



ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Acceptance and Behaviors of Using Online Dating Applications of Working Women in Bangkok

ธัญพร สุวทันพรพงศ์* ศรีณย์ธร ศศิธนากรแก้ว และ วราพรรณ อภิศุภะโชค

Thanyaporn Suwatjanapornpong* Saranthorn Sasithanakornkaew and Warapan Apisuphachok

ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
Department of Communication Arts and Information Sciences, Faculty of Humanities, Kasetsart University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author, E-mail: thanyaporn.sw@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และ 4) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้หญิงวัยทำงาน อายุ 20 - 40 ปี ที่เคยใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ซึ่งอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติสัมพันธ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1) ภาพรวมของแต่ละปัจจัยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเสี่ยง และพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ 2) การรับรู้ประโยชน์การใช้งาน การรับรู้ความง่ายการใช้งาน และการรับรู้ความเสี่ยงการใช้งาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 3) ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงการใช้งาน และการรับรู้ความง่ายการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายการแปรผันของพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานได้ร้อยละ 23.3 (Adjusted R² = 23.3)



โดยปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงการใช้งานมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันมากที่สุด ($\beta = 0.357$) และรองลงมา คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลรองลงมา ($\beta = 0.154$) สรุปได้ว่าปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงการใช้งาน และการรับรู้ความง่ายการใช้งานมีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเสี่ยง พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์

Abstract

This research study aims to 1) study the levels of perceived usefulness, perceived ease, perceived risk and behaviors of using online dating applications among women of working age in Bangkok, 2) investigate the relationship among perceived usefulness, perceived ease, and perceived risk of using online dating applications and usage behaviors of online dating applications among women of working age in Bangkok, and 3) examine factors affecting usage behaviors of online dating applications among women of working age in Bangkok by employing a quantitative method. The population used in this study was women of working age between 20 and 40 who lived in Bangkok and used online dating applications. The sample group was 400 participants. The questionnaire was the instrument for collecting data from the respondents. The obtained data were statistically analyzed by using computer program package, including Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, Pearson's Product-Moment Correlation, and Multiple Regression Analysis. It was found that 1) the overview of each factor was high including perceived usefulness, perceived ease, perceived risk and behaviors of using online dating applications, 2) the perceived usefulness, perceived ease, and perceived risk of use significantly had a positive relationship with usage behaviors of online dating applications among women of working age in Bangkok at the 0.01 level, and 3) the perceived risk and perceived ease of use significantly had positive effects on usage behaviors of online dating applications among women of working age in Bangkok at the 0.05 level, which the multiple correlation coefficient (R) was 0.488. The perceived risk factor had the most effect ($\beta = 0.357$), followed respectively by perceived ease of use factor ($\beta = 0.154$). The coefficient of determination (R^2) was 23.8% and adjusted coefficient of determination (Adjusted R^2) was 23.3%. In conclusion, the perceived risk factor and perceived ease of use factor affected usage behaviors of online dating applications among women of working age in Bangkok.

Keywords: Perceived usefulness, Perceived ease of use, Perceived risk, Usage behaviors of applications, Online dating application

1. บทนำ

ในปัจจุบันผู้คนล้วนมีอุปกรณ์สื่อสารที่สามารถติดต่อกับคนอื่น ๆ ได้สะดวกและรวดเร็ว เช่น ใช้โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดียในการติดต่อซึ่งกันและกัน ในสังคมปัจจุบันที่โลกออนไลน์และโลกแห่งความ



เป็นจริง แทบจะกลายเป็นใบเดียวกัน ทำให้ปฏิเสธไม่ได้ว่าโซเชียลมีเดีย คือส่วนหนึ่งของชีวิตที่ขาดไม่ได้ คนยุคดิจิทัลที่นิยมใช้ชีวิตบนโลกออนไลน์มากขึ้น โดยมีการพัฒนาของเทคโนโลยีของแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือมาตอบสนองความต้องการของคนยุคนี้ จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีจึงทำให้เกิดแอปพลิเคชันที่เปิดช่องทางให้พูดคุยกับ คนแปลกหน้าที่มีเกิดขึ้นอย่าง แพร่หลาย อีกทั้ง ผู้ใช้ยังสามารถระบุความสนใจและความต้องการของกลุ่มที่ต้องการได้อีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ สถานที่อยู่ หรือไลฟ์สไตล์ ทำให้การพัฒนาความสัมพันธ์กับคนแปลกหน้าที่ถูกใจ เป็นเรื่องที่ย่างยิ่งขึ้น ส่งผลให้แอปพลิเคชันหาคู่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายอย่างมากในขณะนี้ ซึ่งโพสต์ทูเดย์ (2561) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจหาคู่แอปพลิเคชันออนไลน์ว่าเป็นอีกหนึ่งธุรกิจบริการที่ได้รับความนิยมอย่างมาก จากการสำรวจ พบว่า ธุรกิจบริการหาคู่ออนไลน์ในปัจจุบันมีมูลค่าถึง 2,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 7,260 ล้านบาท) ในสหรัฐอเมริกาประเทศเดียว และ Tinder อ้างว่าจับคู่กว่า 26 ล้านคู่ต่อวัน ซึ่งคนไทยประมาณ 4 ใน 10 คน (37%) ที่เคยหาคู่ ทางอินเทอร์เน็ตระบุว่า ต้องการพบคู่รักในอนาคตผ่านบริการทางออนไลน์มากกว่าช่องทางปกติ ตามที่เห็นแพลตฟอร์ม หาคู่ทางอินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนแปลงกระแสต่อต้านไปอย่างมาก ส่งผลให้แอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการหาคู่ได้รับความนิยมมากขึ้นในภูมิภาคเอเชีย โดยแอปพลิเคชันหาคู่ Tinder เป็นแอปพลิเคชันหาคู่ยอดนิยม ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะใช้งานง่ายเพียงแค่ปัดขวาเพื่อเลือกแมตช์กับคนที่ชอบหรือปัดซ้ายเพื่อข้าม ถ้าอีกฝั่งปัดขวาเหมือนกันแสดงว่าทั้งคู่แมตช์กันและได้สานต่อคุยกัน ในแอปพลิเคชัน ส่วน Beetalk แอปพลิเคชันที่เขย่าแล้วจะได้เจอคนคุยจากพิกัดที่อยู่ใกล้ ๆ ตัว ส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียนนักศึกษาที่เล่นกันเยอะ และ Kooup แอปพลิเคชันหาคู่ที่ให้ใส่ส่วนเกิด ปีเกิด แล้วจะเลือกคู่ตามดวงสมพงศ์ หรือเลือกแมตช์กับคนที่ไลฟ์สไตล์หรืออาชีพการงานใกล้เคียงกัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สนใจถึงกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้หญิงวัยทำงานอายุ 20-40 ปีที่เคยใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ซึ่งอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานมักจะใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ที่บ้านและที่ทำงาน อาจทำให้ไม่สามารถเปิดโอกาสให้ตนเองออกไปพบเจอหาคู่รักจากสถานที่ต่าง ๆ ได้ ซึ่งแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ เป็นหนึ่งช่องทางที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงวัยทำงาน ซึ่งเป็นผู้มีความพร้อมที่จะตัดสินใจเลือกคู่ครองในอนาคตได้ด้วยตนเอง

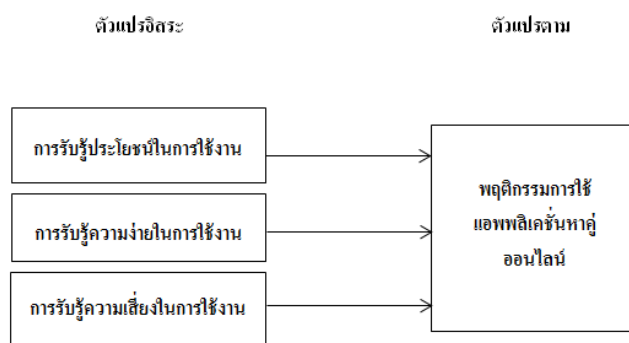
จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ว่ามีการรับรู้ประโยชน์ รับรู้ความง่าย และรับรู้ความเสี่ยงในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์อย่างไร โดยแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์จะมีบทบาทมากน้อยเพียงใดในการจูงใจให้กลุ่มผู้หญิงวัยทำงานใช้งาน ถึงแม้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์จะมีประโยชน์ และความง่ายในการใช้งาน ในขณะเดียวกันแอปพลิเคชันก็อาจสร้างความเสี่ยงต่อผู้ใช้งาน ส่งผลให้ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์จำเป็นต้องพัฒนาแอปพลิเคชันให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้มากขึ้น ทั้งนี้ ผลการวิจัยจะทำให้สะท้อนให้เห็นภาพรวมของพฤติกรรมการใช้บริการจากภายนอกเพื่อพัฒนาระบบแอปพลิเคชัน ได้ และเพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ต่อไป



2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

จากวัตถุประสงค์วิจัยดังกล่าว สามารถแสดงกรอบแนวคิดวิจัย ได้ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research Method) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามปลายปิด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน อายุ 20-40 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 877,421 (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2560) จากจำนวนดังกล่าว ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการคำนวณตามหลักการแปรผันร่วมระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการสุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5

3.2 ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงวัยทำงาน อายุ 20 - 40 ปี ที่เคยใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ซึ่งอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม “ท่านมีอายุ 20-40 ปี เคยใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ และอาศัยอยู่ใน



กรุงเทพมหานครหรือไม่” จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย 1) ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากร โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ 3) ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความง่ายในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ 4) ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ และ 5) ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์

3.4 ทดสอบความเที่ยงตรง (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อน (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ของตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ซึ่งทั้ง 3 ตัวแปร ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่ามากกว่า 0.75 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จากนั้นนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลจริง

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) จำนวน 400 ชุด โดยมีคำถามในการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรง ซึ่งเก็บข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม 2561-มกราคม 2562

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ 2) สถิติ เชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ

4. ผลการวิจัย

จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 77.00 และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 75.50

โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถแสดงข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

4.1.1 การรับรู้ประโยชน์การใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์การใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.39 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ว่าแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ทำให้ได้เรียนรู้ในการใช้ภาษาต่างประเทศมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84

4.1.2 การรับรู้ความง่ายการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความง่ายการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.43



เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความง่ายว่าการเรียนรู้การใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์เป็นเรื่องง่ายมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84

4.1.3 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.41 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ต่อต้านความเป็นส่วนตัว ในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50 และมีการรับรู้ต่อต้านความปลอดภัยในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50

เมื่อพิจารณาด้านความเป็นส่วนตัวในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์เป็นรายชื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการรับรู้ถึงความเป็นส่วนตัว คือ รู้สึกกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวมีความเสี่ยงที่จะถูกขโมย โดยกลุ่มผู้ไม่หวังดี เช่น นักแฮกเกอร์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93

เมื่อพิจารณาด้านความปลอดภัยในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์เป็นรายชื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการรับรู้ถึงความปลอดภัย คือ รู้สึกกังวลใจว่าการเล่นแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ คู่สนทนาจะแสดงภาพหรือใช้คำพูดที่ไปในเชิงอนาจารมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ Tinder จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 โดยส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ 1-2 ครั้งต่อวัน จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 ใช้เวลากับแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ เป็นระยะเวลา 31-45 นาที จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 และใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในช่วงเวลา 16.01-20.00 น. จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ฟังก์ชันการใช้งานและปริมาณการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า โดยส่วนใหญ่มีการใช้งานโดยกดไลค์หรือถูกใจ ให้ผู้ใช้บริการทำอื่น (LIKE) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้พบเจอกับบุคคลที่รู้จักกันทางแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการสร้างความสัมพันธ์แบบเพื่อนกับคู่สนทนาในแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75

4.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ Pearson's Product Moment Correlation Coefficient แสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์
--------	---------------------------------------



	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน	0.323**	0.000	ค่อนข้างต่ำ
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	0.356**	0.000	ค่อนข้างต่ำ
การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน	0.464**	0.000	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก และมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ-ปานกลาง (โดยมีค่า $r = 0.323$, $r = 0.356$ และ $r = 0.464$ ตามลำดับ)

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (โดยมีค่า $\beta = 0.357$ และ $\beta = 0.154$ ตามลำดับ)

5. การอภิปรายผล

5.1 จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ประโยชน์การใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ เพราะเห็นว่าการเล่นแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์นั้น จะทำให้มีโอกาสได้ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ ทั้งยังเป็นโอกาสที่ดีที่จะได้เรียนรู้ในการใช้ภาษาต่างประเทศ อธิบายได้ว่า ประโยชน์ของแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์นอกจากจะเป็นช่องทางที่ทำให้ผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครได้มีโอกาสทำความรู้จักกับผู้อื่นแล้ว ยังเป็นช่องทางในการสร้างความสัมพันธ์กับคนที่ตนเองถูกใจและยังเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภาษาต่างประเทศอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของโกสินทร์ รัตนคร (2552) ที่ได้ทำการศึกษาถึงการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารของการเลือกคู่ครอง โดยสุ่มข้อมูลจากเว็บไซต์ www.thaimate.com และ www.naddate.com เพื่อนำมาเป็นข้อมูลใช้ประกอบการศึกษารูปแบบของการพัฒนาความสัมพันธ์ รวมทั้งศึกษาเนื้อหาที่ใช้ในการสร้างความไว้วางใจในการสื่อสารเลือกคู่ครอง และเหตุผลที่ตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ เพราะอยากเรียนรู้ภาษาต่างประเทศและอยากทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่

5.2 จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความง่ายว่าการเรียนรู้การใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์เป็นเรื่องง่ายมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อธิบายได้ว่า แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์มีการประมวลผลที่ทำให้เจอคู่ออนไลน์ได้ง่ายช่วยให้ผู้ใช้งานง่ายต่อการเรียนรู้ ซึ่ง โปสดีทุเคย์ (2561) กล่าวว่า Tinder เป็นแอปพลิเคชันหาคู่ที่ได้รับความนิยมเพราะใช้งานง่ายเพียงแค่ปัดขวาก็สามารถเลือกแมตช์คนที่ชอบได้เลย ส่วนแอปพลิเคชัน Beetal talk สะดวกง่ายด้วยการประมวลผลจากการเขย่าก็เจอคนคุยในตำแหน่งใกล้เคียง หรือ แอปพลิเคชัน Kooup ง่ายและสะดวกจากการหาคู่สมพงษ์ตามวันเดือนปีเกิด



5.3 จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างบางส่วนมีความรู้ถึงความเสี่ยง และมีความกังวลในการใช้งาน แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ คือ มีความกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวของตนเองจะมีความเสี่ยงที่จะถูกขโมยโดยกลุ่มผู้ไม่หวังดี เช่น นักแฮกเกอร์ ทั้งยังรู้สึกว่าการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์นั้น รวมทั้งความเสี่ยงจากคู่สนทนาเอง คือ คู่สนทนามักจะแสดงภาพหรือใช้คำพูดในเชิงอนาจาร ทำให้รู้สึกว่าการเล่นแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์จะเป็นจุดเริ่มต้นนำไปสู่อันตราย ที่จะเสี่ยงต่อความปลอดภัยทางร่างกายและทรัพย์สิน จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความกังวลใจเกี่ยวกับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงทางด้านการเงินที่อาจถูกฉ้อโกงขโมยโดยกลุ่มมิจฉาชีพหรือนักแฮกเกอร์ รวมไปถึงความปลอดภัยของตนเองด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญจิรา คลปัญญาเลิศ และสุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2558) ทำการศึกษาถึงการใช้อินเตอร์เน็ตในการหาเพื่อนผ่านสื่อออนไลน์ จากโปรแกรมสนทนา Beetalk และพบว่า ผู้ที่ใช้โปรแกรมสนทนา Beetalk จะมีการป้องกันความปลอดภัย และความ เป็นส่วนตัว โดยจะใช้นามแฝงมากกว่าชื่อจริง เพื่อดึงดูดให้ผู้สนใจเข้ามาสนทนาด้วย และเพื่อป้องกันตนเองในการสนทนาโดยการสวมบทบาทสมมติ และปกปิดข้อมูลส่วนตัวบางส่วนเอาไว้ แต่มีการปฏิสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องในลักษณะชุมชนเสมือนจริง

5.4 จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์นั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะเลือกใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ที่ชื่อว่า Tinder และจะใช้เวลาเล่นแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์วันละ 1-2 ครั้ง และใช้เวลาเล่นนานถึง 31-45 นาที โดยจะใช้เวลาเล่นในช่วงเวลา 16.01-20.00 น. นอกจากนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักจะใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ โดยการกด Like หรือ ถูกใจให้ผู้ให้บริการท่านอื่น โดยมีกลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งเคยได้พบเจอกับบุคคลที่รู้จักกันทางแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการสร้าง ความสัมพันธ์แบบเพื่อนกับคู่สนทนาในแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ซึ่งจากความสามารถของแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ที่ถูกออกแบบมาเพื่อการใช้งานที่หลากหลายรูปแบบนั้น ทำให้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์กลายเป็นเครื่องมือที่มี บทบาทสำคัญที่ช่วยให้ผู้คนสามารถค้นหาและเชื่อมต่อกับบุคคลอื่นผ่านสื่อออนไลน์ โดยผู้ใช้งานส่วนใหญ่จะมี เป้าหมายในการพัฒนาความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในรูปแบบ โรแมนติก และศึกษาพูดคุยกันผ่านโลกเสมือนจริงนี้ก่อน สอดคล้องกับงานวิจัยของสิตลา ชาญวิเศษ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาถึงบทบาทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการพัฒนา ความสัมพันธ์แบบโรแมนติกจากผู้ที่มีประสบการณ์ในการสร้างความสัมพันธ์โดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่าง Facebook หรือ LINE แล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีขั้นตอนในการพัฒนาความสัมพันธ์แบบโรแมนติกอยู่ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นแรกจะทำความรู้จักศึกษากันก่อน ขั้นที่ 2 คือ ทำการกระชับความสัมพันธ์ในช่วงต้น และขั้นที่ 3 คือ กระชับ ความสัมพันธ์ในช่วงที่ตัดสินใจคบหาดูใจกัน และจะหันมาใช้การสื่อสารทางโทรศัพท์ และใช้แอปพลิเคชันแบบเห็น หน้า และนัดเจอกันในเวลาต่อมา และสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญจิรา คลปัญญาเลิศ และสุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2558) พบว่า ผู้ที่ใช้โปรแกรมสนทนา Beetalk มักจะใช้ข้อความทักทายที่น่าสนใจทั้งมีการส่งรูปภาพ สัญลักษณ์ สติกเกอร์ต่าง ๆ รวมทั้งมีการใช้คำศัพท์ที่ใช้กันเฉพาะกลุ่ม และส่วนใหญ่ได้มีการสร้างความสัมพันธ์แบบเพื่อนกับคู่ สนทนามากที่สุด

5.5 จากการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครรับรู้ถึงประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ และเป็นความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ นอกจากนี้ การรับรู้ถึงความ ง่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ และเป็นความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ



อธิบายได้ว่า ถึงแม้ผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครจะรับรู้ว่าการใช้แอปพลิเคชันในการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศสามารถหาเพื่อนใหม่ หรือคู่รัก รวมทั้งรับรู้ว่าการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์มีการประมวลผลที่ทำให้เจอคู่ออนไลน์ได้ง่าย ช่วยให้ผู้ใช้งานง่ายต่อการเรียนรู้ก็ตาม โดยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในระดับค่อนข้างต่ำ แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์อาจจะไม่ได้ขึ้นอยู่กับความรู้ถึงถึงประโยชน์ และความง่ายของแอปพลิเคชัน แต่อาจจะมียุทธศาสตร์ประกอบอื่นที่มีส่วนทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์เพิ่มขึ้น อาทิ ความพึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชัน หรือความมีความชอบแอปพลิเคชันก็อาจเป็นไปได้ สอดคล้องกับทฤษฎีของ TAM กล่าวไว้ว่า ผู้ใช้งานจะต้องมีการรับรู้เกิดขึ้นภายในจิตใจ คือ รับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน รับรู้ถึงความง่าย และมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้ระบบนั้นก่อนถึงจะทำให้เกิดเป็นความตั้งใจในการใช้งานระบบ และนอกจากนี้ยังพบว่าอีกว่ามีปัจจัยภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้องอันได้แก่ ประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ และพฤติกรรมทางสังคมซึ่งจะตัวกระตุ้นส่งผลต่อการรับรู้หรือทัศนคติที่เป็นปัจจัยภายในได้ และนั่นแสดงให้เห็นว่าปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกจะเป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์

5.6 จากการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครรับรู้ถึงความเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ และเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง อธิบายได้ว่า จากการสำรวจการรับรู้ความเสี่ยงจากการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มนี้รับรู้ว่าการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์นั้นมีความเสี่ยงในระดับมาก โดยส่วนใหญ่จะมีกังวลต่อข้อมูลส่วนตัวว่าจะถูกขโมยโดยกลุ่มนักแฮกเกอร์ หรืออาจถูกไปขายต่อให้กับบุคคลที่สามโดยผู้หวังผลกำไร ซึ่งอาจจะนำมาสู่ความไม่ปลอดภัยต่อทรัพย์สินและตนเองได้ และด้วยความกังวลเกี่ยวกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้เหล่านี้ จึงทำให้กลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ได้ทำการสำรวจมาามีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในระดับปานกลางเท่านั้น เพราะการรับรู้ความเสี่ยงมักจะส่งผลกระทบต่อทิศทางลบต่อการประเมินเลือกใช้บริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ได้เสมอ สอดคล้องกับแนวคิดของ Zhao et al. (2008) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงในบริบทออนไลน์ (Online perceived risk) คือ การรับรู้ของผู้บริโภคถึงผลลัพธ์ในเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นได้จากการซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการที่ผู้บริโภคจะต้องติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลส่วนบุคคล (Private information) ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นระบบเปิด จึงส่งผลให้เกิดความเสี่ยงเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของจิตยากรณ์ ชีรานูวรรณ์ (2554) ศึกษาการรับรู้ถึงความเสี่ยงจากการใช้บริการ Location-Based Services พบว่า นอกจากกลุ่มตัวอย่างจะรับรู้และเชื่อมั่นไว้วางใจว่าระบบมีการป้องกันความเป็นส่วนตัวอยู่แล้วในระดับหนึ่ง แต่ในอีกด้านหนึ่งยังมีความกังวลถึงความเสี่ยงของความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งานจากการใช้บริการ Location-Based Services อยู่ ซึ่งจะส่งผลในทางลบต่อความตั้งใจใช้บริการ Location-Based Services ด้วย

5.7 จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน อธิบายได้ว่า ถึงแม้กลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครจะรับรู้ว่าการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์นั้นอาจจะทำให้เกิดความเสี่ยงต่อตนเองได้ แต่ส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าการใช้แอปพลิเคชันในการหาคู่นั้นมีความง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน จึงเป็นผลให้เกิดการยอมรับและความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันในการหาคู่ออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Zhao et al.



(2008) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงในบริบทออนไลน์ (Online perceived risk) คือ การรับรู้ของผู้บริโภคถึงผลลัพธ์ในเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นได้จากการซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการที่ผู้บริโภคจะต้องติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลส่วนบุคคล (Private information) ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นระบบเปิด จึงส่งผลให้เกิดความเสี่ยงเพิ่มมากขึ้น

6. บทสรุป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ กับพฤติกรรม การใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และ 4) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้หญิงวัยทำงาน อายุ 20 - 40 ปี ที่เคยใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ซึ่งอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 400 ตัวอย่าง ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญตามลำดับ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติสัมพันธ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ

จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับนำข้อมูลไปใช้ ดังนี้

1. จากผลการวิจัยการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ความเสี่ยงถึงด้านความเป็นส่วนตัว คือ รู้สึกกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวมีความเสี่ยงที่จะถูกขโมย โดยกลุ่มผู้ไม่หวังดี เช่น นักแฮกเกอร์ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ความเสี่ยงถึงด้านความปลอดภัย คือ รู้สึกกังวลใจว่าการเล่นแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ คู่สนทนาจะแสดงภาพหรือใช้คำพูดที่ไปในเชิงอนาจาร โดยจากผลการวิจัยดังกล่าวมีข้อเสนอแนะเป็น 3 ประเด็น ซึ่งผู้พัฒนาระบบแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ควรทำ ดังนี้ 1) ออกแบบระบบให้มีความน่าเชื่อถือ รักษาความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งาน รวมทั้งคัดกรองหรือตรวจสอบเนื้อหา เพื่อป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ใช้งาน เช่น ป้องกันการใช้คำหยาบ สื่อลามกอนาจาร และการกระทำผิดกฎหมาย จะทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกอุ่นใจ และกล้าใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์มากขึ้น 2) กำหนดวัตถุประสงค์ในการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ หรือเว็บไซต์หาคู่ออนไลน์อย่างชัดเจน และควรมีจรรยาบรรณและคุณธรรมในการให้บริการอย่างเคร่งครัด เพื่อรักษาชื่อเสียง และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ใช้งาน และ 3) สร้างการรับรู้ทัศนคติที่ดี เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ โดยการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน เพื่อให้ผู้ใช้งานได้เข้าใจก่อนตัดสินใจใช้บริการนี้ ทั้งยังเป็นการป้องกันความปลอดภัยให้แก่ตัวผู้ใช้งานเองด้วย ซึ่งหากผู้ใช้งานมีการรับรู้และมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการจัดหาคู่ออนไลน์แล้ว จะทำให้มีแนวโน้มว่าผู้ใช้งานจะตัดสินใจเลือกใช้บริการนี้มากขึ้น

2. จากผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์เป็นระยะเวลา 31-45 นาที และใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในช่วงเวลา 16.01-20.00 น.



ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ที่ต้องการพัฒนาแอปพลิเคชัน หรือทำกิจกรรมทางการตลาด ภายในแอปพลิเคชัน ควรพิจารณาเลือกช่วงเวลาในการพัฒนา ปรับปรุงแอปพลิเคชันเวอร์ชันใหม่ หรือสร้างกระแส กิจกรรมทางการตลาด เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

ส่วนข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป มีดังนี้ 1) ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการยอมรับ แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ เพื่อให้ได้ผลข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น และ 2) ควรทำการศึกษาแรงจูงใจหรือทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการจัดหาคู่ ทั้งจากเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันออนไลน์ เพื่อเป็นประโยชน์ให้แก่ธุรกิจ ที่ให้บริการจัดหาคู่ นำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับ ผู้ใช้งานในแต่ละกลุ่มมากขึ้นต่อไป

7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือ และการเอาใจใส่ด้วยความเต็มใจอย่างยิ่งจาก ผศ.ดร.ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้โอกาสผู้วิจัย ได้ทำวิจัยเรื่องนี้ ได้กรุณาให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

8. เอกสารอ้างอิง

- โกสินทร์ รัตนคร. (2552). การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารของการเลือกคู่ครอง. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวัญจิรา ดลปัญญาเลิศ และสุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2558). การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการหาเพื่อนผ่านสื่อออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตยากรณ์ ธีรานูวรรณ์. (2554). การรับรู้ความเสี่ยง (perceived risk) และการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ (trust perception) ของผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ location-based service. การศึกษาอิสระ ปริญญา มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการตลาด, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- โพสต์ทูเดย์. ‘หาคู่’ ดิจิทัลออนไลน์ หนุ่มสาวไทยนิยมชมชอบ. [ออนไลน์]. 2561. แหล่งที่มา <https://www.posttoday.com/life/life/556899> [5 ตุลาคม 2561].
- ระบบสถิติการลงทะเบียน. จำนวนประชากรแยกอายุ กรุงเทพมหานคร. [ออนไลน์]. 2560. แหล่งที่มา http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php [2 ตุลาคม 2561].
- สีตลา ชาญวิเศษ. (2557). บทบาทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการพัฒนาความสัมพันธ์แบบโรแมนติก. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Zhao, A. L., S. Hammer-Lloyd and M. M. H. G. Philippa Ward. (2008). Perceived risk and Chinese consumers' internet banking services adoption. *International Journal of Bank Marketing*. 26(7), 505-525.