

ปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้อแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์
ของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

COMMUNICATION FACTORS AFFECTING THE ACCEPTANCE OF
ONLINE DATING APPLICATIONS AMONG LESBIANS IN BANGKOK
AND PERIMETERS

สุวัจน์ พุทธิโชติ¹

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้อแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และ 2. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับในการเลือกใช้อแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือกลุ่มหญิงรักหญิงตั้งแต่ อายุ 18 - 45 ปี เคยใช้อแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ Tinder, LesPark, HER (เคยใช้บริการแอปพลิเคชันหนึ่งในสาม หรือมากกว่า) และเป็นสมาชิกไม่น้อยกว่า 6 เดือน ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล กำหนดขนาดตัวอย่าง 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า ระดับการยอมรับในการเลือกใช้อแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ประกอบไปด้วย ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ทั้ง 4 ด้านอยู่ในเกณฑ์ระดับการยอมรับในระดับมาก และมีเพียงปัจจัยการสื่อสารในด้านการชำระเงิน ช่วงเวลาในการใช้งานแอปพลิเคชันเท่านั้น ที่ส่งผลต่อระดับการยอมรับในการเลือกใช้งานของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

โดยภาพรวมของประชากรตัวอย่างที่มีประสบการณ์การใช้งานแอปพลิเคชันมองว่า แอปหาคู่ออนไลน์เป็นเพียงเครื่องมือสื่อกลางที่ช่วยในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างคน 2 คน ซึ่งจุดประสงค์ของผู้ใช้งานก็อาจจะแตกต่างกัน และสามารถยอมรับในความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคตได้

คำสำคัญ: ปัจจัยการสื่อสาร การยอมรับ การเลือกใช้ แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ หญิงรักหญิง

ABSTRACT

This research is a quantitative study which aims to (1) investigate what factors affecting the acceptance of online dating applications among lesbians in Bangkok and perimeter and (2) explore the levels of acceptance of online dating applications among lesbians in Bangkok and perimeter. The participants of this study were 400 lesbians living in Bangkok and perimeter at the age of 18-45 and used one or more than one of the online dating applications, namely Tinder, LesPark and Her, and became the members of at least one of these applications for at least 6 months.

The results reveal that the overall level of acceptance of online dating applications among lesbians in Bangkok and perimeter was high. When each element was analyzed, it was found out that the perceptions of the benefits, the perceptions of the risks, the intention of the use, and the attitudes towards the use were at a high level. The only factors affecting the levels of the participants' acceptance of the online dating applications were the communication for the payment and the time of day they used the applications.

All in all, the research participants who had experience using the online dating applications viewed the applications as a medium for communication to enhance the relationship between two users who may have different purposes of using the applications and those who are willing to take risks that might occur in the future.

Keywords: Communication factors / Acceptance / Selection / Online dating applications / Lesbians

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความเข้าใจในสังคม และการเปิดรับของกลุ่มคนรุ่นใหม่ส่งผลทำให้คำว่า “เพศ” ของบุคคลนั้น ไม่ได้ยึดโยงแค่เพศที่เป็นอวัยวะทางร่างกาย หรือเพศตามค่านามาน้ำชื้อเท่านั้น ในความเข้าใจของสังคมในปัจจุบัน คำเรียก หรือคำศัพท์ที่ใช้เรียกบุคคลที่ไม่ได้แสดงออกว่าเป็นหญิงหรือชายตรงตามเพศกำเนิดได้ปรากฏขึ้นมากมาย เช่น เกย์ กะเทย ทอม ดี เลสเบี้ยน ผู้หญิงข้ามเพศ ผู้ชายข้ามเพศ หรือที่เราเรียกกันได้โดยรวมว่า LGBTQ+ และการเกิดขึ้น หรือการรวมกลุ่มของบุคคลเหล่านี้ได้ทำให้แนวคิดความเชื่อเรื่องเพศแบบเดิมที่ยึดเอาเพศกำเนิดเป็นที่ตั้งเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง จากการเปลี่ยนแปลงบทบาทของอินเทอร์เน็ตและรูปแบบของการทำงานทำให้การสื่อสารของอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือในปัจจุบัน โดยเฉพาะการใช้งานผ่านแอปพลิเคชันเพื่อการสนทนาและการทำความรู้จักกันได้รวดเร็วยิ่งขึ้น คู่สนทนากล้าเปิดเผยความรู้สึกนึกคิดมากขึ้น แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือที่เชื่อมโยงความรักเข้าไว้ด้วยกัน ได้รับการยอมรับในฐานะของสื่อสมัยใหม่ที่ดำรงอยู่ผ่านอินเทอร์เน็ตและถือเป็นตัวเลือกหนึ่งในชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังเป็นช่องทางของการสื่อสารที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ส่วนตัวและเป็นพื้นที่สาธารณะ ซึ่งมีเนื้อหา และพื้นที่สำหรับการใช้ในการสื่อสาร สร้างสัมพันธ์ สนองความต้องการของตนเอง และการถูกมองว่าแอปพลิเคชันออนไลน์เพื่อใช้ในการสนทนา การเล่นเกม แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์นั้น จะทำให้มีโอกาสดำเนินการทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์นอกจากจะเป็นช่องทางที่ทำให้ผู้หญิงรักหญิงในเขตกรุงเทพมหานครได้มีโอกาสทำความรู้จักกับผู้อื่นแล้ว ยังเป็นช่องทางในการสร้างความสัมพันธ์ กับคนที่ตนเองถูกใจและยังเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้สอดคล้องกับงานวิจัยของ โกสินทร์ รัตนคร (2552) ที่ได้ทำการศึกษาถึงการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารของการเลือกคู่ครอง โดยดุ่มข้อมูลจากเว็บไซต์ www.thaimate.com และ www.naddate.com เพื่อนำมาเป็นข้อมูลใช้ประกอบการศึกษา รูปแบบของการพัฒนาความสัมพันธ์รวมทั้งศึกษาเนื้อหาที่ใช้ในการสร้างความไว้วางใจในการสื่อสารเลือกคู่ครอง และเหตุผลที่ตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ เพราะอยากเรียนรู้ภาษาต่างประเทศและอยากทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ หากหาแฟนปัจจุบันมีแอปพลิเคชันหลากหลายที่ช่วยในการหาคู่ หรือหาเพื่อนใหม่จากโลกออนไลน์ โพสดีทูเคย์ (2561) กล่าวว่า Tinder เป็นแอปพลิเคชันหาคู่ที่ได้รับความนิยม เพราะใช้งานง่ายเพียงแค่ปัดขวาก็สามารถเลือกแมตช์คนที่ชอบได้เลย ส่วนแอปพลิเคชัน Bee talk สะดวกง่ายด้วยการประมวลผลจากการ

เขยาก็เจอคนคุยในตำแหน่งใกล้เคียง หรือ แอปพลิเคชัน Kooop ง่ายและสะดวกจากการหาคู่ สมพงษ์ ตามวันเดือนปีเกิด

แม้ว่าในปัจจุบันการยอมรับความหลากหลายทางเพศในสังคมไทยจะมีเพิ่มมากขึ้น เห็นได้จากการที่เริ่มมีหลายๆ สื่อ ใช้พื้นที่ในการพูดถึงกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในทางที่ดี ไม่ว่าจะเป็นการทำ Podcast เพื่อให้ความรู้สร้างความเข้าใจ หรือแม้แต่ละคร หนังสือ ซีรีส์ที่เริ่มมีการเล่าถึงมุมมองความรักของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้เลย ว่าสื่อจำนวนไม่น้อยที่ยังคงนำเสนอข่าวหรือพาดหัว ด้วยวาทกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงความรุนแรงต่อกลุ่มความหลากหลายทางเพศที่เป็นหญิงรักหญิง มักจะสอดแทรกถึงความเชื่อทางด้านพฤติกรรมความรุนแรง ลักษณะและอุปนิสัย ที่สะท้อนภาพของความเป็นหญิงรักหญิงในรูปแบบการเหวี่ยง หรือบทสรุปความรักที่ไม่สมหวังของหญิงรักหญิง สิ่งเหล่านี้ถูกผลิตซ้ำและนำเสนอออกมาเป็นเวลายาวนาน ทำให้ส่งผลต่อความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในหลายๆด้านของคนในสังคมไทย

การถูกเหวี่ยงรวมว่าการรักเพศเดียวกันเป็นเพียงแค่แฟชั่น เป็นพฤติกรรมความชอบชั่วคราวที่สามารถเปลี่ยนกลับมาชอบเพศตรงข้ามได้ หรือการเหวี่ยงรวมว่าการเป็นหญิงรักหญิงจะต้องมีอารมณ์รุนแรงเหมือนตามทาสื่อต่าง ๆ ชอบนำเสนอ จึงส่งผลทำให้กลุ่มคนหญิงรักหญิงรู้สึกอึดอัด อับอาย และเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการเปิดเผยหรือแสดงตัวตนต่อสังคม มีเพียงส่วนน้อยที่กล้าเปิดเผยตัวเอง รวมไปถึงพื้นที่ในการพบเจอหรือสื่อสารนั้นเป็นไปได้ยากไม่เหมือน หญิงและชายที่ไม่ว่าจะไปสถานที่ใด เมื่อรู้สึกอยากทำความรู้จักกับใครสักคนก็สามารถเข้าไปสื่อสารกับอีกบุคคลหนึ่งได้ทันที แต่ในกรณีของหญิงรักหญิง หากไม่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ให้กลุ่มหญิงรักหญิงเข้าร่วมโดยเฉพาะ ก็จะไม่สามารถมีพื้นที่สื่อสารกันได้ จึงทำให้กลุ่มหญิงรักหญิงเริ่มมองหาสังคมอีกสังคมหนึ่งซึ่งเป็นสังคมที่อยู่ในโลกของอินเทอร์เน็ต ที่มีการนำเอาแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือมาเป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสาร แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์จะมีบทบาทมาน้อยเพียงใดในการช่วยให้กลุ่มหญิงรักหญิง ใช้งาน ถึงแม้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์จะมีประโยชน์และความง่ายในการเข้าใช้งาน แต่ในขณะเดียวกัน แอปพลิเคชันก็อาจสร้างความเสี่ยงต่อผู้ใช้งาน ส่งผลให้ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์จำเป็นต้องพัฒนาแอปพลิเคชันให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้มากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Kang and Hoffman (2011) พบว่าผู้ใช้งานเคตติ้งออนไลน์มักจะมองหา “คู่” ที่ตนเองพึงพอใจเพื่อความ สนุก ผ่อนคลาย บรรเทาความเบื่อหน่ายที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน การพบเจอกันได้ “ง่าย” ในการหาเพื่อนเพื่อ

พูดคุยได้ตรงกับตารางเวลาของตัวเอง ความสัมพันธ์ที่เริ่มต้นบนอินเทอร์เน็ตนี้สามารถขยาย และพัฒนาความสัมพันธ์กันในระยะต่อไป

ในยุคที่สื่อออนไลน์เข้ามามีผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ ทุกอย่างจึงเคลื่อนเข้าสู่โลกออนไลน์ แม้กระทั่งเรื่องของความรัก ความสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบ ซึ่งไม่สามารถปฏิเสธได้เลยว่า เทคโนโลยีหรือแอปพลิเคชันหาคู่ต่าง ๆ นั้น มีบทบาทสำคัญ และจำเป็นต่อการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นอย่างมาก อริสโตเติล (Aristotle) นักปรัชญาชาวกรีกกล่าวว่า "มนุษย์เป็นสัตว์สังคม (Human being is social animal)" เพราะมนุษย์มีการอาศัยอยู่ร่วมกันอย่างเป็นหมวดหมู่ มิได้ใช้ชีวิตอยู่เพียงคนเดียวตามลำพังแต่อย่างใด เนื่องจากมนุษย์ต้องทำกิจกรรมร่วมกันอยู่ตลอดเวลา ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และแต่ละชีวิตต่างก็ต้องการที่จะเสริมสร้างความสุข ความมั่นใจ และความปลอดภัยให้กับตนเองอยู่เสมอ สังคมจึงเป็นแหล่งรวมศูนย์ทางความคิดที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นมา เพื่อแสวงหาคำตอบทุกอย่างให้กับตนเอง เหตุนี้เราจึงเห็นแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสาร หรือการหาคู่เพศเกิดขึ้นมากมาย รวมไปถึงแอปพลิเคชันที่สร้างขึ้นมาเพื่อคนเฉพาะกลุ่มในการเข้าถึงการสื่อสารระหว่างกันได้ง่ายมากขึ้น โดยเฉพาะประชากรหญิงรักหญิง ผู้ที่อาศัยอยู่ในเมืองที่ชีวิตประจำวันมีแต่ความเร่งรีบต้องแข่งขันกับเวลา การนำเทคโนโลยีแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์เข้ามาช่วยจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะเทคโนโลยีหรือแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์สมัยใหม่ นอกจากจะช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร แล้วยังช่วยในเรื่องของความสบายใจในการพูดคุย เพราะในจำนวนประชากรหญิงรักหญิงก็มีทั้งคนที่เปิดเผยตัวตนแล้ว และยังไม่เปิดเผย อาจปกปิดสนิท ความชอบของตัวเองไว้ อีกทั้งกลุ่มคนเหล่านี้ไม่ได้มีพื้นที่สื่อกลางในการพบปะพูดคุยได้ง่าย รวมถึงภาพลักษณ์ภายนอกที่ไม่ได้แตกต่างไปจากหญิงทั่วไป ต่างเพียงแค่รสนิยมความชอบ จึงยากต่อการทำความเข้าใจกับคนใหม่ๆ ที่มีรสนิยมเหมือนกัน ซึ่งแอปพลิเคชันหาคู่จะเป็นช่องทางการสื่อสารที่ช่วยในการตามหากลุ่มคนที่มีความชอบเช่นเดียวกัน และยังเพิ่มความสบายใจในการใช้งานได้มากขึ้น เพราะผู้ใช้งานสามารถใส่ข้อมูลตามที่ตนเองต้องการให้คนอื่นรับรู้ได้ เมื่อผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์เจอคนที่ตรงกับความสนใจ ก็จะต้องมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างเลี่ยงไม่ได้ และการสื่อสารก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในการดำรงชีวิตประจำวัน โดยการใช้การสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจ อารมณ์ และความรู้สึกของกันและกัน แล้วนำมาซึ่งความรู้สึกดี ๆ ความปรารถนาดี และเกิดเป็นความสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน (นวลณี ประเสริฐสุข, 2558)

หากจะกล่าวถึงแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของประชากรหญิงรักหญิง ที่เป็นที่นิยมไม่ใช่แค่เพียงในประเทศไทย แต่รวมไปถึงกลุ่มหญิงรักหญิงทั่วโลก และยังเป็นแอปพลิเคชันหาคู่ยอดนิยมของประชากรหญิงรักหญิงที่วัดจากยอดจำนวนดาวน์โหลดสูงสุด คือแอปพลิเคชันหาคู่ Tinder, LesPark และ HER

แอปพลิเคชัน Tinder นั้นสามารถเลือกความสนใจทางเพศได้ว่าสนใจผู้หญิง ผู้ชาย หรือสนใจทั้งสองเพศก็สามารถปรับตั้งค่าได้ และเพียงแค่ปัดขวาเพื่อเลือกแมตช์กับคนที่ชอบ หรือปัดซ้ายเพื่อข้าม ถ้าอีกฝ่ายปัดขวาเหมือนกันจะทำให้ทั้งคู่แมตช์กัน และสามารถพูดคุยกันต่อได้ผ่านแอปพลิเคชัน Tinder อ้างว่าจับคู่กว่า 26 ล้านคู่ต่อวัน ซึ่งคนไทยประมาณ 4 ใน 10 คน (37%) ที่เคยหาคู่ ทางอินเทอร์เน็ตระบุว่า ต้องการพบคู่รักในอนาคตผ่านบริการทางออนไลน์มากกว่าช่องทางปกติ



ภาพที่ 1 Application Tinder : สำหรับทุกเพศ ยอดดาวน์โหลดมากถึง 340 ล้านครั้งจากทั่วโลก

แอปพลิเคชัน HER มีลักษณะการใช้งานคล้ายคลึงกับ Tinder สามารถชำระค่าบริการเพื่อสิทธิพิเศษเพิ่มเติมได้เช่นเดียวกัน และต้องปัดขวาให้คนที่เราสนใจเพื่อรอแมตช์ แต่จุดเด่นเลยคือ ตัวแอปนั้นสร้างมาเพื่อการหาคู่ออนไลน์ของผู้หญิงที่มีรสนิยมชอบผู้หญิงเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ไม่มีเพศให้เลือกเพราะเป็นแอปพลิเคชันเฉพาะกลุ่มหญิงรักหญิงเพียงอย่างเดียวเท่านั้น มีระบบการยืนยันตัวตนผ่านบัตรประชาชนและการสแกนใบหน้า แอป HER สร้างขึ้นโดยเลสเบี้ยนและสาวเกย์รั้ว เพื่อเลสเบี้ยนและสาวเกย์รั้วโดยเฉพาะ



ภาพที่ 2 Application Her : สำหรับกลุ่มหญิงรักหญิง, ไบเซ็กชวล, เควียร์ ผู้ใช้งานมากกว่าห้าล้านคนทั่วโลก

แอปพลิเคชัน LesPark ค่อนข้างแตกต่างจาก 2 แอปข้างต้นเพราะมีลักษณะเหมือนเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าเป็นแอปปัดหาคู่ สามารถโพสต์ไลฟ์สไตล์ชีวิตประจำวันได้เหมือน Facebook หากสนใจคนไหนก็สามารถทักไปพูดคุยได้เลย และยังสามารถไลฟ์สดได้อีกด้วย มีผู้ใช้งานกว่าสิบล้านคนทั่วโลก



ภาพที่ 3 Application LesPark : สำหรับหญิงรักหญิง มีผู้ใช้งานกว่าสิบล้านคนทั่วโลก

ด้วยเหตุนี้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ถือเป็นทางเลือกหนึ่งในชีวิตประจำวัน ที่ช่วยให้กลุ่มหญิงรักหญิงได้มีช่องทางของการสื่อสารระหว่างกันและกันเพิ่มมากขึ้น ทั้งยังเป็นการเปิดเผยตัวตนที่อยู่ในพื้นที่ส่วนตัวที่สามารถเลือกได้ว่าต้องการ หรือสบายใจให้คนรู้จักได้มากน้อยแค่ไหน ซึ่งมีเนื้อหาและพื้นที่สำหรับการใช้ในการสื่อสาร สร้างสัมพันธ์ที่ดี เพื่อสนองความต้องการของตนเอง

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขต

กรุงเทพมหานคร ว่าปัจจัยการสื่อสารใดที่ส่งผลให้ประชากรหญิงรักหญิงนั้นเกิดการยอมรับและเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันที่มีในปัจจุบันเพื่อเป็นอีกพื้นที่ในการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของผู้ใช้งาน ถึงแม้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์จะมีประโยชน์และมีความเข้าถึงง่ายในการใช้งาน แต่ในขณะเดียวกันแอปพลิเคชัน ก็อาจสร้างความเสี่ยงและไม่ปลอดภัยต่อผู้ใช้งานได้เช่นกัน ส่งผลให้ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์จำเป็นต้องพัฒนาแอปพลิเคชันให้ตรงตามความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้มากขึ้น ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้จะทำให้ผู้พัฒนาสามารถปรับปรุงคุณภาพการให้บริการและความปลอดภัยในการใช้งานของแอปพลิเคชันได้ดียิ่งขึ้นภายในอนาคต

คำถามวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล หรือไม่
2. ปัจจัยการสื่อสารมีผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล หรือไม่
3. การยอมรับในการเลือกใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง อยู่ในระดับใด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ประกอบด้วย
 - 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล
 - 1.2 ปัจจัยการสื่อสาร
2. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับในการเลือกใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

2. ปัจจัยการสื่อสารที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

3. ระดับการยอมรับในการเลือกใช้อุปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล อยู่ในระดับมาก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้อุปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์อย่างแท้จริง
2. เพื่อให้ทราบถึงระดับการยอมรับการใช้อุปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
3. ผลการวิจัยผู้พัฒนาแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ สามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาแอปพลิเคชันให้ดียิ่งขึ้นได้

ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับ เรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อระดับการยอมรับในการเลือกใช้อุปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ โดยทำการศึกษาจากแอปพลิเคชันหาคู่ของหญิงรักหญิง จำนวน 3 แอปพลิเคชันที่มียอดการดาวน์โหลดการใช้งานสูงสุด ดังนี้

1. Tinder

2. HER

3. LesPark

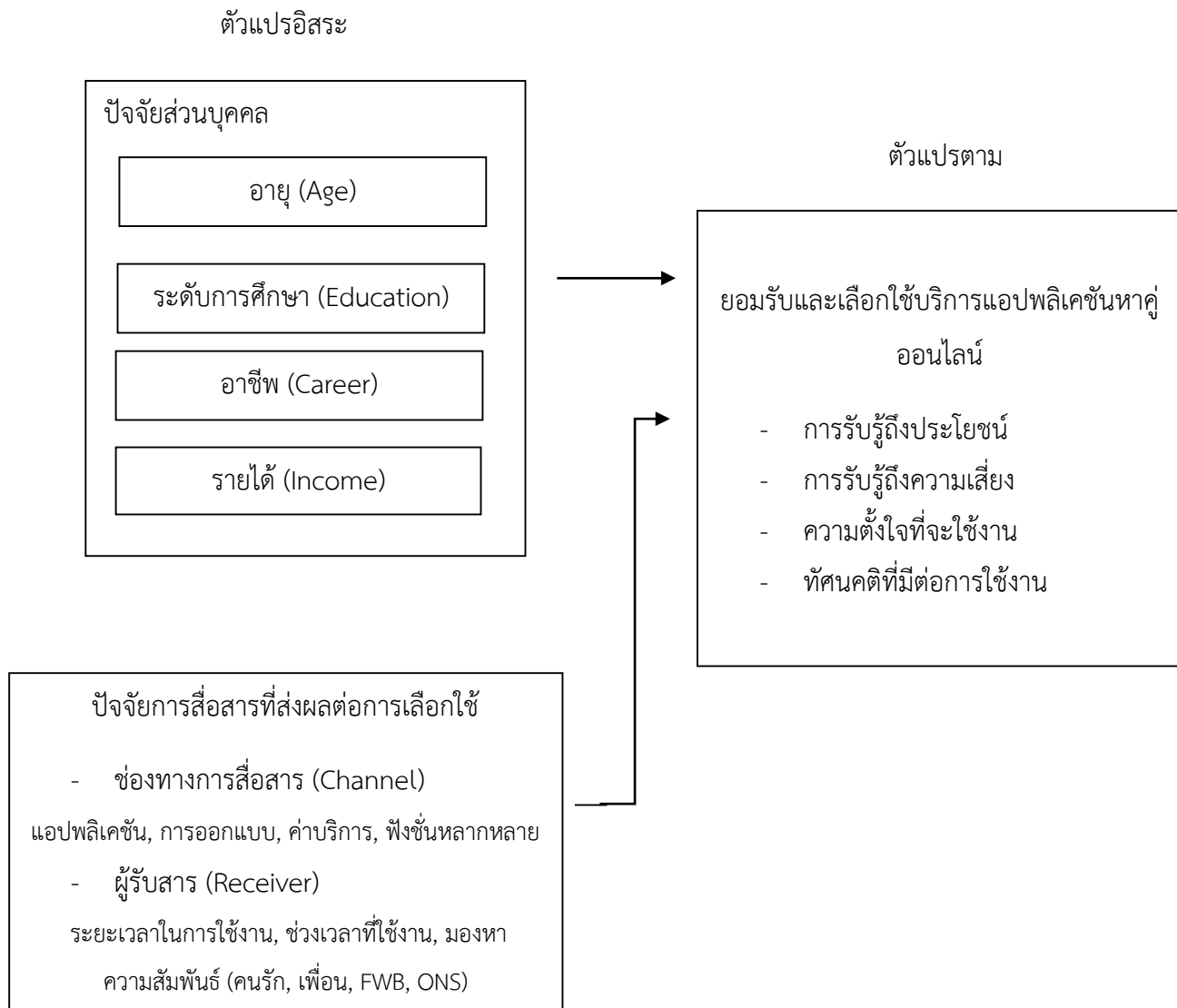
ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมพื้นที่ศึกษาทั้งหมดของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาเก็บข้อมูลทำงานวิจัย ตั้งแต่ พฤศจิกายน 2564 - มิถุนายน 2565

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บผ่านระบบออนไลน์ (Google Form) โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล กลุ่มประชากร (Population) ที่ใช้ศึกษา คือ กลุ่มหญิงรักหญิง

ตั้งแต่ อายุ 18 - 45 ปี เคยใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ Tinder, LesPark, HER (เคยใช้บริการแอปพลิเคชันหนึ่งในสาม หรือมากกว่า) และเป็นสมาชิกไม่น้อยกว่า 6 เดือน ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งไม่สามารถทราบขนาดประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณโดยใช้สูตรของ Cochran (1997) กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยาภาณิษฐ์บัญชา, 2561) จากการแทนค่าในสูตรดังกล่าว ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน มีการสำรองไว้เพื่อป้องกันการสูญหายหรือไม่ได้รับการตอบกลับของตัวอย่างจำนวน 15 คน ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่ใช้มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน จึงถือว่าผ่านเกณฑ์ตามเงื่อนไข คือ ไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยจะใช้คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม “ท่านเป็นหนึ่งในประชากรหญิงรักหญิง ที่มีอายุ 18 - 45 ปี เคยใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ Tinder, LesPark, HER (เคยใช้บริการแอปพลิเคชันหนึ่งในสาม หรือมากกว่า) และเป็นสมาชิกไม่น้อยกว่า 6 เดือน อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลหรือไม่”

เครื่องมือในการช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้แบบสอบถามโดยแบ่งส่วนของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย 1) ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐาน โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) ส่วนที่ 2 คำถามที่เกี่ยวกับประสบการณ์การใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ซึ่งเป็นปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ 3) ส่วนที่ 3 คำถามที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ถึงประโยชน์, การรับรู้ถึงความเสี่ยง, ความตั้งใจที่จะใช้งาน, ทักษะการที่มีต่อการใช้งาน ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาระดับการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ และ 4) ส่วนที่ 4 คำถามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ โดยลักษณะแต่ละคำถามในส่วนที่ 3 จะใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) ที่มีมาตรการวัด 5 ระดับ โดยระดับที่ 1 หมายถึงมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด จนถึงระดับ 5 หมายถึงมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ซึ่งในการเก็บรวบรวมคำตอบจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่ม ตัวอย่างนำร่อง (Pilot study) 30 ชุด ก่อนที่จะทำการเก็บข้อมูลจริง จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัก หลังการทดสอบผลออกมาที่ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.81 ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับดี หมายถึง แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแสดงผลเป็นการแจกแจงความถี่ (Frequency) การหาค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น และตัวแปรตาม โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ t-test, One Way ANOVA และ LSD

ผลการวิจัย

1) ปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ของหญิงรักหญิง ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ด้านอายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 25-31 ปี จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ อายุ 18-24 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 อายุ 32-38 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และอายุ 39-45 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79.0 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ปริญญาโท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ นักศึกษา จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และอื่นๆ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และ รายได้ 30,001 ขึ้นไป จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ตามลำดับ

2) ปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์หญิงรักหญิง

ด้านแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ที่เคยใช้ พบว่า ส่วนใหญ่เคยใช้แอปพลิเคชัน Her จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ Tinder จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6 และ Lespark จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

ด้านการชำระค่าบริการเสริม พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เสียค่าบริการ จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 และเสียค่าบริการเสริม จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 ตามลำดับ

ด้านจุดประสงค์ในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่มองหาคนรู้ใจ จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 รองลงมาคือ มองหาเพื่อนใหม่ จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 มองหาความสัมพันธ์แบบ Friend with benefit จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 มองหาคู่นอนแบบ One night stand จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 และอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ด้านแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ที่ชื่นชอบมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ชื่นชอบแอป Her จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมาคือ Tinder จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 และ LesPark จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ด้านฟังก์ชันการใช้งานที่ชื่นชอบและส่งผลต่อการเลือกใช้ พบว่า ส่วนใหญ่สามารถกำหนดอายุผู้ใช้งานที่ต้องการพบเจอได้ จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 รองลงมาคือ สามารถกำหนดครีမ်การพบเจอผู้คนที่ได้ จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 สามารถใส่รูปโปรไฟล์ได้หลายรูป จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ความปลอดภัยในการใช้งาน จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1 สามารถยกเลิกการติดต่อได้หากไม่ถูกใจกันในภายหลัง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 สามารถเชื่อมต่อกับโซเชียลมีเดียอื่นๆ ได้ เช่น เฟซบุ๊ก หรือ อินสตาแกรม จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 ค่าบริการใช้งานเพิ่มเติม จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 และอื่นๆ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ด้านรูปแบบการดีไซน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน พบว่า ส่วนใหญ่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 และไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 ตามลำดับ

ด้านองค์ประกอบในการออกแบบแอปพลิเคชันที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นองค์ประกอบด้านลักษณะตัวอักษร จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือ สี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 พื้นผิวของ Logo จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และ ลายเส้น จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ด้านระยะเวลาที่ใช้งานแอปพลิเคชัน พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาใช้งานมากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ มากกว่า 1 ปี แต่ไม่ถึง 2 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 มากกว่า 2 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 มากกว่า 4 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และมากกว่า 3 ปี แต่ไม่ถึง 4 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ด้านช่วงเวลาที่ใช้งานแอปพลิเคชัน พบว่า ส่วนใหญ่ใช้งานช่วงกลางคืน จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาคือ ทั้งวัน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และช่วงเวลากลางวัน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ด้านระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้งานแอปพลิเคชัน พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาเฉลี่ย 1-5 ชม./วัน จำนวน 377 คน คิดเป็นร้อยละ 94.3 รองลงมาคือ 6-10 ชม./วัน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และ 11 ชม.ขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

3) การยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์หญิงรักหญิง

ผลการวิเคราะห์การยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ในภาพรวม พบว่ามีการยอมรับในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านได้รับการยอมรับในระดับมาก ได้แก่ ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.94 รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองสุดท้ายด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ในภาพรวม

การยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการรับรู้ประโยชน์	3.92	.623	มาก
ด้านการรับรู้ความเสี่ยง	3.74	.641	มาก
ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน	3.94	.611	มาก
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	3.81	.610	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85	.621	มาก

สรุป และอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25-31 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.3 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 79.0 ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.8

ปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้แอปพลิเคชันหาคู่ Her มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 47.3 มักไม่เสียค่าบริการเสริม คิดเป็นร้อยละ 66.0 มีจุดประสงค์ในการมองหาคนรู้ใจ คิดเป็นร้อยละ 40.9 ส่วนใหญ่ชื่นชอบแอปหาคู่ Her คิดเป็นร้อยละ 55.0 เนื่องจากสามารถกำหนดอายุผู้ใช้งานที่ต้องการพบเจอได้ คิดเป็นร้อยละ 23.9 โดยรูปแบบการดีไซน์ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 68.3 และมีองค์ประกอบด้านลักษณะตัวอักษร คิดเป็นร้อยละ 27.8 มีระยะเวลาการใช้งานมากกว่า 6 เดือน แต่ไม่ถึง 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.0 มักจะใช้งานช่วงกลางคืน คิดเป็นร้อยละ 73.8 และมีระยะเวลาการใช้งานโดยเฉลี่ย 1-5 ชม./วัน คิดเป็นร้อยละ 94.3

การยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์

จากผลการศึกษาพบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก ดังนี้

ด้านความตั้งใจที่จะใช้งานมีค่าเฉลี่ยการยอมรับในการเลือกใช้งานมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 เช่น แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ทำให้ได้รับความสะดวกสบายในการหาเพื่อนมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์เป็นเครื่องมือที่จะใช้ในการช่วยเริ่มต้นความสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และ แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์มีรูปแบบฟังก์ชันที่ชื่นชอบทำให้ตัดสินใจใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เป็นต้น

ด้านการรับรู้ประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เช่น การใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์สามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์มีความเหมาะสม สื่อสารได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และ แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์สามารถกำหนดระดับความเป็นส่วนตัวในการใช้งานได้ตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เป็นต้น

ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 เช่น คิดว่าการใช้แอปพลิเคชันหาคู่มือออนไลน์เป็นเรื่องปกติโดยทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 คิดว่าคนที่พบในแอปพลิเคชันหาคู่มือออนไลน์สามารถนำไปสู่ความสัมพันธ์ในระยะยาวได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และ คิดว่าคุ้มค่าเมื่อใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่มือออนไลน์ในการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 เป็นต้น

ด้านการรับรู้ความเสี่ยง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เช่น รับรู้ว่าอาจมีโอกาที่จะพบเจอการหลอกลวง หรือบุคคลที่มีเจตนาไม่ดีแอบแฝง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 แอปพลิเคชันหาคู่มือออนไลน์มีมาตรการรักษาความปลอดภัยเพื่อปกป้องผู้ใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และ ยินยอมเปิดเผยข้อมูลเมื่อใช้แอปพลิเคชันหาคู่มือออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 เป็นต้น

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สรุปผลได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 มีการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่มือออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อทำการวิเคราะห์เป็นรายคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons) ในส่วนของอายุที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยผู้ให้บริการมีการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่มือออนไลน์ จำแนกตามด้านการรับรู้ประโยชน์ ได้แก่ อายุ 25-31 ปี กับอายุ 18-24 ปี, อายุ 32-38 ปี กับ อายุ 18-24 ปี และ อายุ 39-45 ปี กับ อายุ 25-31 ปี และอายุ 32-38 ปี ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่ อายุ 25-31 ปี กับอายุ 18-24 ปี, อายุ 32-38 ปี กับ อายุ 18-24 ปี และ อายุ 39-45 ปี กับ อายุ 25-31 ปี และอายุ 32-38 ปี ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน ได้แก่ อายุ 25-31 ปี กับอายุ 18-24 ปี, อายุ 32-38 ปี กับ อายุ 18-24 ปี และ อายุ 25-31 ปี และ อายุ 39-45 ปี กับ อายุ 32-38 ปี ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ได้แก่ อายุ 25-31 ปี กับอายุ 18-24 ปี, อายุ 32-38 ปี กับ อายุ 18-24 ปี

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 มีการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่มือออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการมีการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่มือออนไลน์ จำแนกตามด้านการรับรู้ประโยชน์ ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กับต่ำกว่าปริญญาตรี, ปริญญาโท กับ ต่ำกว่าปริญญาตรี ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่ การศึกษาระดับปริญญาตรี กับต่ำกว่าปริญญาตรี, ปริญญาโท กับ ต่ำกว่าปริญญาตรี และ ปริญญาตรี ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน ได้แก่ การศึกษาระดับปริญญาตรี กับต่ำกว่า

ปริญญาตรี และ ระดับปริญญาโท กับ ต่ำกว่าปริญญาตรี ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ได้แก่ การศึกษา ระดับปริญญาตรี กับต่ำกว่าปริญญาตรี

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีค่า Sig เท่ากับ 0.07 ซึ่งมากกว่า 0.05 มีการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ประโยชน์ มีค่า Sig เท่ากับ 0.006 และด้านการรับรู้ความเสี่ยง มีค่า Sig เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Sig เท่ากับ 0.02 มีการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการมีการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ จำแนกตามด้านการรับรู้ประโยชน์ ได้แก่ รายได้ 10,001-20,000 บาท กับ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท, รายได้ 20,001-30,000 บาท กับ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท, รายได้มากกว่า 30,001 บาท กับ รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่ รายได้ 10,001-20,000 บาท กับ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท, รายได้ 20,001-30,000 บาท กับ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท, รายได้มากกว่า 30,001 บาท กับ รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน ได้แก่ รายได้ 10,001-20,000 บาท กับ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท, รายได้ 20,001-30,000 บาท กับ รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท, รายได้มากกว่า 30,001 บาท กับ รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ได้แก่ รายได้ 10,001-20,000 บาท กับ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท, รายได้ 20,001-30,000 บาท กับ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท, รายได้มากกว่า 30,001 บาท กับ รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการสื่อสารที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ พบว่า ปัจจัยการสื่อสาร ด้านแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ที่ชื่นชอบมากที่สุด มีค่า Sig เท่ากับ 0.07 ด้านรูปแบบการดีไซน์ มีค่า Sig เท่ากับ 0.647 ด้านองค์ประกอบในการออกแบบแอปพลิเคชัน มีค่า Sig เท่ากับ 0.574 และ ด้านระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้งานแอปพลิเคชัน มีค่า Sig เท่ากับ 0.100 ซึ่งมากกว่า 0.05 มีการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ในส่วนของปัจจัยการสื่อสาร ด้านการชำระค่าบริการเสริม มีค่า Sig เท่ากับ 0.05 มีการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และปัจจัยการสื่อสาร ด้านช่วงเวลาที่ใช้งานแอปพลิเคชัน มีค่า Sig เท่ากับ 0.005 มีการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการมีการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ จำแนกตามด้านการรับรู้ประโยชน์ ได้แก่ ใช้งานช่วง

กลางคืน กับ ทั้งวัน และช่วงเวลากลางวัน ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่ ใช้งานช่วงกลางคืน กับ ทั้งวัน ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน ได้แก่ ใช้งานช่วงกลางคืน กับ ทั้งวัน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ได้แก่ ใช้งานช่วงกลางคืน กับ ทั้งวัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ระดับการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ในภาพรวม พบว่าทุกด้านมีการยอมรับอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ซึ่งผลออกมายอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านได้รับการยอมรับในระดับมาก ได้แก่ ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.94 รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองสุดท้ายด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้อุปกรณ์หาคู่ออนไลน์ของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้อุปกรณ์หาคู่ออนไลน์ของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงวัย 39 - 45 ปี มีการยอมรับในทุกด้านสูงกว่าช่วงวัยอื่นๆ ยกเว้นด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีประชากรศาสตร์ที่กล่าวว่า อายุนั้นส่งผลทำให้มีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด และพฤติกรรม คนที่มีอายุน้อย มักจะมีความคิดเสรีนิยม มองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนที่อายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ระวังระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่าง ตลอดจนในแต่ละช่วงอายุนั้นมักจะมีภาระหน้าที่ หรือความเครียดจากการทำงานที่แตกต่างกันไป หรือแม้กระทั่งการใช้และการเปิดรับเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมภรณ์ ดันติศิริประเสริฐ (2564) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของลูกค้าธนาคารธนชาต สาขาอ้อมน้อย โดยพบว่าอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงิน นอกจากนี้ช่วงวัยที่แตกต่างกันก็อาจส่งผล

ต่อความคาดหวังในการยอมรับการเลือกใช้ออปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีที่เกี่ยวกับความคาดหวังที่กล่าวว่า ความคาดหวังเป็นความคิด ความเชื่อ ความต้องการ ความมุ่งหวัง หรือความรู้สึกรักของบุคคลหนึ่งที่มีต่อสิ่งหนึ่ง เช่น บุคคล การกระทำ หรือเหตุการณ์เป็นต้น จึงเป็นการคิดล่วงหน้าโดยมีความมุ่งหวังในสิ่งที่เป็นไปได้ว่าจะเกิดผลตามที่ตนคิด หรือตั้งใจไว้ ทั้งนี้ความคาดหวังของบุคคลจะขึ้นอยู่กับความต้องการ และเป็นไปตามประสบการณ์ของแต่ละตัวบุคคล

ส่วนของระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันหาตั๋วเครื่องบินที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้ออปพลิเคชันหาตั๋วเครื่องบินของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาตรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากระดับการศึกษานั้นอาจส่งผลต่อทัศนคติ และความคิดในการใช้เทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรม แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี เกตุจันทร์ และคณะ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ กรณีศึกษา Grab Food โดยพบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (แกร็บฟู้ด) แตกต่างกัน

ส่วนของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้ออปพลิเคชันหาตั๋วเครื่องบินของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้ที่มียาได้ในระดับสูงนั้นอาจจะมีความสามารถในการชำระเงินสำหรับการเข้าถึงสิทธิพิเศษ หรือฟังก์ชันการใช้งานของแอปพลิเคชันหาตั๋วเครื่องบินซึ่งจะช่วยให้สามารถใช้งานแอปพลิเคชันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ เปรมจิต พรหมสารเมธี (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน Trip Advisor ของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน Trip Advisor ที่แตกต่างกัน ซึ่งรายได้นั้นจะมีความสัมพันธ์ทั้งในส่วนของพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคาค่าบริการ และด้านกระบวนการให้บริการของแอปพลิเคชัน Trip Advisor

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยการสื่อสาร

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านการสื่อสารที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้ออปพลิเคชันหาตั๋วเครื่องบินของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาตร โดยมีการอบ

แนวความคิดของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ พบว่า การชำระค่าบริการเสริม และช่วงเวลาที่ใช้งานแอปพลิเคชันที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้ออปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของประชากรกลุ่มหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากการชำระค่าบริการเสริมนั้นจะช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงบริการเสริมซึ่งอำนวยความสะดวกในการใช้ออปพลิเคชันได้ดียิ่งขึ้น เช่น การปิดกั้นโฆษณาของแอปพลิเคชัน หรือสามารถตรวจสอบได้ว่าผู้ใดเข้ามาให้ความสนใจผู้ใช้งานบ้าง เป็นต้น ในส่วนของช่วงเวลาที่ใช้งานนั้น พบว่าประชากรจำนวน 295 คน หรือคิดเป็นร้อยละเท่ากับ 73.8 ซึ่งเป็นจำนวนประชากรเกินกว่าครึ่งจากจำนวนเต็ม 400 คน มักจะใช้งานแอปพลิเคชันในช่วงเวลาตอนกลางคืน สืบเนื่องมาจากช่วงเวลากลางคืนมักเป็นช่วงเวลาของการพักผ่อน ผ่อนคลาย เป็นช่วงเวลาที่คนส่วนมากเลิกงานแล้ว มีเวลาว่างในการทำสิ่งต่างๆ จึงเลือกใช้เวลาว่างไปกับการพูดคุย สนทนากับบุคคลอื่น สอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล ที่กล่าวว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกระบวนการสื่อสารซึ่งบุคคลที่มีตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไปมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างต่อเนื่อง สามารถแสดง และรับรู้ปฏิกิริยาตอบกลับระหว่างกันได้อย่างชัดเจน ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบมีสื่อกลาง โดยการใช้สื่อเป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสาร นั่นคือแอปพลิเคชัน โดยความคาดหวังของแต่ละบุคคลก็แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรยุทธ พายพายุห์ (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันหาคู่บน โทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) โดยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่มีความคาดหวังอื่นใดจากแอปพลิเคชันหาคู่ให้มีบริการนอกเหนือจากปัจจุบัน เพราะตอนนี้ตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์เนื่องจากเป็นเพียงสื่อกลางที่ทำให้กลุ่มชายรักชายได้รู้จักกันเท่านั้นเหมือนมีบุคคลกลางที่รู้จักทั้ง 2 ฝ่ายแล้วแนะนำให้ทั้ง 2 ฝ่ายรู้จักกัน เมื่อทั้ง 2 ฝ่ายรู้จักกันวิธีการติดต่อกันเป็นการให้เบอร์โทรศัพท์หรือสนทนากันผ่านไลน์แอป ซึ่งมีปัจจัยการเข้าใช้งาน 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยภายในที่เกี่ยวกับตัวบุคคล และปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวกับแอปพลิเคชันหาคู่ แต่ในส่วนของปัจจัยการสื่อสารในงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า ด้านรูปแบบการดีไซน์ไม่มีผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาจากค่าความถี่ร้อยละจะพบว่า รูปแบบการดีไซน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งานมากถึง 273 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 68.3 ซึ่งอาจเนื่องมาจากในภาพรวมของการใช้งานทั้งในส่วน of Interface ของแอปพลิเคชันที่มีรูปแบบการใช้งานง่าย หรือมีความสะดวกต่อผู้ใช้งาน อาจส่งผลให้ผู้ใช้งานส่วนใหญ่รู้สึกว่าการใช้งานส่งผลต่อ

การตัดสินใจใช้ แต่เมื่อพิจารณาจากการยอมรับการใช้งาน อาจเนื่องมาจาก องค์ประกอบในการออกแบบแอปพลิเคชันที่แตกต่างกัน พบว่าไม่มีผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มหญิงรักหญิงนั้นมักจะมีจุดประสงค์ที่ชัดเจนเพื่อเข้ามาหาคู่หรือเพื่อนคุยในกลุ่มหญิงรักหญิงโดยเฉพาะ ดังนั้นเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบรูปแบบการดีไซน์จึงไม่ส่งผลต่อการยอมรับการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ทั้งในส่วนของารรับรู้ประโยชน์ซึ่งไม่สามารถพิจารณาได้จากรูปแบบการดีไซน์เนื่องจากแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์นั้นมีประโยชน์ที่ชัดเจนอยู่แล้วว่าใช้สำหรับการหาคู่

ผลการทดสอบสมมติฐานระดับการยอมรับ

ผลการทดสอบสมมติฐานระดับการยอมรับในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ในภาพรวม พบว่าทุกด้านมีการยอมรับอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 พิจารณารายด้านได้ดังนี้ พบว่า ทุกด้านได้รับการยอมรับในระดับมาก ได้แก่ ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.94 รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองสุดท้ายด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ

ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน จากการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับแรกเท่ากับ 3.94 เพราะการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์หญิงรักหญิงจะทำให้ได้รับความสะดวกสบายในการหาเพื่อนหรือความสัมพันธ์อื่นๆได้เพิ่มมากขึ้น และยังเป็นเครื่องมือที่จะใช้ในการช่วยเริ่มต้นความสัมพันธ์ที่ดี เพราะเนื่องจากหญิงรักหญิงไม่สามารถทำความรู้จักกับบุคคลอื่นได้ง่าย ดังเช่นชายและหญิงทั่วไป เพราะอาจทำให้คนที่ไม่ได้มีรสนิยมเช่นเดียวกันรู้สึกอึดอัด ไม่สบายใจได้ ดังนั้นแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์จึงเป็นเครื่องมือในการเริ่มต้นความสัมพันธ์ที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ โกสินทร์ รัตนคร (2552) ที่ได้ทำการศึกษาถึงการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารของการเลือกคู่ครอง โดยสุ่มข้อมูลจากเว็บไซต์ www.thaimate.com และ www.naddate.com เพื่อนำมาเป็นข้อมูลใช้ประกอบการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์เพราะอยากเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ และอยากทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์หญิงรักหญิงยังมีรูปแบบฟังก์ชันที่หลากหลายให้เลือกใช้งาน สอดคล้องกับแนวคิดนวัตกรรมที่เกี่ยวกับแอปพลิเคชันกล่าวว่า แอปพลิเคชันคือ ซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อช่วยการทำงานของผู้ใช้ โดยจะต้องมีสิ่งที่เรียกว่าส่วนติดต่อ

กับผู้ใช้ เพื่อเป็นตัวแทนการใช้งานต่าง ๆ ต้องมีการวางแผนการพัฒนา ทั้งในเรื่องของระบบการใช้งาน และเรื่องรูปแบบของการดีไซน์ ซึ่งถ้าแอปพลิเคชันของคุณ มีรูปแบบแอปพลิเคชันที่ออกแบบสวยงาม และใช้งานได้ดีก็จะส่งผลดีต่อผู้ใช้งาน และการพัฒนาแอปพลิเคชันในอนาคต

ด้านการรับรู้ประโยชน์ จากการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 โดยการใช้งานแอปพลิเคชัน หาคู่ออนไลน์สามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลาเป็นประโยชน์ที่เหมาะกับยุคปัจจุบันที่คนใช้เวลาอย่างเร่งรีบ ทำงานหนัก เลยไม่ค่อยมีเวลาไปทำกิจกรรมกรรมอย่างอื่น สามารถสื่อสารกับบุคคลอื่นได้อย่างรวดเร็ว โดยแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์หญิงรักหญิงนั้นทำให้ผู้ใช้งานบางส่วนที่ไม่สามารถเปิดเผยให้คนทั่วไปรับรู้ถึงรสนิยมความชอบได้ สามารถเปิดเผยตัวตนได้อย่างสบายใจ และยังสามารถกำหนดระดับความเป็นส่วนตัวในการใช้งานได้ตามความต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Linsey (2017) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง Online dating application and the use and gratifications theory พบว่า ผู้ใช้งานส่วนใหญ่ใช้เพื่อที่ต้องการหาความใส่ใจหรือความสนใจจากคู่สนทนาของตนเอง หาความมั่นใจในตัวเอง และเพื่อใช้เวลาว่าง

ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน จากการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ความคิดเห็นมากที่สุดของหญิงรักหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลคิดว่าการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์เป็นเรื่องปกติโดยทั่วไปที่ทุกคนทำกัน และคิดว่าคนที่พบในแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์หญิงรักหญิงสามารถนำไปสู่ความสัมพันธ์ในระยะยาวได้ ไม่เพียงเฉพาะความสัมพันธ์ระยะสั้นเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ray, Kate และ Vanessa (2015) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง Mobile dating in the digital age: computer-mediated communication and relationship building on tinder เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาว่าทำไมผู้คนถึงเลือกใช้ Tinder พบว่า เพศของทั้งผู้ชาย และผู้หญิงส่งผลต่อความเข้าใจในเรื่องของการใช้ Dating Application โดยเฉพาะในเพศชาย ที่เชื่อว่ารูปแบบการ design ของ Tinder เน้นที่การสร้าง ความสัมพันธ์ระยะสั้น หรือการตอบสนองเรื่องของเพศสัมพันธ์ของผู้ใช้งาน ในขณะที่เพศหญิง จะใช้ Tinder เพื่อมองหาความสัมพันธ์ระยะยาว

ด้านการรับรู้ความเสี่ยง จากการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.74 ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหญิงรักหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล รับรู้ได้ว่าอาจมีโอกาที่จะพบเจอการหลอกลวง หรือบุคคลที่มีเจตนาไม่ดีแอบแฝง แต่ก็ยังอยากให้แอปพลิเคชันพัฒนาระบบคัดกรองให้ดีขึ้นไปอีก เพื่อความปลอดภัยในการใช้งาน เพราะไม่ใช่ทุกคนที่จะรู้เท่าทันการหลอกลวง และถึงแม้

การใช้งานจะมีความปลอดภัยในระดับหนึ่ง ผู้ใช้งานยังมีความกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวของตนเองจะมีความเสี่ยงที่จะถูกขโมยโดยกลุ่มผู้ไม่หวังดีได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Zhao et al. (2008) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงในบริบทออนไลน์ (Online perceived risk) คือการรับรู้ของผู้บริโภคถึงผลลัพธ์ ในเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นได้จากการซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการที่ผู้บริโภคจะต้องติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลส่วนบุคคล (Private information) ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นระบบเปิด จึงส่งผลทำให้เกิดความเสี่ยงเพิ่มมากขึ้น

ผลโดยรวมการทดสอบสมมติฐานจากทุกด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ซึ่งสาเหตุหลักเกิดมาจาก การพบเจอการหลอกลวง หรือบุคคลที่มีเจตนาไม่ดีแอบแฝงอาจเป็นผู้ชายที่แอบอ้างเป็นผู้หญิงมาพูดคุยติดสินทนเพื่อเจตนาบางอย่าง ยกตัวอย่างที่มักจะเห็นได้ตามข่าว การหลอกลวงให้โอนเงิน หรือแม้กระทั่งส่งของลับให้ดู ซึ่งผลกระทบเหล่านี้จึงทำให้ด้านการรับรู้ความเสี่ยงได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ถึงแม้การใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของประชากรหญิงรักหญิงจะพบปัญหา แต่ประชากรหญิงรักหญิงก็เลือกที่จะยอมรับความเสี่ยง และใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ต่อไป สืบเนื่องมาจากปัญหาการยอมรับในสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมณฑิพย์ บุญเกิด (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัญหาสุขภาพจิตในกลุ่มหญิงรักหญิง: การเลือกปฏิบัติทางเพศ โดยประสบการณ์ด้านจิตใจของหญิงรักเพศเดียวกันที่มีความสัมพันธ์แบบคู่รัก พบว่า หญิงรักเพศเดียวกันต้องเผชิญกับอคติและข้อจำกัดทางสังคมมากมาย ทั้งทางกฎหมาย ครอบครัว และพลตินัย (การถูกเลือกปฏิบัติ) อีกทั้งมีแหล่งสนับสนุนที่ไม่แน่นอน ชีวิตอยู่บนความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับการยอมรับ และคนที่รักเพศเดียวกันอย่างหญิงรักหญิงก็ยังคงถูกมองว่าเป็นความผิดปกติจากคนส่วนใหญ่ เพราะถูกจัดว่าเป็นเพศวิถีของคนส่วนน้อย จึงถูกตีตราและให้ความหมายในเชิงลบ ทั้งสื่อโฆษณาที่นำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ หรือวิถีชีวิตที่มีแต่เพียงมุมแคบเท่านั้น ซึ่งผลกระทบจากการถูกตีตราว่าเป็นเพศวิถีส่วนน้อย และการถูกเลือกปฏิบัติ ทำให้มีบางส่วนของประชากรหญิงรักหญิงต้องปรับตัวโดยการ ไม่เปิดเผยตัวตนในด้านรสนิยมทางเพศต่อสังคม ครอบครัว หรือเพื่อนร่วมงาน เนื่องจากกลัวในด้านสัมพันธภาพ และประสิทธิภาพการตอบสนองจากบุคคลอื่น ที่แสดงออกมาด้านลบ เช่น การพูดถากถาง ปฏิกริยาต่อต้าน หรือการเลือกปฏิบัติ ดังนั้นประชากรหญิงรักหญิงจึงยังมีการยอมรับด้านความเสี่ยงในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์แทนการใช้วิธีการอื่นๆ ซึ่งอาจเนื่องมาจากเป็นวิธีการทำความรู้จัก หรือมองหา

ความสัมพันธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับตนเองได้ง่ายมากกว่าวิธีการอื่นๆ ไม่ต้องโดนคนในสังคมภายนอกมาตัดสิน เพราะแอปพลิเคชันจัดทำขึ้นเพื่อพวกเขาโดยเฉพาะ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อค้นพบจากงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) ข้อเสนอแนะเชิงวิชาชีพสำหรับนักพัฒนาแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์

1.1 ควรมีการพัฒนาเรื่องระบบคัดกรองบุคคลเพิ่มมากขึ้น เพราะถึงแม้ผู้ใช้งานจะต้องมีการทำ Verify หรือการยืนยันตัวตนผ่านบัตรประชาชนเพื่อได้รับสัญลักษณ์เครื่องหมายถูกหลังชื่อใช้งาน แต่ก็ยังเป็นระบบที่ยังไม่บังคับ ซึ่งคนที่ไม่ยืนยันตัวตนก็ยังสามารถใช้งานแอปพลิเคชันได้อยู่ จึงอาจส่งผลทำให้มีบุคคลแอบแฝงได้

1.2 ควรมีการพัฒนาเรื่องระบบภาษา เพราะในบางส่วนของฟังก์ชันการใช้งาน หรือการตั้งค่านั้นยังเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งส่งผลต่อความเข้าใจสำหรับผู้ที่ใช้งานแอปพลิเคชันบางส่วนที่มีการชำระเงินในการใช้บริการเพิ่มเติม เพื่อมีความเข้าใจในทุกส่วนของฟังก์ชัน เพื่อเกิดประโยชน์ และความคุ้มค่าในการใช้งานได้อย่างเต็มที่

1.3 ควรออกแบบ UX/UI จากความต้องการของประชากรหญิงรักหญิงโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความปลอดภัย การใช้งาน การดีไซน์ หรือแม้แต่ความคุ้มค่าในการชำระเงิน และควรให้มีการทดลองใช้งานระบบก่อนที่จะมีการปล่อยแอปพลิเคชันออกมาจริงๆ

2) ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากยังมีงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้บริการแอปพลิเคชันหาคู่โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มหญิงรักหญิงเป็นจำนวนน้อยมาก ดังนั้น การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปสำหรับผู้สนใจนั้น ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ต่อไป

2.2 ควรขยายขอบเขตการวิจัยให้กว้างมากขึ้น โดยไม่ยึดติดอยู่กับการเก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะแค่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่ควรกระจายไปยังจังหวัดอื่นๆ ในแต่ละภูมิภาค เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และอาจนำข้อมูลที่ได้จากในแต่ละจังหวัดหรือแต่ละภูมิภาคมาทำการ

วิเคราะห์เพื่อจุดประสงค์ทางการตลาดของแต่ละแอปพลิเคชันที่จะเจาะจงถึงกลุ่มเป้าหมายในแต่ละจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.3 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลุ่ม LGBTQ อื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับปัจจัย พฤติกรรม และทัศนคติ ต่อการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์

2.4 ควรมีการศึกษาถึงความต้องการเพิ่มเติมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันในด้านการเข้าถึง การบริการเสริม เนื่องจากการเสียค่าบริการอาจเข้าถึงได้แค่เฉพาะคนบางกลุ่มเท่านั้น ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการบริการเสริม และระดับการยอมรับเงื่อนไขของแอปพลิเคชันสำหรับการเข้าถึงการบริการเสริมโดยไม่ต้องชำระเงิน ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งทางเลือกแก่ผู้มีรายได้ที่แตกต่างกัน

บรรณานุกรม

- โกสินทร์ รัตนคร. (2552). การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารของการเลือกคู่ครอง [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวัญจิรา คลปัญญาเลิศ และสุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2558). การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการหาเพื่อนผ่านสื่อออนไลน์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธัญพร สุวัจนพรพงศ์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หิววัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญเกิด ส., & ใฝ่เกาะ ก. (2017). ปัญหาสุขภาพจิตในกลุ่มหญิงรักหญิง: การเลือกปฏิบัติทางเพศ. *Journal of The Royal Thai Army Nurses*, 18(1), 15–21. Retrieved from <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/JRTAN/article/view/85248>
- เปรมจิต พรหมสารเมธี (2562) พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน Trip Advisor ของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร. วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2(2), 96-104.
- พิชญานี ภูตระกูล. (2559). การเปิดเผยตนเองในเครือข่ายสังคมออนไลน์: แนวทางการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพล และผลกระทบ, 8(2). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิมภรณ์ ดันดิสิริประเสริฐ (2564). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจในการเลือกใช้

- บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของลูกค้าธนาคารธนชาติ สาขาอ้อมน้อย. การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14, 277-286.
- โพสต์ทูเดย์. (2561). ‘หาคู่’ ดิจิทัลออนไลน์หนุ่มสาวไทยนิยมชมชอบ. สืบค้น 20 มีนาคม 2565, จาก <https://www.posttoday.com/life/life/556899>
- วิวรรษา ภาวะไพบุลย์ และสุดสรวง ยุทธนา. (2558). การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แท็บเล็ตในการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษของครูผู้สอนภาษาอังกฤษ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1. วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร, 17(1), 138-149.
- วรยุทธ พายพายุห์. (2561). การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สีตลา ประดิพัทธ์กุลชัย. (2551). การเปิดรับสื่อ ทักษะคิด และพฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มชายรักชายในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สีตลา ชาญวิเศษ. (2557). บทบาทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการพัฒนาความสัมพันธ์แบบโรแมนติก. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัญชลี เกตุจันทร์, สุรินทร์ มรรคา, วิภา ชมพูบริสุทธิ์, วิทย์ วัชรโรดมประเสริฐ และเฉลิม ใจทิม. (2564). การศึกษาพฤติกรรมการใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ กรณีศึกษา Grab Food. วารสารรัชต์ภาคย์, 16(46), 420-431.
- เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล. (2554). ความตระหนักและการยอมรับการนำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาใช้ในองค์การภาครัฐ: ศึกษากรณีสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), Action control: From cognition to behavior (pp.11-39).
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). A proposed integration among organizational Information requirements, media richness, and structural design. Management Science, 32(5), 554–571.

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(14), 1111–1132.
- Heidelberg: Springer. Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.
- James, J. L. (2015). *Mobile dating in the digital age: Computer-mediated communication and relationship building on tinder* (Unpublished thesis). Texas State University, San Marcos, Texas.
- Kim, C., Tao, W., Shin, N., & Kim, K. (2010). An empirical study of customer's perception of security and trust in e-payment systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(1), 84-95.
- Kim, G. S., Park, S. B., & Oh, J. (2008). An examination of factors influencing consumer adoption of short message service (SMS). *Psychology & Marketing*, 25(8), 769-786.
- Linsey. (2017). *Online dating application and the use and gratifications theory*. Eastern Washington University
- Nisakorn Thongsawatwattana. (2017). *Attitude towards mobile dating applications of Thai users*. Thammasat University.
- Webster, J., & Martocchio, J. (1992). Microcomputer playfulness: Development of a measure with workplace implications. *MIS Quarterly*, 16(2), 201–226.