

การศึกษาความต้องการในการใช้แอปพลิเคชันเพื่อช่วยการฟื้นฟูจิตใจของตนเองจากการผิดหวังจากความรัก

Studies of the demand in an innovative mobile application: self-healing from heartbroken reason.

สาหร่าย เพชรอักษร^{1*}, พรรณระพี สุทธิวรรณ², อัจฉรา จันทรฉาย³ และพีระพนธ์ โสพัศสถิตย์⁴
Sarai Petchaugson^{1*}, Panrapee Suttiwan², Achara Chandrachai³ and
Peraphon Sophatsathit⁴

¹ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹ Graduate students, Department of Technopreneurship and Innovation Management Program, Chulalongkorn University.

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

² Assist. Prof, Faculty of Psychology, Chulalongkorn University.

³ ศาสตราจารย์ กิตติคุณ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

³ Prof, Faculty of Commerce and Accountancy, Chulalongkorn University.

⁴ รองศาสตราจารย์, คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁴ Associated Prof, Faculty of Science, Chulalongkorn University.

* Corresponding author, E-mail: cpanrapee@yahoo.com

บทคัดย่อ

ความรักเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนมีความต้องการและเป็นเรื่องปกติที่คนเราอาจจะพบกับความสมหวังหรือผิดหวังกับความรัก งานวิจัยที่ผ่านมารายงานว่าคนส่วนใหญ่เมื่อผิดหวังกับความรัก มักจะไม่แสดงออกและ เก็บความผิดหวัง ไว้กับตนเองจนอาจจะเกิดปัญหาทางสุขภาพจิตและสุขภาพกายตามมได้ งานวิจัยนี้ จึงมุ่งศึกษาว่าบุคคลทั่วไปมีความสนใจจะเยียวยาจิตใจโดยการใช้แอปพลิเคชันเพื่อช่วยการฟื้นฟูจิตใจของตนเองจากการผิดหวังในความรักหรือไม่ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งชายและหญิง จำนวน 388 คน ในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์สถิติ Chi square พบว่า ความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อฟื้นฟูจิตใจจากการ ผิดหวังในความรัก ไม่มีความสัมพันธ์กับ เพศ ความสนใจทางเพศ หรือ ประสบการณ์ความ ผิดหวังในความรักแต่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับประสบการณ์การแสวงหาการช่วยเหลือด้านความรัก ทางอินเทอร์เน็ต ($\chi^2 = 39.919, df=2, p < .01$) และระบบปฏิบัติการของสมาร์ตโฟน ($\chi^2 = 12.632, df=2, p < .05$) กล่าวคือ ผู้ที่แสดงความสนใจจะใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อฟื้นฟูจิตใจของตนเองนั้น มีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ที่เคยมีประสบการณ์แสวงหาการช่วยเหลือด้านความรักทางอินเทอร์เน็ต และเป็นกลุ่มผู้ใช้สมาร์ตโฟนประเภท iPhone โดยไม่เจาะจงว่าเป็นเพศใด มีความสนใจทางเพศแบบใด หรือเคยผิดหวังในความรักมาก่อนหรือไม่

คำสำคัญ: ผิดหวังจากความรัก ฟื้นฟูจิตใจ ออกหัก แอปพลิเคชัน จิตวิทยา การช่วยเหลือด้านจิตใจ

Abstract

“Love” is an object of affection [a fundamental state of mind] that every human being needs. It is a common pattern for people to experience either fulfillment or disappointment in love. The researchers found that when most people experience disappointment in love, they do not frequently express their feelings with others. Instead, they work through solutions to solve their emotional problems independently. As a consequence, this may lead to severe mental and physical illnesses.

This research aims to study whether people want to heal through the use of 'mobile phone application' that revitalizes a broken heart and alleviate displeasure in love.

Participants of the research's questionnaires consisted of 388 male and female participants residing in Bangkok, Thailand. As a result, the 'Chi Square Analysis' showed that the demand for a mobile phone application as a tool for recovering from disappointment in love does not relate to gender, sexual interest or any experiences in love failure. On the contrary, such demand is solely related to their past experiences in seeking help on the internet ($\chi^2 = 39.919$, $df=2$, $p < .01$) and Smart Phone operating system ($\chi^2 = 12.632$, $df=2$, $p < .05$).

In conclusion, the study finds that the majorities of those who have interest in seeking help through mobile phone application are iPhone users and have had experiences in recovering from failed relationships.

Keywords: self-healing, heartbroken, mobile application, psychology

บทนำ

ในทุก ๆ วันรอบ ๆ ตัวของทุกคน จะมีคนรอบข้างที่ผิดหวังจากความรักอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการมีความรักนั้นก็ถือว่าเป็นเรื่องที่มีมนุษย์ทุกคนมีเป็นเรื่องปกติ การผิดหวังจากความรักก็เช่นกัน ซึ่งเมื่อเกิดความผิดหวังในความรักแล้ว แน่นอนว่าความผิดหวังความเจ็บปวดที่เกิดขึ้นของแต่ละบุคคลนั้นไม่เท่ากัน ซึ่งในบางคนนั้นก็อาจนำไปสู่การเสียชีวิตก็เป็นได้ ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เนื่องจากการช่วยเหลือทางจิตใจนั้นเป็นหนึ่งวิธีในการจัดการกับปัญหาของตนเองในยามที่มีมนุษย์ต้องเจอกับความทุกข์ใจ จึงแสดงได้ว่า การแสวงหาความช่วยเหลือทางจิตใจอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพนั้นเป็นเรื่องสำคัญในสังคมในปัจจุบัน

จากในยุคปัจจุบันที่อินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้นอย่างที่สามารถอ้างอิงจากการสังเกตพฤติกรรมของมนุษย์รอบตัว จะเห็นได้ว่าในสังคมนั้นได้เต็มไปด้วยกิจกรรมที่ใช้อินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น ที่บ้าน ที่มหาวิทยาลัย ที่ทำงาน ก็ล้วนแต่ใช้อินเทอร์เน็ต ทำให้เห็นได้ว่าคนส่วนใหญ่นั้นใช้ชีวิตโดยมีอินเทอร์เน็ต จึงทำให้อินเทอร์เน็ตกลายเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตประจำวันของคนทั่วไปในสมัยนี้ ส่งผลให้ผู้วิจัยเกิดความคิดในการพัฒนาการทำแอปพลิเคชันเพื่อช่วย



การฟื้นฟูจิตใจของตนเองสำหรับผู้ผิดหวังจากความรักขึ้นมา ดังนั้นแอปพลิเคชันทางนวัตกรรม เพื่อช่วยการฟื้นฟูจิตใจของตนเองสำหรับผู้ผิดหวังจากความรักนี้จึงกลายเป็นหนึ่งในตัวเลือกในการช่วยเหลือตนเองทางด้านจิตใจในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการเพื่อพัฒนาการช่วยเหลือทางด้านจิตวิทยาในรูปแบบใหม่ ๆ อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้แอปพลิเคชันเพื่อช่วยเหลือการฟื้นฟูจิตใจของตนเองจากการผิดหวังในความรัก

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

การศึกษาเรื่องความต้องการในการใช้นวัตกรรมแอปพลิเคชันเพื่อช่วยการฟื้นฟูจิตใจของตนเองสำหรับจากการผิดหวังจากความรัก ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็น สำคัญ ต่าง ๆ ดังนี้

ทฤษฎีทางด้านจิตวิทยา (Psychology Theory)

ทฤษฎีความรัก

ความรักคืออะไร สามารถอธิบายได้โดยอ้างอิงจากทฤษฎี Theories of Love โดย Robert Sternberg (1988) อ้างอิงจาก (Kathleen Stassen Berger, 2011) ทฤษฎีนี้ได้อธิบายถึงความหมายของความรัก โดยความรักของมนุษย์นั้นแบ่งได้เป็น 3 ด้านใหญ่ ๆ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

โดยความรักของมนุษย์นั้นแบ่งได้สามองค์ประกอบ คือ

(1) Passion คือองค์ประกอบของความรักที่เกี่ยวกับ “เสน่ห์หา” หมายถึง ความรักในรูปแบบที่มุ่งเน้นในเรื่องของความพึงพอใจในลักษณะทางเพศ อารมณ์ ร่างกายก่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการทางเพศ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ในความสัมพันธ์นั้นเริ่มต้นที่จะรู้จักและเรียนรู้ซึ่งกันและกัน โดยในแนวคิดนั้นยังกล่าวถึงความรักในแบบของขั้นตอนนี้โดยอธิบายถึงความเสน่หานั้นจะค่อย ๆ หายไปเมื่อความคุ้นเคยได้มีสิ่งที่เรียกว่าความผูกพันนั้นได้เข้ามาแทนที่

(2) Intimacy คือองค์ประกอบของความรักที่เกี่ยวกับ “ความผูกพัน” เมื่อคู่รักทั้งสองคนในความสัมพันธ์นั้นเริ่มที่จะเรียนรู้และรู้จักกันมากขึ้น เช่น ไม่มีความลับระหว่างกัน รู้จักนิสัยกันเป็นอย่างดี ในขั้นตอนนี้ มนุษย์ก็จะเริ่มเปิดเผยความเป็นตัวเอง และยอมรับความเป็นตัวตนของในฝ่ายตรงข้ามมากขึ้น โดยจากทฤษฎีนั้น ได้บ่งชี้คุณลักษณะของความผูกพันไว้ 11 ข้อ ดังนี้

- ให้ความดูแลซึ่งกันและกันทางอารมณ์
- นึกถึงและเป็นห่วงความรู้สึกของกันและกัน
- มีความสัมพันธ์เป็นเวลานาน
- เป็นที่พึ่งให้กันและกัน
- เข้าใจซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี
- รู้ใจ แบ่งปันทุกข์และสุข
- ให้กำลังใจซึ่งกันและกัน
- พูดคุยสื่อสารกันเข้าใจง่าย
- จริงใจอย่างลึกซึ้ง



- เห็นคุณค่าของกันและกัน

(3) Commitment คือองค์ประกอบของความรักที่เกี่ยวกับ “การมีพันธะผูกพัน” หมายถึง จุดของระยะความสัมพันธ์ที่ต้องการการตัดสินใจในการแต่งงาน เพื่อดำเนินชีวิตคู่ต่อไป ซึ่งการที่จะก้าวเข้ามาสู่ระยะเวลานั้นจะต้องใช้เวลาในการอยู่ในความสัมพันธ์มาเป็นระยะนานพอสมควร โดยได้แบ่งช่วงเวลาแห่งการตัดสินใจออกเป็นสองรูปแบบ คือ

- รูปแบบที่หนึ่ง การตัดสินใจเกิดจากความไม่มั่นคง จึงเกิดการตัดสินใจแบบเร่งรีบ เพื่อให้ตนเองนั้นรู้สึกถึงความปลอดภัยจากความไม่มั่นคงที่เกิด เช่น กลัวการโดนแย่งคนรัก กลัวคนรักไปรักคนอื่น จึงต้องตัดสินใจให้คำมั่นสัญญาเพื่อความมั่นคง

- รูปแบบที่สอง การตัดสินใจให้คำมั่นสัญญานั้นเกิดจาก มนุษย์ทั้งสองคนนั้น ๆ เกิดการโยยหาชีวิตคู่ร่วมกัน ต่างฝ่ายมีความต้องการความมั่นคงเหมือนกัน จึงเกิดการแต่งงาน เพื่อที่จะอยู่ร่วมกันเป็นคู่ชีวิตของซึ่งกันและกัน

เมื่อเกิดการผิดหวังจากความรัก มนุษย์ก็จะเกิดความโศกเศร้าเสียใจ ซึ่งการผ่านความรู้สึกที่เศร้าจากการผิดหวังจากความรักนั้น แต่ละบุคคลมีการใช้เวลาในการฟื้นฟูจิตใจแตกต่างกัน ซึ่งคนส่วนใหญ่ผ่านขั้นตอนของความเศร้าโศกเสียใจ ทั้ง 5 ขั้นตอน ทฤษฎีของ Kubler-Ross ที่เรียกว่าทฤษฎี Grief Cycle ที่สามารถอธิบายได้ดังนี้ (Kubler-Ross, 1969)

(1) ขั้นที่ 1: การไม่ยอมรับ (Denial) ในระยะของการไม่ยอมรับนั้นเป็นขั้นแรกของทฤษฎีนี้ ซึ่งในระยะนี้นั้น เป็นระยะที่มีความรู้สึกหลากหลายรูปแบบ สับสน รู้สึกชีวิตกลายเป็นไม่มีความหมาย เพราะในระยะนี้นั้นประกอบไปด้วยการไม่ยอมรับ และความตกใจอย่างสุดขีดกับสิ่งที่เกิดขึ้น ผู้ที่อยู่ในระยะนี้จะพยายามทำทุกวิถีทางเพื่อให้ผ่านเวลาในหนึ่งวันอันแสนทรมานไปได้

(2) ขั้นที่ 2: ความโกรธ (Anger) ในระยะของความโกรธนั้นเป็นขั้นที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการฟื้นฟูจิตใจ ผู้ที่อยู่ในระยะนี้ควรเต็มใจ และปลดปล่อยจิตใจให้แสดงความโกรธโดยไม่พยายามกดหรือปิดกั้นไว้ เพราะถึงแม้ว่าความโมโหและโกรธนั้นอาจจะดูไม่มีวันสิ้นสุด แต่ยิ่งรู้สึกมากเท่าไร ผู้ที่อยู่ในขั้นตอนนี้ก็จะได้ระบายความเจ็บปวดออกจากจิตใจได้มากขึ้นเท่านั้น

(3) ขั้นที่ 3: การมีความคิดในเชิงลดคุณค่าของตนเองเพื่อให้เขากลับมา (Bargaining) เป็นขั้นตอนของการคิดและคุยกับตนเองในการคิดว่าพร้อมที่จะยอมทุกอย่างเพื่อให้สิ่งที่เกิดขึ้นนั้นเป็นเพียงแค่ฝันร้ายคืนหนึ่ง และอาจจะยอมทุกอย่างเพื่อให้ความสัมพันธ์กลับมาเป็นดังเดิม โดยผู้ที่อยู่ในระยะนี้จะมีแต่คำว่า “ถ้าเพียงแต่...” อยู่เสมอ ซึ่งคำนี้จะทำให้ย้อนกลับไปในอดีต ว่าเราไม่ควรทำบางสิ่งบางอย่าง นึกถึงในสิ่งที่คิดว่าควรจะทำถ้าย้อนเวลากลับไปได้อีกจะกลับไป ทำทุกอย่างและย้อนเวลากลับไปเพื่อให้ได้ความสัมพันธ์กลับมาดังเดิมและเพื่อหนีออกจากความเศร้าโศกที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

(4) ขั้นที่ 4: การซึมเศร้า (Depression) ในขั้นที่ 3 นั้น ความสนใจทั้งหมดจะอยู่ที่การยอมแพ้ และขอแก้ตัวใหม่ จึงทำให้ความเศร้าโศกนั้นเข้าไปสู่จิตใจลึกซึ้งขึ้นกว่าเดิมจนเข้ามาอยู่ในขั้นตอนนี้ คือขั้นตอนของความซึมเศร้า ผู้ที่อยู่ในขั้นนี้จะรู้สึกว่าความทุกข์นี้จะอยู่ไปตลอดกาล และจะสูญเสียการควบคุมทั้งอารมณ์และร่างกายของตนเอง

(5) ขั้นที่ 5: ยอมรับ (Acceptance) เป็นระยะของการยอมรับว่าสิ่งที่เกิดขึ้นนั้นเป็นความจริง และใช้ชีวิตอยู่กับสิ่งที่เกิดขึ้นให้ได้ จะไม่มีความโมโหและโกรธ หรือจมอยู่ในความซึมเศร้าเหมือนที่ผ่านมา หันมาดูแลตนเอง และฟังในสิ่งที่ตนเองต้องการมากขึ้น และสามารถใช้ชีวิตประจำวันโดยไม่มีเศร้าโศกได้ ถ้าไม่ย้อนกลับไปยังระยะเดิมที่ผ่านมาอีก



การเศร้าโศกจากความรักในแต่ละขั้นตอนนี้ไม่จำเป็นต้องเรียงตามลำดับ ไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นขั้นตอนนี้แล้วไปต่อยังขั้นตอนถัดไป มนุษย์สามารถอยู่ในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง แล้วก้าวไปยังอีกขั้นตอน และ อาจวนกลับมาที่จุดเดิมก็เป็นได้ (Elisabeth Kubler Ross, 2005) ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นโอกาสที่จะสร้างเครื่องมือ เพื่อช่วยเตือนและฟื้นฟูจิตใจของผู้ที่อยู่ในขั้นตอนที่ 5 เพื่อป้องกันให้ไม่กลับไปยังระยะที่ผ่านมาได้อีก และเพื่อช่วยเหลือจิตใจของบุคคลเหล่านั้นให้ดีขึ้นในที่สุด

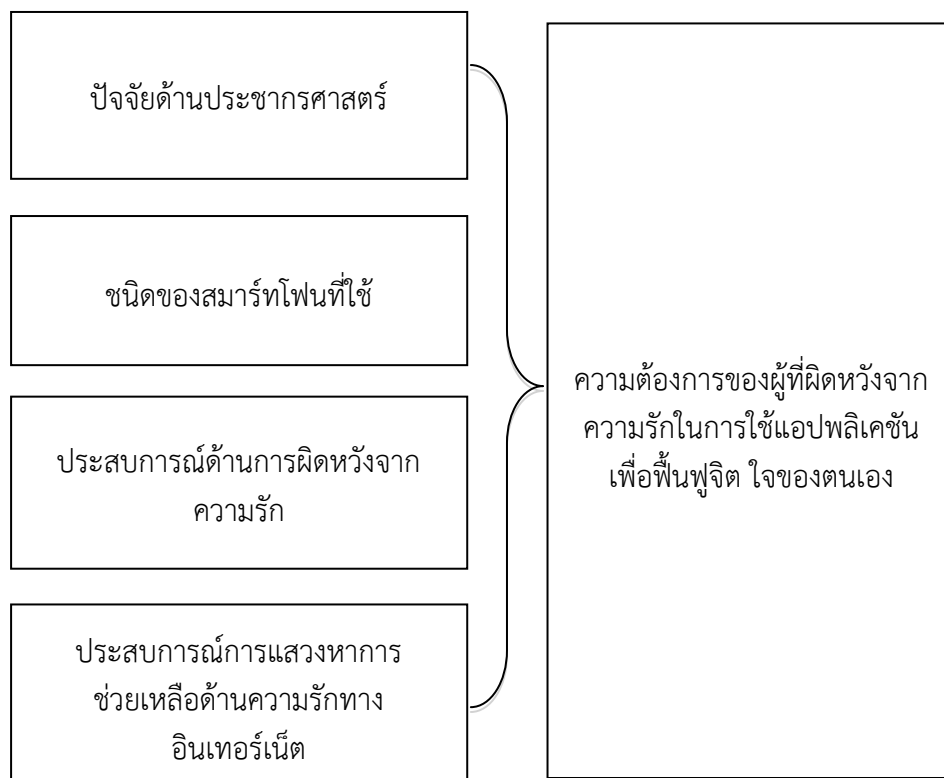
การฟื้นฟูบุคคลจากการผิดหวังจากความรัก

เหตุการณ์จากความผิดหวังจากความรักที่เกิดขึ้นเสมือนเป็นอดีตที่กลับไปแก้ไขไม่ได้ซึ่งบุคคลที่ผิดหวังจากความรักนั้น ต้องการหาความช่วยเหลือที่จะทำให้ตัวเองทั้งความทุกข์ใจ เพื่อที่จะฟื้นฟูจิตใจ และกลับไปเป็นคนเดิมที่มีหัวใจแข็งแกร่งกว่าเดิมได้ (ศูนย์สุขภาพทางจิต คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2012)

โดยยังสามารถนำทฤษฎีของ Grotberg (1995) ในเรื่องขององค์ประกอบของความสามารถในการฟื้นฟูจิตใจมาใช้ในการช่วยเหลือบุคคลจากการผิดหวังจากความรักได้ สามารถอธิบายได้ดังนี้

- (1) การมีแหล่งสนับสนุนและทรัพยากรภายนอก หมายถึง การมีแหล่งสนับสนุนที่ช่วยเหลือให้จิตใจกลับไปแข็งแกร่งกว่าเดิม ได้โดยมีแหล่งสนับสนุน หรือมีบุคคลคอยช่วยเหลือ
- (2) การมีจิตใจที่เข้มแข็ง หมายถึง การใช้พลังภายในจิตใจ ที่ทำให้สามารถต่อสู้กับสถานการณ์ความโศกเศร้าได้ด้วยตนเอง
- (3) การมีทักษะทางสังคม หมายถึง การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนรอบกาย โดยได้รับการช่วยเหลือโดยการเรียนรู้ และได้รับคำสอนจากบุคคลอื่น

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการดำเนินการวิจัยเพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคและแก้ไขปัญหาที่พบได้จัดทำ การทดสอบในรูปแบบของแบบสอบถาม (Questionnaires)

การเก็บข้อมูล

ในการวิจัยในระยะที่ 1 นั้น เป็นวิธีการเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ใช้ ในการสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้ เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคและแก้ไขปัญหาที่ พบในปัจจุบันในการนำไปพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อช่วยการฟื้นฟูจิตใจของตนเองสำหรับผู้ที่มีจิตใจหวัด จาก ความรัก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ทำการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้พร้อมทำผลสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะจาก ประชากรกลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลเบื้องต้นด้านการฟื้นตัวทางความรักของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 สอบถามความต้องการและพฤติกรรมแสวงหาความช่วยเหลือด้านจิตใจของตนเอง

ส่วนที่ 3 สอบถามความสนใจและความต้องการใช้แอปพลิเคชันเพื่อช่วยการฟื้นฟูจิตใจของตนเอง สำหรับผู้ที่ฟื้นตัวจากความรัก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

ส่วนที่ 5 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยแบบสอบถามนั้นได้มีผู้เชี่ยวชาญทางด้านจิตวิทยา ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยทั้งแนวคำถามและ แบบสอบถามก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ใช้การสุ่มตัวอย่างประชากรแบบไม่คำนึงถึง ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) และ ใช้การสุ่มเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้สมาร์ทโฟน ซึ่งใช้ในกรณีที่ไม่มีทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน โดยกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ยังไม่ทราบ จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอนจึงใช้วิธีกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของคอคแรน (Cochran, 1977 อ้างถึงใน อธิรุติ เอกะกุล, 2543) ซึ่งใช้ในกรณีที่ไม่มีทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความถี่จำนวนมากและต้องการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร โดยเมื่อคำนวณแล้ว พบว่าที่ระดับ ความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% ขนาดของประชากรจะเท่ากับ 384 คน โดย ประชากรที่ต้องการนั้นมีอายุตั้งแต่ 17 ปี ไปจนถึงมากกว่า 30 ปีขึ้นไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลในรูปแบบที่ผู้วิจัยนั้นไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ตอบแบบสอบถาม (Non – Interactive) ซึ่งรวบรวมด้วยวิธีการ Web Survey โดยเป็นการสร้างแบบสอบถามด้วยโปรแกรมออนไลน์ สำเร็จรูป Google Forms แล้วทำการส่งลิงก์แบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง



ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ด้านลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	88	22.7
หญิง	300	77.3
รวม	388	100.0

จากตารางที่ 1.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 และเพศชายจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 โดยไม่แบ่งแยกว่าเคยผิดหวังในความรักมาก่อนหรือไม่ อีกทั้งในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามนั้นยังแบ่งได้เป็นกลุ่มที่เคยผิดหวังทางความรัก เป็นจำนวน 368 คน คิดเป็นร้อยละ 95 เปอร์เซนต์ และกลุ่มที่ไม่เคยผิดหวังในความรักทั้งหมด 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 เปอร์เซนต์

ตารางที่ 1.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
17 ปี	2	0.5
18 - 22 ปี	90	23.2
23 - 25 ปี	130	33.5
25 - 29 ปี	104	26.8
มากกว่า 30 ปีขึ้นไป	62	16.0
รวม	388	100.0

จากตารางที่ 1.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 23 – 25 ปี มากที่สุด มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคืออายุระหว่าง 25 – 29 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ตามด้วยอายุระหว่าง 18 – 22 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 อายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และอายุ 17 ปี น้อยที่สุดจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 1.3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	20	5.2
ปริญญาตรี	284	73.2
ปริญญาโท	80	20.6
ปริญญาเอก	4	1.0
รวม	388	100.0



จากตารางที่ 1.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 รองลงมาคือระดับปริญญาโท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 ต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และปริญญาเอกจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 1.4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นิสิต/นักศึกษา	115	29.6
พนักงานประจำ	198	51.0
รับจ้างอิสระ	23	6.0
ธุรกิจส่วนตัว	52	13.4
รวม	388	100.0

จากตารางที่ 1.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพพนักงานประจำมากที่สุด จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือนิสิตนักศึกษาจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 ตามด้วยธุรกิจส่วนตัวจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 รับจ้างอิสระจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 1.5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	77	19.8
10,001 – 20,000 บาท	128	33.0
20,001 – 30,000 บาท	95	24.5
30,001 – 40,000 บาท	58	15.0
40,001 – 50,000 บาท	30	7.7
รวม	388	100.0

จากตารางที่ 1.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ตามด้วยรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 รายได้ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และรายได้ระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท น้อยที่สุด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7

ตารางที่ 1.6 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของสมาร์ทโฟนที่ใช้ในปัจจุบัน

ชนิดของสมาร์ทโฟนที่ใช้ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
iPhone	250	64.0
Android	138	36.0
รวม	388	100.0

จากตารางที่ 1.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนประเภท iPhone มากที่สุด จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมาคือ Android จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0

ตารางที่ 1.7 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสนใจทางเพศ

ความสนใจทางเพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชายสนใจหญิง	62	16.0
หญิงสนใจชาย	235	60.6
ชายสนใจชายและหญิง	10	2.5
หญิงสนใจหญิงและชาย	35	9.0
ชายสนใจชาย	20	5.2
หญิงสนใจหญิง	26	6.7
รวม	388	100.0

จากตารางที่ 1.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงสนใจชายมากที่สุดจำนวน 235 คนคิดเป็นร้อยละ 60.6 รองลงมาคือชายสนใจหญิง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามด้วยหญิง สนใจหญิงและชาย จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 หญิงสนใจหญิงจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ชายสนใจชาย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และ ชายสนใจชายและหญิงน้อยที่สุด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

2. ผลการวิจัยของสมมติฐานทั้ง 4 หัวข้อ จากกรอบแนวความคิดวิจัย

สมมติฐานที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พื้นฟูจิตใจจากการผิดหวัง ในความรัก

สมมติฐานที่ 2 ประสบการณ์การแสวงหาการช่วยเหลือด้านความรักทางอินเทอร์เน็ตสัมพันธ์กับความต้อง การใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พื้นฟูจิตใจจากการผิดหวังในความรัก

สมมติฐานที่ 3 ชนิดของสมาร์ทโฟนที่ใช้มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พื้นฟูจิตใจจากการผิดหวังในความรัก

สมมติฐานที่ 4 ประสบการณ์การผิดหวังในความรักมีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้แอปพลิเคชันบน มือถือที่พื้นฟูจิตใจจากการผิดหวังในความรัก

สมมติฐานที่ 5 ความสนใจทางเพศมีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พื้นฟูจิตใจ จากการผิดหวังในความรัก ซึ่งสามารถแสดงผลจากการวิจัยได้ดังนี้



ตารางที่ 2.1 แสดงผลการวิจัยของสมมติฐานที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พึงพอใจจากการผิดหวังในความรัก

เพศ	ความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พึงพอใจ			รวม
	สนใจ	ไม่แน่ใจ	ไม่สนใจ	
ชาย	30 (34.1)	27 (30.7)	31 (35.2)	88 (100.0)
หญิง	116 (38.7)	98 (32.7)	86 (28.7)	300 (100.0)
รวม	146 (37.6)	125 (32.2)	117 (30.2)	388 (100.0)

$$\chi^2 = 1.433 \quad df = 2 \quad \text{และ} \quad p - \text{value} = .488$$

จากตารางที่ 2.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายไม่สนใจใช้แอปพลิเคชันจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 สนใจใช้แอปพลิเคชันจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 และไม่แน่ใจว่าต้องการใช้แอปพลิเคชันจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงสนใจใช้แอปพลิเคชันจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 ไม่แน่ใจว่าต้องการใช้แอปพลิเคชันจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 และไม่สนใจใช้ แอปพลิเคชันจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 และเมื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พึงพอใจจากการผิดหวังในความรักพบว่า ค่า Chi-Square เท่ากับ 1.433 และค่า p - value เท่ากับ .488 แสดงว่าความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พึงพอใจจากการผิดหวังในความรักไม่มีความสัมพันธ์กับอยู่กับสถานภาพด้านเพศ

ตารางที่ 2.2 แสดงผลการวิจัยของสมมติฐานที่ 2 ประสบการณ์การแสวงหาการช่วยเหลือด้านความรักทางอินเทอร์เน็ตสัมพันธ์กับความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พึงพอใจจากการผิดหวังในความรัก

ประสบการณ์การแสวงหาการช่วยเหลือด้านความรักทางอินเทอร์เน็ต	ความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พึงพอใจ			รวม
	สนใจ	ไม่แน่ใจ	ไม่สนใจ	
เคย	79 (54.9)	46 (31.9)	19 (13.2)	144 (100.0)
ไม่เคย	67 (27.5)	79 (32.4)	98 (40.2)	244 (100.0)
รวม	146 (37.6)	125 (32.2)	117 (30.2)	388 (100.0)

$$\chi^2 = 39.919 \quad df = 2 \quad \text{และ} \quad p - \text{value} < .001$$

จากตารางที่ 2.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์แสวงหาการช่วยเหลือด้านความรักทางอินเทอร์เน็ตสนใจใช้ แอปพลิเคชัน มากที่สุด จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 54.9 ไม่แน่ใจว่าต้องการใช้แอปพลิเคชันจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 และไม่สนใจใช้แอปพลิเคชันจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ



ละ 13.2 ส่วนกลุ่ม ตัวอย่างที่ไม่เคยมีประสบการณ์การแสวงหาความช่วยเหลือทางอินเทอร์เน็ตไม่สนใจใช้แอปพลิเคชัน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 ไม่แน่ใจว่าต้องการใช้แอปพลิเคชัน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 และสนใจใช้ แอปพลิเคชัน จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และเมื่อทดสอบสมมติฐานความ สัมพันธ์ประสบการณ์การแสวงหาการช่วยเหลือด้านความรักทางอินเทอร์เน็ตกับความ ต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พื้นฟูจิตใจจากการผิดหวังในความรักกับความ ต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พื้นฟูจิตใจจากการผิดหวังใน ความรักพบว่าค่า Chi-Square เท่ากับ 39.919 และค่า p - value เท่ากับ .000 แสดงว่า ความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พื้นฟูจิตใจจากการผิดหวังในความรักขึ้นอยู่กับ ประสบการณ์การแสวงหาการช่วยเหลือด้านความรักทางอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ตารางที่ 2.3 แสดงผลการวิจัยของสมมติฐานที่ 3 ชนิดของสมาร์ทโฟนที่ใช้มีความสัมพันธ์กับความ ต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พื้นฟูจิตใจจากการผิดหวังในความรัก

ชนิดของสมาร์ทโฟนที่ใช้	ความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พื้นฟูจิตใจ			รวม
	สนใจ	ไม่แน่ใจ	ไม่สนใจ	
iPhone	110 (44.0)	71 (28.0)	69 (28.0)	250 (100.0)
Android	36 (26.0)	54 (39.1)	48 (35.0)	138 (100.0)
รวม	146 (38.0)	125 (32.2)	117 (30.0)	388 (100.0)

$$\chi^2 = 11.550 \quad df = 2 \quad \text{และ} \quad p - \text{value} = .003$$

จากตารางที่ 2.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ iPhone สนใจใช้แอปพลิเคชันมากที่สุด จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 ไม่แน่ใจว่าต้องการใช้แอปพลิเคชันจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และไม่สนใจใช้แอปพลิเคชัน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ Android ไม่แน่ใจว่าต้องการใช้แอปพลิเคชันจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 ไม่สนใจใช้แอปพลิเคชันจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และต้องการใช้แอปพลิเคชันจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และเมื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างชนิดของสมาร์ทโฟนที่ใช้กับความ ต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พื้นฟูจิตใจจากการผิดหวังในความรักพบว่าค่า Chi-Square เท่ากับ 11.550 และค่า p - value เท่ากับ .003 แสดงว่า ความต้องการใช้แอปพลิเคชันบน มือถือที่พื้นฟูจิตใจจากการผิดหวังในความรักมีความสัมพันธ์กับชนิดของ สมาร์ทโฟนที่ใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05



ตารางที่ 2.4 แสดงผลการวิจัยของสมมติฐานที่ 4 ประสพการณ์การผิดหวังในความรักมีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พึงพอใจจากการผิดหวังในความรัก

ประสพการณ์การผิดหวัง ในความรัก	ความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พึงพอใจ			รวม
	สนใจ	ไม่แน่ใจ	ไม่สนใจ	
ไม่เคยผิดหวัง	5 (25.0)	5 (25.0)	10 (50.0)	20 (100.0)
เคยผิดหวัง	141 (38.3)	120 (32.6)	107 (29.1)	368 (100.0)
รวม	146 (37.6)	125 (32.2)	117 (30.2)	388 (100.0)

$$\chi^2 = 3.989 \quad df = 2 \quad \text{และ} \quad p - \text{value} = .136$$

จากตารางที่ 2.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยผิดหวังในความรักและไม่สนใจใช้แอปพลิเคชันบนมือถือจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยผิดหวังในความรักสนใจและไม่แน่ใจใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเท่ากันจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เคยผิดหวังในความรักสนใจใช้ แอปพลิเคชันจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 ตามด้วยไม่แน่ใจจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6 และไม่สนใจใช้แอปพลิเคชัน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1และเมื่อทดสอบสมมติฐานความ สัมพันธ์ระหว่างประสพการณ์ความผิดหวังในความรักกับความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พึงพอใจจากการผิดหวังในความรักพบว่าค่า Chi-Square เท่ากับ 3.989 และค่า p - value เท่ากับ .136 แสดงว่า ความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พึงพอใจจากการผิดหวังในความรักไม่มีความสัมพันธ์กับประสพการณ์ความผิดหวังในความรัก

ตารางที่ 2.5 แสดงผลการวิจัยของสมมติฐานที่ 5 ความสนใจทางเพศกับความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พึงพอใจจากการผิดหวังในความรัก โดยผู้วิจัยได้จับกลุ่มความสนใจทางเพศ ดังนี้

- กลุ่มสนใจเพศตรงข้าม ได้แก่เพศ ชายสนใจหญิง และ หญิงสนใจชาย
 - กลุ่มสนใจเพศตรงข้ามและเพศเดียวกัน ได้แก่เพศ ชายสนใจชายและหญิง และ หญิงสนใจหญิงและชาย
 - กลุ่มสนใจเพศเดียวกัน ได้แก่เพศ ชายสนใจชาย และ หญิงสนใจหญิง
- โดยสามารถแสดงผลได้ดังนี้

ความสนใจทางเพศ	ความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พึงพอใจ			รวม
	สนใจ	ไม่แน่ใจ	ไม่สนใจ	
สนใจเพศตรงข้าม	108 (36.4)	98 (33.0)	91 (30.6)	297 (100.0)
สนใจเพศตรงข้าม และเพศเดียวกัน	16 (35.6)	15 (33.3)	14 (31.1)	45 (100.0)



ตารางที่ 2.5 (ต่อ)

ความสนใจทางเพศ	ความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พื้นฟูจิตใจ			รวม
	สนใจ	ไม่แน่ใจ	ไม่สนใจ	
สนใจเพศเดียวกัน	22 (47.8)	12 (26.1)	12 (26.1)	46 (100.0)
รวม	146 (37.6)	125 (32.2)	117 (30.2)	388 (100.0)

$$\chi^2 = 2.348 \quad df = 4 \quad \text{และ} \quad p\text{-value} = .672$$

จากตารางที่ 2.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สนใจเพศตรงข้ามสนใจใช้แอปพลิเคชันบนมือถือจำนวน 108 คน คิดเป็น ร้อยละ 36.4 ไม่แน่ใจว่าจะใช้แอปพลิเคชันบนมือถือจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และไม่สนใจใช้ แอปพลิเคชันบนมือถือ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 กลุ่มตัวอย่างที่สนใจ เพศเดียวกันและเพศ ตรงข้ามสนใจใช้แอปพลิเคชันบนมือถือจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 ไม่แน่ใจว่าจะใช้แอปพลิเคชัน บนมือถือจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และไม่สนใจใช้แอปพลิเคชันบนมือถือจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สนใจเพศเดียวกันสนใจใช้แอปพลิเคชันบนมือถือจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 ไม่แน่ใจและไม่สนใจใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเท่า กันทั้ง 2 กลุ่มจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 และเมื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความ สนใจทางเพศ กับความต้องการใช้ แอปพลิเคชันบนมือถือที่พื้นฟูจิตใจจากการคาดหวังในความรักพบว่าค่า Chi-Square เท่ากับ 2.348 และ ค่า p - value เท่ากับ 672 แสดงว่าความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือที่พื้นฟูจิตใจจากการคาดหวัง ในความรักไม่มีความสัมพันธ์กับความสนใจทางเพศ

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องความต้องการใช้แอปพลิเคชันเพื่อช่วยการฟื้นฟูจิตใจของตนเองจากการผิดหวังในความรัก สามารถสรุปผลได้ว่า มีกลุ่มตัวอย่างทั้งหญิงและชายระบุว่าสนใจใช้แอปพลิเคชันมากถึง 37.6% อย่างไรก็ตาม ความต้องการใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อฟื้นฟูจิตใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับ เพศ ความสนใจทางเพศ หรือ ประสบการณ์การผิดหวังในความรัก แต่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับการมีประสบการณ์การแสวงหาการช่วยเหลือด้านความรักทางอินเทอร์เน็ต ($\chi^2 = 39.919$, $df = 2$, $p < .01$) และ ชนิดของสมาร์ตโฟนแบบ iPhone ($\chi^2 = 12.632$, $df = 2$, $p < .05$)

ผลการวิเคราะห์ข้างต้น เป็นการสนับสนุนข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ตามแนวความคิดของ Rothwell and Gardner (1989) ในขั้นตอนที่ 2 คือ Demand pull ซึ่งมีแนวคิดในการ ดึงความต้องการของตลาดที่มีอยู่จริงไปพัฒนาเป็นนวัตกรรมต่อไปในอนาคต เพื่อตอบสนองความต้องการที่มีอยู่จริงในตลาด นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงความสนใจจะใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อฟื้นฟูจิตใจของตนเอง จากการผิดหวังในความรักนั้น มีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ที่เคยมีประสบการณ์แสวงหาการช่วยเหลือด้านความรักทางอินเทอร์เน็ต และเป็นกลุ่มผู้ใช้สมาร์ตโฟนแบบ iPhone โดยไม่เจาะจงว่าเป็นเพศใดหรือเคยผิดหวังในความรักมาก่อนหรือไม่และมีความสนใจทางเพศแบบใด

อีกทั้งยังสามารถนำไปเทียบเคียงกับแนวคิดที่เกี่ยวข้องในข้างต้น คือทฤษฎีของ Grotberg (1995) ในเรื่องขององค์ประกอบของความสามารถในการฟื้นฟูจิตใจมาใช้ในการช่วยเหลือบุคคลจากการผิดหวังจากความรักได้ ซึ่งแอปพลิเคชันที่จะจัดทำนั้นจะกลายเป็นแหล่งสนับสนุนและทรัพยากรภายนอกที่มาช่วยเหลือให้จิตใจกลับไปแข็งแกร่งกว่าเดิมได้อีกด้วย ซึ่งภายในแอปพลิเคชันก็จะเป็นคุณลักษณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นเลือก เพื่อตอบสนองความต้องการและให้แอปพลิเคชันนั้นมีประสิทธิภาพให้ได้มากที่สุด ซึ่งแอปพลิเคชันนี้มุ่งหวังให้ผู้ใช้นั้นไม่ย้อนกลับไปยังขั้นตอนที่ 1 – 4 ในขั้นตอนของทฤษฎีของ Kubler-Ross ที่เรียกว่าทฤษฎี Grief Cycle และมีการฟื้นฟูจิตใจของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำการวิจัยไปใช้ในอนาคตนั้น คือการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนั้นไปทำแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนเพื่อช่วยการฟื้นฟูจิตใจของตนเองจากการผิดหวังจากความรัก ให้ได้ตรงกับความต้องการจากผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด และควรเน้นการออกแบบแอปพลิเคชันให้ดู ผ่อนคลาย เข้าใจง่าย และใช้สีโทนเย็น เพื่อที่จะส่งผลให้อารมณ์นั้นมีการผ่อนคลายอีกด้วย อีกทั้ง ผลจากแบบสอบถามยังสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อการศึกษาในเรื่องของการผิดหวังจากความรักในประเทศไทยได้อีกด้วย เพราะในปัจจุบันนี้ ผู้วิจัยพบว่า การศึกษาทางด้านนี้ยังไม่แพร่หลายมากพอ จึงทำให้ข้อมูลเหล่านี้สามารถนำไปใช้อ้างอิงได้ต่อไปอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ศุภย์สุขภาวะทางจิต คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2012). *ทำอย่างไรจึงจะกลับไปเป็นแบบเดิม หรือดีกว่าเดิมได้อีกครั้ง*. สืบค้นจาก <http://www.chulawellness.com>
- Davis, F. D., Bagozzi, R., & Warshaw, P. (1989). *User acceptance of computer technology A comparison of two theoretical models*. Management Science, 35, 982-1003.
- Kubler-Ross, E. (1969). *On Grief and Grieving*. สืบค้นจาก <http://grief.com/the-five-stages-of-grief>
- Marshall, T. C., Bejanyan, K., & Ferenczi, N. (2013). *Attachment Styles and Personal*
- Rothwell, R. and Gardner, D. (1989). *The Strategic Management of Re-innovation: R&D*