

พฤติกรรมของคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดทติ้งออนไลน์



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก ดร. ภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์สำหรับงานวิจัยฉบับนี้ รวมทั้งอาจารย์ วรยศ ละม้ายศรี อาจารย์จุฑารัตน์ หนูสุวรรณ รวมถึง กัลยาณมิตรผู้ให้คำปรึกษา ให้ความช่วยเหลือ และขอแนะนำตลอดการศึกษา คุณจุลเวทย์ นิฉถาวร และ คุณกิตติชัย สิงห์สัมพันธ์

สารนิพนธ์นี้จะเกิดขึ้นไม่ได้หาก ถ้าไม่ได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่วิทยาลัยการ จัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการทำจริยธรรมสำหรับงานวิจัย รวมทั้งการเตรียม ความพร้อมสำหรับการสอบจบสารนิพนธ์ นอกจากนี้ยังขอขอบคุณกัลยาณมิตรที่รู้จักผ่านแอปพลิเคชัน รวมทั้งกลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในประเทศไทยที่เป็นผู้ร่วมการศึกษาในครั้งนี้ทุกท่านที่ได้ให้ความ ร่วมมือและสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

กิริณา มุ่งเจริญ

พฤติกรรมของคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ ONLINE DATING BEHAVIOUR IN THAILAND

กิตติคุณ มุ่งเจริญ 6150435

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ภูมิพร ชรรณสถิตเดช, D.B.A., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรารณา
ปยุณกิติเกษม, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาสน์ ทิฆุทรัพย์, D.B.A.

บทคัดย่อ

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ของคนในยุคปัจจุบันและลักษณะการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์มีผลต่อการพัฒนาความสัมพันธ์อย่างไร โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ณ ช่วงเวลาหนึ่ง ประชากรเป้าหมายในการศึกษาคือบุคคลอายุระหว่าง 24-45 ปี ที่ใช้เดตติ้งออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มเป็นเวลากว่า 3 เดือน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 403 คน ซึ่งผู้วิจัยใช้การศึกษาแบบสุ่มแบบสะดวกโดยการแจกแบบสอบถามผ่านทางระบบออนไลน์ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS เพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1.การสานสัมพันธ์ในแบบเพื่อน หากเครือข่ายคอนเนกชันจากผลการวิจัยพบว่า การที่ตัวเองเป็นคนขี้อายและเก็บตัวมีความสัมพันธ์กับการคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่จริงใจ 2.การสานสัมพันธ์แบบรัก จากผลการวิจัยพบว่า สามารถเลือกคนที่ใช่เข้ามาในชีวิตได้ ความสัมพันธ์กับการคาดหวังจะเจอคนที่ตรงกับความต้องการของตัวเอง และการที่ตัวเองเป็นคนขี้อายและเก็บตัวมีความสัมพันธ์กับการคาดหวังว่าจะเจอคนที่จริงใจกับตัวเอง 3. การสานสัมพันธ์ในรูปแบบที่ผ่อนคลายจากผลการวิจัยพบว่าง่ายที่จะเริ่มต้นและจบความสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับการคาดหวังว่าจะเจอคนที่ใช่เข้ามาในชีวิตได้มีความสัมพันธ์กับการคาดหวังว่าจะสามารถพัฒนาความสัมพันธ์ในแบบอื่นๆ เช่น คนรัก และ ข้อที่เป็นคนขี้อายและเก็บตัวคาดหวังว่าพวกเขาจะเจอคนที่ไม่มีข้อผูกมัดหรือมีเงื่อนไข ผลการวิจัยทั้งหมดนี้สนับสนุน การศึกษาของ Kang and Hoffman (2011) พบว่าผู้ใช้งานเดตติ้งออนไลน์มักจะมองหา "คู่" ที่ตนเองพึงพอใจเพื่อความสนุก ผ่อนคลาย บรรเทาความเบื่อหน่ายที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน การพบเจอกันได้ "ง่าย" ในการหาเพื่อนเพื่อพูดคุยได้ตรงกับตารางเวลาของตัวเอง ความสัมพันธ์ที่เริ่มต้นบนอินเทอร์เน็ตนี้สามารถขยาย และพัฒนาความสัมพันธ์กันในระยะต่อไป นอกจากนี้ในการศึกษาของ Cindy Hazan and Phillip Shaver (1987) เกี่ยวกับความสัมพันธ์โรแมนติกในวัยผู้ใหญ่ พบว่า ความรักในวัยผู้ใหญ่คือ ประสบการณ์ของแต่ละคนที่ร่วมกันเผชิญในตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาของพวกเขา ที่รู้สึกได้ถึงความเป็นมิตรและที่พึงพิงทางด้านจิตใจ ใ่วางใจ และรู้สึกสุขใจ ขณะที่พวกเขารู้สึกถึงช่วงชีวิตที่ยากลำบาก นอกจากนี้ผลวิจัยยังสอดคล้องกับทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมนุษย์เป็นสัตว์สังคม จำเป็นที่จะต้องทำความรู้จัก และมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคม ส่วนหนึ่งอาจต้องการสนองต่อความต้องการทางด้านจิตใจ นอกเหนือจากความต้องการด้านวัตถุที่สามารถจับต้องได้ เพื่อให้ตนเองรับรู้ถึงความรู้สึกความเป็นกลุ่มก้อน เป็นสมาชิก ร่วมกันซึ่งขึ้นไปตามความต้องการแบบลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ในหัวข้อที่ว่าด้วย มนุษย์มีความต้องการได้รับการยอมรับจากสังคม นอกจากนี้ในหนังสือของ รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพลพยอม เข้ม ผู้แต่งหนังสือ จิตวิทยาสัมพันธ์ภาพ ,2548 กล่าวโดยสรุปว่า ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้นต้องมีความเข้าใจในเรื่องของการสร้างมนุษย์สัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะนำมาควบคุม ความสัมพันธ์ให้ออกมาในรูปแบบที่ต้องการ โดยหลักทั่วไปความสัมพันธ์ของมนุษย์ แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับคนรู้จัก ระดับเพื่อน และระดับลึกซึ้ง

คำสำคัญ : เดตติ้ง/ ความสัมพันธ์/ เหนง

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ง
บทที่ 1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.1 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
1.2 สมมติฐานงานวิจัย	4
1.3 ขอบเขตงานวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย	5
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	6
2.1 การใช้เทคโนโลยีออนไลน์ในยุคปัจจุบัน	6
2.2 คำนิยามของเทคโนโลยีออนไลน์	7
2.3 ประวัติความเป็นมาของเทคโนโลยีออนไลน์	7
2.4 ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยีออนไลน์	8
2.5 ลักษณะของผู้ใช้งานเทคโนโลยีออนไลน์	12
2.6 ปัจจัยที่นำไปสู่การใช้เทคโนโลยีออนไลน์	13
2.7 แนวโน้มการเติบโตในอนาคตของการใช้เทคโนโลยีออนไลน์	13
2.8 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทฤษฎีสัมพันธภาพระหว่างบุคคล	14
2.9 งานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้อง	22
บทที่ 3 ระเบียบงานวิจัย	25
3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	26
3.2 ตัวแปรที่ใช้ศึกษา	26
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	27
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล และ การวิเคราะห์ข้อมูล	28
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	38
บทที่ 5 สรุปผลและอภิปรายผล	51
5.1 สรุปผลการวิจัย	51
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	52
5.3 ข้อจำกัดในงานวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งถัดๆไป	55
บรรณานุกรม	56
เอกสารอ้างอิง	57
ภาคผนวก	58
ประวัติผู้วิจัย	64



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
3.1 แสดงรายละเอียดเพื่ออธิบายคำถามงานวิจัยและสมมติฐานงานวิจัย	26
4.1 แสดงคำร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
4.2 แสดงความสัมพันธ์การมองหาความสัมพันธ์ในแบบเพื่อน สร้างเครือข่ายคอนเนกชั่น	41
4.3 แสดงความสัมพันธ์การมองหาความสัมพันธ์ในแบบคนรัก	42
4.4 แสดงความสัมพันธ์การมองหาความสัมพันธ์เพื่อคลายเหงา	43
4.5 แสดงความสัมพันธ์การมองหาความสัมพันธ์ในแบบเพื่อน สร้างเครือข่ายคอนเนกชั่น โดยการเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและหญิง	44
4.6 แสดงความสัมพันธ์การมองหาความสัมพันธ์ในแบบคนรัก โดยการเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและหญิง	46
4.7 แสดงความสัมพันธ์การมองหาความสัมพันธ์เพื่อคลายเหงา โดยการเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและหญิง	47
4.8 แสดงความสัมพันธ์ของเหตุผลของการใช้แอปพลิเคชันเดตติ้งออนไลน์ โดยการเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและหญิง	48
4.9 แสดงความสัมพันธ์ของวัตถุประสงค์ของการใช้แอปพลิเคชันเดตติ้งออนไลน์ โดยการเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและหญิง	50
4.10 แสดงความผลลัพธ์ของการทดสอบสมมติฐานด้วย T-test Independent	51

สารบัญรูปร่างภาพ

ภาพ	หน้า
2.1 แสดงความสัมพันธ์ของเหตุผลของการใช้เคตติ้งออนไลน์ต่อการสร้างความสัมพันธ์ ในแบบเพื่อน,แบบคนรัก,แบบเพื่อนคลาย	25



บทที่ 1

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

Smart Phone หรือ โทรศัพท์มือถือที่มีระบบปฏิบัติการ ในยุคปัจจุบันถือเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของผู้คนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ คนมากมายทำกิจกรรมหลายอย่างไม่ได้หากปราศจากสิ่งนี้ เปรียบดั่งว่า Smart Phone เป็นอาวุธคู่กายของมนุษย์ในยุคสมัยใหม่เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ในชีวิตให้ง่ายขึ้น โดยในปัจจุบันทั่วโลกมี Smart Phone ใช้งานอยู่กว่า 5.5 พันล้านเครื่อง โดยพบว่าตลาด Asia Pacific มีผู้ใช้งาน Smart Phone กว่า 472 ล้านเครื่อง (ที่มา:Newzoo 2019 Global Mobile MarketReport) สำหรับประเทศไทยมีผู้ใช้งาน Smart Phone กว่า 50 ล้านเครื่อง และมีการคาดการณ์ว่าในอนาคตการเติบโตของตลาด Smart Phone ยังเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีการคาดการณ์ว่าในช่วงปี 2025 ประเทศไทยอาจมี Smart Phone มากกว่า 80 ล้านเครื่อง ส่วนหนึ่งมาจากผู้ให้บริการเครือข่ายต่าง ๆ ในประเทศเริ่มที่จะโปรโมตการมาของเทคโนโลยี 5G ทำให้ความต้องการอัปเดตความสามารถของ Smart Phone เพิ่มสูงขึ้น ในส่วนของ Mobile Application ซึ่งเป็นพื้นฐานของการใช้งานบน Smart Phone ก็มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน จากสถิติโดย Global Digital ได้แสดงผลการสำรวจในปี 2019 พบว่า ประชากรในประเทศไทยจะใช้เวลาต่อวันอยู่กับการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่าน Smart Phone โดยเฉลี่ยแล้วอยู่ที่ 4 ชั่วโมง 56 นาที

Mobile Application มีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้นซึ่งมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของ Smart Phone และการใช้ Internet ในปี 2019 มียอดการดาวน์โหลด Application ทั่วโลกบนมือถือคิดเป็นมูลค่ากว่า 1.94 แสนล้านดอลลาร์ หรือคิดเป็นรายบุคคลจะซื้อ Application ประมาณ 20.15 ดอลลาร์ต่อเครื่อง โดยเฉลี่ยต่อหนึ่งอุปกรณ์จะมีใช้ข้อมูลบนมือถือเกือบ 7 GB ในปัจจุบันมี Application ที่ถูกสร้างและพัฒนามากกว่า 3 ล้านหน่วย โดย Application ที่คนทั่วโลกนิยมดาวน์โหลดเพื่อใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด คือ Facebook , Messenger , YouTube Instagram และ Google Maps ตามลำดับ และ Application ที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสารกับคนแปลกหน้า เช่น Tinder และ Line (ที่มา: <https://techcrunch.com>) แสดงให้เห็นว่าความนิยมติดต่อสื่อสารและปฏิสัมพันธ์กัน ในกลุ่ม Application ที่เกี่ยวกับ Social media, และ dating ซึ่งปัจจุบันมีการเติบโตทั้งในเรื่องของรายได้และยอดการดาวน์โหลดเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีการสื่อสารนี้เองได้มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีทางการดำเนินชีวิต การทำกิจกรรม

ธุรกิจ รวมถึงการสื่อสารของคนในสังคมอย่างมากมาย และอาจส่งผลกระทบต่ออย่างยิ่งใหญ่ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเลือกคู่ชีวิต

Dating Application ได้สร้างเครือข่ายของคน โสด และคนไม่โสดที่อยากโสด โดยสามารถพบเจอผู้คนและมองหาประสบการณ์ใหม่ๆ จากคนที่มีรสนิยมความชื่นชอบที่ใกล้เคียงกัน เพียงการเลื่อนปลายนิ้วบน Smart Phone ที่สามารถพกพาติดตัวไปได้ทุกที่ ปัจจุบัน Dating Application ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากสามารถตอบโจทย์การใช้ชีวิตของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้ Smart Phone อยู่ตลอดเวลา สถิติจากทั่วโลกพบว่ากว่า 200 ล้านคนเคยและใช้บริการ Dating Application ทุกเดือน โดยในประเทศอเมริกามากกว่า 1 ใน 3 ของผู้ที่แต่งงาน เริ่มต้นจากการพบกันบนโลกออนไลน์ นอกจากนี้ผลการสำรวจของ iResearch พบว่า มีผู้ใช้งาน Dating Application ในประเทศไทยรวมกันไม่ต่ำกว่าเดือนละ 10 ล้านคน โดยมีอายุระหว่าง 18 – 35 ปี สอดคล้องกับงานวิจัยของ YouGov ที่แสดงให้เห็นว่าคนไทยมากถึง 4 ใน 10 เคยใช้ Dating Application เพื่อหาเพื่อนพูดคุย และเพื่อความบันเทิง ในขณะที่ยังมีกลุ่มผู้ใช้วัยทำงาน ต้องการหาคนรู้ใจที่มีคุณภาพ แม้ในยุคปัจจุบันการอยู่คนเดียวหรือการครองสถานะ โสดไม่ใช่เรื่องที่แปลกอีกต่อไปโดยข้อมูลจาก Economic Intelligence Center (EIC) ของธนาคารไทยพาณิชย์ ระบุว่าคนไทยเป็นโสดมากขึ้น โดยสถิติจำนวนการจดทะเบียนสมรสของคนไทย ลดลงจาก 313,000 คู่ในปี 2550 เหลืออยู่ที่ 298,000 คู่ ในปี 2560 ขณะเดียวกันจำนวนการหย่าร้างกลับเพิ่มขึ้นจาก 102,000 คู่ มาเป็น 122,000 คู่ ในช่วงระยะเวลาเดียวกัน สำหรับในต่างประเทศ ข้อมูลจาก US Census ของอเมริกา พบว่า ประมาณ 20% ของชาวอเมริกาที่อายุเกินกว่า 25 ปีขึ้นไป ที่ไม่แต่งงาน แม้กระทั่งในประเทศจีน จากนโยบาย One-Child Policy ในอดีตที่ทำให้ครอบครัวชาวจีนมีลูกแค่คนเดียวและมีความพยายามที่จะให้เป็นลูกชายก็ได้ก่อให้เกิดปัญหาประชากรชายของจีนมากกว่าหญิงถึง 30 ล้านคน และคาดว่าในปี 2030 มากกว่า 1 ใน 4 ของชายชาวจีนที่อายุเกิน 30 ปีขึ้นไปที่จะไม่แต่งงาน ปรากฏการณ์คล้ายๆกันนี้ยังเกิดขึ้นในญี่ปุ่นเมื่อกระแสของความโสดเป็นเรื่องระดับชาติจนเกิดเป็นเทรนด์ที่เรียกว่า Ohitorisama ซึ่งมาจากการผสมผสานของศัพท์ญี่ปุ่น 2 คำ คือ Hitori ที่แปลว่าคนเดียว และ Sama ที่แปลว่าคุณหรือท่าน เมื่อรวมกันแล้วจึงให้ความหมายว่าคนที่อยู่คนเดียว ทำอะไรคนเดียว เทรนด์นี้มีอิทธิพลอย่างมากในสังคมญี่ปุ่น ถึงขั้นมีร้านค้า บริการต่างๆเพื่อรองรับกิจกรรมของผู้ที่ใช้ชีวิตคนเดียว ดังนั้นเมื่อดูในระดับโลกแล้วพบปรากฏการณ์คนโสดขึ้นมา โดยคาดกันว่าในปี 2030 จำนวนครัวเรือนที่อยู่คนเดียว (Single person households) จะเพิ่มจากปี 2018 ถึง 30% สำหรับสาเหตุหลักๆ ของการอยู่เป็นโสด นอกจากเหตุผลพื้นฐานที่ว่าคนดีหาไม่คอยได้นั้นก็หนีไม่พ้นเรื่องการที่คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับการทำงาน การศึกษา การบรรลุเป้าหมายของชีวิตในด้านต่างๆ มากขึ้นกว่าแต่ก่อน อีกทั้งคนรุ่นใหม่จำนวนมากก็ไม่ได้มีความปรารถนาที่จะแต่งงานเพื่อมีบุตร เนื่องจาก

การมีบุตรหนึ่งคนนำไปสู่ความรับผิดชอบและค่าใช้จ่ายที่คาดไม่ถึง โดยจากปัญหาข้างต้นนำไปเป็นเหตุผลที่นำไปสู่ปรากฏการณ์ทางอารมณ์ที่เรียกว่า “ความเหงา” หลายคนอาจมองว่าไม่สำคัญหรือมันไม่ใช่เรื่องแปลก พิศดาลไปกว่าเดิม ไม่ว่าใครก็สามารถเกิดอารมณ์เหงาได้ทั้งนั้น ซึ่งก็มาจากหลากหลายปัจจัย เช่น สภาพสังคมในปัจจุบัน การพัฒนาของเทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ลดการปฏิสัมพันธ์กับคนใกล้ชิด ทำให้มีความเป็นปัจเจกมากขึ้น คนส่วนใหญ่จึงมักอยู่คนเดียว แต่งงานช้าลง หย่าร้างกันมากขึ้น จำนวนคนโสดและคนเหงาเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วจนเป็นเรื่องปกติ การขยายตัวของกลุ่มคนที่รู้สึกตัวเองเหงาเพิ่มสูงขึ้นในประเทศอังกฤษได้สร้างข้อกังวลกับรัฐบาล ซึ่งมองว่าจะส่งผลกระทบต่อพัฒนาประเทศในหลากหลายด้าน เพราะเชื่อว่าทรัพยากรมนุษย์คือต้นทุนสำคัญของการพัฒนาในทุกๆ ส่วน ในประเทศสหรัฐอเมริกาพบปัญหาที่คนในชาติมากถึง 3 ใน 4 ที่มีปัญหาเรื่องของความเหงา รวมทั้งยังพบคนที่มีความรู้สึกเหงาได้ในคนหลากหลายช่วงอายุ โดยจากการศึกษาเรื่องตลาดคนเหงา โดยวิทยาลัยการจัดการ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่ากิจกรรมอันดับแรก ที่คนเหงาชอบทำคือ การเล่นเกมโซเชียลมีเดีย เพราะเป็นช่องทางที่ทำให้เชื่อมต่อกับโลกภายนอกได้ง่าย สามารถเลือกเสพคอนเทนต์ที่อยู่ในความสนใจ หรือการติดต่อกับใครก็ได้ที่ต้องการ ซึ่งช่วยผ่อนคลายและสร้างความเพลิดเพลินได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังพบว่า คนเหงาส่วนใหญ่ต้องการคนที่เข้าใจ ต้องการคนที่ให้คำปรึกษาหรือสามารถพูดคุยได้ เพื่อให้ตัวเองไม่มีความรู้สึกโดดเดี่ยว ทำให้คนเหงาส่วนใหญ่จะมีแนวโน้มคิดมือถือมาก โดยจำนวน 44.8% ที่มักจะหยิบมือถือขึ้นมาดูอยู่เรื่อยๆ ส่วน 25.7% ที่หยิบขึ้นมาดูในเวลาทำงานบ้าง แต่ส่วนใหญ่จะใช้หลังเวลาเลิกงาน และอีก 21.5% ที่ดูราวๆ ชั่วโมงละครั้งเป็นอย่างน้อย มีเพียงไม่ถึง 8% ที่จะดูนานๆ ครั้งหรืออาจจะเรียกได้ว่าเป็นกลุ่มที่ไม่คิดมือถือ

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์” มีจุดประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านต่างๆ เช่น ระดับการศึกษา สถานภาพทางสังคม ปัจจัยพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจ งานอดิเรกที่สนใจรวมถึงกิจกรรมยามว่าง และช่วงอายุส่งผลให้มีการเลือกใช้ Dating Application อย่างไร เพื่อศึกษาหากกลยุทธ์ในเรื่องของการตลาดในด้านต่างๆ หรือจนถึงการยกระดับเป็นวาระแห่งชาติเหมือนประเทศอังกฤษเพื่อหามาตรการคอยซ์พอร์ดประชาชนในด้านต่างๆ เพื่อตอบโต้ภัยกับพฤติกรรมของคนยุคสมัยใหม่ที่สนใจการหาเพื่อน ที่ปรึกษาหรือคู่วิวิตบน โลกออนไลน์ แทนการพัฒนาความสัมพันธ์กับคนใกล้ชิดหรือคนที่รู้จัก ทั้งในเรื่องของความปลอดภัย และการได้พบเจอกับคนที่ใช่ในแบบที่ต้องการ รวมถึงการใช้ประโยชน์ในเรื่องต่างๆ จากการใช้ Dating Application ของธุรกิจในยุคสมัยใหม่ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ของคนในยุคปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาลักษณะการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์มีผลต่อการพัฒนาความสัมพันธ์อย่างไร

สมมติฐานงานวิจัย

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์สำหรับคนวัยทำงานที่แตกต่างกัน
2. จุดประสงค์ในการใช้แพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ของคนวัยทำงานที่ต่างกัน นำมาซึ่งผลลัพธ์ที่ออกมาในรูปแบบที่ต้องการ หรือคาดการณ์ไว้ในตอนแรก

ขอบเขตของงานวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ของคนวัยทำงาน โดยพิจารณาจากพื้นฐานส่วนบุคคล และจุดประสงค์ต่อการใช้แพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตของงานวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์
การศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมของคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์" ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) แบบศึกษาการรวบรวมข้อมูล ณ ช่วงเวลาหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการบรรยายถึงสภาพการณ์ที่เป็นอยู่ และความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ทางสังคมวิทยาหรือจิตวิทยา เพื่ออธิบายและสรุปผลกลุ่มประชากรวัยทำงานอายุระหว่าง 24-45 ปี จำนวน 400 คน ที่มีประวัติการใช้แพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา
2. ขอบเขตด้านระยะเวลา ช่วงเวลาที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนพฤษภาคม 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการ นักการตลาด ที่จะนำผลการวิจัยไปอ้างอิงในการออกแบบกลยุทธ์ เพื่อการแข่งขัน และการส่งเสริมการขายต่างๆ เกี่ยวกับจุดประสงค์ที่ผู้บริโภคเลือกใช้แพลตฟอร์มเดทติ้งออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือการยกเป็นวาระระดับชาติของรัฐบาลเพื่อศึกษาพฤติกรรมของคนยุคสมัยใหม่ที่นิยมการใช้ Smart Phone เพื่อการติดต่อสื่อสาร เนื่องจากส่งผลต่อประชากรชาติที่มีแนวโน้มลดลงให้เพิ่มสูงขึ้น

2. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษารูปแบบไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของคนวัยทำงานยุคใหม่ รวมถึงรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป มีผลให้ให้เกิดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการสร้างความสัมพันธ์ของคนในอนาคตเป็นอย่างไร ส่งผลต่อพฤติกรรมการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างไร เพื่อช่วยสนับสนุนเทรนด์เกี่ยวกับไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของสมัยใหม่ในอนาคต

นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

Dating Application คือ ศูนย์รวมของการนัดหมาย ทำความรู้จัก ของคนที่มีจุดประสงค์ในเรื่องของความสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน โดยส่วนมากจะเพื่อทำความรู้จักและพัฒนาความสัมพันธ์ FWB คือ ความสัมพันธ์รูปแบบหนึ่งที่เพื่อนทำหน้าที่ร่วมหลับนอนกับเพื่อนONS คือ ความสัมพันธ์รูปแบบหนึ่งที่ใช้เวลาปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเพียงข้ามคืน

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การใช้เทคโนโลยีออนไลน์ของคนในยุคสมัยใหม่ถือเป็นปรากฏการณ์ที่ค่อนข้างแปลกประหลาด และเริ่มเป็นที่สนใจและต้องการจะแสวงหาคำตอบของคนที่ต้องการเข้าใจว่าอะไรเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการปรากฏการณ์นี้ขึ้นอย่างแพร่หลายทั่วโลก การเดทออนไลน์ในความเข้าใจของหลากหลายคนไม่จำเป็นต้องอาศัยแพลตฟอร์มที่เกิดจากแอปพลิเคชันหาคู่เท่านั้น อาจรวมถึงแอปพลิเคชันอื่นๆที่เป็นศูนย์รวมของคนที่มีความสนใจในทิศทางเดียวกัน ภายใต้เงื่อนไขของแต่ละคน ไม่ว่าจะสถานภาพทางสังคม ความรู้ และปัจจัยพื้นฐานด้านอื่นๆ ที่เอื้อให้เกิดกิจกรรมการใช้แอปพลิเคชันจนนำไปสู่การพัฒนาความสัมพันธ์ทั้งในการมองหาเพื่อน หรือ สังคมใหม่ๆ อาจรวมถึงการเกิดความสัมพันธ์ทางกายและจิตใจทั้งระยะสั้นและระยะยาว การศึกษานี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นเพื่อหาความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้ Social media platform ในเรื่องของการสร้างความสัมพันธ์บนโลกออนไลน์ของคนในยุคสมัยใหม่ที่จะเหมือนจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจากการใช้ Smart phone และสภาพทางสังคมที่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบันที่คนในยุคสมัยใหม่มีแนวโน้มจะใช้ชีวิตอยู่ด้วยตัวเองคนเดียว และสภาพความเหงาที่เพิ่มสูงขึ้น จนในบางประเทศกำหนดให้เป็นวาระระดับชาติเนื่องจากมองว่าจะส่งผลกระทบต่อสู่การพัฒนาประเทศในด้านอื่นๆตามมา เพราะเชื่อว่าทรัพยากรมนุษย์คือต้นทุนสำคัญของการพัฒนาในทุกๆด้าน รวมถึงอะไรเป็นองค์ประกอบที่ทำให้การพบเจอหรือปฏิสัมพันธ์ รวมถึงการพัฒนาความสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จตามจุดประสงค์ของแต่ละคน โดยงานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดทติ้งออนไลน์ และเพื่อศึกษาว่าการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดทติ้งออนไลน์มีผลต่อการพัฒนาความสัมพันธ์อย่างไร ทำไม”เดทติ้งออนไลน์”ถึงเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายและเติบโตอย่างมากในปัจจุบัน

การใช้เดทติ้งออนไลน์ในยุคปัจจุบัน

การออกเดทออนไลน์ในยุคปัจจุบันได้กลายเป็นเรื่องราวที่แสนธรรมดาสำหรับผู้ที่ต้องการแสวงหา ล้มลอง รวมถึงสัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับชีวิต โดยจากการศึกษาของ Whitty & Carr ,2006 พบว่าประชากรในสหรัฐอเมริกาที่อยู่ในสถานะ โสดกว่า 54 ล้านคน มีจำนวน

40 กว่าล้านคนที่เคยใช้การหาข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และเป็นที่ยอมรับเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จากการสำรวจของ Pew research ในปี 2013 พบว่าผู้ที่อยู่ในช่วงวัยผู้ใหญ่ 11% ใช้เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันในการหาข้อมูล ซึ่งเพิ่มขึ้นประมาณ 3% จากในปี 2008 และกว่าร้อยละ 66 จากจำนวนประชากรที่ใช้เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันหาข้อมูลได้ออกพบกับคนที่พวกเขาพบเจอบนแพลตฟอร์มเหล่านั้น นอกจากนี้กว่า 23% ของคนที่พบเจอผ่านแพลตฟอร์มได้พัฒนาความสัมพันธ์ระยะยาวจนถึงขั้นได้ “แต่งงาน” กัน จากการศึกษาของ Smith, 2013 ได้ทำการสำรวจประชากรในวัยผู้ใหญ่ที่สถานะภาพโสด พบว่า ในบรรดาผู้รักที่พบเจอกันนั้น มาจากการพบเจอกันผ่านเพื่อนหรือคนรู้จักมาเป็นอันดับ 1 และการพบเจอกันบนโลกออนไลน์เป็นอันดับ 2 ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ Pew research นอกจากนี้ยังพบว่าช่วงวัยและทัศนคติในการใช้ชีวิตก็ส่งผลให้เกิดการใช้เดทติ้งแอปพลิเคชันเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่ม Gen Millennial ช่วงอายุระหว่าง 23-38 ปี โดยมองว่าสามารถสร้างความสุขได้ด้วยตนเอง ซึ่งถือเป็นกลุ่มคนที่ชื่นชอบการทำอะไรตามใจตนเองโดยไม่ยึดตามกระแสหลัก เป็นมนุษย์ Joy of Missing Out สามารถเติมเต็มชีวิตให้ตัวเองทุกวันได้แม้ไม่ออกจากบ้าน หรือเสพความบันเทิงในโลกอินเทอร์เน็ต ทักทายหรือหาเพื่อนใหม่บนโลกออนไลน์ เพื่อสร้างกิจกรรมเสริมสุขภาวะที่ดีต่อร่างกายและจิตใจ

คำนิยามของเดทติ้งออนไลน์

การเดทติ้งหรือการหาคู่ออนไลน์ คือการใช้เว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มที่เชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อหาผู้รักโรแมนติกที่ตรงใจในแบบที่พวกเขาต้องการ (Finkel et al., 2012, pp. 7) ซึ่งจะตรงข้ามกับการออกเดทแบบออฟไลน์หรือการไม่ใช่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งสามารถพบเจอได้ในชีวิตประจำวันของพวกเขาเองไม่ว่าจะผ่านเพื่อน คนรู้จัก ญาติพี่น้อง ฯลฯ โดยการพบเจอกันแบบเผชิญหน้า ซึ่งต่างจากการหาคู่ออนไลน์โดยสิ้นเชิงที่พวกเขาจะเริ่มรู้จักกันผ่านรูปภาพ ข้อความแนะนำตัวเองสั้นๆ ประวัติด้านการศึกษา ข้อมูลพื้นฐานใด ๆก็ตามแต่ที่พวกเขาได้อธิบายมันลงไปบนแพลตฟอร์ม ซึ่งทั้งสองฝ่ายจะรู้จักเพียงหน้าตา รวมถึงนิสัยใจคอ และความสนใจเบื้องต้นของเค้าในเบื้องต้นเท่านั้น ว่าตรงใจกับสิ่งที่ตัวเองต้องการค้นหา พบเจอเพื่อทำความรู้จักหรือสานสัมพันธ์แบบเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น (Finkel et al.,2012)

ประวัติความเป็นมาของเดตติ้งออนไลน์

นับตั้งแต่มีการพัฒนาคอมพิวเตอร์ให้มีความเป็นส่วนบุคคลมากขึ้น โดยช่วงหลังปี 1980 เป็นต้นมา การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตก็ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย จนกระทั่งในปี 1990 ได้เกิดเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มกลุ่มมากมายจนพัฒนาเกิดเป็นหมวดหมู่ในแวดวงทางธุรกิจรูปแบบใหม่ จนกระทั่งมาถึงการพัฒนาเป็นแอปพลิเคชันบน Smart Phone เพื่อการออกเดทโดยเฉพาะ (Finkel et al., 2012) บริษัทแรกที่ก่อให้เกิดปรากฏการณ์หาคู่บนโลกออนไลน์อย่างกว้างขวาง คือ Match.com ที่ได้ขายพื้นที่ให้คนโสด และคนไม่โสดที่อยากโสดทั้งหลาย สามารถบรรยายประวัติส่วนตัว ความสนใจ งานอดิเรก หรือเรื่องอื่นๆเบื้องต้นเกี่ยวกับตัวเองลงบนพื้นที่หรือแพลตฟอร์มที่บริษัทได้จัดไว้ให้ โดยใช้แนวคิดที่ว่า ผู้ใช้งานต้องให้ข้อมูลส่วนตัว ความสนใจ รูปถ่ายที่สามารถบ่งบอกบุคลิกภาพ และตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์ในเบื้องต้น รวมถึงลักษณะของ”คู่”ที่พวกเขาต้องการค้นหา ซึ่งข้อมูลดังกล่าวของผู้ใช้จะถูกประมวลผลโดยอัลกอริทึมทางคณิตศาสตร์เพื่อหาคู่ที่สอดคล้องกับความสนใจของผู้ใช้งาน จนกระทั่งต่อมา Match.com ได้พัฒนาเป็นแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน ที่ผู้ใช้สามารถเลือกความต้องการของตนเองได้ผ่านการ “ปัด”ซ้าย-ขวา และได้กระจายไปเป็นแพลตฟอร์มที่ใช้กันอย่างแพร่หลายทั่วโลก และเมื่อต้นปี 2019 Facebook ก็ได้ทำการเปิดตัว Feature เดตติ้งในลักษณะนี้เช่นกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเดตติ้งบนโลกออนไลน์ได้รับความนิยม และเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ

ทัศนคติที่มีต่อเดตติ้งออนไลน์

การศึกษาเริ่มขึ้นในปี 1992 ที่เทคโนโลยียังไม่ได้พัฒนามาก ประชากรน้อยกว่า 1% พบเจอคู่ของพวกเขาคู่ผ่านการพิมพ์ หรือ”การบรรยายผ่านตัวอักษร” การเดตติ้งเริ่มต้นจากการประกาศผ่านหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร จนกระทั่งการเดตติ้งออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้เข้ามากระจายพื้นที่ จนการประกาศหาคู่ผ่านหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารหายไปในที่สุด (Finkel et al., 2012) และจำนวนผู้ใช้งานได้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการศึกษาของ (Hogan et al., 2011) ได้ศึกษาทัศนคติของนักศึกษา และผู้ใหญ่วัยหนุ่มสาว พบว่าหลากหลายคนยังมีทัศนคติในด้านลบมากกว่าด้านบวก จนกระทั่งสามปีต่อมา Pew research ได้ทำการศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับเดตติ้งออนไลน์เป็นครั้งแรกพบว่าชาวอเมริกันกว่า 44% เห็นด้วยว่าการพบเจอกันทางอินเทอร์เน็ตเป็นวิธีที่ดีในการพบปะผู้คน หรือสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ แม้ว่าจะมีผู้ไม่เห็นด้วยกว่า 66% ที่ยังคงมองว่ามันเป็นเรื่องที่ค่อนข้างอันตรายและมีความเสี่ยงต่อการโดนหลอกหลวง ต่อมา Pew research ก็

ได้ทำการศึกษาขึ้นอีกครั้ง ในปี 2013 พบว่า 59% เห็นด้วยว่าการออกเดทออนไลน์เป็นวิธีที่ดี มีเพียง 21% เท่านั้นที่ไม่เห็นด้วยกับการใช้วิธีนี้

ในสหรัฐฯ พบว่า การหา "คู่" ทางโลกออนไลน์ได้รับความนิยมต่อผู้คนที่กำลังไฝหหาความรัก ความสนใจ เพื่อเติมเต็มชีวิตของตัวเอง โดย 1 ใน 3 ของวิธีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ในสถานสัมพันธ์ระหว่างกันในระยะยาว โดยเกือบครึ่งหนึ่งของผู้มีอายุ 18-34 ปี เลือกใช้แอปพลิเคชันในการมองหา คู่คนรัก เพื่อน หรือความสัมพันธ์ในรูปแบบอื่นๆ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจความต้องการของคนที่กำลังมองหา คู่ชีวิต เพื่อน หรือความสัมพันธ์รูปแบบใดก็ตาม โดยวิเคราะห์ข้อความที่พวกเขาใช้ในการสื่อสารกัน รวมถึงข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้งาน ในเมืองนิวยอร์ก บอสตัน, ชิคาโก และซีแอตเทิล พบว่าทั้งผู้ชายและผู้หญิงต่างเลือกติดต่อกับคู่สนทนาที่ "ตัวเองรู้สึกชื่นชอบ" โดยการ "ชื่นชอบ" นี้วัดทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพของข้อความที่ผู้รับสารได้รับเพื่อทำความรู้จัก ในแง่ปริมาณคือจำนวนข้อความที่ได้รับ ส่วนในแง่คุณภาพคือใครเป็นผู้ส่งมา ถ้าข้อความถูกส่งมาหาผู้ที่ได้รับข้อความเพื่อทำท่าทีตีสสนิทกับผู้หญิงที่มีคุณสมบัติเหนือกว่าตัวเอง จะมีความเป็นไปได้เพียง 21% เท่านั้นที่จะมีการตอบสนองกลับมา บทความดังกล่าวข้างต้นมีความคล้ายคลึงกับบทสัมภาษณ์จากคุณ กุลชุลี ทรัพย์สินอุดม ในแลนเดอร์ ผู้ก่อตั้งและผู้บริหารเบงคอก แมทซิ่ง ซึ่งเป็นบริษัทจัดหาคู่ที่ดำเนินการมาในเมืองไทย 14 ปี พบว่าผู้ที่หาคู่ออนไลน์ จากการศึกษาและประสบการณ์ของบริษัท พบว่าการที่เราพยายามเดทกับคนคนที่มีความสัมพันธ์ดีกว่าเรา ทั้งในเรื่องของหน้าตา การศึกษา หรือแม้ฐานะทางสังคม มีโอกาสสูงมากที่จะความผิดหวัง และเมื่อผิดหวังมาก ๆ ก็อาจจะรู้สึกท้อแท้ และนำไปสู่บทสรุปว่า "อยู่คนเดียวดีกว่า" นอกจากนี้ยังพบว่าผู้หญิงมักจะเลือกผู้ชายที่จะสามารถสร้าง "มั่นคง" ในชีวิตของพวกเขาได้ ส่วนผู้ชายมักจะเลือกผู้หญิงที่ "รูปร่างหน้าตา" เป็นหลัก นอกจากนี้กระแสนิยมของเดทติ้งออนไลน์ยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดย MeetNLunch, MeetNLunch Academy และ eSynchrony ได้เปิดเผยข้อมูลที่นำเสนอทางสถิติของการใช้เดทติ้งออนไลน์, เทรนด์ และพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป ของปี 2558 และเผยแนวโน้มจนถึงปี 2562 โดยการสำรวจคนโสดจำนวนกว่า 3,000 คน ใน 5 ประเทศ ได้แก่ ไทย , สิงคโปร์ มาเลเซีย, อินโดนีเซีย และฮ่องกง ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคู่ชีวิตใน "อุดมคติ" ที่พวกเขาต้องการแสวงหา และ สิ่งที่ทำให้ประทับใจเมื่อพวกเขาออกเดท รวมทั้งความคาดหวังหรือข้อเปรียบเทียบจากการแชทออนไลน์ กับการออกเดทแล้วจริงๆ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับคนโสดที่ไม่อยากดำรงชีวิตโสดอีกต่อไป โดยการสำรวจนี้ ได้ค้นพบข้อมูลที่น่าจับตามองอย่างมาก 5 ข้อสำคัญ ได้แก่

ผู้หญิงมักเป็นฝ่ายผิดหวังกับการใช้เดทติ้งออนไลน์มากกว่าผู้ชาย จากคำถามที่ถามว่า 'เคยคุยกับใครถูกคอก่อน โลกออนไลน์ แต่ก็กลับรู้สึกผิดหวังเมื่อเจอตัวจริงหรือไม่?'

โดย 60% ของผู้หญิง ตอบว่า”พวกเรารู้สึกว่าใช่” และคิดว่า ‘จริงๆแล้วการเข้ากันได้ ในการสนทนาผ่านแชทออนไลน์ จะสามารถบ่งชี้ถึงความเป็นไปได้ว่า “คู่สนทนาที่พวกเขาจะเป็น คนที่ใช่ เมื่อเจอกันในชีวิตจริง’ และพบว่ามีผู้หญิงถึง 84% ที่ไม่เห็นด้วยกับทฤษฎีนี้ อีกทั้งยังมี ผู้หญิงกว่า 37% ที่รู้สึกว่าคู่สนทนาของพวกเขาจะบิดเบือนประวัติหรือข้อมูลที่แท้จริงเกือบทุกคน ซึ่งเป็นแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นจากปี 2550 อย่างมาก และคาดว่าความผิดหวังนี้จะมีมากขึ้นถึง 50% ภายในปี 2562 เนื่องจากคนเริ่มหันมาใช้บริการแชทออนไลน์มากขึ้น

กรณีที่เลวร้ายที่สุดเมื่อเจอคู่เดท สำหรับผู้หญิงและผู้ชายจะมีรูปแบบมุมมองที่แตกต่าง กัน

ผู้ชายส่วนใหญ่ 44% ตอบว่า ‘คู่เดทของเขาไม่เหมือนในรูปโปรไฟล์ที่ลงไว้’ เป็นสิ่งที่ นำผิดหวังที่สุด ในขณะที่ผู้หญิงส่วนมากถึง 38% บอกว่าพวกเขาจะรู้สึกผิดหวังมาก‘เมื่อเจอตัวจริง แล้วรู้สึกเข้ากันได้ไม่ดีเหมือนตอนคุยกันบนแอปออนไลน์’

ผู้ชายต้องใช้ความพยายามมากกว่าผู้หญิง เพื่อรอการตอบกลับจากอีกฝ่าย เมื่อพวกเขา ส่งไปหาคนที่พวกเขาสนใจ

ในขณะที่ผู้หญิง 31% ได้รับข้อความตอบกลับภายใน 1-4 ข้อความที่ส่งไปหาคู่เดทที่ พวกเขาเลือก เมื่อเทียบกับฝั่งผู้ชายแล้วจะมีเพียง 22% ที่ได้รับการตอบกลับหลังจากส่งไป 1-4 ข้อความ และมีผู้ชายอีก 11% ที่ต้องส่งข้อความไปถึง 20 ครั้งกว่าจะได้รับการตอบกลับมาจากฝ่าย หญิง ทั้งนี้เพราะจำนวนของผู้ชายที่อยู่บนโลกออนไลน์มีจำนวนมากกว่าผู้หญิงถึง 30% ประกอบกับ ผู้หญิงส่วนหนึ่งมองว่าการหาคู่เดทออนไลน์ยังไม่ปลอดภัยเท่าที่ควร

คนที่ใช้บริการแชทออนไลน์และเข้าร่วมกิจกรรมคน โสดในช่องทางต่างๆที่คน โสด ในทุกช่วงอายุเลือกใช้เพื่อพบปะคนในกลุ่มเดียวกัน คือ “การใช้บริการแชทออนไลน์” ซึ่งมีแนวโน้ม สูงขึ้น

70% ของคน โสดทั้งฝ่ายชายและหญิง ในกลุ่มอายุ 30-39 ปี มีความต้องการใช้บริการ เดทแบบเจอตัวจริงหรือสมัครเข้าร่วมกิจกรรมสำหรับคน โสดมากกว่าช่วงอายุอื่นๆ เพราะคนใน กลุ่มนี้มองหาคนถูกใจจากช่องทางต่างๆ เช่น ให้เพื่อนแนะนำ หรือ เข้าคอร์สพัฒนาบุคลิกภาพมา แล้วแต่ก็ยังไม่เจอคนที่ใช่ จึงมีความพยายามที่จะออกเดทแบบเจอตัวจริงมากขึ้น

คน โสดที่อยู่มีอายุมากจะใช้เวลาในการตัดสินใจเลือกคู่เดทเร็วขึ้น

18% ของกลุ่มสำรวจช่วงอายุระหว่าง 26-30 ปี สามารถตัดสินใจได้ว่าจะมีเดทครั้งที่ สองหรือไม่ภายในระยะเวลาไม่กี่นาที ซึ่งเมื่อเทียบกับกลุ่มคนอายุ 31-35 ปี ตัวเลขนี้จะเพิ่มขึ้นเป็น 24% และเป็น 26% ในกลุ่มอายุ 36-40 ปี ส่วนกลุ่มที่ใช้เวลาในการตัดสินใจเดทต่อครั้งน้อยที่สุด ได้แก่ กลุ่มชายโสดอายุ 41-45 ปี โดย 32% ตัดสินใจเลือกสถานต่อหรือหยุดการสร้างสัมพันธ์ภายใน

ไม่กินาทีของเดทแรก เพราะโดยส่วนมากผู้ชายจะแต่งงานและสร้างครอบครัวในช่วงวัย 30 ต้นๆ แต่สำหรับผู้ชายกลุ่มที่ยังไม่แต่งงานแม้ผ่านช่วงเลข 3 มาแล้ว มักเป็นเพราะเกณฑ์ในการเลือกคู่ชีวิตของพวกเขาที่สูงกว่ามาตรฐานจนไม่อาจหาคนตรงความต้องการได้ง่ายๆ ดังนั้นคนกลุ่มนี้มีความคาดหวังในตัวคู่ครองสูง สามารถที่จะตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วว่าคู่เดทผ่านเกณฑ์กำหนดหรือไม่ หลังเริ่มการเดทไปเพียงไม่นาน นอกจากนี้ ยังมีสถิติอื่นๆ ที่น่าสนใจ ได้แก่

- 70% ของผู้ชายต้องการที่จะนัดเดทจริงเพียงไม่กี่วันหลังจากพูดคุยกันบนโลกออนไลน์ ถ้าพวกเขาารู้สึกถูกใจกับคู่สนทนา ในขณะที่ผู้หญิงมากกว่า 70% อยากจะนัดพบหลังคุยกันบนโลกออนไลน์ เมื่อผ่านไปได้ 2-3 เดือน

- ผู้หญิงช่วงอายุ 36-40 ปี ยินดีที่จะออกเดท เมื่อคุยผ่านช่องทางออนไลน์เพียงแค่ 2-3 วัน

- และเมื่อช่วงอายุเพิ่มขึ้นเป็น 41-45 ปี ผู้หญิงจะพร้อมไปเดทกับคนที่คุยกันถูกใจภายในไม่ถึง 1 วัน โดยผู้ร่วมทำแบบสำรวจส่วนมากทั้งฝ่ายหญิงและฝ่ายชาย ต้องการแต่งงานในช่วงวัย 30 ต้นๆ

- ส่วนมากทั้งฝ่ายหญิงและฝ่ายชาย ต้องการมีบุตรด้วยกัน 2 คนเมื่อแต่งงานไปแล้ว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ที่ร่วมทำแบบสอบถามในครั้งนี้อยู่ในช่วงอายุ 31-35 ปี มากถึง 30% จึงอาจส่งผลให้คำตอบของช่วงอายุที่อยากแต่งงานมีแนวโน้มตามข้อมูลข้างต้น หากมีการทำแบบสอบถามแบบเจาะจงคนกลุ่มอายุ 25-30 ปี คำตอบนี้อาจเปลี่ยนไปตามช่วงอายุของผู้ร่วมทำแบบสอบถามได้ ซึ่งปรากฏการดังกล่าวนี้ ได้สอดคล้องกับทฤษฎีอธิบายการเกิดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลตลอดจนกระทั่งจบสิ้นความสัมพันธ์ตามที่ได้กล่าวไว้แล้วในข้างต้น และยังคงสอดคล้องกับทฤษฎีลดความไม่แน่นอนความไม่แน่ใจที่ว่าเรื่องเหตุและผลเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการสื่อสารเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ โดยอธิบายว่า คนเราต้องการอยู่ในสถานการณ์ที่ตนคิดว่าสามารถควบคุมได้และสามารถคาดหมายสิ่งต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ด้วย ดังนั้น เมื่อเราเผชิญกับความไม่แน่ใจ เราจะถูกผลักดันหรือดึงดูดให้เกิดการแสวงหาข้อมูลจากกันและกันเพื่อลดความไม่แน่ใจนั้น ทฤษฎีลดความไม่แน่ใจได้อธิบายเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาที่สำคัญ 2 ประการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของคนเรา กล่าวคือ ส่วนที่เรียกว่า การตระหนักในตนเองหรือการรู้จักตัวเองและความรู้เกี่ยวกับผู้อื่น

นอกจากนี้งานศึกษาพบว่าการทำความรู้จักกันบนแพลตฟอร์มเดทติ้งออนไลน์สอดคล้องกับทฤษฎีอธิบายการเกิดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กล่าวคือ การคุยเรื่องสัพเพเหระ ลมฟ้าอากาศ อาจไม่นำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดี คือไม่นำไปสู่การเรียนรู้และหยั่งรากความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเท่าที่ควร คำถามที่ดีควรเป็นคำถามที่เปิดโอกาสให้อีกฝ่ายและตัวเราได้เปิดเผยและเรียนรู้ตัวตน

ซึ่งกันและกัน และนำไปสู่บทสนทนาคุณภาพที่ไม่รู้จัก Celeste Headlee กล่าวว่า การตั้งคำถามดีๆ ไว้ 12 ข้อ หลักๆ แล้วก็เป็นการชวนคุยที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนความคิด เช่น ชอบทำอะไรช่วงวันหยุด เคยไปที่ไหนมาบ้าง ชอบที่ไหนมากที่สุด ตื่นมาแล้วชอบทำอะไร ซึ่งคำถามพวกนี้นอกจากจะทำให้เราเข้าใจกันมากขึ้น ยังเป็นการรับรู้ไลฟ์สไตล์ของกลุ่มสนทนาเพื่อไว้สำหรับการนัดเจอและออกเดทในครั้งถัดไป นอกจากนี้อาจมีคำถามหนึ่งที่ค่อนข้างโรแมนติกที่ถามเรื่องเพลงที่ฟังอยู่ ถ้าพบว่ากลุ่มสนทนามีรสนิยมไปในทางเดียวกันก็ถือโอกาสส่งเพลงกลับ ชวนฟังเพลงเดียวกัน มีงานวิจัยบอกว่าคนที่มีการสนทนาทางเพลงในทางเดียวกันมีแนวโน้มจะมีความสัมพันธ์ที่ไปต่อได้

ผลสำรวจพบว่ายังมีช่องว่างระหว่างพฤติกรรมของคน โสดในการหาคู่ออนไลน์กับความคาดหวังที่มีต่อฝ่ายตรงข้ามอยู่ โดยรวมแล้วมีเพียง 18% ของคนโสดที่ใช้เวลาในการสร้างโปรไฟล์ของตัวเองให้ดีขึ้นเรื่อยๆ หากดู ในขณะที่ 60% ยอมรับว่าต้องการอ่านโปรไฟล์ฝ่ายตรงข้ามอย่างละเอียด ก่อนจะตัดสินใจว่าคนนี้น่าสนใจหรือไม่ สถิตินี้เกิดขึ้นมากที่สุดกับผู้หญิงในประเทศฮ่องกง ซึ่งมีเพียง 6% เท่านั้นที่ใช้เวลาในการสร้างโปรไฟล์ของตัวเองให้ดี แต่กลับมีจำนวนถึง 69% ที่ระบุว่าต้องการอ่านโปรไฟล์ของผู้ชายอย่างละเอียด 40% ของผู้หญิงสิงคโปร์ไม่ส่งข้อความหาฝ่ายตรงข้ามก่อน และคิดเป็น 34% สำหรับผู้หญิงมาเลเซีย แต่ในทางกลับกัน 64% ของผู้หญิงในฮ่องกงส่งข้อความหาอีกฝ่ายก่อนหากพวกเขาชอบโปรไฟล์ของพวกเขา

ลักษณะของผู้ใช้งานเดทติงออนไลน์

จากการศึกษาของ Sautter et al., 2010 พบว่านอกจากในเรื่องการมองหาเพศตรงข้ามแล้ว เดทติงออนไลน์ยังเป็นที่นิยมใช้เพื่อหาคนที่มีการสนิยมทางเพศเดียวกัน (เพศเดียวกัน) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบที่ตัวเองกำลังมองหา ช่วงวัยนั้นสามารถพบได้ทั่วไปตั้งแต่วัยรุ่นไปถึงวัยผู้ใหญ่ สถานภาพตั้งแต่โสด ไปจนถึงผู้ที่เคยผ่านการแต่งงานและหย่าร้างมาแล้ว นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ใช้งานเดทติงออนไลน์มีแทบทุกระดับการศึกษา ทุกช่วงระดับรายได้ และเพศชายจะเป็นผู้ที่ใช้งานมากที่สุด และพบว่าการใช้เดทติงออนไลน์ผู้ที่มีอายุมากกว่าจะเป็นที่ดึงดูดใจกับผู้ที่อายุน้อยกว่า (Smith, 2013) นอกจากนี้ยังพบว่ายังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการเลือกคู่ออนไลน์ทั้งในเพศหญิงและชาย ดังนี้

สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้หญิง

- ลักษณะทางกายภาพ (ความสูง, รูปร่าง, หน้า, สีผิว) 23%
- ลักษณะการส่งข้อความ 22%
- ศาสนา 20%

สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้ชาย

- ลักษณะทางกายภาพ (ความสูง, รูปร่าง, ฟัน, สีผิว) - 24%
- รายละเอียดของโปรไฟล์ฝ่ายหญิง - 21%
- เชื้อชาติ - 18%

อย่างไรก็ตามพบว่า เมื่อทั้งสองฝ่ายพบกันในชีวิตจริงเป็นครั้งแรก สิ่งที่จะทำให้คู่ตัดสินใจไม่สานต่อความสัมพันธ์ 3 อันดับแรกนั้น ไม่ใช่เรื่องรูปลักษณะภายนอกอีกต่อไป แต่กลับเป็น 3 สิ่งนี้ได้แก่ วิธีการปฏิบัติตัวต่อคู่เดทและพนักงานบริการ (67%) มองโลกในแง่ร้าย (50%) และขาดความน่าสนใจ (48%) โดยผู้ชายและผู้หญิงในทุกประเทศต่างได้ผลลัพธ์เหมือนกันทั้งสิ้น 66% ของคนโสดเปิดใจกับการคบหาคนโสดจากเชื้อชาติอื่น

ปัจจัยที่นำไปสู่การใช้เดทติ้งออนไลน์

จากการศึกษาของ Kang and Hoffman (2011) พบว่าผู้ใช้งานเดทติ้งออนไลน์มักจะมองหา”คู่”ที่ตนเองพึงพอใจเพื่อความสนุก ผ่อนคลาย บรรเทาความเบื่อหน่ายที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน การพบเจอกันได้”ง่าย”เป็นปัจจัยที่สำคัญที่นำไปสู่แรงจูงใจนี้ นอกจากนี้ยังมีเรื่องของเวลาที่ค่อนข้าง”ยุ่ง”ในแต่ละวันของผู้ใช้งานแต่ละคนจนไม่สามารถจัดตารางเวลาเพื่อพบปะเพื่อนฝูง หาเพื่อนเพื่อพูดคุยได้ตรงกับตารางเวลาของตัวเอง หรือแม้กระทั่งคนที่ย้ายเข้ามาตั้งหลักปักฐานในเมืองใหม่ ความสัมพันธ์ที่เริ่มต้นบนอินเทอร์เน็ตนี้สามารถขยาย และพัฒนาความสัมพันธ์กันได้ในระยะยาว จนกระทั่งพวกเขาได้ใช้ชีวิตร่วมกัน และพบว่าผู้ใช้งานนิยมพบเจอกันภายในหนึ่งเดือนหลังจากพบเจอและพูดคุยกันครั้งแรกบนอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้พบว่า 91% ของผู้ใช้งานมองหาความสัมพันธ์ระยะยาว มีผู้ใช้กว่า 47 % บอกว่าพวกเขาเลือกที่จะใช้เดทติ้งออนไลน์ในการมองหา”คู่” ของตนเอง เนื่องจากเข้าใจว่าตนเองมีความวิตกกังวลทางสังคม และเป็นคนที่ขี้อาย และมีจำนวนไม่น้อยที่มองว่าตัวเองไม่มีตัวเลือกอื่นๆ ที่จะรู้จักคนที่ตรงใจกับตัวเองได้เท่ากับการหาบนอินเทอร์เน็ต และจากการศึกษาพบว่าการเดทติ้งออนไลน์เป็นเรื่องที่ง่าย สะดวกสบาย สามารถหาคนที่ตรงใจได้แม้ว่าจะอยู่ในบ้านของตัวเอง เป็นเรื่องง่ายที่จะรู้จักกันได้หลากหลายโดยพวกเขาอาจมองข้ามอุปสรรคบางอย่างที่อาจเป็นผลมาจากการสานสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว หรือรู้จักกันแต่แรก กล่าวคือการใช้อินเทอร์เน็ตช่วยลดช่องว่างบางอย่างที่ในชีวิตจริงๆ แล้ว อาจไม่ยากทำความเข้าใจ ซึ่งเหมือนช่วยค่อยๆ เปิดแง่มุมบางอย่างแล้วค่อยๆ พัฒนาความสัมพันธ์ผ่านการพูดคุยบนอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ในการศึกษาของ Cindy Hazan and Phillip Shaver (1987) เกี่ยวกับความสัมพันธ์โรแมนติกในวัยผู้ใหญ่

พบว่า ความรักในวัยผู้ใหญ่คือ ประสบการณ์ของแต่ละคนที่ร่วมกันเผชิญในตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาของพวกเรา ที่รู้สึกได้ถึงความเป็นมิตรและที่พึงพิงทางด้านจิตใจ ใ่ว่างใจ และรู้สึกสุขใจ ยามที่พวกเค้ารู้สึกถึงช่วงชีวิตที่ยากลำบาก นอกจากนี้ยังมองว่า ทัศนภาวะและความมั่นคงนั้นสำคัญที่สุด โดยพวกเค้าให้ความเห็นว่าความรักที่ฉายอยู่บนจอทีวี หรือถูกสาธยายบนนิยายรักชวนฝันนั้น ไม่มีอยู่จริง มันเป็นเรื่องง่ายมากที่จะตกหลุมรักใครสักคน แต่ความรักที่แท้จริงนั้นกลับหายาก

แนวโน้มการเติบโตในอนาคตของการใช้เทคโนโลยีออนไลน์

เหตุผลสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้คนโสดนิยมหาคู่บนโลกออนไลน์ เพราะมันเป็นเรื่องง่ายและสะดวกในการใช้งาน ไม่เสียค่าใช้จ่าย และไม่มีข้อผูกมัด จากผลการสำรวจโดย MeetNLunch พบว่าคนโสดจำนวนมากกำลังหาคู่ออนไลน์ แต่สิ่งที่น่าสนใจคือพวกเขาไม่สนใจที่จะใช้เวลาหรือความพยายามในการเขียนโปรไฟล์ของตัวเองให้ดูดี แต่กลับคาดหวังว่าคนอื่นจะใช้เวลาสร้างโปรไฟล์ให้ละเอียด นอกจากนี้มีงานวิจัยกลุ่มตัวอย่างระบุว่า “คู่รัก” ที่เริ่มต้นความสัมพันธ์จากเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน มีโอกาสสูงในการประสบความสำเร็จในชีวิตรักมากกว่า โดยอ้างอิงว่า เนื่องจากระบบฐานข้อมูลได้มีการศึกษาคัดกรองคนที่มีความชอบ ความสนใจในสิ่งเดียวกัน จากการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์มีความซับซ้อนและต้องการมองหาบุคคลที่จะมีความสนใจในเรื่องราวที่ใกล้เคียงกัน ทำให้ข้อมูลเชิงพฤติกรรมของคนที่อยู่ในออนไลน์ ถูกนำมาใช้ในการจัดอัลกอริทึมให้ผู้คนได้เชื่อมต่อกันได้ง่ายขึ้น จากลักษณะความสนใจที่คล้ายกัน และสร้างโอกาสในการพัฒนาต่อความสัมพันธ์ได้จากการคัดกรองในเบื้องต้น

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของทฤษฎีสัมพันธภาพระหว่างบุคคล

สัมพันธภาพระหว่างบุคคล (Interpersonal Relationship)

จากคำกล่าวที่ว่า มนุษย์เป็นสัตว์สังคม จำเป็นที่จะต้องทำความรู้จัก และมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น เพื่อดำรงตนอยู่ในสังคม ส่วนหนึ่งอาจต้องการสนองต่อความต้องการทางด้านจิตใจ นอกเหนือจากความต้องการด้านวัตถุที่สามารถจับต้องได้ เพื่อให้ตนเองรับรู้ถึงความรู้สึกความเป็นกลุ่มก้อน เป็นสมาชิก ร่วมกันซึ่งเป็นไปตามความต้องการแบบลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ในหัวข้อที่ว่าด้วย มนุษย์มีความต้องการได้รับการยอมรับจากสังคม หรือกลุ่มของตน ให้ความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของหรือการได้รับการยอมรับ มนุษย์มีพื้นฐานที่ความต้องการความรักและการที่จะรู้สึกรักจากคนอื่น ๆ บ่อยครั้งที่ลำดับขั้นนี้รุนแรงจนสามารถเอาชนะความต้องการทางกายภาพ และความ

มันคงปลอดภัย รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพลพยอมแย้ม ผู้แต่งหนังสือ จิตวิทยาสัมพันธภาพ ,2548 กล่าวโดยสรุปว่า ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้นต้องมีความเข้าใจในเรื่องของการสร้างมนุษยสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะนำมาควบคุมความสัมพันธ์ให้ออกมาในรูปแบบที่ต้องการ โดยหลักทั่วไปความสัมพันธ์ของมนุษย์ แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับคนรู้จัก ระดับเพื่อน และระดับลึกซึ้ง

ระดับคนรู้จัก เป็นรูปแบบความสัมพันธ์แบบผิวเผิน การสื่อสารกันโดยทั่วไปมักเป็นเรื่องของข้อเท็จจริง และจะประเมินว่าควรสร้างความสัมพันธ์ในลำดับขั้นต่อไปหรือไม่อย่างไรกับบุคคลผู้นั้น รูปแบบความสัมพันธ์แบบคนรู้จักนั้นจะใช้วิธีการสื่อสาร 3 ประเภท

ประเภทแรก เป็นการตั้งรับ หมายถึง ใช้การสังเกตการกระทำของคนอื่น จะชักถามหรือเข้าไปร่วมในสถานการณ์

ประเภทที่สอง แบบรุก หมายถึง การเข้าไปจัดการกับสถานการณ์ทางสังคม เพื่อให้ได้ข้อมูลมากขึ้น เช่น ใช้การคุย การถาม หรือการสัมภาษณ์

ประเภทที่สาม แบบปฏิสัมพันธ์ หมายถึง ใช้การสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยน ข้อเท็จจริงและความคิดเห็นระหว่างกันและกัน ควบคุมกัน ไปด้วยกัน (Berger, 1978)

แต่ไม่ว่าจะโดยวิธีใด คนเราจะใช้ข้อมูลเหล่านั้นเพื่อรองว่าจะสร้างความสัมพันธ์กับคนผู้นั้นต่อไปหรือไม่ และในระดับใด ความสัมพันธ์อาจเป็นไปได้ในระดับเดิม หรือเพิ่มขึ้นไปสู่ในระดับที่ความลึกซึ้ง หากข้อมูลที่ได้รับมาก่อให้เกิดความพึงพอใจ

ระดับเพื่อน เป็นบทบาทที่เกิดขึ้นได้ในคู่สัมพันธ์ทุกประเภท ตั้งแต่เพื่อน เพื่อนในระหว่างสามี-ภรรยา นาย-ลูกน้อง ครู-ศิษย์ หรือแม่แต่พ่อแม่-ลูก เมื่อเอ่ยถึงคำว่า”เพื่อน” นักมนุษยสัมพันธ์ได้เสนอว่า หมายถึงความสัมพันธ์ ที่มีลักษณะพิเศษ ดังนี้ (Reardon, 1987)

เพื่อนมีสถานะพิเศษในชีวิต เป็นคนที่เราไว้วางใจและเป็นที่ยอมรับ ยิ่งไปกว่านั้นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนเป็น ความสัมพันธ์แบบ ไม่เอาเปรียบซึ่งกันและกัน ทั้งนี้มิได้หมายความว่าคนเราจะไม่รับสิ่งใดจาก”เพื่อน”ของคุณ แต่การได้สิ่งใดจากเพื่อนนั้นต้องเป็นการได้มาโดยไม่ทำให้อีกฝ่ายหนึ่งรู้สึกว่าคุณ”บังคับหรือขู่เข็ญ”

เพื่อนมีฐานอยู่บนความเท่าเทียมกัน หมายถึงว่า ระหว่างเพื่อนไม่มีใครมีอำนาจหรืออิทธิพลเหนือใคร แม้ว่าอีกคนหนึ่งจะมีสถานภาพทางสังคมหรือฐานะที่เหนือกว่า และตรงจุดนี้เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีเพื่อนที่มีสถานภาพทางสังคมหรือเศรษฐกิจต่างจากตัวเองมาก ๆ ได้ เนื่องจากอาจเกิดความขัดแย้งระหว่างบทบาทขึ้น

เพื่อนต้องยอมรับซึ่งกันและกัน ซึ่งจะรู้ได้จากการสังเกตพฤติกรรมของอีกฝ่ายหนึ่งว่า คล้อยตาม”กฎของความเป็นเพื่อนหรือไม่?” กฎของความเป็นเพื่อน โดยทั่วไปประกอบด้วย

- เมื่อมีข่าวใด ๆ เกี่ยวกับความสำเร็จก็บอกให้เพื่อนรู้
- แสดงการสนับสนุนทางอารมณ์
- เสนอความช่วยเหลือเมื่อต้องการ
- พยายามทำให้มีความสุขเมื่ออยู่ร่วมกัน
- เสนอตัวทำงานแทนถ้าเพื่อนขาดไป

อย่างไรก็ตามนักวิชาการบางท่านได้ทดสอบความเป็นจริงของกฎดังกล่าวและเสนอว่ากฎเหล่านี้ตั้งขึ้นมาเพื่อให้รางวัลสำหรับความเป็นเพื่อน โดยที่พยายามหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง ซึ่งจะนำไปสู่ปรากฏการณ์อีกด้านหนึ่งที่เกิดขึ้นได้ในระหว่างเพื่อน

ระดับลึกซึ่ง ความสัมพันธ์ในระดับนี้เป็นความสัมพันธ์ที่เปิดเผยความเป็นตัวตนของตนเองมากขึ้นต่อกันและกันสูง มีเรื่องของอารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์เช่นนี้ปรากฏอยู่ในสามี-ภรรยา พ่อแม่-ลูก พี่-น้อง เพื่อนสนิท คู่รัก หรือลักษณะอื่นๆ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจสำหรับความสัมพันธ์ประเภทนี้ ดังนี้

- คู่สัมพันธ์ระดับลึกซึ่งมักคาดหวังจากอีกฝ่ายสูง เกินขอบเขตของเป็นจริง เมื่อไม่เป็นที่หวังก็พร้อมที่จะกล่าวโทษอีกฝ่ายหนึ่ง

-ความสัมพันธ์ระดับนี้มิได้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์อย่างเดียว การสื่อสารจากคนอื่น ๆ ที่อยู่รอบข้าง ก็มักมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ด้วย

-ความสัมพันธ์ระดับลึกซึ่งที่เรียกว่า”ความรัก” สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท โดยแต่ละประเภทก็มีลักษณะต่างกัน ดังนี้

รักแบบหลงใหล ปรกติจะอยู่เหนือการควบคุม เป็นเรื่องของอารมณ์ที่อยู่ภายในจิตใจมากกว่าเหตุผลทางสมอง มักกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองอย่างฉับพลันทันที พฤติกรรมระหว่างคู่

สัมพันธ์มักคาดการณ์แทบไม่ได้ การได้อยู่ร่วมกันเป็นประจำหรือการที่ได้มีความสัมพันธ์ทางเพศอย่างสม่ำเสมอจะทำให้ความตื้นตันที่เกิดจากความหลงใหลลดลง

รักแบบความจริง เป็นความรักที่พัฒนามาจากแบบแรก เกิดขึ้นทีละน้อยและอยู่ภายใต้การควบคุมของคนที่เกี่ยวข้อง มีการตอบแทนกันและกัน มองความสัมพันธ์ในลักษณะสมดุล

รักแบบเอื้ออาทร เป็นรักที่เกิดจากแรงจูงใจภายใน ซึ่งจะมีส่วนเพิ่มชีวิตชีวาให้กับความรักแบบที่สอง

พฤติกรรมที่สื่อให้เห็นว่าความสัมพันธ์ที่ “ลึกซึ้ง” นั้น เป็นได้ทั้งภาษาและท่าทาง โดยภาษานี้จะแสดงให้เห็นว่า คู่สัมพันธ์มีความใกล้ชิดกัน ทั้งกายและใจ จากการมองตา การใช้เวลาอยู่ร่วมกัน การยิ้ม การยื่นมือไปช่วย หรือการสัมผัสระหว่างกัน เป็นต้น บุคคลเลือกมีความสัมพันธ์กับใคร เป็นสิ่งที่นักจิตวิทยาสังคมให้ความสนใจมาก นักวิชาการในสาขานี้ได้พัฒนาทฤษฎีและข้อคิดเห็นเพื่อนำมาอธิบาย ดังนี้

1. ทฤษฎีอธิบายการเกิดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

1.1 ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน

ทฤษฎีนี้ได้อธิบายการเกิดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในรูปผลกำไร-ต้นทุน โดยที่ “กำไร” หมายถึง สิ่งที่เราได้จากการมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ขณะที่ “ต้นทุน” หมายถึง สิ่งที่ไม่น่าพึงพอใจในการสร้างความสัมพันธ์นั้น เช่น ความกลัว รู้สึกเบื่อหน่าย หวั่นวิตก เป็นต้น คนเราจะประเมิน “กำไร” จากความสัมพันธ์ โดยอาศัยมาตรฐาน 2 ประการ ประการแรก ได้แก่ การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ในอดีตกับปัจจุบัน และประการที่สอง คือการเปรียบเทียบกับทางเลือกอื่น ๆ ที่พวกเขามี ในข้อนี้หมายถึงว่า บุคคลจะเลือกสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นนั้นมักจะคำนึงแล้วว่าระหว่างคนต่าง ๆ ที่อยู่รายล้อมตัวเอง ใครจะทำให้ได้สิ่งที่พวกเขาต้องการมากที่สุด ไม่ว่าจะความสัมพันธ์ระหว่างคนปัจจุบันจะทำให้ได้ผลดีแค่ไหนก็ตาม หากบุคคลที่คิดว่า การสร้างความสัมพันธ์กับคนใหม่จะให้ผลลัพธ์ที่พวกเขาต้องการดีกว่า ก็มักมีแนวโน้มที่จะไปสร้างความสัมพันธ์กับคนใหม่แทน ในทางตรงข้ามแม้ความสัมพันธ์ในปัจจุบันจะทำให้ไม่พอใจขนาดไหนก็ตาม บุคคลจะยังคงความสัมพันธ์นั้นไว้ หากเปรียบเทียบแล้วว่าการไปสร้างความสัมพันธ์กับคนใหม่อาจทำให้ได้ผลลัพธ์ที่พวกเขาไม่ต้องการกว่าเดิม

1.2 ความคล้ายคลึงของเจตคติ

ทฤษฎีนี้อธิบายว่า ผู้ที่มีทัศนคติคล้ายกัน จะดึงดูดซึ่งกัน และมักเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์

1.3 การเพิ่มความแตกต่างให้สมบูรณ์

ในบางกรณีพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเกิดขึ้นได้ แม้ว่าพวกเขาจะมีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง โดยอธิบายด้วยหลักการของการเพิ่มความต่างให้สมบูรณ์ ซึ่งทฤษฎีนี้กล่าวว่า ลักษณะที่แตกต่างกันของบุคคลนั้น หากสามารถตอบสนองความต้องการของอีกฝ่ายหนึ่งได้ ความต่างจะกลายเป็นเหมือนแรงดึงดูดที่มีต่ออีกฝ่ายหนึ่งให้เข้ามาสร้างความสัมพันธ์ ทฤษฎีนี้สอดคล้องกับทฤษฎีแลกเปลี่ยน เนื่องจากลักษณะของอีกฝ่ายหนึ่งจะถือว่า เป็น“กำไร”

การเปรียบเทียบทางสังคม

ทฤษฎีนี้อธิบายว่า คนเราแต่ละคนมีความต้องการที่จะประเมินตัวเอง ดังนั้นจึงต้องการทดสอบกับคนอื่น ๆ เพื่อต้องการที่จะทราบว่าสิ่งที่เรามีหรือที่เราคิดนั้นสอดคล้องกับความเป็นจริงที่เกิดขึ้นทางสังคมหรือไม่ และการที่จะกระทำเช่นนี้ได้จำเป็นที่จะต้องสร้างความสัมพันธ์และมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ

1.4 ตัวแบบเสริมแรง

ทฤษฎีนี้เสนอว่า แรงดึงดูดระหว่างบุคคลนั้น ส่วนหนึ่งมาจากประสบการณ์ที่พวกเขาเคยประสบหรือเคยได้รับมา ทฤษฎีนี้เสนอว่า คนเราจะชอบบุคคลที่มีความสัมพันธ์อยู่กับสิ่งแวดล้อมที่ทำให้เรากลับใจ นักทฤษฎีนี้ตั้งข้อเสนว่า ปฏิกริยาซึ่งเป็นความชอบพอที่เราจะตอบสนองต่อบุคคล หรือวัตถุเกิดขึ้นได้โดยการวาง“เงื่อนไข”ในแง่ของพื้นที่หรือเวลา ตัวอย่างเช่น เราอาจมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อใครคนหนึ่งได้เพียง เพราะเขาปรากฏตัวอยู่ในขณะที่เรามีประสบการณ์ที่น่ายินดีและพึงพอใจ

ขั้นตอนการเกิดความสัมพันธ์

ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์เกิดขึ้นอย่างมีเงื่อนไข และเงื่อนไขที่สำคัญที่สุด คือ *ท่าที* และ*ความรู้สึก*ที่เราแสดงต่ออีกฝ่ายหนึ่ง ท่าทีเหล่านี้มีผลต่อการเกิดและการสิ้นสุดความสัมพันธ์ระหว่างกันและกัน ซึ่งกระบวนการเกิดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้นเป็นไปตามขั้นตอน ดังนี้

1. การเริ่มความสัมพันธ์

มีปัจจัยรายล้อมจำนวนมากที่มีอิทธิพลต่อการเริ่มความสัมพันธ์ แต่ที่ได้รับความสนใจมากที่สุด คือ การมีลักษณะทางกายที่ดึงดูดใจและคล้ายคลึงกัน ความถี่หรือความบ่อยครั้งของการได้พบปะกัน เป็นต้น

2. การสร้างความสัมพันธ์

ขั้นตอนที่สองเป็นขั้นตอนที่ยากจะระบุได้อย่างชัดเจน แต่โดยทั่วไปจะเกิดใน 2 ลักษณะ คือ เกิดทีละน้อยตามระยะเวลาของการที่พวกเขาได้ติดต่อกัน และมีเหตุการณ์วิกฤตเกิดขึ้น และเมื่อเกิดความสัมพันธ์ขึ้นมาแล้ว ทั้งสองฝ่ายจะเพิ่มปริมาณของความสัมพันธ์ขึ้นเรื่อย ๆ เช่น อาจทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน ใช้เวลาอยู่ร่วมกันให้มากยิ่งขึ้น มีการป้องกันตัวเองน้อยลง กล่าวที่จะบอกถึงความต้องการของตนเองมากขึ้น และเริ่มรู้สึกสนิทกัน สามารถสื่อสารกันทั้งในเรื่องที่เป็น”ส่วนตัว” ซึ่งไปไกลกว่าการคุยกันตามมารยาทที่ควรทำ

3. การกระชับความสัมพันธ์

ในขั้นนี้ต่างฝ่ายต่างพยายามแสวงหาวิธีรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยการรักษาความน่าสนใจในการอยู่ร่วมกันให้มากขึ้น เรียนรู้นิสัยใจคอของอีกฝ่าย ในขณะที่เดียวกันก็พัฒนานิสัยบางอย่างของตัวเอง เพื่อตอบสนองและปรับตัว ซึ่งทั้งสองฝ่ายต้องทำเช่นนี้ด้วยกัน ความสัมพันธ์จึงจะเริ่มงอกงาม จนพวกเขาสามารถรับรู้ได้ เริ่มมีพันธะในการคบหากันในลักษณะของการเอื้อประโยชน์ให้กับอีกฝ่าย แนวคิดทั้งหมดทำให้มองเห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์แปรเปลี่ยนได้เป็นระยะ หากเป็นไปตามขั้นตอนความสัมพันธ์จะก้าวคืบหน้าไปจนความสัมพันธ์นั้นกระชับแน่นแนบ ในทางตรงข้ามหากขั้นตอนนี้หมุนย้อนกลับความสัมพันธ์จะเสื่อมคลายลงและอาจมาถึงขั้นตอนที่ 4 คือ การจบสิ้นความสัมพันธ์

4. การจบความสัมพันธ์

เรื่องจริงที่พิสูจน์ได้อย่างหนึ่งในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล คือ มีการเริ่มต้น และมีการสิ้นสุด โดยที่การสิ้นสุดความสัมพันธ์มักตามมาด้วยความรู้สึกทางลบ หรือความขัดแย้ง ในการจบความสัมพันธ์มีขั้นตอนที่เข้ามาเกี่ยวข้องดังนี้ (Duck, 1982)

1.1 ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งรู้สึกว่ามีปัญหาเกิดขึ้นในความสัมพันธ์

1.2 อีกฝ่ายหนึ่งจะเริ่มตั้งข้อสงสัยให้อีกฝ่ายทราบถึงความรู้สึก

นั้น

1.3 คู่สัมพันธ์เผชิญหน้ากับปัญหาอันอาจนำไปสู่การปรับ

ความเข้าใจกันหรือความขัดแย้ง

1.4 หากไม่สามารถปรับความเข้าใจกันได้จะมีการหันไปหา

ฝ่ายที่สาม ซึ่งตรงจุดนี้จะมีการเข้าข้างหรือแยกฝ่าย

1.5 ทั้งสองฝ่ายรู้ว่าความสัมพันธ์สิ้นสุดลงจึงอาจตัดสินใจยุติความสัมพันธ์หรือปรับ รูปแบบความสัมพันธ์ใหม่

อย่างไรก็ตามไม่ว่าความสัมพันธ์ของคนเราจะเป็นประเภทใด นักจิตวิทยาส่วนใหญ่ให้คะแนนว่าเป็นเพียงความสัมพันธ์ชั่วคราวเท่านั้น เมื่อเวลาผ่านไปความสัมพันธ์จะแปรเปลี่ยนระดับหรืออาจสิ้นสุดลง ซึ่งเราเองเริ่มที่จะเรียนรู้เรื่องของมนุษย์สัมพันธ์ไปอีกขั้นแล้ว

2. ทฤษฎีลดความไม่แน่นอน ความไม่แน่ใจ (Uncertainty Reduction Theory)

จากแนวคิดของชาลส์ เบอร์เกอร์ (Charles Berger) และคณะ ได้แก่ ริชาร์ด คาลา บริส และ เจมส์ บราดา (Richard Calabrese and James Bradac อ้างถึงใน Littlejohn, 1996) สารสำคัญของทฤษฎีนี้อยู่บนสมมติฐานพื้นฐานในเรื่องเหตุและผลของการสื่อสารเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ โดยอธิบายว่า คนเราต้องการอยู่ในสถานการณ์ที่คิดว่าสามารถควบคุมมันได้และสามารถคาดเดาลี้ต่าง ๆ ที่มีแนวโน้มเกิดขึ้นได้ด้วย ดังนั้น เมื่อเราเผชิญหน้ากับความไม่แน่ใจ เราจะถูกผลักดันให้เกิดการแสวงหาข้อมูลจากกันและกัน เพื่อลดความไม่แน่ใจที่เกิดขึ้นนั้นลง ทฤษฎีลดความไม่แน่ใจได้อธิบายเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาที่สำคัญ สองประการ ที่จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธ์ คือ การตระหนักในตนเองหรือการรู้จักตัวเอง และความรู้เกี่ยวกับผู้อื่น (ดังรายละเอียดต่อไปนี้)

a. การตระหนักในตนเองหรือการรู้จักตนเอง ผลงานวิจัยทางจิตวิทยาสังคมของเบอร์เกอร์ระบุว่า การตระหนักรู้ตนเองของคนแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันออกไปตามลักษณะคนแต่ละคนและยังแตกต่างกันไปตามแต่ละสถานการณ์อีกด้วย เบอร์เกอร์ระบุว่า คนแต่ละคนมีการตระหนักรู้ตนเองในสองลักษณะ คือ การตระหนักรู้แบบ *objective self-awareness* เป็นลักษณะการให้ตนเองเป็นศูนย์กลางมากกว่าสิ่งอื่น ๆ ที่แวดล้อม และการตระหนักรู้ในลักษณะการให้ความสำคัญกับสิ่งรอบข้างมากกว่าตนเองที่เรียกว่า *subjective self-awareness* ตัวอย่างเช่น เมื่อเวลาที่ต้องกล่าวคำปราศรัยบางอย่างบนเวที ในขณะที่นั้นจิตใต้สำนึกของเราจะบอกเราว่าผู้ฟังกำลังจ้องมองมา สภาพการณ์ดังกล่าวเราจะรู้สึกให้ความสำคัญกับความเป็นตัวตนของเรา หรือมีการตระหนักรู้แบบ (*objective self-awareness*) มากกว่าในการพูดคุยกันเองระหว่างเพื่อนสนิทในวงสนทนา ซึ่งขณะนั้นความเป็นตัวตนของเราแทบไม่ได้รับความใส่ใจจากเราเองเท่าไร ผลงานวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า การที่คนเราให้ความสำคัญกับตนเองแบบ (*objective self-awareness*) นี้เป็นเรื่องปกติธรรมดา โดยที่การรู้จักหรือให้ความสำคัญกับตนเองของคนแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันไปตามสถานการณ์หรือ

บรรทัดฐานของสังคม คนบางคนอาจให้ความสำคัญกับความเป็นตัวตนของตนเองมาก แต่บางคนก็อาจไม่ใส่ใจ การตระหนักรู้ในตนเองและการให้ความสำคัญกับตนเองที่แตกต่างกันของบุคคลจะมีความเกี่ยวข้องกับการติดตามตรวจสอบตัวเอง มากน้อยแตกต่างกัน คนที่ให้ความสำคัญกับตนเองสูงจะมีระดับการตรวจสอบตัวเองสูงกว่าปกติ และมักจะระมัดระวังเกี่ยวกับการสร้างความประทับใจให้กับผู้อื่น ก่อนข้างอ่อนไหวกับปฏิกิริยาตอบกลับของผู้อื่นและพยายามปรับพฤติกรรมตัวเองให้เข้ากับผู้อื่น ในขณะที่ผู้ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งรอบข้างมากกว่า จะมีการตรวจสอบตัวเองต่ำมากกว่า และให้ความสำคัญกับการทำให้ผู้อื่นประทับใจน้อยกว่า

2.2 ความรู้เกี่ยวกับผู้อื่น การสื่อสารระหว่างบุคคล นอกจากจะเป็นเครื่องมือสำคัญทั้งในส่วนที่เป็นการสร้างความรู้เกี่ยวกับตัวเอง การสื่อสารระหว่างบุคคลยังเป็นเครื่องมือในการหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้อื่นที่เราสนใจ ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อลดความไม่แน่ใจ ว่าเป็นตัวแปรสำคัญ ในการพัฒนาความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้น เบอร์เกอร์อธิบายว่า เมื่อเราพบคนแปลกหน้าเรามักมีความต้องการอย่างมากที่จะลดความไม่แน่ใจอันเกิดจากความไม่รู้จักบุคคลนั้นมาก่อนด้วยการพยายามหาข้อมูลเกี่ยวกับเขา เบอร์เกอร์เสนอว่า ในขณะที่เผชิญหน้ากับคนที่แปลกหน้าที่ก่อให้เกิดความรู้สึกลำบาก ยุ่งยากใจอันเนื่องมาจากรู้สึกไม่แน่ใจนี้ ความไม่รู้จักทำให้เราไม่สามารถคาดเดาพฤติกรรมของบุคคลผู้นั้นได้ ในสถานการณ์เช่นนี้เรามักมีแรงจูงใจที่จะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับเขาให้มากขึ้น เพื่อที่จะพยายามลดความไม่แน่ใจต่าง ๆ นี้จึงนับเป็นมิติแรกของการสร้างความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น

การพัฒนาความสัมพันธ์ผ่านการสื่อสารที่มีแพลตฟอร์ม หรือแอปพลิเคชันเป็นสื่อกลาง

แอปพลิเคชัน (Application) คือ โปรแกรมประเภทหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานบนมือถือหรือแท็บเล็ตที่ใช้ระบบปฏิบัติการ Android และ iOS แอปพลิเคชันที่ถูกเขียนขึ้นมา มีความไม่ซับซ้อนมาก ใช้งานง่าย และตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้งาน นักวิชาการมองว่าการสื่อสารแบบใหม่ผ่านแอปพลิเคชันได้ลดทอนองค์ประกอบแวดล้อมของการปฏิสัมพันธ์รูปแบบเดิมออกไป เช่น การปรากฏตัว การสัมผัส ลักษณะกิริยาท่าทาง น้ำเสียง จนสุดท้ายเหลือเพียงแค่ตัวอักษรหรือสารที่ต้องการสื่อความเท่านั้น การขาดแคลนการสื่อสารจะพิจารณาจากบริบทของการใช้แอปพลิเคชัน หรือแพลตฟอร์มบนมือถือ แบ่งเป็น 3 รูปแบบสำคัญด้วยกัน

1. การปรากฏตัวทางสังคม หรือการติดต่อกันทันที มักจะเกี่ยวข้องกับการสนทนา ความรู้สึกสนิทสนมและมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน โดยพบว่า ยิ่งการสื่อสารมีการปรากฏตัวทางสังคมน้อยเท่าใด การสื่อสารนั้นจะเน้นไปที่เป้าหมายของการสื่อสารมากขึ้น ขณะเดียวกันในแง่ของความสัมพันธ์จะลด

น้อยถอยลง เพราะฉะนั้นการสื่อสารที่มีเทคโนโลยีเป็นศูนย์กลางจะมีความขาดแคลนด้านการปรากฏตัวทางสังคมน้อย

2. การไร้พยัคฆะ มองว่าการสื่อสารที่มีเทคโนโลยีเป็นศูนย์กลางนั้นเป็นการสื่อสารที่ไร้พยัคฆะทางอวัจนภาษา เช่น อากัปกิริยา การแสดงอาการ สีหน้า น้ำเสียง แม้แต่รูปร่างหน้าตา รวมไปถึงขาดจุดบ่งบอกทางสถานะต่างๆ เช่น บทบาทอาชีพ เพศ และอายุ จึงทำให้การสื่อสารดังกล่าวดูไม่เป็นธรรมชาติ และเกิดความผิดพลาดได้ง่าย อาจส่งผลต่อการเข้าใจผิด

3. ความรู้มรรยของสื่อ กล่าวถึงในแง่ของจิตความสามารถในการถ่ายทอดนัยยะออกไปในการสื่อสาร ความสามารถในการตอบโต้อีกฝ่ายในทันที การพูดคุยกันอย่างเป็นธรรมชาติ และการเน้นที่ความเป็นส่วนตัว กล่าวคือ ยิ่งเป้าหมายของการสื่อสารมีความซับซ้อนมากเท่าไร สื่อที่ถูกใช้ส่งสารนั้นจะต้องมีความรู้มรรยของสื่อมากขึ้นเท่านั้น อย่างไรก็ตามการขาดความรู้มรรยของสื่อในบางกรณีก็ก่อให้เกิดประโยชน์เช่นกัน เช่นกรณีที่ต้องการหลีกเลี่ยงอาการประหม่า ทำให้ผู้ส่งสารนั้นรู้สึกสบายใจและกล้าที่จะสื่อสารกับอีกฝ่ายมากยิ่งขึ้น

Boyd และ Ellison (2008) ให้นิยามเครือข่ายสังคมออนไลน์ ว่าหมายถึงรูปแบบการสื่อสารที่อนุญาตให้ผู้ใช้ 1.สามารถสร้างประวัติของตัวเองแบบเปิดเผย หรือกึ่งเปิดเผยต่อสาธารณะได้ 2.เชื่อมโยงรายชื่อผู้ใช้งานอื่นๆที่ใช้เครือข่ายร่วมกันได้ 3.ตรวจสอบความเชื่อมโยงของคนอื่นๆในระบบได้

งานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “Mobile dating in the digital age: computer-mediated communication and relationship building on tinder” โดย Ray, Kate และ Vanessa (2015) เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาว่าทำไมผู้คนถึงเลือกใช้ Tinder (Dating Application) โดยศึกษาจากประชากรที่ใช้ Mobile Dating Application จากการแจกแบบสอบถามออนไลน์ปลายเปิด 30 คำถาม ภายในเขตของมหาวิทยาลัย Texas State University ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 578 คน อายุระหว่าง 18-24 ปี มีจำนวน 38 ที่ใช้ Tinder ในการเริ่มต้นความสัมพันธ์ จากการวิจัยพบว่า เพศ ของทั้งผู้ชายและผู้หญิงส่งผลต่อความเข้าใจในเรื่องของการใช้ Dating Application โดยเฉพาะในเพศชาย ที่เชื่อว่ารูปแบบการ design ของ Tinder เน้นที่การสร้างความสัมพันธ์ระยะสั้น หรือการตอบสนองเรื่องของเพศสัมพันธ์ของผู้ใช้งาน ในขณะที่เพศหญิง จะใช้ Tinder เพื่อมองหาความสัมพันธ์ระยะยาว

งานวิจัยเรื่อง “Online dating application and the use and gratifications theory” โดย Linsey (2017) ศึกษาว่าเหตุใดผู้คนในยุคสมัยใหม่ เลือกที่จะใช้ Dating Application โดยศึกษาจาก

กลุ่มประชากรที่ใช้ Tinder และ Bumble โดยการใช้แบบสอบถามจำนวน 190 คน อายุมากกว่า 18 ขึ้นไป ทางตะวันตก Washington University งานวิจัยต้องการศึกษาโดยใช้ รูปแบบ ของทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ(The use and gratifications theory) และต้องการศึกษาว่าเพศส่งผลต่อการตอบสนองในการใช้ Dating application อย่างไร โดยจากการวิจัยโดยใช้รูปแบบของทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ(The use and gratifications theory) พบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่ใช้เพื่อที่ความต้องการหาความใส่ใจหรือความสนใจจากคู่สนทนาของตนเอง หากความมั่นใจในตัวเอง และเพื่อใช้เวลาว่าง โดยพบว่าการใช้ Dating Application เป็นทางเลือกที่ดีในการใช้เพื่อมองหาปฏิสัมพันธ์ และพบว่าเพศมีผลต่อการตอบสนองในการใช้ Dating application อย่างเปิดเผยโดยพบว่าเป็นเรื่องปกติที่ผู้คนที่ใช้ Dating Application แม้ว่าเพศหญิงจะมองหาความสัมพันธ์ระยะยาว ในขณะที่ผู้ชายสนใจเรื่องความสัมพันธ์ระยะสั้นเพียงชั่วข้ามคืน

งานวิจัยเรื่อง “Attitude toward online dating and the perceived threat it poses to the future of long term relationships” เพื่อศึกษาว่าทัศนคติของผู้คนในการใช้ Dating Application เพื่อมองหาความสัมพันธ์ระยะยาว ในประเทศไอร์แลนด์ อายุระหว่าง 18-39 ปี จำนวน 191 ตัวอย่างงานวิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม โดยการอ้างอิงจากอายุ คือวัยผู้ใหญ่ช่วงต้น และวัยผู้ใหญ่ช่วงปลาย โดยการศึกษาวิจัยแบบการแจกแบบสอบถาม พบว่าวัยผู้ใหญ่ช่วงปลายจะมีทัศนคติในเชิงบวกเกี่ยวกับการมองหาความสัมพันธ์ระยะยาวจาก Dating Application มากกว่าในวัยผู้ใหญ่ช่วงต้น

งานวิจัยเรื่อง “Attitude towards mobile dating applications of thai users ” เพื่อศึกษาทัศนคติทั้งในด้านบวกและลบต่อการใช้ Dating applications ของคนไทย ที่มีอายุระหว่าง 23-34 ปี และใช้เวลาในการเล่น Dating applications กว่า 3 เดือนขึ้นไป งานวิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 30 ข้อ โดยแบ่งเป็นเพศชาย 15 คน เพศหญิง 15 คน โดยพบว่า 54% ที่ใช้ Dating applications ยังโสด 3% หย่าร้าง อีก 12% อยู่ในสถานะมีคนรู้ใจแล้ว จากการสัมภาษณ์พบว่าใช้ Dating applications เพื่อหาคนรู้ใจระยะยาว บางกลุ่มต้องการแค่รู้จักคนใหม่ๆ และบางกลุ่มสนใจเพียงความสัมพันธ์ระยะสั้นเพียงชั่วข้ามคืน และเพศหญิงมีทัศนคติต่อ Dating applications ในเชิงบวกมากกว่าเพศชาย

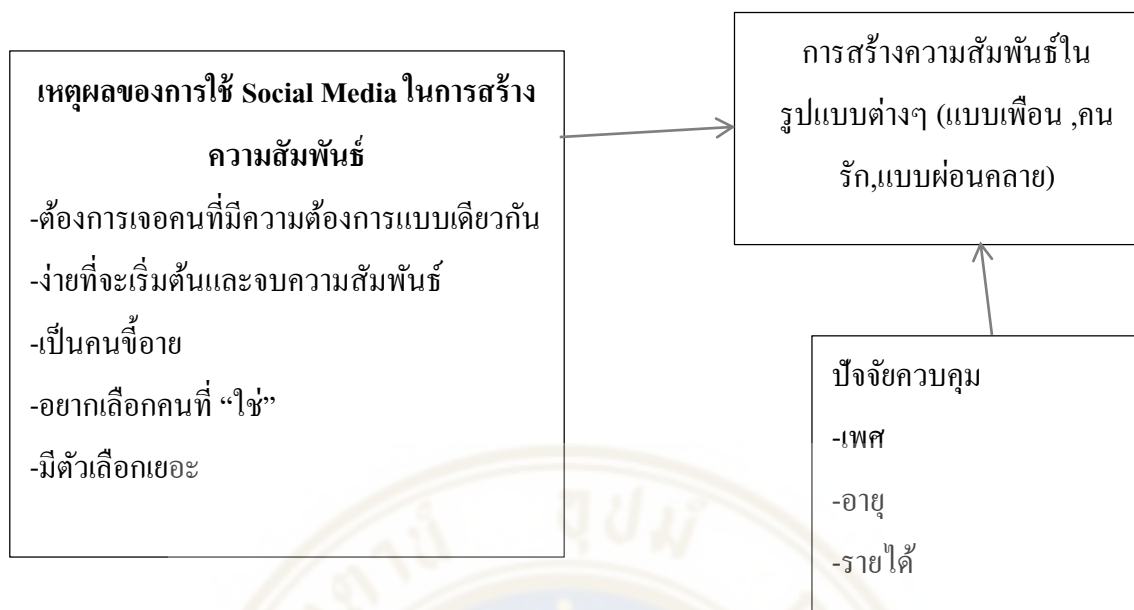
งานวิจัยเรื่อง “Tinder Tales: An Exploratory Study of Online Dating Users and Their Most Interesting Stories” เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ที่ใช้และไม่ใช้แอปพลิเคชันหาคู่ ในที่นี้คือ Tinder รวมถึงการกลั่นกรองประสบการณ์ ทัศนคติ ที่ได้รับของผู้ใช้งานแต่ละคน ผู้ใช้แอปพลิเคชันหาคู่มีประสบการณ์เชิงลบเกี่ยวกับการโดนติดตาม และมีแนวโน้มที่จะถูกรุกรานความเป็นส่วนตัว นอกจากนี้การแบ่งปันหรือถ่ายทอดประสบการณ์ที่ทำร่วมกันยังไม่มีความปลอดภัยชัดเจน โดยงานวิจัยดังกล่าวผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยออกเป็น สำหรับผู้ใช้และไม่ใช้

แอปพลิเคชันหาคู่ โดยสมมติฐานตั้งไว้ว่า บุคคลที่ตัวเองติดต่อด้วยบนแอปพลิเคชันจะมีความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงเมื่อพวกเขาพบเจอกันกับเปรียบเทียบกับคนที่ไม่ใช่แอปพลิเคชันหาคู่ ผลเป็นจริงตามนั้น ส่งผลให้ท้ายที่สุดแล้วผู้ใช้งานแอปพลิเคชันที่มองหาความสัมพันธ์ระยะยาวมีแนวโน้มที่จะใช้น้อยลง เนื่องจากผลลัพธ์ที่กลุ่มตัวอย่างทั้งสองพบเจอกล้ายคลึงกันคือผู้เล่นส่วนใหญ่มักมีทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องเพศเพื่อมองหาเพียง Partner หรือคู่ขาชั่วคราว เพราะพื้นฐานของแอปพลิเคชันแม้ว่าจะอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกัน แต่ก็ไม่สามารถระบุตัวตนอย่างชัดเจนของพวกเขาได้ ทำให้ท้ายที่สุดแล้วจะส่งผลต่อการละเมิดความเป็นส่วนตัวในด้านต่างๆ รวมถึงเรื่องเกี่ยวกับเพศของผู้ใช้งานเมื่อพวกเขาติดต่อสื่อสารหรือพบเจอกัน

งานวิจัยเรื่อง “The association of the availability of offline gay scenes and national tolerance of homosexuality with gay and bisexual men’s sexual online dating behavior” เป็นการศึกษาเรื่องราวของเพศทางเลือก โดยพบว่าแอปพลิเคชันเดทติงออนไลน์ช่วยอำนวยความสะดวกในการมองหาเป้าหมายในกลุ่มที่ตรงกับรสนิยมของตัวเอง และใช้มันเพื่อมองหามิตรภาพที่เกิดจากความสัมพันธ์ทางเพศมากกว่าประเด็นความสัมพันธ์ในด้านอื่นๆ โดยเฉพาะในประเทศที่ค่อนข้างปิดกั้นอิสระทางเพศสภาพของพวกเขามีแนวโน้มจะใช้งานแอปพลิเคชันเดทติงออนไลน์สูงกว่าประเทศที่มีเสรีภาพในเรื่องของสถานภาพทางเพศ

กรอบแนวคิดเรื่อง”พฤติกรรมของคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดทติงออนไลน์”

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งแสวงหาคำตอบของคนที่ต้องการเข้าใจว่าอะไรเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการปรากฏการณ์นี้การใช้เดทติงออนไลน์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ภายใต้งैอนใจของแต่ละคน ไม่ว่าจะสถานภาพทางสังคม ความรู้ และปัจจัยพื้นฐานด้านอื่นๆ ที่เอื้อให้เกิดกิจกรรมการใช้แอปพลิเคชันจนนำไปสู่การพัฒนาความสัมพันธ์ทั้งในการมองหาเพื่อน หรือ สังคมใหม่ๆ อาจรวมถึงการเกิดความสัมพันธ์ทางกายและจิตใจทั้งระยะสั้นและระยะยาว การศึกษานี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นเพื่อหาความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้ Social media platform ในเรื่องของการสร้างความสัมพันธ์บนโลกออนไลน์ของคนในยุคสมัยใหม่ที่เหมือนจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น



ภาพที่ 2.1 แสดงความสัมพันธ์ของเหตุผลของการใช้เคตติ้งออนไลน์ต่อการสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบเพื่อน,แบบคนรัก,แบบเพื่อนคลาย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง“พฤติกรรมของคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบศึกษาการรวบรวมข้อมูล ณ ช่วงเวลาหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการบรรยายถึงสภาพการณ์ที่เป็นอยู่ และความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ทางสังคมวิทยาหรือจิตวิทยา เพื่ออธิบายและสรุปผลของประชากรวัยทำงานอายุระหว่าง 24-40 ปี จำนวน 400 คน

คำถามงานวิจัย จากการที่ได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษาและศึกษาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องในบทที่ 1 และบทที่ 2 นั้น งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ต่อคำถามสองข้อหลักดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงรายละเอียดเพื่ออธิบายคำถามงานวิจัยและสมมติฐานงานวิจัย

คำถามงานวิจัย	สมมติฐานงานวิจัย
R1:ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์	H1:เพศมีผลต่อการสร้างความสัมพันธ์การสร้างความสัมพันธ์ในแบบเพื่อน,แบบคนรัก,แบบเพื่อนคลาย
R2:เหตุผลของการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ส่งผลต่อการพัฒนาความสัมพันธ์ในรูปแบบเพื่อน คนรัก และเพื่อนคลาย	H2:การคาดหวังว่าจะเจอคนในรูปแบบเดียวกันส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ H3:ความง่ายที่จะเริ่มต้นและจบความสัมพันธ์ส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ H4:การมีพื้นฐานเป็นคนขี้อายส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ H5:การเลือกคนที่คิดว่า“ใช่”ส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ H6:การมีตัวเลือกเยอะส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิง ตั้งแต่ อายุ 24-45 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่อยู่ในช่วงวัยทำงาน โดยจะคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาและมีประสบการณ์พบเจอกับคู่นัดหมายในแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

- จากข้อมูลทางสถิตินั้น ทำให้ทราบว่าจำนวนประชากรของกลุ่มเป้าหมาย 8,450,900

คน

ดังนั้นจะใช้สูตรการคำนวณตามวิธีของ Yamane (1973)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นในรูปของสัดส่วน (ใช้ที่ 0.05 หรือความเชื่อมั่นที่ระดับ 95%)

$$\text{ดังนั้น } n = \frac{8,450,900}{1 + (8,450,900)(0.05)^2}$$

$$= 399.98 \text{ ตัวอย่าง หรือ } 400 \text{ ตัวอย่าง}$$

ตัวแปรที่ใช้ศึกษา

ตัวแปรต้น ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ของคนวัยทำงาน ดังนี้

-ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางสังคม ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

-ลักษณะการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ ได้แก่ ความถี่ในการใช้ช่วงเวลาในการใช้และอิทธิพลของการเลือกคู่สนทนา

ตัวแปรตาม ได้แก่ จุดประสงค์ของการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์และระยะเวลาที่คาดหวังกับคู่สนทนา

-หาคู่ / หาแฟน

-สร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ๆ

-แก้เบื่อ ฆ่าเวลา เมื่อรู้สึกเหงา

-หาเพื่อน / คนรู้จัก

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ มีดังนี้

-ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ จากสื่อออนไลน์ และงานวิจัยที่เคยมีการศึกษามาบางส่วน

-สร้างแบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ของคนวัยทำงาน โดยผู้วิจัยได้ดัดแปลงจากงานวิจัยที่ผ่านมา เพื่อให้เข้ากับรูปแบบของคนวัยทำงาน

-ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย โดยการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ กับกลุ่มลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาจำนวน 30 คน

2. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ตอบแล้วบันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์

3. ทำการประเมินผลวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเพื่อหาสัมประสิทธิ์แอลฟาเพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่มีค่าเท่ากับ 0.95

แบบสอบถามเรื่อง "พฤติกรรมของคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์" มีลักษณะของข้อคำถาม ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด

ส่วนที่ 2 ลักษณะการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์

ส่วนที่ 3 จุดประสงค์ของการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจและความต้องการด้านอื่นๆ ที่มีต่อแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์

ลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ คือ

1 หมายถึงระดับความพอใจ และความต้องการใช้น้อยที่สุด

2 หมายถึงระดับความพอใจ และความต้องการใช้น้อย

3 หมายถึงระดับความพอใจ และความต้องการใช้ปานกลาง

4 หมายถึงระดับความพอใจ และความต้องการใช้มาก

5 หมายถึงระดับความพอใจ และความต้องการใช้มากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อหาค่าต่างๆ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐาน เช่น เพศ อายุ สถานภาพทางสังคม วุฒิการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คำนวณหาค่าความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 2 ลักษณะการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ เช่น ความถี่ในการใช้ ช่วงเวลาในการใช้ และอิทธิพลของการเลือกคู่สนทนา คำนวณหาค่าความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 3 จุดประสงค์ของการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ หาเพื่อนคุย สังสรรค์ หาคนรู้จักหรือแฟน หาFWB หาONS ฝึกภาษาคำนวณหาค่าความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจและความต้องการด้านอื่นๆ ที่มีต่อแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ คำนวณหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เมื่อกำนวณหาค่าเฉลี่ยในส่วนที่ 3 และ 4 แล้วนำมาตีความหมายได้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1-1.49 ความหมาย น้อยที่สุด

1.5-2.49 ความหมาย น้อย

2.5-3.49 ความหมาย ปานกลาง

3.5-4.49 ความหมาย มาก

4.5-5.00 ความหมาย มากที่สุด

วิธีในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อกับบุคคลที่เคยพบเจอกันผ่านเดตติ้งแอปพลิเคชันเพื่อเก็บข้อมูล

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่อยู่ในรูปของ Google form ไปฝากไว้ในกลุ่ม/ห้องสนทนา/แอปพลิเคชันเดตติ้ง

2.1 ฝากแบบสอบถามไว้ในกลุ่มของ “รวมคนโสดสายฟลอป รั้งหล่อ งานดีจากแอพหาคู่ Tinder Bamboo” สมาชิกราว 26,000 คน

2.2 ฝากแบบสอบถามไว้ในกระทู้ออนไลน์ของเว็บไซต์สังคมออนไลน์ pantip.com แท็กห้อง ความรักวัยรุ่น,ศาลาคนโสด,งานวิจัย ,งานวิทยานิพนธ์

โดยได้ทำการกระตุ้นการตอบสนองต่อแบบสอบถามโดยการทำแคมเปญ”1 Submit ของท่าน มูลค่าเท่ากับ

4 บาทกับโครงการบริจาคอาหารเปียกให้แมวจรจำนวน 3 ลัง/144 กระป๋อง กับทางเพจ Cat Recipes”

2.3 ฟลักแบบสอบถามไว้ใน Profile ส่วนที่อธิบายข้อมูลส่วนตัว ในแอปพลิเคชันอย่าง Tinder,Bamboo,Omi,Facebook dating

3. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากแหล่งข้อมูลดังกล่าวข้างต้น นำวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปอย่าง SPSS เพื่อหาค่าการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายถึงลักษณะของข้อมูลพื้นฐานทั่วไป โดยนำเสนอออกมาในรูปของค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division)

2. ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์โดยการใช้เครื่องมือเทคนิคในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Compare mean t-test sample) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Variance Analysis)

การแปลผลคะแนนจากแบบสอบถาม

การแปลผลจากคะแนนของแบบสอบถาม โดยเกิดจากการรวมคะแนนที่เป็น Rating Scale แล้วนำค่าเฉลี่ยมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ซึ่งขอบเขตของเกณฑ์การพิจารณาจากคะแนนเฉลี่ยในการแปลผลตามความหมายของข้อมูลที่กำหนดไว้ทั้งหมด 5 ระดับ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{7} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวจึงนำมากำหนดระดับของความคิดเห็นต่อการกำหนด Rating ของแบบสอบถามพฤติกรรมของคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดทติ้งออนไลน์ ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 1-1.8 ความหมาย น้อยที่สุด
- 1.9-2.6 ความหมาย น้อย
 - 2.7-3.4 ความหมาย ปานกลาง
 - 3.5-4.2 ความหมาย มาก
 - 4.3-5.00 ความหมาย มากที่สุด

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของ มาตรวัด (Reliability)

และการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

การสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยได้มีการประยุกต์การสร้างแบบสอบถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ทำการทดสอบใน 2 ประเด็น คือ การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ดังต่อไปนี้

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาจากการทบทวนงานวิจัยในก่อนหน้ามาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับบริบทของความเป็นวัฒนธรรมไทย เพื่อจัดทำแบบสอบถามและนำแบบสอบถามดังกล่าวไปทดสอบกับผู้ใช้งานเพื่อทดสอบความเที่ยงตรง ความครบถ้วนของประเด็นในการศึกษา และความสอดคล้องของเนื้อหางานวิจัย

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

เพื่อให้เกิดความแน่ใจว่าการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างเป็นความจริงทุกประการ รวมทั้งรูปแบบคำถามมีความเที่ยงตรงทางสถิติ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบแบบสอบถามก่อนการนำไปเผยแพร่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล มีการพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบคอัลฟา (Cronbach's Coefficient Alpha) ของประเด็นการศึกษาใน 3 ด้าน โดยค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบคอัลฟาที่ได้ควรมีค่าที่ 0.7 ขึ้นไป จึงถือว่ายอมรับได้

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งแอปพลิเคชัน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการเลือกใช้อุปเดตติ้งออนไลน์กับการสานสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ความสัมพันธ์แบบเพื่อน แบบคนรัก หรือเพื่อผ่อนคลาย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามมาวิเคราะห์และนำเสนอผลของการวิจัยรูปแบบของตารางประกอบกับคำบรรยาย โดยแบ่งการนำเสนอเป็น 2 ส่วนคือ

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการเลือกใช้อุปเดตติ้งออนไลน์กับการสานสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ทั้งในรูปแบบของเพื่อ คนรัก หรือเพื่อผ่อนคลาย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ โดยมีรายละเอียดของข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงค่าร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	ร้อยละ
หญิง	0.6
ชาย	0.34
เพศทางเลือก	0.06
อายุ	ร้อยละ
24-27 ปี	0.23
28-31 ปี	0.33
32-35 ปี	0.25
36-39 ปี	0.09
40-45 ปี	0.1

ระดับการศึกษา	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.1
ปริญญาตรี	0.46
ปริญญาโท	0.43
สถานภาพ	ร้อยละ
โสด	0.91
อยู่ด้วยกันโดยไม่แต่งงาน	0.03
หม้าย/แยกทาง/หย่าร้าง	0.06
รายได้	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	0.1
15,001-25,000 บาท	0.4
25,001- 35,000 บาท	0.18
35,001-45,000 บาท	0.06
45,001 – 55,000 บาท	0.05
55,001-65,000 บาท	0.04
75,001-85,000 บาท	0.03
85,001-95,000 บาท	0.03
95,000 บาทขึ้นไป	0.11
ความถี่ในการใช้งาน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	0.53
1-3 ชั่วโมงต่อวัน	0.37
4-6 ชั่วโมงต่อวัน	0.01
มากกว่า 6 ชั่วโมงต่อวัน	0.09
ใน Smart phone มีแอปพลิเคชันที่เกี่ยวกับ"เดทติง"อะไรบ้าง	ร้อยละ
tinder	0.46
Facebook Dating	0.19
Kooup	0.13
Bumble	0.03
Omi	0.1
Other	0.1

วัตถุประสงค์อะไร	ร้อยละ
หาคู่ / หาแฟน	0.44
สร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ๆ	0.05
แก้เบื่อ ฆ่าเวลา เมื่อรู้สึกเหงา	0.32
หาเพื่อน / คนรู้จัก	0.19
เหตุผลใดที่ทำให้คุณใช้เดทติงออนไลน์	ร้อยละ
ง่ายที่จะเริ่มต้นและจบความสัมพันธ์	0.24
ง่ายที่จะเจอคนที่ต้องการในแบบเดียวกัน	0.19
รู้สึกว่ามีตัวเลือกเยอะกว่า	0.25
พื้นฐานเป็นคนที่ย้อาย และเก็บตัว	0.13
สามารถเลือกคนที่รู้สึกว่าจะ"ใช่"เข้ามาในชีวิตได้	0.19

จากตารางที่ 4.1 พบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 403 คน เป็นเพศหญิงมากถึง 60% ในขณะที่เพศชายเป็น 34 % และเพศทางเลือก 6% ตามลำดับ

ในด้านอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ในช่วงอายุ 28-31 ปี เป็น 33 % ช่วงอายุ 32-35 ปี เป็น 25% ช่วงอายุ 24-27 ปี เป็น 23 % ช่วงอายุ 36-39 ปี เป็น 9% และลำดับสุดท้ายช่วงอายุ 40-45 ปี เป็น 1%

ในด้านการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปริญญาตรีอยู่ที่ 46% ระดับปริญญาโท 43% และต่ำกว่าปริญญาตรี 1% ตามลำดับ

ในด้านสถานภาพทางสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าอยู่ในสถานะโสด 91% สถานะ หม้าย/แยกทาง/หย่าร้าง 6 % และอยู่ด้วยกันโดยไม่แต่งงาน 3%

ในด้านรายได้ ขออธิบายผลในช่วง 4 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพบว่า มีรายได้ระหว่าง 25,001- 35,000 บาท เป็น 18% ช่วงรายได้ 95,000 บาทขึ้นไป เป็น 11 % และ 35,001-45,000 บาท เป็น 6% ช่วงรายได้ 45,001 – 55,000 บาท เป็น 5 % ตามลำดับ

ในด้านความถี่ในการใช้งาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้งานน้อยกว่า 1 ต่อวัน เป็น 53 % ใช้งานระหว่าง 1-3 ชั่วโมงต่อวัน เป็น 37% มากกว่า 6 ชั่วโมงต่อวัน เป็น 9% และ 4-6 ชั่วโมงต่อวัน เป็น 1 %

ในด้านการใช้แอปพลิเคชัน ขออธิบาย 3 อันดับของแอปพลิเคชันที่มียอดการใช้งานสูงสุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้ แอปพลิเคชัน Tinder จำนวน 46% Facebook Dating 19% Kooop 13 % ตามลำดับ

ในด้านวัตถุประสงค์ของการใช้งาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้แอปพลิเคชันเดทติ้งออนไลน์เพื่อหาแฟน หาคู่ เป็น 44% ใช้เมื่อแก่เบื่อ ฆ่าเวลา และรู้สึกเหงา เป็น 32% หาเพื่อนใหม่ๆ เป็น 19% และความสัมพันธ์รูปแบบใหม่ๆ ที่ 5%

ในด้านเหตุผลของการใช้งาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้แอปพลิเคชันเดทติ้งออนไลน์ คิดว่ารู้สึกมีตัวเลือกเยอะ 25% ง่ายที่จะเริ่มต้นและจบความสัมพันธ์ 24% ง่ายที่จะเจอคนที่มีความต้องการในแบบเดียวกัน 19% สามารถเลือกคนที่ใช่เข้ามาในชีวิตได้ 19% และพื้นฐานเป็นคนขี้อายและเก็บตัว 13 %

4.2 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

เมื่อพิจารณาจำนวนกลุ่มตัวอย่างต่อคำถามที่จะนำมาวิเคราะห์ ตามคำแนะนำของ Hair(2010) ซึ่งได้กำหนดอัตราส่วนขั้นต่ำ คือ 1 แบบสอบถามต่อ 5 กลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดอัตราส่วนสำหรับการตอบแบบสอบถามที่เหมาะสมต่อ 1 แบบสอบถามคือ 30 คน โดยในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนของข้อคำถามทั้งสิ้น 49 ข้อ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 40- คน

กลุ่มตัวแปรที่ 1 – ความสัมพันธ์แบบเพื่อน สร้างเครือข่ายคอนเนคชั่น

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.778
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	389.982
	df	36
	Sig.	.000

Component Matrix^a

	Comp...
	1
Mind friends	.959
Honest Friends	.953
Benefit friends	.937
Same friend	.922
Support Friends	.917
Avisor Friends	.910
Open minds	.906
Different sex	.850
Best friends	.847

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Communalities

	Initial	Extraction
Support Friends	1.000	.841
Avisor Friends	1.000	.828
Honest Friends	1.000	.908
Benefit friends	1.000	.879
Mind friends	1.000	.920
Same friend	1.000	.849
Open minds	1.000	.821
Different sex	1.000	.723
Best friends	1.000	.717

Extraction Method: Principal Component Analysis.

กลุ่มตัวแปรที่ 2 – ความสัมพันธ์แบบคนรัก

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.877
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	302.155
	df	28
	Sig.	.000

Component Matrix^a

	Comp...
	1
Are you want	.954
The best surrounds	.946
Difference social	.939
Acceptance	.922
Marry with you	.906
Support every thing	.901
Perfect one	.895
Honest with you	.867

Communalities

	Initial	Extraction
Are you want	1.000	.910
Honest with you	1.000	.751
The best surrounds	1.000	.894
Acceptance	1.000	.851
Marry with you	1.000	.820
Perfect one	1.000	.800
Difference social	1.000	.881
Support every thing	1.000	.813

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

กลุ่มตัวแปรที่ 3 – ความสัมพันธ์เพื่อคลายเหงา

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.785
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	219.227
	df	28
	Sig.	.000

Component Matrix^a

	Comp...
	1
Develop	.903
Are you want	.895
Benefits	.893
See again	.890
Honest	.887
Funny	.823
Disease	.750
No condition	.743

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

Communalities

	Initial	Extraction
Are you want	1.000	.801
Funny	1.000	.677
Honest	1.000	.787
Benefits	1.000	.798
Develop	1.000	.815
No condition	1.000	.552
Disease	1.000	.562
See again	1.000	.791

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

กลุ่มตัวแปรที่ 4 – ความพึงพอใจในการใช้งาน

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.779
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	201.228
	df	45
	Sig.	.000

Rotated Component Matrix^a

	Component	
	1	2
Setting data	.903	.130
Decition	.871	.298
Are you want	.792	.303
Notification	.782	.362
Convenience	.773	.310
No fee	.630	.333
Recommended	.257	.794
Various	.138	.758
Alternative	.416	.698
Destiny	.561	.591

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Communalities

	Initial	Extraction
Convenience	1.000	.694
Various	1.000	.594
Decition	1.000	.848
Are you want	1.000	.719
Setting data	1.000	.832
Notification	1.000	.742
Destiny	1.000	.664
No fee	1.000	.508
Alternative	1.000	.660
Recommended	1.000	.697

Extraction Method: Principal Component Analysis.

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของมาตรวัด

กลุ่มตัวแปรที่ 1 – ความสัมพันธ์แบบเพื่อน สร้างเครือข่ายคอนเนคชั่น

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.974	.974	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Support Friends	27.4667	72.602	.893	.970	.970
Avisor Friends	27.3000	74.424	.886	.970	.970
Honest Friends	27.4000	73.697	.939	.947	.968
Benefit friends	27.2000	75.614	.919	.913	.969
Mind friends	27.4333	74.668	.946	.952	.968
Same friend	27.1667	75.454	.899	.880	.970
Open minds	27.0333	75.482	.878	.882	.971
Different sex	26.8667	77.637	.812	.858	.973
Best friends	27.4667	74.671	.810	.835	.974

กลุ่มตัวแปรที่ 2 – ความสัมพันธ์แบบคนรัก

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.971	.973	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Are you want	22.6000	62.110	.937	.923	.964
Honest with you	22.9333	60.616	.826	.762	.971
The best surrounds	22.7000	62.010	.925	.915	.965
Acceptance	22.5000	61.914	.894	.852	.967
Marry with you	22.7667	61.702	.878	.878	.967
Perfect one	23.1333	60.326	.861	.863	.969
Difference social	22.8000	62.855	.919	.915	.966
Support every thing	22.8000	61.545	.869	.820	.968

กลุ่มตัวแปรที่ 3 – ความสัมพันธ์เพื่อคลายเหงา

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.941	.944	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Are you want	24.0333	48.309	.847	.848	.929
Funny	24.1333	49.361	.770	.800	.934
Honest	24.1333	46.878	.844	.858	.929
Benefits	24.2333	46.599	.848	.834	.928
Develop	24.1667	48.626	.858	.891	.929
No condition	24.2667	49.237	.674	.582	.941
Disease	23.9333	46.754	.684	.680	.943
See again	24.0667	47.926	.846	.869	.929

กลุ่มตัวแปรที่ 4 –ความพึงพอใจในการใช้งาน

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.915	.921	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Convenience	32.3333	52.851	.746	.651	.903
Various	32.6333	56.240	.486	.322	.916
Decition	32.5333	50.120	.828	.875	.898
Are you want	32.6333	52.447	.759	.708	.903
Setting data	32.3333	52.989	.735	.878	.904
Notification	32.4333	53.220	.789	.851	.902
Destiny	33.1667	48.626	.750	.731	.902
No fee	32.6667	49.885	.632	.542	.912
Alternative	32.7333	52.202	.679	.787	.906
Recommended	32.9333	50.754	.600	.500	.913

4.3 พฤติกรรมของคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ “Online Dating Behaviour in Thailand”

การทดสอบความแตกต่างของประชากรอิสระ (T-test Sample)

-ระดับความเห็นด้วยของการสร้างความสัมพันธ์ในทั้ง 3 รูปแบบ คือ แบบเพื่อน คนรัก และผ่อนคลาย

ทดสอบระดับค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของการสำรวจพฤติกรรมของคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ ได้ผลลัพธ์ที่แสดงให้เราทราบว่าผู้ใช้งานมองหาคำความสัมพันธ์ทั้งแบบเพื่อน เพื่อสร้างเครือข่ายคอนเนกชั่น แบบคนรัก และเพื่อความผ่อนคลาย

ตารางที่ 4.2 แสดงความสัมพันธ์การมองหาคำความสัมพันธ์ในแบบเพื่อน สร้างเครือข่ายคอนเนคชั่น

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ความสัมพันธ์แบบเพื่อน สร้างเครือข่ายคอนเนคชั่น				
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่สนับสนุนการทำงานของท่าน	403	3.0273	1.05177	.05239
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่ให้คำปรึกษาท่านได้ โดยเฉพาะเรื่องงานและการใช้ชีวิต	403	3.2407	.88612	.04414
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่จริงจัง	403	3.1439	1.09232	.05441
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่จะเป็นประโยชน์กับท่านในอนาคต	403	3.1638	1.01137	.05038
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่รู้ใจเข้าใจท่าน	403	3.1464	1.07708	.05365
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่มีลักษณะนิสัยคล้ายคลึงกับท่าน	403	3.2903	1.13628	.05660
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่หลากหลาย และเปิดมุมมองใหม่ให้กับท่าน	403	3.6824	.90238	.04495
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนต่างเพศ	403	3.5831	1.11521	.05555
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนจากโลกออนไลน์ที่ดีกว่าเพื่อนในชีวิตของท่าน	403	2.9702	1.17567	.05856

โดยพบว่า โดยคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) ของความสัมพันธ์แบบเพื่อน สร้างเครือข่ายคอนเนคชั่น มีค่ามากกว่า 3 ในเกือบทุกคำถามที่นำมาประมวลผล ซึ่งหมายถึงเห็นด้วยในระดับปานกลาง โดยในบางปัจจัยมีค่ามากกว่า 3.5 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง คือคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่หลากหลาย และเปิดมุมมองใหม่ให้กับท่าน คาดหวังว่าจะเจอเพื่อนต่างเพศ มีเพียงปัจจัยคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนจากโลกออนไลน์ที่ดีกว่าเพื่อนในชีวิตของท่านอยู่ในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.3 แสดงความสัมพันธ์การมองหาค่าความสัมพันธ์ในแบบคนรัก

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
	ความสัมพันธ์ในแบบคนรัก			
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่ตรงกับความต้องการของท่าน	403	3.4963	.92336	.04600
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่จริงใจต่อท่านคนเดียว	403	3.1638	1.19825	.05969
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่ดีกว่าคนรอบข้างท่านหรือในสังคมเดียวกับท่าน	403	3.2060	1.10393	.05499
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่ยอมรับตัวตนของท่าน	403	3.4715	1.07020	.05331
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่พัฒนาความสัมพันธ์ถึงขั้นแต่งงาน	403	3.3400	1.20574	.06006
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเทพบุตร เพอร์เฟค	403	2.7444	1.22847	.06119
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่อยู่ในสังคมที่ดีกว่าท่าน	403	3.1092	.96609	.04812
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่สนับสนุนท่านในทุกๆเรื่อง	403	3.1117	1.22979	.06126

พบว่า โดยคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) ของความสัมพันธ์ในแบบคนรัก มีค่ามากกว่า 3 ในเกือบทุกคำถามที่นำมาประมวลผล ซึ่งหมายถึงเห็นด้วยในระดับปานกลาง มีเพียงปัจจัยคาดหวังว่าจะเจอเทพบุตร เพอร์เฟคอยู่ในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.4 แสดงความสัมพันธ์การมองหาคำสัมพันธ์เพื่อคลายเหงา

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ความสัมพันธ์เพื่อคลายเหงา				
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่ตรงกับความต้องการของท่าน	403	3.5906	.82475	.04108
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อที่มอบความบันเทิงให้กับท่านได้	403	3.1911	.97772	.04870
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่จริงใจ	403	3.3375	1.10641	.05511
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่เอื้อประโยชน์ต่อตัวท่าน	403	3.1464	1.02986	.05130
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่สามารถพัฒนาความสัมพันธ์ไปในรูปแบบอื่น เช่น เพื่อนรู้ใจ คนรัก	403	3.4764	.96780	.04821
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่ไม่มีข้อผูกมัด ไม่มีเงื่อนไข	403	3.1514	1.09473	.05453
ท่านคาดหวังว่าจะไม่เจอคนที่ เป็นโรคติดต่อ	403	3.4541	1.31382	.06545
ท่านคาดหวังว่าจะเจอกันอีกเป็นครั้งที่ 2 และ 3	403	3.5261	.87029	.04335

พบว่า โดยคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) ของความสัมพันธ์ความสัมพันธเพื่อคลายเหงา มีค่ามากกว่า 3 ในเกือบทุกคำถามที่นำมาประมวลผล ซึ่งหมายถึงเห็นด้วยในระดับปานกลาง โดยบางปัจจัยมีค่ามากกว่า 3.5 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง คือคาดหวังว่าจะเจอคนที่ตรงกับความต้องการ และคาดหวังว่าจะเจอกันอีกเป็นครั้งที่ 2 และ 3

จากระดับค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของการสำรวจพฤติกรรมของคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดทติ้งออนไลน์ ได้ผลลัพธ์ที่แสดงให้เราทราบว่าผู้ใช้งานมองหาคำสัมพันธ์ทั้งแบบเพื่อน เพื่อสร้างเครือข่ายคอนเนกชัน แบบคนรัก และเพื่อความผ่อนคลาย โดยการเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและหญิง

ตารางที่ 4.5 แสดงความสัมพันธ์การมองหาคำสัมพันธ์ในแบบเพื่อน สร้างเครือข่ายคอนเนคชั่น โดยการเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและหญิง

ความสัมพันธ์แบบเพื่อน สร้างเครือข่ายคอนเนคชั่น					
	Sex	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่สนับสนุนการทำงานของท่าน	Female	231	3.013	1.03201	0.0679
	Male	172	3.0465	1.08047	0.08239
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่ให้คำปรึกษาท่านได้ โดยเฉพาะเรื่องงาน และการใช้ชีวิต	Female	231	3.2165	0.90692	0.05967
	Male	172	3.2733	0.85893	0.06549
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่จริงจัง	Female	231	3.1082	1.08807	0.07159
	Male	172	3.1919	1.09936	0.08383
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่จะเป็นประโยชน์กับท่านในอนาคต	Female	231	3.1861	1.00649	0.06622
	Male	172	3.1337	1.02005	0.07778
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่รู้จัก เข้าใจท่าน	Female	231	3.1299	1.05522	0.06943
	Male	172	3.1686	1.10847	0.08452
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่มีลักษณะนิสัยคล้ายคลึงกับท่าน	Female	231	3.2987	1.13901	0.07494
	Male	172	3.2791	1.13582	0.08661
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่หลากหลาย และเปิดมุมมองใหม่ให้กับท่าน	Female	231	3.6883	0.89335	0.05878
	Male	172	3.6744	0.91692	0.06991
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนต่างเพศ	Female	231	3.6234	1.09193	0.07184
	Male	172	3.5291	1.14671	0.08744
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนจากโลกออนไลน์ที่ดีกว่าเพื่อนในชีวิตของท่าน	Female	231	3.0173	1.13431	0.07463
	Male	172	2.907	1.22954	0.09375

พบว่า โดยคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) ของความสัมพันธ์แบบเพื่อน สร้างเครือข่ายคอนเนคชั่น มีค่ามากกว่า 3 ทั้งในเพศชายและหญิง ในเกือบทุกคำถามที่นำมาประมวลผล ซึ่งหมายถึงเห็นด้วยในระดับปานกลาง มีเพียงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังจะเจอเพื่อนจากโลกออนไลน์ที่ดีกว่าเพื่อนในชีวิตของท่านในเพศชายเท่านั้นที่อยู่ในระดับต่ำกว่า

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
	F	Sig.	t	df
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนจากโลกออนไลน์ที่ดีกว่าเพื่อนในชีวิตของท่าน	4.023	.046	.932	403
			.921	351.464

โดยในส่วนของความสัมพันธ์แบบเพื่อน สร้างเครือข่ายคอนเนคชั่น ในส่วนของปัจจัยว่า คาดหวังว่าจะเจอเพื่อนจากโลกออนไลน์ที่ดีกว่าเพื่อนในชีวิตของท่าน โดยค่า Sig น้อยกว่าระดับความเชื่อมั่น 0.05 (Sig = 0.000) เมื่อเปรียบเทียบตาม ความแตกต่างในเรื่องของเพศ

ตารางที่ 4.6 แสดงความสัมพันธ์การมองหาคู่ความสัมพันธ์ในแบบคนรัก โดยการเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและหญิง

ความสัมพันธ์ในแบบคนรัก					
	Sex	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่ตรงกับความต้องการของท่าน	Female	231	3.4805	0.93172	0.0613
	Male	172	3.5174	0.9143	0.06972
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่จริงใจต่อท่านคนเดียว	Female	231	3.1342	1.18476	0.07795
	Male	172	3.2035	1.21847	0.09291
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่คิดว่าคนรอบข้างท่านหรือในสังคมเดียวกับท่าน	Female	231	3.2035	1.09035	0.07174
	Male	172	3.2093	1.12511	0.08579
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่ยอมรับตัวตนของท่าน	Female	231	3.4502	1.07779	0.07091
	Male	172	3.5	1.06238	0.08101
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่พัฒนาความสัมพันธ์ถึงขั้นแต่งงาน	Female	231	3.3074	1.21794	0.08013
	Male	172	3.3837	1.19128	0.09083
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเทปบุตรเพอร์เฟก	Female	231	2.7576	1.20583	0.07934
	Male	172	2.7267	1.26157	0.09619
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่อยู่ในสังคมที่ดีกว่าท่าน	Female	231	3.0952	0.96438	0.06345
	Male	172	3.1279	0.97088	0.07403
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่สนับสนุนท่านในทุกๆเรื่อง	Female	231	3.0649	1.23715	0.0814
	Male	172	3.1744	1.2206	0.09307

พบว่า โดยคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) ของความสัมพันธ์ในแบบคนรัก มีค่ามากกว่า 3 ทั้งในเพศชายและหญิง ในเกือบทุกคำถามที่นำมาประมวลผล ซึ่งหมายถึงเห็นด้วยในระดับปานกลาง มีเพียงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคาดหวังว่าจะเจอเทปบุตร เพอร์เฟกเท่านั้นที่อยู่ในระดับต่ำกว่าทั้งในเพศชายและหญิง โดยพบว่าเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานแล้ว ไม่พบค่า Sig ของปัจจัยใดเลยที่น้อยกว่าระดับความเชื่อมั่น 0.05 (Sig = 0.000) เมื่อเปรียบเทียบตาม ความแตกต่างในเรื่องของเพศ

ตารางที่ 4.7 แสดงความสัมพันธ์การมองหาคำสัมพันธ์เพื่อคลายเหงา โดยการเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและหญิง

ความสัมพันธ์เพื่อคลายเหงา					
	Sex	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่ตรงกับความต้องการของท่าน	Female	231	3.6104	0.82075	0.054
	Male	172	3.564	0.83174	0.06342
ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อที่มอบความบันเทิงให้กับท่านได้	Female	231	3.2078	0.94184	0.06197
	Male	172	3.1686	1.02629	0.07825
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่จริงจัง	Female	231	3.3117	1.09059	0.07176
	Male	172	3.3721	1.12958	0.08613
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่เอื้อประโยชน์ต่อตัวท่าน	Female	231	3.1775	0.99504	0.06547
	Male	172	3.1047	1.07637	0.08207
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่สามารถพัฒนาความสัมพันธ์ไปในรูปแบบอื่น เช่น เพื่อนรู้ใจ คนรัก	Female	231	3.4502	0.98063	0.06452
	Male	172	3.5116	0.952	0.07259
ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่ไม่มีข้อผูกมัด ไม่มีเงื่อนไข	Female	231	3.1299	1.10356	0.07261
	Male	172	3.1802	1.08529	0.08275
ท่านคาดหวังว่าจะไม่เจอคนที่ เป็นโรคติดต่อ	Female	231	3.4026	1.30143	0.08563
	Male	172	3.5233	1.33093	0.10148
ท่านคาดหวังว่าจะเจอกันอีก เป็นครั้งที่ 2 และ 3	Female	231	3.5281	0.8687	0.05716
	Male	172	3.5233	0.87495	0.06671

พบว่า โดยคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) ของความสัมพันธ์เพื่อคลายเหงา มีค่ามากกว่า 3 ทั้งในเพศชายและหญิง ในเกือบทุกคำถามที่นำมาประมวลผล ซึ่งหมายถึงเห็นด้วยในระดับปานกลาง มีและพบว่าเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานแล้ว ไม่พบค่า Sig ของปัจจัยใดเลยที่น้อยกว่าระดับความเชื่อมั่น 0.05 (Sig = 0.000) เมื่อเปรียบเทียบตาม ความแตกต่างในเรื่องของเพศ

-ระดับความเห็นด้วยของเหตุผลของการเลือกใช้เคตติ้งแอปพลิเคชัน

ทดสอบระดับค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของการสำรวจพฤติกรรมของคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเคตติ้งออนไลน์ ได้ผลลัพธ์ที่แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานมีเหตุผลของการเลือกใช้เคตติ้งแอปพลิเคชันในเรื่องใดมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับความแตกต่างในเรื่องของเพศ ตารางที่ 4.8 แสดงความสัมพันธ์ของเหตุผลของการใช้แอปพลิเคชันเคตติ้งออนไลน์ โดยการเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและหญิง

	Sex	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ง่ายที่จะเริ่มต้นและจบความสัมพันธ์	Female	231	3.581	0.48049	0.03175
	Male	172	4.186	0.49477	0.03773
สามารถเลือกคนที่รู้สึกว่าจะ"ใช่"เข้ามาในชีวิตได้	Female	231	3.723	0.48447	0.03188
	Male	172	4.593	0.4998	0.03811
รู้สึกว่ามีความเสี่ยง	Female	231	4.459	0.49814	0.03278
	Male	172	5.058	0.50143	0.03823
ง่ายที่จะเจอคนที่ต้องการในแบบเดียวกัน	Female	231	3.896	0.48872	0.03216
	Male	172	3.663	0.48319	0.03684
พื้นฐานเป็นคนที่ยังอาย และเก็บตัว	Female	231	2.381	0.42684	0.02808
	Male	172	2.093	0.408	0.03111

โดยคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) ของเหตุผลในการใช้เคตติ้งออนไลน์ มีค่ามากกว่า 3.5 ในเกือบทุกคำถามที่นำมาประมวลผล ซึ่งหมายถึงเห็นด้วยในระดับสูง คือเป็นเรื่องง่ายที่จะเริ่มต้นและจบความสัมพันธ์ สามารถเลือกคนที่รู้สึกว่าจะ"ใช่"เข้ามาในชีวิตได้ รู้สึกว่ามีความเสี่ยงน้อยกว่า และง่ายที่จะเจอคนที่ต้องการในแบบเดียวกัน มีเพียงปัจจัยพื้นฐานเป็นคนที่อาย และเก็บตัวเท่านั้นที่อยู่ในระดับต่ำ

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
	F	Sig.	t	df
ง่ายที่จะเริ่มต้นและจบ ความสับสน	5.353	0.021	-1.233	399
			-1.227	362.602
สามารถเลือกคนที่รู้สึก ว่า"ใช่"เข้ามาในชีวิตได้	8.924	0.003	-1.759	401
			-1.751	362.171

โดยในส่วนของเหตุผลของการเลือกใช้เคตติ้งแอปพลิเคชัน พบว่า ปัจจัยด้าน ง่ายที่จะเริ่มต้นและจบความสับสน และ สามารถเลือกคนที่รู้สึกว่"ใช่"เข้ามาในชีวิตได้ มีค่า Sig น้อยกว่าระดับความเชื่อมั่น 0.05 (Sig = 0.000) เมื่อเปรียบเทียบตาม ความแตกต่างในเรื่องของเพศ

-ระดับความเห็นด้วยของวัตถุประสงค์ของการใช้เคตติ้งแอปพลิเคชัน

ทดสอบระดับค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของการสำรวจพฤติกรรมของคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเคตติ้งออนไลน์ ได้ผลลัพธ์ที่แสดงให้เราทราบว่าผู้ใช้งานวัตถุประสงค์ของการใช้เคตติ้งแอปพลิเคชันในเรื่องใดมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับความแตกต่างในเรื่องของเพศ

ตารางที่ 4.9 แสดงความสัมพันธ์ของวัตถุประสงค์ของการใช้แอปพลิเคชันเดตติ้งออนไลน์ โดยการเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและหญิง

	Sex	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
หาคู่ / หาแฟน	Female	231	7.1	0.45477	0.02992
	Male	172	7.035	0.45805	0.03493
ความสัมพันธ์รูปแบบใหม่ๆ	Female	231	0.346	0.18324	0.01206
	Male	172	0.523	0.22333	0.01703
แก้เบื่อ ฆ่าเวลา เมื่อรู้สึกเหงา	Female	231	5.455	0.49901	0.03283
	Male	172	5.465	0.49929	0.03807
หาเพื่อน / คนรู้จัก	Female	231	3.377	0.47394	0.03118
	Male	172	3.663	0.48319	0.03684

โดยคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) วัตถุประสงค์ของการใช้เดตติ้งแอปพลิเคชันมีค่ามากกว่า 3.5 ในเกือบทุกคำถามที่นำมาประมวลผล ซึ่งหมายถึงเห็นด้วยในระดับสูง นั่นคือผู้ใช้งานมองหา หาคู่ / หาแฟน , หาความสัมพันธ์รูปแบบใหม่ๆ , แก้เบื่อ ฆ่าเวลา เมื่อรู้สึกเหงา และหาเพื่อน / คนรู้จัก

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
	F	Sig.	t	df
หาคู่ / หาแฟน	0.079	0.779	0.141	401
			0.141	367.101
ความสัมพันธ์รูปแบบใหม่ๆ	3.051	0.081	-0.873	401
			-0.848	324.735
แก้เบื่อ ฆ่าเวลา เมื่อรู้สึกเหงา	0.002	0.966	-0.021	401
			-0.021	368.433
หาเพื่อน / คนรู้จัก	1.367	0.243	-0.595	401
			-0.593	364.627

โดยในส่วนของวัตถุประสงค์ของการใช้เคตติ้งแอปพลิเคชัน พบว่า ไม่มีวัตถุประสงค์ในด้านใดเลย ที่มีค่า Sig น้อยกว่าระดับความเชื่อมั่น 0.05 (Sig = 0.000) เมื่อเปรียบเทียบตาม ความแตกต่างในเรื่องของเพศ

ตารางที่ 4.10 แสดงความผลลัพธ์ของการทดสอบสมมติฐานด้วย T-test Independent

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบ	อภิปรายผลการทดสอบ
H1:เพศ มีผลต่อการสร้าง ความสัมพันธ์ในแบบเพื่อน คนรัก และแบบพ่อนคลาย	ปฏิเสธ	ความแตกต่างในเรื่องของเพศของ ผู้ใช้งานไม่มีผลต่อทัศนคติในการ สร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ
H2:การคาดหวังว่าจะเจอคนใน รูปแบบเดียวกันส่งผลต่อการสร้าง ความสัมพันธ์ในแบบเพื่อน คนรัก และแบบพ่อนคลาย	ปฏิเสธ	ความคาดหวังว่าจะเจอคนใน รูปแบบเดียวกันจากความแตกต่าง เรื่องเพศส่งไม่ส่งผลต่อการสร้าง ความสัมพันธ์ในแบบเพื่อน คนรัก และแบบพ่อนคลาย
H3:ความง่ายที่จะเริ่มต้นและจบ ความสัมพันธ์ ส่งผลต่อการสร้าง ความสัมพันธ์ ในแบบเพื่อน คนรัก และแบบพ่อนคลาย	ปฏิเสธ	ความง่ายที่จะเริ่มต้นและจบ ความสัมพันธ์จากความแตกต่าง เรื่องเพศ ไม่ส่งผลต่อการสร้าง ความสัมพันธ์ ในแบบเพื่อน คนรัก และแบบพ่อนคลาย
H4:การมีพื้นฐานเป็นคนขี้อายส่งผล ต่อการสร้างความสัมพันธ์ ในแบบ เพื่อน คนรัก และแบบพ่อนคลาย	ปฏิเสธ	การมีพื้นฐานเป็นคนขี้อายจากความ แตกต่างเรื่องเพศไม่ส่งผลต่อการ สร้างความสัมพันธ์ ในแบบเพื่อน คนรัก และแบบพ่อนคลาย
H5:การเลือกคนที่คิดว่า"ใช่"ส่งผลต่อ การสร้างความสัมพันธ์ ในแบบเพื่อน คนรัก และแบบพ่อนคลาย	ปฏิเสธ	การเลือกคนที่คิดว่า"ใช่"จากความ แตกต่างเรื่องเพศไม่ส่งผลต่อการ สร้างความสัมพันธ์ ในแบบเพื่อน คนรัก และแบบพ่อนคลาย
H6:การมีตัวเลือกเยอะส่งผลต่อการ สร้างความสัมพันธ์ ในแบบเพื่อน คน รัก และแบบพ่อนคลาย	ปฏิเสธ	การมีตัวเลือกเยอะจากความ แตกต่างเรื่องเพศไม่ส่งผลต่อการ สร้างความสัมพันธ์ ในแบบเพื่อน คนรัก และแบบพ่อนคลาย

บทที่ 5

สรุปผล อธิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมของคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 403 คน โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลแบบสอบถามผ่านทาง Online จากนั้นจึงนำผลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 403 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และเพศชายมากกว่าเพศทางเลือก ตามลำดับ ในด้านอายุพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุ 28-31 ปี มากที่สุด ด้านการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปริญญาตรีอยู่ที่ 46% มากกว่าระดับอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในสถานะโสด และมีรายได้ระหว่าง 25,001- 35,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้งานน้อยกว่า 1 ต่อวัน ผ่านแอปพลิเคชัน Tinder สูงสุด โดยวัตถุประสงค์ของการใช้งาน เพื่อหาแฟน หากู้ เพราะรู้สึกว่ามีตัวเลือกเยอะกว่า

5.2 อธิปรายผลการวิจัย

5.2.1 การสร้างความสัมพันธ์ในแบบเพื่อน แบบคนรัก และเพื่อผ่อนคลาย

จากการทดสอบระดับค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของการสำรวจพฤติกรรมของคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ ได้ผลลัพธ์ที่แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานมองหาความสัมพันธ์ทั้งแบบเพื่อน เพื่อสร้างเครือข่ายคอนเนกชั่น แบบคนรัก และเพื่อความผ่อนคลาย (ตารางที่ 4.3.1) พบว่าของความสัมพันธ์แบบเพื่อน สร้างเครือข่ายคอนเนกชั่น มีค่ามากกว่า 3 ในเกือบทุกคำถามที่นำมาประมวลผล ซึ่งหมายถึงเห็นด้วยในระดับปานกลาง โดยในบางปัจจัยมีค่ามากกว่า 3.5 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง คือคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่หลากหลาย และเปิดมุมมองมองใหม่ให้กับท่าน คาดหวังว่าจะเจอเพื่อนต่างเพศ มีเพียงปัจจัยคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนจากโลกออนไลน์ที่ดีกว่าเพื่อนในชีวิตของท่านอยู่ในระดับต่ำ จาก (ตารางที่ 4.3.2) ความสัมพันธ์การมองหา

ความสัมพันธ์ในแบบคนรัก พบว่ามีค่ามากกว่า 3 ในเกือบทุกคำถามที่นำมาประมวลผล ซึ่งหมายถึงเห็นด้วยในระดับปานกลาง มีเพียงปัจจัยคาดหวังว่าจะเจอเทพบุตร เพอร์เฟกต์อยู่ในระดับต่ำ จาก (ตารางที่ 4.3.3) ความสัมพันธ์การมองหาคู่ความสัมพันธ์เพื่อคลายเหงา พบว่ามีค่ามากกว่า 3 ในเกือบทุกคำถามที่นำมาประมวลผล ซึ่งหมายถึงเห็นด้วยในระดับปานกลาง โดยบางปัจจัยมีค่ามากกว่า 3.5 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง คือคาดหวังว่าจะเจอคนที่ตรงกับความต้องการ และคาดหวังว่าจะเจอกันอีกเป็นครั้งที่ 2 และ 3 แต่ถ้าหากแยกตามทัศนคติต่อการใช้เมื่อแยกเป็นเพศหญิง และเพศชายพบว่า คะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) ของความสัมพันธ์แบบเพื่อน สร้างเครือข่ายคอนเนคชั่น มีค่ามากกว่า 3 ทั้งในเพศชายและหญิง ในเกือบทุกคำถามที่นำมาประมวลผล ซึ่งหมายถึงเห็นด้วยในระดับปานกลาง มีเพียงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังจะเจอเพื่อนจากโลกออนไลน์ที่ดีกว่าเพื่อนในชีวิตของท่านในเพศชายเท่านั้นที่อยู่ในระดับต่ำกว่า โดยในส่วนของความสัมพันธ์แบบเพื่อน สร้างเครือข่ายคอนเนคชั่น ในส่วนของปัจจัยว่า คาดหวังว่าจะเจอเพื่อนจากโลกออนไลน์ที่ดีกว่าเพื่อนในชีวิตของท่าน โดยค่า Sig น้อยกว่าระดับความเชื่อมั่น 0.05 (Sig = 0.000) เมื่อเปรียบเทียบตาม ความแตกต่างในเรื่องของเพศ ในส่วนของความสัมพันธ์ในแบบคนรัก มีค่ามากกว่า 3 ทั้งในเพศชายและหญิง ในเกือบทุกคำถามที่นำมาประมวลผล ซึ่งหมายถึงเห็นด้วยในระดับปานกลาง มีเพียงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคาดหวังว่าจะเจอเทพบุตร เพอร์เฟกต์เท่านั้นที่อยู่ในระดับต่ำกว่าทั้งในเพศชายและหญิง โดยพบว่า เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานแล้ว ไม่พบค่า Sig ของปัจจัยใดเลยที่น้อยกว่าระดับความเชื่อมั่น 0.05 (Sig = 0.000) เมื่อเปรียบเทียบตาม ความแตกต่างในเรื่องของเพศ และความสัมพันธ์เพื่อคลายเหงา มีค่ามากกว่า 3 ทั้งในเพศชายและหญิง ในเกือบทุกคำถามที่นำมาประมวลผล ซึ่งหมายถึงเห็นด้วยในระดับปานกลาง มีและพบว่าเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานแล้ว ไม่พบค่า Sig ของปัจจัยใดเลยที่น้อยกว่าระดับความเชื่อมั่น 0.05 (Sig = 0.000) เมื่อเปรียบเทียบตาม ความแตกต่างในเรื่องของเพศ

5.2.2 ระดับความเห็นด้วยของเหตุผลของการเลือกใช้เดทติ้งแอปพลิเคชันโดยการเปรียบเทียบระหว่างชายหญิง

พบว่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) ของเหตุผลในการเลือกใช้เดทติ้งออนไลน์ มีค่ามากกว่า 3.5 ในเกือบทุกคำถามที่นำมาประมวลผล ซึ่งหมายถึงเห็นด้วยในระดับสูง คือเป็นเรื่องง่ายที่จะเริ่มต้นและจบความสัมพันธ์ สามารถเลือกคนที่รู้สึกว่าเป็น "ใช่" เข้ามาในชีวิตได้ รู้สึกว่ามีตัวเลือกเยอะกว่า และง่ายที่จะเจอคนที่ต้องการในแบบเดียวกัน มีเพียงปัจจัยพื้นฐานเป็นคนที่ขี้อาย และเก็บตัวเท่านั้นที่อยู่ในระดับต่ำ โดยในส่วนของเหตุผลของการเลือกใช้เดทติ้งแอปพลิเคชัน พบว่า ปัจจัยด้าน ง่ายที่จะเริ่มต้นและจบความสัมพันธ์ และสามารถเลือกคนที่รู้สึกว่าเป็น "ใช่" เข้ามาในชีวิตได้ มีค่า Sig น้อยกว่าระดับความเชื่อมั่น 0.05 (Sig = 0.000) เมื่อเปรียบเทียบตาม ความแตกต่างในเรื่องของเพศ

5.3.3 ระดับความเห็นด้วยของวัตถุประสงค์ของการใช้เคตติ้งแอปพลิเคชันโดยการเปรียบเทียบระหว่างชายหญิง

พบว่าวัตถุประสงค์ของการใช้เคตติ้งแอปพลิเคชันมีค่ามากกว่า 3.5 ในเกือบทุกคำถามที่นำมาประมวลผล ซึ่งหมายถึงเห็นด้วยในระดับสูง นั่นคือผู้ใช้งานมองหา หาคู่ / หาแฟน , หาความสัมพันธ์รูปแบบใหม่ๆ , แก้เบื่อ ฆ่าเวลา เมื่อรู้สึกเหงา และหาเพื่อน / คนรู้จัก โดยในส่วนของวัตถุประสงค์ของการใช้เคตติ้งแอปพลิเคชัน พบว่า ไม่มีวัตถุประสงค์ในด้านใดเลย ที่มีค่า Sig น้อยกว่าระดับความเชื่อมั่น 0.05 (Sig = 0.000) เมื่อเปรียบเทียบตาม ความแตกต่างในเรื่องของเพศ

5.3 ข้อจำกัดในงานวิจัย

- มีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลาในการทำงานวิจัยยังค่อนข้างสั้น (3 เดือน) ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น ไม่อาจครอบคลุมการอธิบายและสรุปผลได้ทั้งหมด อีกทั้งยังอยู่ช่วงที่สถานการณ์ของ COVID-19 ในประเทศไทย รัฐบาลมีการประกาศพื้นที่เสี่ยงในหลายพื้นที่ ทำให้อาจไม่สามารถอธิบายกับสถานการณ์ที่เมืองเข้าสู่ภาวะปกติได้
- มีข้อจำกัดเกี่ยวกับงานวิจัยที่คำนวณเชิงปริมาณเพราะถามถึงเหตุผล อารมณ์และความสัมพันธ์ ควรเป็นงานวิจัยคำถามปลายเปิด ซึ่งจะทำให้เข้าใจเหตุผลในเชิงลึกได้มากกว่า
- งานวิจัยใช้วิธีปล่อยแบบสอบถามออนไลน์ ไปในสังคมโซเชียลบางกลุ่มเท่านั้น อาจไม่ได้เป็นกลุ่มประชากรที่ดีเท่าที่ควรนัก

5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

- การจะตัดสินใจว่าจะเลือกพัฒนาความสัมพันธ์ แบบเพื่อน แบบคนรัก หรือแบบเพื่อนคลายก็ดีต้องใช้เวลาในการตัดสินใจ และเหตุผลประกอบ ไม่สามารถบอกได้ในทันที
- ใช้การตั้งคำถามแบบปลายเปิด ที่ให้อิสระในการตอบคำถามของผู้วิจัย เนื่องจากการตัดสินใจพัฒนาความสัมพันธ์ของมนุษย์ยังคงมีความซับซ้อน

บรรณานุกรม

- Attitudes Towards Online Dating and the Perceived Threat it Poses to the Future of Long Term Relationships. DBS School of Arts;2015.38 p.
- Ashley K. Fansher & Sara Eckinger. (2020). Tinder Tales: An Exploratory Study of Online Dating Users and Their Most Interesting Stories. Deviant Behavior. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01639625.2020.1734170?journalCode=udbh20>
- Bonebrake, K. (2002). College students' Internet use, relationship formation, and personality correlates. *Cyberpsychology & Behavior* 5(6), 551-557
- Gutkin, M. (2010). Internet versus face-to-face dating: A study of relationship satisfaction, commitment and sustainability (Doctoral dissertation). Retrieved from ProQuest Dissertations and Theses
- Li, N. P., & Meltzer, A. L. (2015). The validity of sex-differentiated mate preferences: Reconciling the seemingly conflicting evidence. *Evolutionary Behavioral Sciences* 9(2), 89-106. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/ebs0000036>
- Madden, M. & Lenhart, A. (2006). Online dating. Retrieved from Pew Research: <http://pewInternet.org>
- MOBILE DATING IN THE DIGITAL AGE: COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION AND RELATIONSHIP BUILDING ON TINDER. Texas State University;2015. 64 p.
- Nice, M.L. & Katzev, R. (1998). Internet romances: The frequency and nature of romantic online relationships. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3), 217-223
- Online Dating Versus Face-to-Face Dating: A Comparison of Attachment Style and Relationship Success. The Chicago School of Professional Psychology; 2018. 93 p.
- ONLINE DATING APPLICATIONS AND THE USES AND GRATIFICATIONS THEORY. Eastern Washington University ;2017. 68 p.

Understanding the motivations behind dating applications: Exploring future predictions. KANSAS STATE UNIVERSITY;2018, 52 p.

การใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันไลน์บนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ของคนวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร.(วิทยานิพนธ์) กรุงเทพฯ;มหาวิทยาลัยรามคำแหง;2559.140 หน้า
การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเหงากับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต (วิทยานิพนธ์) กรุงเทพฯ; มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี;2548 .126 หน้า



ภาคผนวก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

“พฤติกรรมของคนไทยกับการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์”

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยเนื้อหา 4 ส่วน
 - 1.1 เป็นข้อมูลพื้นฐาน เช่น เพศ อายุ สถานภาพทางสังคม วุฒิการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - 1.2 ลักษณะการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์
 - 1.3 จุดประสงค์ของการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์
 - 1.4 ความพึงพอใจและความต้องการด้านอื่นๆ ที่มีต่อแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์
2. โปรดอ่านคำชี้แจงในแบบสอบถามแต่ละส่วนโดยละเอียด และกรุณาตอบคำถามตามความเป็นจริงทุกข้อ
3. ข้อมูลนี้จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ของคนวัยทำงาน โดยข้อมูลจะถูกเก็บเป็นความลับ

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับเดตติ้งออนไลน์

ใน Smart phone มีแอปพลิเคชันที่เกี่ยวกับ"เดตติ้ง"อะไรบ้าง

1. Tinder
2. Bumble
3. Kooup
4. Happn
5. Badoo
6. Lovoo
7. Omi
8. Facebook Dating
9. Other

เหตุตั้งออนไลน์ สำหรับคุณเพื่อวัตถุประสงค์อะไร

1. หาคู่ / หาแฟน
2. หาเพื่อน / คนรู้จัก
3. สร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ๆ เช่น ช่วยหางาน ขายคอร์สลดน้ำหนัก เพื่อนข้างคืน
4. แก้เบื่อ ฆ่าเวลา เมื่อรู้สึกเหงา
5. Other

เหตุผลใดที่ทำให้คุณใช้เหตุตั้งออนไลน์

1. ง่ายที่จะเจอคนที่ต้องการในแบบเดียวกัน
2. ง่ายที่จะเริ่มต้นและจบความสัมพันธ์
3. พื้นฐานเป็นคนที่ย้าย และเก็บตัว
4. สามารถเลือกคนที่รู้สึกว่าจะ"ใช่"เข้ามาในชีวิตได้
5. รู้สึกว่ามีตัวเลือกเยอะกว่า
6. Other

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความเพื่อให้ข้อมูลแต่ละข้อ

สมบูรณ์

1. เพศ

- 1.ชาย 2.หญิง
 3.เพศทางเลือก

2. อายุ

1. 24-27 ปี 2. 28-31 ปี
 3. 32-35 ปี 4. 36-39 ปี
 5. 40-45 ปี

3. ระดับการศึกษา

- 1.ต่ำกว่าปริญญาตรี 2.ปริญญาตรี
- 3.ปริญญาโท 4.ปริญญาเอก
- 5.อื่นๆ ระบุ...

4. ระดับรายได้ต่อเดือน

- 1.น้อยกว่า 15,000 บาท 2. 15,001-25,000 บาท
3. 25,001- 35,000 บาท 4. 35,001-45,000 บาท
5. 45,001 – 55,000 บาท 6. 55,001-65,000 บาท
7. 65,001 – 75,000 บาท 8. 75,001-85,000 บาท
9. 85,001 – 95,000 บาท 10. 95,000 บาทขึ้นไป

5. สถานภาพทางสังคม

1. โสด 2.แต่งงานแล้วและอยู่ร่วมกัน
- 3.แต่งงานแต่ไม่ได้อยู่ด้วยกัน 4.อยู่ด้วยกันโดยไม่แต่งงาน
- 5.หม้าย/แยกทาง/หย่าร้าง

6. สถานภาพการทำงาน

- 1.พนักงานประจำ 2.พนักงานตามสัญญาจ้าง
- 3.เจ้าของกิจการ 4.อาชีพอิสระ
- 5.ว่างงาน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์

คำชี้แจง :: โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงตามพฤติกรรมของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

1. ความถี่ในการใช้งาน

- 1) น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง 2) 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง 3) 4-6 ชั่วโมงต่อครั้ง 4) มากกว่า 6 ชั่วโมงต่อครั้ง

2. ช่วงเวลาในการใช้งาน

- 1) 00.01-06.00 น. 2) 06.01-12.00 น. 3) 12.01-18.00 น. 4) 18.01-24.00 น.

3. วันที่ใช้งาน

- 1) วันทำงาน 2) วันหยุด 3) ทุกวัน

4. สถานที่ที่ใช้งาน

- 1) ในรถโดยสาร 2) ที่ทำงาน 3) ที่บ้าน 4) สถาบันเทিং

5. ลักษณะการใช้งาน

- 1) ในขณะที่เดินทาง 2) ขณะทำงานอื่น ๆ อยู่ด้วย 3) ขณะรับประทานอาหาร
 4) ใช้งานในขณะที่พักผ่อน 5) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. เหตุผลในการใช้งาน

- 1) การติดต่อสื่อสาร หาเพื่อน ทำความรู้จัก 2) หาเพื่อนที่สนับสนุนการทำงาน
 3) หาเพื่อนเพื่อสร้างความบันเทิง 4) หาคอนรัก หาแฟน
 5) ฆ่าเวลา/แก้เบื่อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับจุดประสงค์ของการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์

คำชี้แจง :: โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงตามจุดประสงค์ของการใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มเดตติ้งออนไลน์ของท่านเพียงช่องเดียวเท่านั้น ระดับของจุดประสงค์ 5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด

คำอธิบาย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ความสัมพันธ์แบบเพื่อน สร้างเครือข่ายคอนเนคชั่น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่สนับสนุนการทำงานของท่าน					
2.ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่ให้คำปรึกษาท่านได้ โดยเฉพาะเรื่องงาน และการใช้ชีวิต					
3.ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่จริงจัง					
4.ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่จะเป็นประโยชน์กับท่านในอนาคต					
5.ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่รู้จัก เข้าใจท่าน					
6.ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่มีลักษณะนิสัยคล้ายคลึงกับท่าน					
7.ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนที่หลากหลาย และเปิดมุมมองใหม่ให้กับท่าน					
8.ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนต่างเพศ					
9.ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อนจากโลกออนไลน์ที่ดีกว่าเพื่อนในชีวิตของท่าน					
ความสัมพันธ์ในแบบคนรัก					
1.ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนรักที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
2.ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนรักที่จริงจังต่อท่านคนเดียว					
3.ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนรักที่ดีกว่าคนรอบข้างท่านหรือในสังคมเดียวกับท่าน					
4.ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนรักที่ยอมรับตัวตนของท่าน					
5.ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนรักที่พัฒนาความสัมพันธ์ถึงขั้นแต่งงาน					

6.ท่านคาดหวังว่าจะเจอเทปบุตร เพอร์เฟค					
7.ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่อยู่ในสังคมที่ดีกว่าท่าน					
8.ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่สนับสนุนท่านในทุกๆเรื่อง					
ความสัมพันธ์เพื่อคลายเหงา					
1.ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
2.ท่านคาดหวังว่าจะเจอเพื่อที่มอบความบันเทิงให้กับท่านได้					
3.ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่จริงจัง					
4.ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่เอื้อประโยชน์ต่อตัวท่าน					
5.ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่สามารถพัฒนาความสัมพันธ์ไปในรูปแบบอื่น เช่น เพื่อนรู้ใจ คนรัก					
6.ท่านคาดหวังว่าจะเจอคนที่ไม่มีข้อผูกมัด ไม่มีเงื่อนไข					
7.ท่านคาดหวังว่าจะไม่เจอคนที่ป็นโรคติดต่อ					
8.ท่านคาดหวังว่าจะเจอกันอีกเป็นครั้งที่ 2 และ 3					

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจและความต้องการด้านอื่นๆ ที่มีต่อแพลตฟอร์มเคตติ้งออนไลน์

คำชี้แจง :: โปรดใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับลักษณะพอใจต่อการใช้งานของท่านมากที่สุด

คำอธิบาย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.สะดวกต่อการใช้งาน เข้าใจง่าย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.มีความหลากหลายด้านเชื้อชาติ และประเทศ					

3.มีข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นต่อการตัดสินใจของท่าน					
4.แสดงผลแต่ละคนในรูปแบบที่ท่านต้องการ					
5.สามารถตั้งค่าความต้องการของท่านเบื้องต้นได้ เช่น สถานศึกษา อายุ และความใกล้เคียงของพื้นที่					
6.มีระบบแจ้งเตือนทุกครั้งที่มีคนสนใจท่าน / ต้องการรู้จักท่าน					
7.ระบบทำให้เชื่อว่าคนที่ท่านเจอเป็นพรหมลิขิต					
8.อำนวยความสะดวกต่อท่านเพียงพอที่จะไม่ต้องเสียค่าสมัครสมาชิก					
8.ท่านรู้สึกว่าคุณมีสิทธิ์เลือกมากขึ้น เมื่อใช้งานบนแอปพลิเคชัน					
9.ท่านแนะนำคนให้เข้ามาใช้งาน					