

ความชุกและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้าของผู้ใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในประเทศไทย

ศักรย์จตุทา บินชัย*, พิชชาพร งามทิพย์วัฒนา*

*ภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความชุกและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้าในกลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในประเทศไทย

วิธีการศึกษา การศึกษาเชิงพรรณนาภาคตัดขวาง ในกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในประเทศไทย 280 คนที่มีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา และมีอายุตั้งแต่ 18 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ถึง 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2567 โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ สุ่มตรวจสอบข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ และประเมินปัญหาสุขภาพจิตโดยใช้แบบประเมินการเห็นคุณค่าในตนเอง Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES-TR-10) แบบประเมินภาวะวิตกกังวลทั่วไป Generalized Anxiety Disorder (GAD-7) และแบบสอบถามประเมินภาวะซึมเศร้า Patient Health Questionnaire (PHQ-9) ฉบับภาษาไทย วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Pearson's chi-squared test, Mann-Whitney U test, และ Multivariable logistic regression

ผลการศึกษา พบความชุกของกลุ่มตัวอย่างที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ ร้อยละ 20.4 มีภาวะวิตกกังวล ร้อยละ 25.7 และมีภาวะซึมเศร้า ร้อยละ 41.8 โดยปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเอง ได้แก่ รายได้ต่อเดือน (Adjusted OR 7.26, 95%CI 1.32 - 39.85) ความรู้สึกพึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน (Adjusted OR 4.81, 95%CI 2.13 - 10.86) การเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่น (Adjusted OR 5.36, 95%CI 2.10 - 13.69) และมุมมองของการใช้งานต่อการเห็นคุณค่าในตนเอง (Adjusted OR 4.45, 95%CI 1.86 - 10.63) ปัจจัยที่สัมพันธ์กับภาวะวิตกกังวล ได้แก่ เพศ (Adjusted OR 5.56, 95%CI 1.37 - 22.54) รายได้ต่อเดือน (Adjusted OR 3.71, 95%CI 1.44 - 9.52) ความรู้สึกพึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน (Adjusted OR 4.64, 95%CI 2.29 - 9.42) และการเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่น (Adjusted OR 3.92, 95%CI 1.86 - 8.24) ปัจจัยที่สัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้า ได้แก่ เพศ (Adjusted OR 3.80, 95%CI 1.02 - 14.18) รายได้ต่อเดือน (Adjusted OR 3.94, 95%CI 1.06 - 14.70) ความรู้สึกพึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน (Adjusted OR 3.37, 95%CI 1.75 - 6.49) และการเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่น (Adjusted OR 3.07, 95%CI 1.65 - 5.71)

สรุป พบความชุกของปัญหาสุขภาพจิต ได้แก่ การเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ ภาวะวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้าในผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในประเทศไทยที่สูง เมื่อเทียบกับความชุกของปัญหาดังกล่าวในประชากรทั่วไป ปัจจัยสำคัญที่สัมพันธ์ ได้แก่ การไม่ระบุเพศ รายได้ต่อเดือนที่ต่ำ ความรู้สึกไม่พึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน การเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่นบ่อยครั้ง และมุมมองของผลกระทบจากการใช้งานในเชิงลบต่อการเห็นคุณค่าในตนเอง ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องควรพิจารณาแนวทางการเฝ้าระวังและป้องกันปัจจัยที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ เพื่อลดอุบัติการณ์ของปัญหาสุขภาพจิตที่อาจเกิดขึ้น

คำสำคัญ แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ การเห็นคุณค่าในตนเอง วิตกกังวล ซึมเศร้า

Corresponding author: พิชชาพร งามทิพย์วัฒนา

ภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล

Email: pngamthip@gmail.com

วันรับ 6 มกราคม 2568 วันแก้ไข 12 กุมภาพันธ์ 2568 วันตอบรับ 20 กุมภาพันธ์ 2568

Prevalence and Associated Factors of Self-Esteem, Anxiety, and Depression among Online Dating Application Users in Thailand

Sakjuta Binchai*, Pitchaporn Ngamthipwatthana*

*Department of Psychiatry, Faculty of Medicine Ramathibodi Hospital, Mahidol University

ABSTRACT

Objective: This study aimed to investigate the prevalence and factors associated with self-esteem, anxiety, and depression among users of online dating applications in Thailand.

Methods: A cross-sectional descriptive study. The sample consists of 280 users of online dating applications in Thailand who have had experience using these applications in the past 3 months and are 18 years and older. The study period is from November 1, 2023, to May 31, 2024. An online questionnaire is utilized to collect data on personal factors, characteristics of online dating application usage, as well as to assess mental health issues using the Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES-TR-10), the Generalized Anxiety Disorder (GAD-7) scale, and the Patient Health Questionnaire (PHQ-9) in its Thai version. Statistical data is analyzed using descriptive and inferential statistics including Pearson's chi-squared test, Mann-Whitney U test, and Multivariable logistic regression.

Results: The prevalence of the sample with low self-esteem was 20.4%, anxiety was 25.7%, and depression was 41.8%. Factors associated with self-esteem included monthly income (Adjusted OR 7.26, 95%CI 1.32 - 39.85), body satisfaction (Adjusted OR 4.81, 95%CI 2.13 - 10.86), social comparison (Adjusted OR 5.36, 95%CI 2.10 - 13.69), and self-reported impact on self-esteem (Adjusted OR 4.45, 95%CI 1.86 - 10.63). Factors associated with anxiety included gender (Adjusted OR 5.56, 95%CI 1.37 - 22.54), monthly income (Adjusted OR 3.71, 95%CI 1.44 - 9.52), body satisfaction (Adjusted OR 4.64, 95%CI 2.29 - 9.42), and social comparison (Adjusted OR 3.92, 95%CI 1.86 - 8.24). Additionally, factors associated with depression included gender (Adjusted OR 3.83, 95%CI 1.03 - 14.28), monthly income (Adjusted OR 3.32, 95%CI 1.17 - 9.40), body satisfaction (Adjusted OR 3.39, 95%CI 1.76 - 6.52), and social comparison (Adjusted OR 3.01, 95%CI 1.63 - 5.55).

Conclusion: There is a high prevalence of mental health issues, including low self-esteem, anxiety, and depression among users of online dating applications in Thailand, compared to the prevalence of these issues in the general population. Important associated factors include the absence of gender identification, low monthly income, body dissatisfaction, frequent social comparisons, and self-reported negative impact on self-esteem. Therefore, relevant parties should consider strategies for monitoring and preventing these associated factors to reduce the incidence of potential mental health issues in the future.

Keywords: dating application, self-esteem, anxiety, depression

Corresponding author: Pitchaporn Ngamthipwatthana

Email: pngamthip@gmail.com

Received: 6 January 2025 Revised: 12 February 2025 Accepted: 20 February 2025

บทนำ

ในปัจจุบันเป็นยุคแห่งดิจิทัลที่มีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งการเข้าถึงนั้นสามารถทำได้ง่ายผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่กลายเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งเปิดทางให้ผู้คนสามารถทำความรู้จักหรือสร้างความสัมพันธ์กับผู้คนใหม่ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ผ่านทางแอปพลิเคชันเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย โดยเฉพาะแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ซึ่งปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบแอปพลิเคชันเหล่านี้ให้สามารถใส่รูปภาพโปรไฟล์ ระบุข้อความที่แสดงถึงตัวตน ระบุคุณสมบัติเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ใช้งานสนใจได้ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ ส่วนสูง แนวทางการใช้ชีวิต ความสัมพันธ์ที่มองหา รวมถึงแม้กระทั่งขอบเขตที่อยู่ของผู้ใช้งานใกล้เคียง ตอบโจทย์ในการสร้างความสัมพันธ์ที่สะดวกรวดเร็วและเป็นปัจเจกบุคคลมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน โดยพบว่ามีผู้ใช้งานมากถึง 381 ล้านคนทั่วโลก ในปี พ.ศ. 2566¹ และเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่ผ่านมาที่ทุกคนต้องเว้นระยะห่างจากกัน ทำให้ผู้คนพยายามหาทางเลือกที่จะคลายความเหงา และหาที่พึ่งทางใจผ่านความสัมพันธ์ทางออนไลน์ ซึ่งพบว่าการใช้งานในประเทศไทยนั้นเพิ่มขึ้นไปในทิศทางเดียวกันถึงร้อยละ 56.8 ของประชากรทั้งหมด โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง²

แม้ว่าแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์จะทำให้เกิดเครือข่ายความสัมพันธ์ที่กว้างขวาง แต่กลับดูประาะบางพร้อมที่จะแตกหักอยู่เสมอเนื่องจากหลายปัจจัย โดยพบว่าเกือบครึ่งของผู้ใช้งานมองหาคู่ความสัมพันธ์แบบไม่ผูกมัด (casual dating) และส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90 ที่มีการสร้างความสัมพันธ์มากกว่าหนึ่งคนในเวลาเดียวกัน³ อีกทั้งการใช้งานในแอปพลิเคชันส่วนใหญ่นั้นมีรูปแบบการใช้งานที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานน้อย (passive use) เพื่อเริ่มต้นความสัมพันธ์ โดยใช้เพียงการปัดซ้ายหรือขวา (swipe) เพื่อตัดสินใจเลือกผู้ใช้งานที่แอปพลิเคชันจับคู่ให้ในปริมาณที่ไม่จำกัด ทำให้ผู้ใช้งานเสมือนมีอำนาจในการประเมินและเลือกเพื่อให้ได้ตามความต้องการของตนแต่ในทางกลับกันผู้ใช้งานก็เป็นฝ่ายถูกประเมินด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งแอปพลิเคชันส่วนใหญ่เน้นประเมินจากรูปภาพของผู้ใช้งาน มีเพียงข้อมูลความสนใจที่แสดงตัวตนสั้นๆ ประกอบเท่านั้น^{4,5} โดยการเริ่มความสัมพันธ์นั้นจะเกิดในกรณีที่ผู้ใช้งานต่างฝ่ายต่างเลือกกันและกัน ในท้ายที่สุดหากผู้ใช้งานไม่ได้เป็นผู้ถูกเลือก อาจเป็นผู้ถูกเลือก แต่เมื่อเริ่มความ

สัมพันธ์อาจถูกปฏิเสธจากการหายไปอย่างกะทันหันของคู่สนทนาที่เรียกว่า ปรากฏการณ์ผีหลอก (ghosting)^{6,7} หรือบางรายอาจถูกหลอกให้รักจากการที่อีกฝ่ายสร้างตัวตนปลอมขึ้นมา (catfishing)⁸ ซึ่งอาจนำไปสู่การเกิดพิศวาสอาชญากรรม (romantic scam) ที่มีเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลให้ผู้ใช้งานเสียทั้งความรู้สึก ทรัพย์สิน ถูกคุกคามหรือล่วงละเมิดทางเพศ^{9,10} ปัจจุบันมีหลายการศึกษาในต่างประเทศที่พบว่าการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการประเมินตนเองเหมือนวัตถุ (self-objectification)¹¹ ความไม่พึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเอง (body dissatisfaction)^{12,13} ซึ่งส่งผลต่อความเคารพและมองเห็นคุณค่าในตนเอง (self-esteem) และนำไปสู่ปัญหาทางสุขภาพจิตต่างๆ ที่ตามมาได้ อาทิ ภาวะวิตกกังวลและภาวะซึมเศร้า^{14,15}

ปัจจุบันในประเทศไทยการศึกษาเกี่ยวกับแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในด้านผลกระทบต่อพฤติกรรมทางเพศ แต่ยังขาดงานวิจัยที่ศึกษาผลกระทบต่อสุขภาพจิต ทางคณะผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความชุกและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้าของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ และคาดว่าผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์รวมถึงกลุ่มผู้ใช้งานในปัจจุบัน ให้ตระหนักและเฝ้าระวังปัญหาสุขภาพจิตมากขึ้น อีกทั้งเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจปัญหาสุขภาพจิตจากการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์แก่บุคลากรทางการแพทย์ เพื่อนำไปต่อยอดในการพัฒนาแนวทางการป้องกันและดูแลสุขภาพจิตในกลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในประเทศไทยต่อไป

วิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงพรรณนาแบบภาคตัดขวาง (cross-sectional descriptive study) เพื่อศึกษาความชุกและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้าในกลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ได้รับรองจริยธรรมการวิจัยในคนจากคณะกรรมการจริยธรรมวิจัยในคน คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล หมายเลขอ้างอิง COA. No. MURA2023/694 รับรองวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2566

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรเป้าหมาย คือ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในประเทศไทย กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์คัดเข้า

ได้แก่ ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา และมีอายุตั้งแต่ 18 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป สามารถอ่านและทำความเข้าใจภาษาไทยได้ดี และยินยอมเข้าร่วมงานวิจัย คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 280 คน โดยใช้สูตรของ Cochran

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = จากผลการศึกษาคความชุกของภาวะวิตกกังวล ในผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของ Holtzhausen = 0.24¹⁴

Z = ระดับความเชื่อมั่น 95% = 1.96

d = สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ 0.05

เครื่องมือที่ใช้

แบบสอบถามงานวิจัยออนไลน์โดยใช้เครื่องมือ Google forms ในการเก็บข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 10 ข้อ ประกอบด้วย เพศ ความพึงพอใจทางเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพทางสังคม ประวัติโรคซึมเศร้าหรือโรควิตกกังวลที่วินิจฉัยโดยแพทย์ก่อนที่จะเริ่มใช้งาน น้าหนักและส่วนสูง

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ที่สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จำนวน 13 ข้อ ประกอบด้วยจุดประสงค์ในการใช้งาน สถานะความสัมพันธ์ในปัจจุบัน แอปพลิเคชันที่เลือกใช้งาน ระยะเวลาในการใช้งาน ความถี่ในการใช้งาน ระยะเวลาในการใช้งานต่อวัน สถานที่ใช้งาน ประวัติการนัดพบเจอกันแบบเผชิญหน้าระหว่างการใช้งาน ประวัติการสร้างความสัมพันธ์ที่จริงจัง (serious relationships) จากการใช้งาน ประสบการณ์ที่ไม่พึงพอใจจากการใช้งาน ความพึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเอง การเปรียบเทียบบุคลิกกับบุคคลอื่น มุมมองของการใช้งานต่อการเห็นคุณค่าในตนเอง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการเห็นคุณค่าในตนเอง Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES-TR-10) ฉบับภาษาไทย พัฒนาโดย ศาตราจารย์นายแพทย์ทินกร วงศ์ปการันย์ และคณะ¹⁶ เป็นแบบสอบถามที่สามารถทำได้ด้วยตนเอง มีค่าความเที่ยงตรงแบบแอลฟาของแบบวัดทั้งหมด (cronbach's alpha coefficient)

เท่ากับ 0.86 มีมาตรวัดแบบ Likert ตั้งแต่ “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” จนถึง “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” มีจำนวน 10 ข้อ ครั้งหนึ่งเป็นข้อความเชิงบวก (ข้อ 1, 3, 4, 7, 10) อีกครั้งหนึ่งเป็นข้อความเชิงลบ (ข้อ 2, 5, 6, 8, 9) ซึ่งมีการกลับค่าคะแนน (reverse item) การให้คะแนนมีตั้งแต่ 0 - 3 คะแนน คะแนนรวมอยู่ในช่วง 0 - 30 คะแนน โดยที่คะแนนสูงบ่งบอกระดับการเห็นคุณค่าในตนเองสูง หากคะแนนต่ำกว่า 15 คะแนน แสดงถึงการมีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ (low self-esteem)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามประเมินภาวะวิตกกังวลทั่วไป Generalized Anxiety Disorder (GAD-7) ของ Robert L. และคณะ¹⁷ ฉบับภาษาไทย พัฒนาโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์แพทย์หญิง ธนาวดี ประชาสันต์ เป็นแบบสอบถามที่สามารถทำได้ด้วยตนเอง มีค่าความเที่ยงตรงแบบแอลฟาของแบบวัดทั้งหมด (cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ 0.87 มีมาตรวัดแบบ Likert ตั้งแต่ “ไม่เลย” จนถึง “เกือบทุกวัน” มีจำนวน 7 ข้อ การให้คะแนนมีตั้งแต่ 0 - 3 คะแนน คะแนนรวมทั้งหมดอยู่ในช่วง 0 - 21 คะแนน ซึ่งหากมีคะแนนตั้งแต่ 10 คะแนนขึ้นไป แสดงถึงการมีภาวะวิตกกังวล

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามประเมินภาวะซึมเศร้า หรือ Patient Health Questionnaire (PHQ-9) ฉบับภาษาไทย ซึ่งพัฒนาโดย ศาตราจารย์นายแพทย์มาโนช หล่อตระกูล และคณะ¹⁸ เป็นแบบสอบถามที่สามารถทำได้ด้วยตนเอง มีค่าความเที่ยงตรงแบบแอลฟาของแบบวัดทั้งหมด (cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ 0.79 มีมาตรวัดเป็นแบบ Likert ตั้งแต่ “ไม่เลย” จนถึง “มีเกือบทุกวัน” มีจำนวน 9 ข้อ การให้คะแนนมีตั้งแต่ 0 - 3 คะแนน คะแนนรวมทั้งหมดอยู่ในช่วง 0 - 27 คะแนน ซึ่งหากมีคะแนนตั้งแต่ 9 คะแนนขึ้นไป แสดงถึงการมีภาวะซึมเศร้า

เก็บรวบรวมข้อมูล

ช่วงเวลาที่เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2567 ผู้วิจัยประชาสัมพันธ์ข้อมูลงานวิจัยและกระจายแบบสอบถามผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆ ได้แก่ กลุ่ม Line open chat และกลุ่ม Facebook โดยใช้คำค้นหา ได้แก่ “หาคู่” “หาแฟน” “โสด” พร้อมแนบโปสเตอร์ที่แสดงคิวอาร์โค้ดหรือลิงก์ของแบบสอบถามออนไลน์ Google form

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS สถิติเชิงพรรณนา ข้อมูลเชิงคุณภาพแสดงเป็นจำนวนร้อยละ ข้อมูลเชิงปริมาณแสดงเป็นค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐานเมื่อข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ ส่วนข้อมูลที่มีการแจกแจงแบบไม่ปกติแสดงเป็นค่ามัธยฐานและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

สถิติเชิงอนุมาน วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่มโดยใช้สถิติ Pearson's chi-squared test ทดสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ สำหรับข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติ Mann-Whitney U test เนื่องจากข้อมูลมีการแจกแจงแบบไม่ปกติ ซึ่งหากข้อมูลมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะนำไปทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติ Multivariable logistic regression เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ในการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์กับการเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้า โดยคัดเลือกตัวแปรอิสระที่อาจเป็นตัวแปรกวน (confounding factor) มาวิเคราะห์นำเสนอเป็นค่า Adjusted odds ratio โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และช่วงความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (95% confidence interval)

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ตอบแบบสอบถาม จำนวน 280 ราย พบว่ามีอายุเฉลี่ย 29 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 178 ราย (ร้อยละ 63.6) มีผู้ไม่ประสงค์ระบุเพศ 17 ราย (ร้อยละ 6.1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในต่างเพศ (heterosexual) ร้อยละ 56.1 ความพึงพอใจในเพศเดียวกัน (homosexual) ร้อยละ 26.4 ความพึงพอใจทั้งสองเพศ (bisexual) ร้อยละ 13.2 มีเพียงร้อยละ 4.3 ที่ไม่ประสงค์ระบุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีดัชนีมวลกาย (body mass index: BMI) สูงกว่าเกณฑ์ ร้อยละ 50.4 BMI เฉลี่ย 23.03 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 67.1 ประกอบอาชีพที่มีรายได้เป็นของตนเอง ร้อยละ 78.9 และส่วนใหญ่ร้อยละ 44.3 มีรายได้ 30,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างมีโรคซึมเศร้าหรือ/และโรควิตกกังวลก่อนเริ่มใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ร้อยละ 20.0 ดังตารางที่ 1

ข้อมูลการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานะความสัมพันธ์ในปัจจุบันเป็นโสด ร้อยละ 47.9 และส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการใช้งานเพื่อหาคู่ แฟน หรือคนรู้ใจ ร้อยละ 80.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้งานไม่เกิน 2 แอปพลิเคชัน ร้อยละ 81.1 และใช้งานมานานมากกว่า 6 เดือน ร้อยละ 55.4 กลุ่มตัวอย่างมีความถี่การใช้งานบ่อยครั้ง

หรือเป็นประจำ ร้อยละ 49.6 แต่ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้งานในแต่ละวันไม่เกิน 30 นาที ร้อยละ 61.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์การนัดเจอแบบเผชิญหน้ากับคนในแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ร้อยละ 65.4 แต่พบว่าส่วนใหญ่ไม่เคยประสบความสำเร็จในการสานความสัมพันธ์ที่จริงจัง (serious relationship) ร้อยละ 60.0 อีกทั้งพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยได้รับประสบการณ์ที่ไม่พึงพอใจจากการใช้งานในหลายรูปแบบ ได้แก่ การหายไปอย่างกะทันหัน (ghosting) ข้อมูลไม่ตรงกับความเป็นจริง ถูกคุกคามทางเพศ (sexual harassment) ถูกหลอกทำให้เสียทรัพย์สิน (romantic scam) และถูกล่วงละเมิดทางเพศ (sexual violence) ร้อยละ 73.6, 42.5, 26.4, 15.4 และ 3.6 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานไม่พึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน ร้อยละ 29.6 มีการเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่นบ่อยครั้งหรือเป็นประจำ ร้อยละ 46.1 และมีมุมมองของผลกระทบจากการใช้งานในเชิงลบต่อการเห็นคุณค่าในตนเอง ร้อยละ 34.3 ดังตารางที่ 1

ความชุกของการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ มีภาวะวิตกกังวล และมีภาวะซึมเศร้า

พบความชุกของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำจำนวน 57 ราย (ร้อยละ 20.4) กลุ่มตัวอย่างที่มีภาวะวิตกกังวล 72 ราย (ร้อยละ 25.7) และกลุ่มตัวอย่างที่มีภาวะซึมเศร้า 117 ราย (ร้อยละ 41.8) ดังตารางที่ 1

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเอง

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อาชีพ ($p = 0.029$) รายได้ต่อเดือน ($p = 0.001$) ประวัติโรคซึมเศร้าหรือ/และโรควิตกกังวลก่อนเริ่มใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ($p < 0.001$) การประสบความสำเร็จในการสานความสัมพันธ์ที่จริงจัง ($p = 0.018$) การมีประสบการณ์ถูกล่วงละเมิดทางเพศจากการใช้งาน ($p < 0.001$) ความรู้สึกพึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน ($p < 0.001$) การเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่น ($p < 0.001$) มุมมองของการใช้งานต่อการเห็นคุณค่าในตนเอง ($p < 0.001$) ดังตารางที่ 1

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพิ่มเติมโดยควบคุมปัจจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ได้แก่ อายุ เพศ ความพึงพอใจหรือรสนิยมทางเพศ พบว่าปัจจัยที่ยังคงสัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ รายได้

ตารางที่ 1 แสดงความชุกของการเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้า และแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	กลุ่มตัวอย่าง (N = 280)	ระดับการเห็น คุณค่า ในตนเองต่ำ (N = 57)	ระดับการเห็น คุณค่า ในตนเองปกติ หรือสูง (N = 223)	P-value	ไม่มีภาวะ วิตกกังวล (N = 208)	มีภาวะ วิตกกังวล (N = 72)	P-value	ไม่มีภาวะ ซึมเศร้า (N = 163)	มีภาวะ ซึมเศร้า (N = 117)	P-value
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เพศ										
1. ชาย	85 (30.4)	22 (38.6)	63 (28.3)	0.317	65 (31.3)	20 (27.8)	0.388	51 (31.3)	34 (29.1)	0.611
2. หญิง	178 (63.6)	32 (56.1)	146 (65.5)		133 (63.9)	45 (62.5)		104 (63.8)	74 (63.2)	
3. ไม่ต้องการระบุ	17 (6.1)	3 (5.3)	14 (6.3)		10 (4.8)	7 (9.7)		8 (4.9)	9 (7.7)	
ความพึงพอใจหรือรสนิยมทางเพศ										
1. ต่างเพศ (heterosexual)	157 (56.1)	29 (50.9)	128 (57.4)	0.817	120 (57.7)	37 (51.4)	0.552	94 (57.7)	63 (53.8)	0.413
2. เพศเดียวกัน (homosexual)	74 (26.4)	16 (28.1)	58 (26.0)		55 (26.4)	19 (26.4)		44 (27.0)	30 (25.6)	
3. ทั้งสองเพศ (bisexual)	37 (13.2)	9 (15.8)	28 (12.6)		24 (11.5)	13 (18.1)		17 (10.4)	20 (17.1)	
4. ไม่ต้องการระบุ	12 (4.3)	3 (5.3)	9 (4.0)		9 (4.3)	3 (4.2)		8 (4.9)	4 (3.4)	
อายุ										
ค่ามัธยฐาน (ค่าพิสัยระหว่างควอร์ไทล์)	29.00 (26.00 - 33.00)	29.00 (25.00 - 32.50)	29.00 (26.00 - 33.00)	0.728	30.00 (26.25 - 33.00)	28.00 (23.00 - 31.00)	0.004 [*]	30.00 (27.00 - 34.00)	28.00 (24.00 - 32.00)	0.015 [*]
ระดับการศึกษา										
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	12 (4.3)	2 (3.5)	10 (4.5)	0.499	7 (3.4)	5 (6.9)	0.081	6 (3.7)	6 (5.1)	0.074
2. ปริญญาตรี	188 (67.1)	42 (73.7)	146 (65.5)		135 (64.9)	53 (73.6)		102 (62.6)	86 (73.5)	
3. สูงกว่าปริญญาตรี	80 (28.6)	13 (22.8)	67 (30.0)		66 (31.7)	14 (19.4)		55 (33.7)	25 (21.4)	
อาชีพ										
1. อาชีพที่ไม่มีรายได้เป็นของตนเอง	59 (21.1)	18 (31.6)	41 (18.4)	0.029 [*]	36 (17.3)	23 (31.9)	0.009 [*]	25 (15.3)	34 (29.1)	0.005 [*]
2. อาชีพที่มีรายได้เป็นของตนเอง	221 (78.9)	39 (68.4)	182 (81.6)		172 (82.7)	49 (68.1)		138 (84.7)	83 (70.9)	

ตารางที่ 1 แสดงความชุกของการเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้า และแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	กลุ่มตัวอย่าง (N = 280) จำนวน (ร้อยละ)	ระดับการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ (N = 57)		P-value	ระดับการเห็นคุณค่าในตนเองปกติหรือสูง (N = 223)		P-value	ไม่มีภาวะวิตกกังวล (N = 208)		P-value	มีภาวะวิตกกังวล (N = 72)		P-value	ไม่มีภาวะซึมเศร้า (N = 163)		P-value	มีภาวะซึมเศร้า (N = 117)		P-value
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)							
รายได้ต่อเดือน																			
1. น้อยกว่า 10,000 บาท	36 (12.9)	11 (19.3)	25 (11.2)	0.001*	22 (10.6)	14 (19.4)	<0.001*	12 (7.4)	24 (20.5)	0.002*									
2. 10,000 – 19,999 บาท	62 (22.1)	17 (29.8)	45 (20.2)		40 (19.2)	22 (30.6)		35 (21.5)	27 (23.1)										
3. 20,000 – 29,999 บาท	58 (20.7)	17 (29.8)	41 (18.4)		38 (18.3)	20 (27.8)		31 (19.0)	27 (23.1)										
4. 30,000 ขึ้นไป	124 (44.3)	12 (21.1)	112 (50.2)		108 (51.9)	16 (22.2)		85 (52.1)	39 (33.3)										
ประวัติโรคซึมเศร้า หรือโรควิตกกังวลที่วินิจฉัยโดยแพทย์ช่วงเริ่มใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์																			
1. ไม่มี	224 (80.0)	34 (59.6)	190 (85.2)	<0.001*	174 (83.7)	50 (69.4)	0.009*	143 (87.7)	81 (69.2)	<0.001*									
2. มีโรคซึมเศร้า หรือ/และโรควิตกกังวล	56 (20.0)	23 (40.4)	33 (14.8)		34 (16.3)	22 (30.6)		20 (12.3)	36 (30.8)										
ดัชนีมวลกาย (BMI)																			
1. ต่ำกว่าเกณฑ์ (< 18.50)	28 (10.0)	6 (10.5)	22 (9.9)	0.368	21 (10.1)	7 (9.7)	0.890	14 (8.6)	14 (12.0)	0.345									
2. ตามเกณฑ์ (18.50 – 22.99)	111 (39.6)	18 (31.6)	93 (41.7)		84 (40.4)	27 (37.5)		70 (42.9)	41 (35.0)										
3. สูงกว่าเกณฑ์ (≥ 23.00)	141 (50.4)	33 (57.9)	108 (48.4)		103 (49.5)	38 (52.8)		79 (48.5)	62 (53.0)										
ค่ามัธยฐาน (ค่าพิสัยระหว่างควอร์ไทล์)	23.03 (20.03 - 26.30)	23.92 (20.54 - 28.88)	22.76 (19.98 - 26.04)	0.087	22.97 (20.04 - 26.10)	23.07 (20.06 - 28.10)	0.673	22.95 (19.98 - 25.71)	23.15 (20.19 - 27.39)	0.418									
จุดประสงค์ในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์																			
1. หาคู่ แฟน หรือคนรู้ใจ	225 (80.4)	43 (75.4)	182 (81.6)	0.295	171 (82.2)	54 (75.0)	0.184	131 (80.4)	94 (80.3)	0.996									
2. หาเพื่อนหรือคนรู้จัก	98 (35.0)	22 (38.6)	76 (34.1)	0.524	74 (35.6)	24 (33.3)	0.731	55 (33.7)	43 (36.8)	0.603									
3. หาเพื่อนหรือประสบการณ์ทางเพศ	53 (18.9)	12 (21.1)	41 (18.4)	0.646	36 (17.3)	17 (23.6)	0.239	31 (19.0)	22 (18.8)	0.964									
4. แก้เบื่อ แก้เหงา หรือฆ่าเวลา	140 (50.0)	29 (50.9)	111 (49.8)	0.882	97 (46.6)	43 (59.7)	0.056	75 (46.0)	65 (55.6)	0.115									

ตารางที่ 1 แสดงความชุกของการเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้า และแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	กลุ่มตัวอย่าง (N = 280) จำนวน (ร้อยละ)	ระดับการเห็น	ระดับการเห็น	P-value	ไม่มีภาวะ	มีภาวะ	P-value	ไม่มีภาวะ	มีภาวะ	P-value
		คุณค่า ในตนเองต่ำ (N = 57) จำนวน (ร้อยละ)	คุณค่า ในตนเองปกติ หรือสูง (N = 223) จำนวน (ร้อยละ)		วิตกกังวล (N = 208) จำนวน (ร้อยละ)	วิตกกังวล (N = 72) จำนวน (ร้อยละ)		ซึมเศร้า (N = 163) จำนวน (ร้อยละ)	ซึมเศร้า (N = 117) จำนวน (ร้อยละ)	
สถานะความสัมพันธ์ในปัจจุบัน										
1. โสด	134 (47.9)	29 (50.9)	105 (47.1)	0.371	100 (48.1)	34 (47.2)	0.142	73 (44.8)	61 (52.1)	0.477
2. มีความสัมพันธ์ที่ไม่จริงจัง	88 (31.4)	20 (35.1)	68 (30.5)		60 (28.8)	28 (38.9)		54 (33.1)	34 (29.1)	
3. มีความสัมพันธ์ที่จริงจัง	58 (20.7)	8 (14.0)	50 (22.4)		48 (23.1)	10 (13.9)		36 (22.1)	22 (18.8)	
จำนวนแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ที่เลือกใช้										
1. ไม่เกิน 2 แอปพลิเคชัน	227 (81.1)	44 (77.2)	183 (82.1)	0.402	172 (82.7)	55 (76.4)	0.239	134 (82.2)	93 (79.5)	0.566
2. มากกว่า 2 แอปพลิเคชัน	53 (18.9)	13 (22.8)	40 (17.9)		36 (17.3)	17 (23.6)		29 (17.8)	24 (20.5)	
ระยะเวลาในการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์จนถึงปัจจุบัน										
1. ไม่เกิน 6 เดือน	125 (44.6)	23 (40.4)	102 (45.7)	0.465	95 (45.7)	30 (41.7)	0.556	74 (45.4)	51 (43.6)	0.764
2. มากกว่า 6 เดือน	155 (55.4)	34 (59.6)	121 (54.3)		113 (54.3)	42 (58.3)		89 (54.6)	66 (56.4)	
ความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์										
1. นานๆ ครั้ง	141 (50.4)	29 (50.9)	112 (50.2)	0.930	107 (51.4)	34 (47.2)	0.537	78 (47.9)	63 (53.8)	0.323
2. บ่อยครั้งหรือเป็นประจำ	139 (49.6)	28 (49.1)	111 (49.8)		101 (48.6)	38 (52.8)		85 (52.1)	54 (46.2)	
ระยะเวลาในการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์เฉลี่ยในแต่ละวัน										
1. 30 นาที หรือน้อยกว่า	171 (61.1)	32 (56.1)	139 (62.3)	0.300	132 (63.5)	39 (54.2)	0.216	103 (63.2)	68 (58.1)	0.381
2. มากกว่า 30 นาที แต่ไม่เกิน 1 ชั่วโมง	64 (22.9)	12 (21.1)	52 (23.3)		47 (22.6)	17 (23.6)		38 (23.3)	26 (22.2)	
3. มากกว่า 1 ชั่วโมง	45 (16.1)	13 (22.8)	32 (14.3)		29 (13.9)	16 (22.2)		22 (13.5)	23 (19.7)	
ประสบการณ์การนัดเจอแบบเผชิญหน้ากับคนในแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์										
1. ไม่เคย	97 (34.6)	25 (43.9)	72 (32.2)	0.101	70 (33.7)	27 (37.5)	0.554	48 (29.4)	49 (41.9)	0.031*
2. เคย	183 (65.4)	32 (56.1)	151 (67.7)		138 (66.3)	45 (62.5)		115 (70.6)	68 (58.1)	

ตารางที่ 1 แสดงความชุกของการเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้า และแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	กลุ่มตัวอย่าง (N = 280) จำนวน (ร้อยละ)	ระดับการเห็น	ระดับการเห็น	P-value	ไม่มีภาวะ	มีภาวะ	P-value	ไม่มีภาวะ	มีภาวะ	P-value
		คุณค่าใน ตนเองต่ำ (N = 57) จำนวน (ร้อยละ)	คุณค่า ในตนเองปกติ หรือสูง (N = 223) จำนวน (ร้อยละ)		วิตกกังวล (N = 208) จำนวน (ร้อยละ)	วิตกกังวล (N = 72) จำนวน (ร้อยละ)		ซึมเศร้า (N = 163) จำนวน (ร้อยละ)	ซึมเศร้า (N = 117) จำนวน (ร้อยละ)	
การประสบความสำเร็จในการสานความสัมพันธ์ที่จริงจัง (serious relationship)										
1. ไม่เคย	168 (60.0)	42 (73.7)	126 (56.5)	0.018*	122 (58.7)	46 (63.9)	0.435	90 (55.2)	78 (66.7)	0.054
2. เคย	112 (40.0)	15 (26.3)	97 (43.5)		86 (41.3)	26 (36.1)		73 (44.8)	39 (33.3)	
ประสบการณ์ที่ไม่พึงพอใจจากการใช้งานแอปพลิเคชันออนไลน์										
1. การหายไปอย่างกะทันหันหรือไม่ ตอบกลับการสื่อสารใดๆ เลย (ghosting)	206 (73.6)	43 (75.4)	163 (73.1)	0.720	152 (73.1)	54 (75.0)	0.750	116 (71.2)	90 (76.9)	0.281
2. การพบว่าข้อมูลของคนที่คุณคุยด้วยไม่ ตรงกับความเป็นจริง	119 (42.5)	26 (45.6)	93 (41.7)	0.594	88 (42.3)	31 (43.1)	0.912	70 (42.9)	49 (41.9)	0.859
3. การคุกคามทางเพศ (sexual harassment)	74 (26.4)	18 (31.6)	56 (25.1)	0.323	52 (25.0)	22 (30.6)	0.357	40 (24.5)	34 (29.1)	0.398
4. การล่วงละเมิดทางเพศ (sexual violence)	10 (3.6)	7 (12.3)	3 (1.3)	<0.001*	4 (1.9)	6 (8.3)	0.012*	3 (1.8)	7 (6.0)	0.065
5. ถูกหลอกทำให้เสียทรัพย์สิน (romantic scam)	43 (15.4)	12 (21.1)	31 (13.9)	0.181	34 (16.3)	9 (12.5)	0.435	24 (14.7)	19 (16.2)	0.729
ความรู้สึกพึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของคุณในปัจจุบัน										
1. ไม่พึงพอใจ	83 (29.6)	40 (70.2)	43 (19.3)	<0.001*	39 (18.8)	44 (61.1)	<0.001*	24 (14.7)	59 (50.4)	<0.001*
2. พึงพอใจ	197 (70.4)	17 (29.8)	180 (80.7)		169 (81.3)	28 (38.9)		139 (85.3)	58 (49.6)	
การเปรียบเทียบรูปร่าง หน้าตา น้ำหนัก หรือส่วนสูงของคุณกับบุคคลอื่นที่พบเจอ										
1. ไม่เคยเลยหรือนานๆ ครั้ง	151 (53.9)	9 (15.8)	142 (63.7)	<0.001*	132 (63.5)	19 (26.4)	<0.001*	111 (68.1)	40 (34.2)	<0.001*
2. บ่อยครั้งหรือเป็นประจำ	129 (46.1)	48 (84.2)	81 (36.3)		76 (36.5)	53 (73.6)		52 (31.9)	77 (65.8)	
มุมมองในการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ส่งผลต่อการเห็นคุณค่าในตนเอง										
1. ส่งผลในเชิงลบเป็นส่วนใหญ่	96 (34.3)	38 (66.7)	58 (26.0)	<0.001*	62 (29.8)	34 (47.2)	0.007*	39 (23.9)	57 (48.7)	<0.001*

ต่อเดือน ความรู้สึกพึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน การเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่น และมุมมองของการใช้งาน ต่อการเห็นคุณค่าในตนเอง โดยผู้ใช้งานที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท, 10,000 - 19,999 บาท และ 20,000 - 29,999 บาท มีโอกาสมองเห็นคุณค่าในตนเองต่ำมากกว่า 7.26, 7.51 และ 4.56 เท่า ตามลำดับ เมื่อเทียบกับผู้ใช้งานที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป นอกจากนี้ผู้ใช้งานที่ไม่พึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน มีโอกาสมองเห็นคุณค่าในตนเองต่ำมากกว่า 4.81 เท่า เมื่อเทียบกับผู้ใช้งานที่พึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน อีกทั้งผู้ใช้งานที่มีการเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่น บ่อยครั้งหรือเป็นประจำ มีโอกาสมองเห็นคุณค่าในตนเองต่ำมากกว่า 5.36 เท่า เมื่อเทียบกับผู้ใช้งานที่ไม่เคยเปรียบเทียบหรือ

เปรียบเทียบนานๆ ครั้ง รวมไปถึงผู้ใช้งานที่มีมุมมองของผลกระทบ จากการใช้งานในเชิงลบต่อการเห็นคุณค่าในตนเอง มีโอกาสมองเห็นคุณค่าในตนเองต่ำมากกว่า 4.45 เท่า เมื่อเทียบกับผู้ใช้งานที่มีมุมมองในเชิงบวกหรือไม่ส่งผลต่อการเห็นคุณค่าในตนเอง ดังตารางที่ 2

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับกับภาวะวิตกกังวล

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับภาวะวิตกกังวลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อายุ ($p = 0.004$) อาชีพ ($p = 0.009$) รายได้ต่อเดือน ($p < 0.001$) ประวัติโรคซึมเศร้าหรือ/และโรควิตกกังวลก่อนเริ่มใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ($p = 0.009$) การมีประสบการณ์ถูกล่วงละเมิดทางเพศจากการใช้งาน ($p = 0.012$) ความรู้สึกพึงพอใจ

ตารางที่ 2 แสดงปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเองหลังจากวิเคราะห์ทางสถิติแบบ Multivariable logistic regression

ปัจจัย	Adjusted OR	95%CI	P-value
เพศ			
1. ชาย	1		
2. หญิง	1.02	0.34 - 3.01	0.969
3. ไม่ต้องการระบุ	1.22	0.21 - 6.90	0.820
ความพึงพอใจหรือรสนิยมทางเพศ			
1. ต่างเพศ (heterosexual)	1		
2. เพศเดียวกัน (homosexual)	0.46	0.15 - 1.42	0.179
3. ทั้งสองเพศ (bisexual)	0.63	0.20 - 2.03	0.638
4. ไม่ต้องการระบุ	0.96	0.08 - 10.69	0.974
อายุ	1.05	0.98 - 1.13	0.150
อาชีพที่ไม่มีรายได้เป็นของตนเอง	0.88	0.25 - 3.06	0.847
รายได้ต่อเดือน			
1. น้อยกว่า 10,000 บาท	7.26	1.32 - 39.85	0.022*
2. 10,000 – 19,999 บาท	7.51	2.21 - 25.55	0.001*
3. 20,000 – 29,999 บาท	4.56	1.50 - 13.90	0.007*
4. 30,000 ขึ้นไป	1		
มีประวัติโรคซึมเศร้า หรือโรควิตกกังวลที่วินิจฉัยโดยแพทย์ช่วงเริ่มใช้งาน	2.12	0.89 - 5.04	0.089
ไม่เคยประสบความสำเร็จในการสานความสัมพันธ์ที่จริงจัง	1.76	0.75 - 4.10	0.191
มีประสบการณ์ที่ไม่พึงพอใจจากการใช้งาน			
การล่วงละเมิดทางเพศ (sexual violence)	1.36	0.19 - 9.56	0.752
มีความรู้สึกไม่พึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน	4.81	2.13 - 10.86	<0.001*
มีการเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่นบ่อยครั้งหรือเป็นประจำ	5.36	2.10 - 13.69	<0.001*
มีมุมมองว่าการใช้งานส่งผลเชิงลบต่อการเห็นคุณค่าในตนเอง	4.45	1.86 - 10.63	<0.001*

ในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน ($p < 0.001$) การเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่น ($p < 0.001$) มุมมองของการใช้งานต่อการเห็นคุณค่าในตนเอง ($p = 0.007$) ดังตารางที่ 1

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพิ่มเติมโดยควบคุมปัจจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ได้แก่ อายุ เพศ ความพึงพอใจหรือรสนิยมทางเพศ พบว่าปัจจัยที่ยังคงสัมพันธ์กับภาวะวิตกกังวลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ เพศ รายได้ต่อเดือน ความรู้สึกพึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน และการเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่น โดยผู้ใช้งานที่ไม่ต้องการระบุเพศ มีโอกาสพบภาวะวิตกกังวลมากกว่า 5.56 เท่า เมื่อเทียบกับผู้ใช้งานที่ระบุว่าเป็นเพศชาย และผู้ใช้งานที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 19,999 บาท และ 20,000 - 29,999 บาท มีโอกาสพบภาวะวิตกกังวลมากกว่า 3.71 เท่า และ 2.77 เท่า ตามลำดับ

เมื่อเทียบกับผู้ใช้งานที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป นอกจากนี้ผู้ใช้งานที่ไม่พึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน มีโอกาสพบภาวะวิตกกังวลมากกว่า 4.64 เท่า เมื่อเทียบกับผู้ใช้งานที่พึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน อีกทั้งผู้ใช้งานที่มีการเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่นบ่อยครั้งหรือเป็นประจำ มีโอกาสพบภาวะวิตกกังวลมากกว่า 3.92 เท่า เมื่อเทียบกับผู้ใช้งานที่ไม่เคยเปรียบเทียบหรือเปรียบเทียบนานๆ ครั้ง ดังตารางที่ 3

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้า

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อายุ ($p = 0.015$) อาชีพ ($p = 0.005$) รายได้ต่อเดือน ($p = 0.002$) ประวัติโรคซึมเศร้าหรือ/และโรควิตกกังวลก่อนเริ่มใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ ($p < 0.001$) ประสบการณ์การนัดเจอ

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยที่สัมพันธ์กับภาวะวิตกกังวลหลังจากวิเคราะห์ทางสถิติแบบ Multivariable logistic regression

ปัจจัย	Adjusted OR	95%CI	P-value
เพศ			
1. ชาย	1		
2. หญิง	1.63	0.65 - 4.06	0.289
3. ไม่ต้องการระบุ	5.56	1.37 - 22.54	0.016*
ความพึงพอใจหรือรสนิยมทางเพศ			
1. ต่างเพศ (heterosexual)	1		
2. เพศเดียวกัน (homosexual)	0.68	0.26 - 1.77	0.440
3. ทั้งสองเพศ (bisexual)	0.90	0.36 - 2.28	0.837
4. ไม่ต้องการระบุ	0.63	0.11 - 3.63	0.609
อายุ	0.98	0.91 - 1.04	0.558
อาชีพที่ไม่มียาได้เป็นของตนเอง	0.93	0.34 - 2.55	0.891
รายได้ต่อเดือน			
1. น้อยกว่า 10,000 บาท	2.97	0.74 - 11.83	0.122
2. 10,000 - 19,999 บาท	3.71	1.44 - 9.52	0.006*
3. 20,000 - 29,999 บาท	2.77	1.14 - 6.72	0.024*
4. 30,000 ขึ้นไป	1		
มีประวัติโรคซึมเศร้า หรือโรควิตกกังวลที่วินิจฉัยโดยแพทย์ช่วงเริ่มใช้งาน	1.23	0.56 - 2.67	0.594
มีประสบการณ์ที่ไม่พึงพอใจจากการใช้งาน			
การล่วงละเมิดทางเพศ (sexual violence)	0.95	0.18 - 4.84	0.954
มีความรู้สึกไม่พึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน	4.64	2.29 - 9.42	<0.001*
มีการเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่นบ่อยครั้งหรือเป็นประจำ	3.92	1.86 - 8.24	<0.001*
มีมุมมองว่าการใช้งานส่งผลเชิงลบต่อการเห็นคุณค่าในตนเอง	1.20	0.57 - 2.52	0.614

แบบเผชิญหน้ากับคนในแอปพลิเคชัน ($p = 0.031$) ความรู้สึกพึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน ($p < 0.001$) การเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่น ($p < 0.001$) มุมมองของการใช้งานต่อการเห็นคุณค่าในตนเอง ($p < 0.001$) **ดังตารางที่ 1**

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพิ่มเติมโดยควบคุมปัจจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ได้แก่ อายุ เพศ ความพึงพอใจหรือรสนิยมทางเพศ พบว่าปัจจัยที่ยังคงสัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ เพศ รายได้ต่อเดือน ความรู้สึกพึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน และการเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่น โดยผู้ใช้งานที่ไม่ต้องการระบุเพศมีโอกาสพบภาวะซึมเศร้ามากกว่า 3.83 เท่า เมื่อเทียบกับผู้ใช้งานที่ระบุว่าเป็นเพศชาย และผู้ใช้งานที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีโอกาสพบภาวะซึมเศร้ามากกว่า 3.32 เท่า เมื่อเทียบกับผู้ใช้งานที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป นอกจากนี้

ผู้ใช้งานที่ไม่พึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน มีโอกาสพบภาวะซึมเศร้ามากกว่า 3.39 เท่า เมื่อเทียบกับผู้ใช้งานที่พึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน รวมไปถึงผู้ใช้งานที่มีการเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่นบ่อยครั้งหรือเป็นประจำ มีโอกาสพบภาวะซึมเศร้ามากกว่า 3.01 เท่า เมื่อเทียบกับผู้ใช้งานที่ไม่เคยเปรียบเทียบหรือเปรียบเทียบนานๆ ครั้ง **ดังตารางที่ 4**

วิจารณ์

การศึกษานี้เป็นการศึกษาแรกที่ศึกษาความชุกและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้าของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในประเทศไทย จากผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในประเทศไทยพบความชุกของการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ ร้อยละ 20.4 และภาวะวิตกกังวล ร้อยละ 25.7 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยที่สัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้าหลังจากวิเคราะห์ทางสถิติแบบ Multivariable logistic regression

ปัจจัย	Adjusted OR	95%CI	P-value
เพศ			
1. ชาย	1		
2. หญิง	1.56	0.69 - 3.50	0.285
3. ไม่ต้องการระบุ	3.80	1.02 - 14.18	0.047*
ความพึงพอใจหรือรสนิยมทางเพศ			
1. ต่างเพศ (heterosexual)	1		
2. เพศเดียวกัน (homosexual)	0.75	0.32 - 1.76	0.510
3. ทั้งสองเพศ (bisexual)	1.00	0.42 - 2.39	0.999
4. ไม่ต้องการระบุ	0.38	0.08 - 1.86	0.230
อายุ	0.99	0.93 - 1.04	0.611
อาชีพที่ไม่มีรายได้เป็นของตนเอง	0.81	0.30 - 2.19	0.678
รายได้ต่อเดือน			
1. น้อยกว่า 10,000 บาท	3.94	1.06 - 14.70	0.041*
2. 10,000 – 19,999 บาท	1.55	0.68 - 3.52	0.293
3. 20,000 – 29,999 บาท	1.57	0.73 - 3.38	0.247
4. 30,000 ขึ้นไป	1		
มีประวัติโรคซึมเศร้า หรือโรควิตกกังวลที่วินิจฉัยโดยแพทย์ช่วงเริ่มใช้งาน	1.92	0.94 - 3.94	0.076
ไม่เคยมีประสบการณ์การนัดเจอแบบเผชิญหน้ากับคนในแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์	1.69	0.90 - 3.19	0.106
มีความรู้สึกไม่พึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน	3.37	1.75 - 6.49	<0.001*
มีการเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่นบ่อยครั้งหรือเป็นประจำ	3.07	1.65 - 5.71	<0.001*
มีมุมมองว่าการใช้งานส่งผลเชิงลบต่อการเห็นคุณค่าในตนเอง	1.89	0.99 - 3.60	0.052

ในต่างประเทศ¹⁴ แต่พบว่ามีความชุกของภาวะซึมเศร้าถึงร้อยละ 41.8 ซึ่งมีรายงานสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการศึกษาในต่างประเทศของ Holtzhausen¹⁴ ซึ่งพบเพียงร้อยละ 19.4 อีกทั้งมีรายงานสูงกว่าเมื่อเทียบกับรายงานในประชากรไทยทั่วไปของ WHO ที่พบเพียงร้อยละ 4.4¹⁹ และในกลุ่มประชากรอื่นที่มีการติดสื่อสังคมออนไลน์ที่พบเพียงร้อยละ 9 - 23.9²⁰⁻²² ซึ่งอาจอธิบายจากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นจำนวนการศึกษาเกี่ยวกับความชุกของปัญหาสุขภาพจิตในผู้ใช้งานแอปพลิเคชันออนไลน์ที่ยังมีไม่มากในปัจจุบัน รวมไปถึงกลุ่มตัวอย่าง วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้วัด อีกทั้งช่วงเวลาในการศึกษา เนื่องจากการศึกษาก่อนหน้าส่วนใหญ่ศึกษาในช่วงก่อนมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในขณะที่การศึกษานี้ศึกษาในช่วงหลังการระบาดที่อาจส่งผลให้ผู้คนต้องพยายามปรับตัวกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ ผ่านความสัมพันธ์ทางออนไลน์เพื่อช่วยคลายความเหงาและหาที่พึ่งทางใจ จึงส่งผลให้มีความชุกที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน

เมื่อนำผลมาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ของการเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้ากับปัจจัยต่างๆ โดยควบคุมตัวแปรซึ่งอาจเป็นตัวแปรกวนแล้ว พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ เพศมีความสัมพันธ์กับภาวะวิตกกังวลและภาวะซึมเศร้า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะวิตกกังวลและภาวะซึมเศร้า ความรู้สึกพึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะวิตกกังวลและภาวะซึมเศร้า การเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่นมีความสัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะวิตกกังวลและภาวะซึมเศร้า มุมมองของการใช้งานต่อการเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเอง

ผลการศึกษานี้พบว่าการใช้ที่ผู้ใช้งานไม่ระบุเพศของตนเองนั้นสัมพันธ์กับภาวะวิตกกังวลและภาวะซึมเศร้าอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถอธิบายได้จากทฤษฎีความเครียดของชนกลุ่มน้อย (minority stress model) ของ Festinger²³ ที่พบว่ากรณีสถานะของคนกลุ่มน้อย ซึ่งรวมถึงการรับรู้ทัศนคติทางเพศหรืออัตลักษณ์ทางเพศของตนที่แตกต่างจากบรรทัดฐานของสังคมที่ส่วนใหญ่ยังมองเรื่องเพศเป็นแบบเพศทวิลักษณ์ (gender binary) คือมีเพียงชายและหญิง ทำให้คนกลุ่มนี้รู้สึกแปลกแยก ถูกสังคมมองในแง่ลบ ส่งผลให้มองอัตลักษณ์ทางเพศของตนในแง่ลบตามมา จนอาจเกิดความกังวลในการถูกปฏิเสธจากการเริ่ม

ความสัมพันธ์แบบเผชิญหน้ากับคนในสังคม และเลือกที่จะปกปิดอัตลักษณ์ทางเพศ จึงเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้กลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศเลือกที่จะสร้างความสัมพันธ์ผ่านการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งรวมถึงแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ที่เปิดกว้าง โดยมีความหลากหลายของสังคมที่รวบรวมกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์ความสนใจคล้ายกันไว้ด้วยกัน โดยหลายการศึกษา ก่อนหน้าพบว่ามีความชุกในการใช้งาน และระยะเวลาในการใช้งานเพิ่มขึ้นในกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ เมื่อเทียบกับกลุ่มเพศตาม gender binary^{24,25} จากข้อมูลแสดงถึงการพึ่งพิงเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มคนหลากหลายทางเพศที่สูงกว่า ซึ่งพบว่ามีความสัมพันธ์กับการเกิดภาวะซึมเศร้า สอดคล้องกับการศึกษาของ Klinger²⁶ ที่พบว่าการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ ทำให้เกิดความรู้สึกโดดเดี่ยว (isolation) และไม่เพียงพอ (inadequacy) สัมพันธ์กับการเกิดภาวะซึมเศร้า

การศึกษานี้ยังพบว่ารายได้ต่อเดือนที่น้อย เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ ภาวะวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้าอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับการศึกษาของ Nazari²⁷ ที่พบว่าผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่มีรายได้น้อยมีความสัมพันธ์กับการมีคะแนน Depression Anxiety Stress Scale (DASS-21) ที่สูงกว่า ซึ่งหมายถึงการมีปัญหาสุขภาพจิตที่แย่กว่าเมื่อเทียบกับผู้ใช้งานที่มีรายได้มากกว่า เช่นเดียวกับการศึกษาของ Holtzhausen¹⁴ ที่พบว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ที่ว่างงานหรือไม่มีความเสี่ยงต่อการเกิดมีปัญาสุขภาพจิตมากกว่า 2.36 เท่า เมื่อเทียบกับผู้ใช้งานที่มีรายได้สูงกว่า

นอกจากนี้ยังพบว่าความรู้สึกไม่พึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน และการเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่นบ่อยครั้งหรือเป็นประจำมีความสัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ ภาวะวิตกกังวลและภาวะซึมเศร้าอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับหลายการศึกษาในผู้ที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่พบว่าการใช้แอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน โดยเฉพาะแอปพลิเคชันที่ให้ความสำคัญในการโพสรูปภาพเพื่อแสดงความเป็นตัวตน เช่น Instagram, Snapchat ส่งผลให้เกิดค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์มากขึ้น ซึ่งสัมพันธ์กับมุมมองต่อภาพลักษณ์ของผู้ใช้งานในเชิงลบ^{12,28} รวมถึงแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ที่ส่วนใหญ่มีการให้อำนาจผู้ใช้งานในการประเมินและถูกประเมินจากรูปภาพของผู้ใช้งานเป็นหลัก และมีพื้นที่สำหรับข้อความแนะนำตนเองเพียงสั้นๆ โดยพบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่

นิยมโพสต์รูปภาพที่ผ่านการปรับแต่งจนพึงพอใจก่อนโพสต์รูปภาพเหล่านั้น ซึ่งบ่งชี้ถึงความไม่พึงพอใจในรูปลักษณ์ตามธรรมชาติของตนและประเมินตนเองเสมือนวัตถุ (self-objectification)²⁹ ใช้รูปลักษณ์ตัดสินคุณค่าของตนเอง โดยพยายามปรับให้ตนเองมีรูปลักษณ์ที่คนในสังคมยอมรับหรือมีการตอบสนองในเชิงบวก เช่น กตัญญูใจ พิมพ์ข้อความชื่นชม มีการตอบรับจากผู้ใช้งานที่ถูกใจซึ่งกันและกัน (match) จนละเลยคุณค่าในด้านอื่นๆ ของตน³⁰ อีกทั้งเมื่อผู้ใช้งานได้เห็นรูปภาพที่ถูกปรับแต่งเหล่านั้นบ่อยครั้ง ร่วมกับมีการเปรียบเทียบรูปลักษณ์ของตนกับคนอื่น นำมาสู่การเฝ้าสำรวจรูปลักษณ์ตนเองบ่อยครั้ง ทำให้มีโอกาสเห็นข้อจำกัดทางด้านรูปลักษณ์ของตนเองมากขึ้น ส่งผลให้รู้สึกไม่พึงพอใจในรูปลักษณ์ของตนเองมากขึ้น^{13,28} ซึ่งสัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำลง สอดคล้องกับการศึกษาของ Malz³¹ และยังสัมพันธ์กับการเกิดภาวะวิตกกังวลและภาวะซึมเศร้าที่สูงขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Barnes³¹ และการศึกษาของ Choi³³

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันที่มีมุมมองว่าการใช้งานแอปพลิเคชันส่งผลเชิงลบต่อการเห็นคุณค่าในตนเอง มีความสัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งบ่งชี้ว่าผลจากการประเมินการเห็นคุณค่าในตนเองที่เป็นมุมมองของแต่ละบุคคลนั้น มีความเที่ยงตรงและสอดคล้องกับการประเมินที่เป็นรูปธรรมในการศึกษานี้

อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตคือ ไม่พบว่าระดับการศึกษา อาชีพ ดัชนีมวลกาย ประวัติโรคซึมเศร้าหรือ/และโรควิตกกังวลก่อนเริ่มใช้งาน จุดประสงค์ในการใช้งาน สถานะความสัมพันธ์ในปัจจุบัน จำนวนแอปพลิเคชันที่ใช้งาน ระยะเวลาและความถี่ในการใช้งาน การประสบความสำเร็จในการสานความสัมพันธ์ที่จริงจัง และประสบการณ์ที่ไม่พึงพอใจจากการใช้งาน ได้แก่ การหายไปอย่างกะทันหัน (ghosting) ข้อมูลของคนที่คุยด้วยไม่ตรงกับความเป็นจริง การถูกหลอกทำให้เสียทรัพย์สิน การถูกคุกคามทางเพศและการถูกล่วงละเมิดทางเพศ สัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะวิตกกังวลหรือภาวะซึมเศร้าแต่อย่างใด

จุดแข็งของการศึกษานี้ คือ เป็นการศึกษาแรกที่ศึกษาความชุกและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาสุขภาพจิตของผู้ใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในประเทศไทย และมีการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ที่หลากหลายจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง มีการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงสถิติเพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่มีการวิเคราะห์แบบ Univariable และ

Multivariable จนได้ผลการศึกษามีนัยสำคัญทางสถิติที่มีค่า Adjusted odds ratio ที่สูงในหลายปัจจัย

ข้อจำกัดของการศึกษานี้คือ เป็นการศึกษาแบบ Cross-sectional quantitative study ที่ไม่สามารถแสดงทิศทางการความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะวิตกกังวลและภาวะซึมเศร้าได้ และยังขาดการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติเฉพาะของรูปแบบการใช้งานในแต่ละแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ จึงเป็นข้อเสนอนในการทำการศึกษาในอนาคตที่เป็น longitudinal study และขยายการศึกษาปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติเฉพาะของรูปแบบการใช้งานของแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ เพื่อจะได้เข้าใจความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้ง รวมไปถึงศึกษาเฉพาะเจาะจงในกลุ่มผู้ใช้งานที่มีความเปราะบาง เช่น วัยรุ่น หรือบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เพื่อจะได้องค์ความรู้ที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

สรุป

ความชุกของปัญหาสุขภาพจิต ได้แก่ การเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ ภาวะวิตกกังวลและภาวะซึมเศร้าในผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในประเทศไทย พบมากถึงร้อยละ 20.4, 25.7 และ 41.8 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับความชุกของปัญหาดังกล่าวในประชากรทั่วไป โดยปัจจัยสำคัญที่สัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่ำ ความรู้สึกไม่พึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน การเปรียบเทียบรูปลักษณ์กับบุคคลอื่นบ่อยครั้ง และมุมมองของผลกระทบจากการใช้งานในเชิงลบต่อการเห็นคุณค่าในตนเอง ส่วนปัจจัยที่สัมพันธ์กับภาวะวิตกกังวล ได้แก่ การไม่ระบุเพศ รายได้ต่อเดือนต่ำ ความรู้สึกไม่พึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน และการเปรียบเทียบรูปลักษณ์ของตนเองกับบุคคลอื่นบ่อยครั้ง และปัจจัยที่สัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้า ได้แก่ การไม่ระบุเพศ รายได้ต่อเดือนต่ำ ความรู้สึกไม่พึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเองในปัจจุบัน และการเปรียบเทียบรูปลักษณ์ของตนเองกับบุคคลอื่นบ่อยครั้ง อย่างไรก็ตามผู้พัฒนาแอปพลิเคชันสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการปรับแต่งคุณสมบัติหรือรูปแบบของแอปพลิเคชันเพื่อบรรเทาผลกระทบดังกล่าว เช่น ลดความสำคัญของเนื้อหาที่เป็นรูปภาพ มีรูปแบบการใช้งานที่มีปฏิสัมพันธ์มากขึ้น จำกัดจำนวนการเลือกจับคู่ในแต่ละวัน รวมถึงจำกัดการใช้งานของเยาวชน เป็นต้น นอกจากนี้สามารถนำข้อมูลไปให้ความรู้ และสร้างความตระหนักแก่กลุ่มที่สนใจและกลุ่มผู้ใช้งาน

ในปัจจุบัน เพื่อเฝ้าระวังและป้องกันปัญหาสุขภาพจิตที่อาจเกิดขึ้นตามมาในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสะดวกจากอาจารย์ในภาควิชาจิตเวชศาสตร์ โรงพยาบาลรามาริบัติ ที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในแนวทางการศึกษาวิจัย และคุณสุดาวรรณ จุลเกตุ เจ้าหน้าที่วิจัยภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาริบัติ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ช่วยประสานงานด้านเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย รวมถึงผู้เข้าร่วมงานวิจัยทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในงานวิจัยครั้งนี้ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ งานวิจัยนี้ไม่ได้รับทุนสนับสนุน

ผลประโยชน์ขัดกัน (conflict of interest)

ไม่มี

การมีส่วนร่วมของผู้นิพนธ์ (authors' contributions)

ศักร์จุฑา บินชัย: แนวคิด การออกแบบการศึกษา การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การเขียนบทความ และการตรวจสอบแก้ไขบทความ; พิชชาพร งามทิพย์วัฒนา: ที่ปรึกษาโครงการวิจัย การเก็บข้อมูล และการตรวจสอบแก้ไขบทความ

เอกสารอ้างอิง

1. Dixon SJ. Online dating worldwide - Statistics & Facts [Internet]. New York (NY): Statista; 2024 [cited 2024 December 2]. Available from: <https://www.statista.com/topics/7443/online-dating>.
2. GMO Research. Online dating in Asia: Should it be taken seriously? [Internet]. Tokyo: GMO Research; 2021 [cited 2023 May 20]. Available from: <https://gmo-research.com/news-events/articles/online-dating-asia-should-it-be-taken-seriously>.
3. Healthy framework. Online dating by the numbers: Number of dating prospects at the same time [Internet]. Healthy framework; 2021 [cited 2023 May 20]. Available from: <https://healthyframework.com/dating/advice/online-dating-statistics>.
4. Thomas MF, Binder A, Stevic A, Matthes J. 99+matches but a spark ain't one: Adverse psychological effects of excessive swiping on dating apps. *Telemat Inform* 2023;78:101949.
5. Sadagheyani HE, Tatari F. Investigating the role of social media on mental health. *Ment Health Soc Incl* 2021;25(1):41-51.
6. Konings F, Sumter S, Vandenbosch L. It's not you, it's me: Experiences with ghosting on mobile dating applications and Belgian emerging adults' self-esteem. *Sex Cult* 2023;27(4):1328-51.
7. Timmermans E, Hermans AM, Oprea SJ. Gone with the wind: Exploring mobile daters' ghosting experiences. *J Soc Pers Relat* 2021;38(2):783-801.
8. Lauckner C, Truszczynski N, Lambert D, Kottamasu V, Meherally S, Schipani-McLaughlin AM, et al. "Catfishing," cyberbullying, and coercion: An exploration of the risks associated with dating app use among rural sexual minority males. *J Gay Lesbian Ment Health* 2019;23(3):289-306.
9. Kacprzak-Wachniew K, Pilarska N, Sołtys M. Experiences of the mobile dating applications users: a cluster analysis. *Int J Pedagog Innov New Technol* 2023;10:52-65.
10. Echevarria SG, Peterson R, Woerner J. College students' experiences of dating app facilitated sexual violence and associations with mental health symptoms and well-being. *J Sex Res* 2023 Oct;60(8):1193-205.
11. Strubel J, Petrie TA. Love me Tinder: Body image and psychosocial functioning among men and women. *Body Image* 2017 Jun;21:34-38.
12. Vandenbosch L, Fardouly J, Tiggemann M. Social media and body image: Recent trends and future directions. *Curr Opin Psychol* 2022;45:101289.
13. Butkowski CP, Dixon TL, Weeks K. Body surveillance on Instagram: Examining the role of selfie feedback investment in young adult women's body image concerns. *Sex Roles* 2019;81(5-6):385-97.
14. Holtzhausen N, Fitzgerald K, Thakur I, Ashley J, Rolfe M, Pit SW. Swipe-based dating applications use and its association with mental health outcomes: a cross-sectional study. *BMC Psychol* 2020 Mar 4;8(1):22.
15. Bowman Z, Drummond M, Church J, Kay J, Petersen MJ. Dating apps and their relationship with body image, mental health and wellbeing: A systematic review. *Comput Hum Behav Rep* 2025;165:108515.
16. Wongpakaran T, Wongpakaran N. A comparison of reliability and construct validity between the original and revised versions of the Rosenberg Self-Esteem Scale. *Psychiatry Investig* 2012 Mar;9(1):54-8.
17. Spitzer RL, Kroenke K, Williams JB, Löwe B. A brief measure for assessing generalized anxiety disorder: the GAD-7. *Arch Intern Med Res* 2006;166(10):1092-7.
18. Lotrakul M, Sumrithe S, Saipanish R. Reliability and validity of the Thai version of the PHQ-9. *BMC Psychiatry* 2008;8:46.
19. Kongsuk T, Supanya S, Kenbubpha K, Phimtra S, Sukhawaha S, Leejongpermpoon J, et al. Services for depression and suicide in Thailand. *WHO South East Asia J Public Health* 2017;6(1):34-38.
20. Jindawattanawong P, Kesakomol K, Srisuwan P. Prevalence and the relationship between social media addiction with depression and anxiety among older Adults at family medicine clinic in Phramongkutklao Hospital, Bangkok, Thailand. *TJPHS* 2022;5(3):81-97.
21. Vongsuphakphan P, Phanpanuch P, Udomsuk L, Paopan N, Phattarawachrawi J. The relationship between social media use with depression and anxiety among medical students at Ubon Ratchathani University. *JPMC* 2022;39(1):24-32.



22. Doungraksa S. Association between smartphone addiction and mental health among high school student in Bangkok, Thailand: a cross-sectional study [dissertation]. Bangkok: Chulalongkorn university; 2019.
23. Festinger L. A Theory of Social Comparison Processes. *Hum Relat* 1954;7:117-140.
24. Badal HJ, Stryker JE, DeLuca N, Purcell DW. Swipe right: dating website and app use among men who have sex with men. *AIDS Behav* 2018, 22, 1265–72.
25. Hahn HA, You DS, Sferra M, Hubbard M, Thamocharan S, Fields SA. Is it too soon to meet? Examining differences in geosocial networking app use and sexual risk behavior of emerging adults. *Sex Cult* 2018;22:1–21.
26. Klinger D, Plener PL, Marboe G, et al. Exploring the relationship between media use and depressive symptoms among gender diverse youth: findings of the Mental Health Days Study. *Child Adolesc Psychiatry Ment Health* 2024;18(1):104.
27. Nazari A, Hosseinnia M, Torkian S, Garmaroudi G. Social media and mental health in students: a cross-sectional study during the Covid-19 pandemic. *BMC Psychiatry* 2023;23(1):458.
28. Watson R. Appearance-focused social media use, unrealistic beauty ideals, and body image dissatisfaction. *J Gend Stud* 2022;12(1):114–29.
29. Fredrickson BL, Roberts TA. Objectification Theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychol Women Q* 1997;21(2):173-206.
30. Fioravanti G, Bocci BS, Ceragioli G, Casale S. How the exposure to beauty ideals on social networking sites influences body image: A systematic review of experimental studies. *Adolesc Res Rev* 2022;7(3):419–58.
31. Malz E. The relationship between online dating, self-esteem and body image [dissertation]. Enschede, Netherland: University of Twente; 2020.
32. Barnes M, Abhyankar P, Dimova E, Best C. Associations between body dissatisfaction and self-reported anxiety and depression in otherwise healthy men: A systematic review and meta-analysis. *PLoS One* 2020;15(2):e0229268.
33. Choi E, Choi I. The associations between body dissatisfaction, body figure, self-esteem, and depressed mood in adolescents in the United States and Korea: A moderated mediation analysis. *J Adolesc* 2016;53:249-59.