ยังไม่มีการจำแนกประเภทของเว็บไซต์สุขภาพไทยที่ชัดเจน จากการสำรวจและวิเคราะห์เว็บไซต์สุขภาพไทยในปัจจุบัน พบว่าเว็บไซต์สุขภาพมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการให้ความรู้สุขภาพทั่วไป ความรู้สุขภาพเฉพาะเรื่อง เฉพาะกลุ่มโรค กลุ่มอาการ หรือกลุ่มที่สนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ กลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหญ่ คือ ประชาชนทั่วไป (แผนงานวิจัยและพัฒนาาระบบสื่อสารสุขภาพสู่ประชาชน, 2554: ระบบออนไลน์)

จากผลการศึกษาของคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสึคุบะ ของญี่ปุ่น กล่าวว่า ผู้คนมีแนวโน้มลดน้ำหนักได้ ตามคำแนะนำจากข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมากกว่า การปฏิบัติตามตารางลดน้ำหนักแบบดั้งเดิม โดยนักวิจัยเปิดเผยว่า การเชื่อมโยงเรื่องอินเทอร์เน็ตกับการลดน้ำหนักให้ผลในเชิงบวก ซึ่งโครงการลดน้ำหนักทางสื่ออินเทอร์เน็ตมีความน่าสนใจมากกว่าในการรักษาน้ำหนัก เพราะประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย อีกทั้งมีค่าใช้จ่ายถูกลง โดยในภาพรวมผู้เข้าร่วมโครงการลดน้ำหนักบนเว็บไซต์สามารถลดน้ำหนักได้มากกว่าผู้ที่ปฏิบัติตามตารางแบบดั้งเดิมเฉลี่ยราว 3.3 กก. โดยใช้วิธีควบคุมน้ำหนักทางอินเทอร์เน็ตอันหลากหลาย อาทิ คำแนะนำแบบส่วนตัว การสื่อสารกับผู้แนะนำเรื่องรูปแบบการใช้ชีวิต และข้อเสนอแนะการควบคุมการรับประทานอาหาร เป็นต้น (สำนักข่าวไทย, 2554: ระบบออนไลน์)

อย่างไรก็ตามเป็นที่ทราบกันดีว่า ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตที่เติบโตรวดเร็วขึ้น แต่การตรวจสอบความถูกต้องหรือความน่าเชื่อถือของข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตกระทำได้ยาก เนื่องจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นระบบอิสระ ไม่มีผู้ควบคุม ข้อมูลบางอย่างอาจไม่เป็นจริงหรือเป็นจริงแต่เพียงบางส่วน โดยเฉพาะถ้าเป็นข้อมูลทางสุขภาพด้วยแล้ว ถ้าเป็นข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือถูกบิดเบือนไปจากความเป็นจริง ก็จะเกิดอันตรายต่อผู้บริโภคอย่างร้ายแรง (แผนงานวิจัยและพัฒนา ระบบสื่อสารสุขภาพสู่ประชาชน, 2554: ระบบออนไลน์)

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่ศึกษา เรื่อง การใช้ข่าวสารการลดน้ำหนักจากสื่อออนไลน์ของผู้หญิง โดยผู้วิจัยศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับ การรับรู้ การค้นหาและประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และประเมินผลหลังใช้ เพื่อนำไปเป็นแนวทางสนับสนุนการการปรับปรุงและพัฒนาข้อมูลหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของด้านสุขภาพจากสื่อออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การใช้ข่าวสารการลดน้ำหนักจากสื่อออนไลน์ของผู้หญิง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์
2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการลดน้ำหนัก
3. การใช้ข้อมูลข่าวสารการลดน้ำหนัก
  - 3.1 ขั้นรับรู้
  - 3.2 ขั้นค้นหาและประเมินทางเลือก
  - 3.3 ขั้นตัดสินใจ
  - 3.4 ขั้นประเมินผลหลังใช้

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับการใช้ข่าวสารการลดน้ำหนักจากสื่อออนไลน์ของผู้หญิง มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตด้านสถานที่

การวิจัยเรื่องนี้ ศึกษาเฉพาะพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

#### ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาและเก็บข้อมูลจากประชาชนเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เฉพาะผู้ที่เปิดรับและใช้ข่าวสารการลดน้ำหนักจากสื่อออนไลน์

#### ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาครอบคลุมเนื้อหาดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้สื่อออนไลน์ ประกอบด้วย อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน น้ำหนักก่อนลด ส่วนสูง โรคประจำตัว และประสบการณ์ลดน้ำหนัก
2. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการลดน้ำหนักจากสื่อออนไลน์ ได้แก่ ประเภทบริการ ความถี่การเปิดรับ ระยะเวลาเปิดรับ ช่วงเวลาเปิดรับ สถานที่เปิดรับ เหตุผลการเปิดรับ อุปสรรคและปัญหาการเปิดรับ
3. การใช้ข่าวสารการลดน้ำหนักจากสื่อออนไลน์ ได้แก่ ขึ้นรับรู้ ขึ้นค้นหาและประเมินทางเลือก ขึ้นตัดสินใจ และขึ้นประเมินผลหลังใช้

#### ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2555 ถึง วันที่ 30 มิถุนายน 2557

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ที่สนใจการลดน้ำหนักทราบถึงประโยชน์ข่าวสารของสื่อออนไลน์ และนำผลจากการวิจัยไปเป็นแนวทางการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการลดน้ำหนักต่อไปได้
2. ประชาชนทั่วไปสามารถนำผลการวิจัยเป็นแนวทางการใช้สื่อออนไลน์ในการดูแลสุขภาพได้
3. ผู้ผลิตสื่อออนไลน์ด้านสุขภาพสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อออนไลน์ให้เหมาะสมและตรงตามความต้องการของประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้
4. หน่วยงานกระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการสร้างเสริมสุขภาพของประชาชน สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านการพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสาร การกำหนดบทบาทของหน่วยงานและบทบาทของบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

### นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

**ผู้หญิง** หมายถึง ประชาชนเพศหญิงในช่วงอายุระหว่าง 18-35 ปี อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**การลดน้ำหนัก** หมายถึง การควบคุมน้ำหนักให้อยู่ในเกณฑ์ตามจุดมุ่งหมายที่ต้องการ ด้วยการควบคุมอาหาร การออกกำลังกาย การใช้ยาลดน้ำหนัก เป็นต้น

**พฤติกรรม的开รับ** หมายถึง ประเภทบริการสื่อออนไลน์ ความถี่การเปิดรับ ระยะเวลาการเปิดรับ ช่วงเวลาในการเปิดรับ สถานที่ในการเปิดรับ เหตุผลในการเปิดรับ ปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับข้อมูลจากสื่อออนไลน์

**ข่าวสาร** หมายถึง ทุกสิ่งที่ผู้ส่งสารได้ทำการสื่อสารออกไปกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง อาทิ เนื้อหาเสียง คำพูด การกระทำ ภาพประกอบ สัญลักษณ์ เป็นต้น

**สื่อออนไลน์** หมายถึง การสื่อสารระหว่างผู้รับสารกับผู้ส่งสารผ่านช่องสื่ออินเทอร์เน็ต (internet) เพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ ตามประเภทสื่อบริการ ดังนี้ บริการด้านการรับส่งข่าวสารและแสดงความคิดเห็น บริการด้านการติดต่อสื่อสาร บริการการถ่ายโอนแฟ้มข้อมูล บริการค้นหาข้อมูล บริการข้อมูลมัลติมีเดีย เป็นต้น

**การใช้ข่าวสารการลดน้ำหนัก** หมายถึง พฤติกรรมการเรียนรู้ ในขั้นตอนการตัดสินใจประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้ (1) ขั้นรับรู้ (2) ขั้นค้นหาและประเมินทางเลือก (3) ขั้นตัดสินใจ (4) ขั้นประเมินผลหลังใช้

**ขั้นรับรู้** หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือวิธีการลดน้ำหนักแบบใหม่ๆ เช่น รับรู้จากการอ่านนิตยสาร หรือ รับรู้จากการเห็นเพื่อนและคนอื่นๆ เป็นต้น

**ขั้นค้นหาและประเมินทางเลือก** หมายถึง การสนใจค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือวิธีการลดน้ำหนักเพิ่มเติมจากแหล่งสื่อต่างๆ โดยพยายามหารายละเอียดเพื่อประเมินทางเลือกและตอบสนองความต้องการตนเอง

**ขั้นตัดสินใจ** หมายถึง การตัดสินใจซื้อหรือทดลองใช้ผลิตภัณฑ์หรือวิธีการลดน้ำหนัก

**ขั้นประเมินผลหลังใช้** หมายถึง การประเมินผลความรู้สึกภายหลังจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือวิธีการลดน้ำหนักที่ตนตัดสินใจซื้อหรือทดลองใช้ เช่น พึงพอใจกับน้ำหนักที่ได้หรือบอกต่อไปยังกลุ่มเพื่อนถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

**การเปรียบเทียบก่อนและหลังใช้** หมายถึง รูปแบบการนำเสนอกลวิธีที่แสดงให้เห็นผลของการใช้ผลิตภัณฑ์หรือวิธีการลดน้ำหนัก โดยการเปรียบเทียบก่อนและหลังการใช้ของผลิตภัณฑ์หรือวิธีการลดน้ำหนักนั้นว่ามีความแตกต่างอย่างไร และหลังจากใช้แล้วมีผลลัพธ์เป็นอย่างไร

**การใช้บุคคลรับรองสินค้า** หมายถึง รูปแบบการนำเสนอที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์หรือวิธีการลดน้ำหนักนั้นมากล่าวสนับสนุน ซึ่งอาจเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงหรือบุคคลธรรมดา

**การบอกต่อ** หมายถึง การถ่ายทอดประสบการณ์ใช้สินค้าหรือบริการไปยัง บุคคลอื่น โดยผ่านช่องการสื่อสาร ในลักษณะสื่อบุคคล เสมือนเป็นการสร้างเครือข่ายสังคมของตนเอง ผสมผสานกับความรู้สึกส่วนตัว อารมณ์ ความประทับใจที่อยากให้คนที่เขารู้จักหรือมีโอกาสใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นต่อไป