

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	III
กิตติกรรมประกาศ	VI
สารบัญ	VII
สารบัญตาราง.....	X
สารบัญรูปภาพ	XXII

บทที่

1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามในการวิจัย	5
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
สมมติฐานของการวิจัย	6
ขอบเขตการวิจัย.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
นิยามศัพท์เฉพาะ	9
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม	17
ประเภทของพฤติกรรม	18
การเกิดพฤติกรรม	20
องค์ประกอบการเกิดพฤติกรรม	20
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรม	20
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	22

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)	27
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแอปพลิเคชันหาคู่ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย.....	28
แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย	30
แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์และการมีคู่ของหญิงไทย	41
การแต่งงานข้ามวัฒนธรรม	45
ความแตกต่างทางวัฒนธรรม	48
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ	52
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	53
3 ระเบียบวิธีวิจัย	58
รูปแบบการวิจัย	58
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	58
วิธีการสุ่มตัวอย่าง	59
ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือในการเก็บข้อมูล.....	61
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	62
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	64
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	64
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	66
ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	67
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี	73
ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียล มีเดียที่มีผลต่อการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี.....	82

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ตอนที่ 4 การตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี	86
ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะในการใช้แอปพลิเคชันผ่านโซเชียลมีเดียที่มีผลต่อการ ตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัด อุดรธานี.....	89
ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	90
5 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	161
สรุปผลการวิจัย	161
อภิปรายผลการวิจัย.....	171
ข้อเสนอแนะ.....	173
บรรณานุกรม	175
ภาคผนวก	180
ประวัติผู้เขียน	191

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	จำนวนหญิงไทยที่มีอายุตั้งแต่ 16 - 60 ปี ที่อาศัยในเขตจังหวัดอุดรธานี 5 อำเภอ	60
3.2	เกณฑ์การแปลผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์.....	65
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	67
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	68
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ...	68
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	69
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	69
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุเฉลี่ยของ คู่ต่างชาติที่คิดว่าเหมาะสมมากที่สุด	70
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการ ใช้แอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ	71
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชาวต่างชาติ ที่คิดว่า เหมาะสม และต้องการมาเป็นคู่มากที่สุด	72
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาเฉลี่ยในการใช้ แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ.....	73
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการใช้ แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ.....	74
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้ แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ.....	74
4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอุปกรณ์การใช้ แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ.....	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ในการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ.....	75
4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ใช้มากที่สุด	76
4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ใช้มากที่สุด.....	77
4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ตอบสนองความต้องการมากที่สุด.....	78
4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด	79
4.18	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ใช้ช่องทางแอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาติผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย.....	80
4.19	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี.....	83
4.20	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี	87
4.21	แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอายุ	91
4.22	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลรอบด้าน จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe).....	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.23	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจบนพื้นฐานความเคยชิน จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	93
4.24	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี โดยรวม จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....	93
4.25	แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามสถานภาพ	94
4.26	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลรอบด้าน จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	95
4.27	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี โดยรวม จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	96
4.28	แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา	96
4.29	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลจำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	98
4.30	แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ	99
4.31	แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	100

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.32	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลรอบด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	101
4.33	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจบนพื้นฐานความเคยชิน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	102
4.34	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี โดยรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	103
4.35	แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอายุเฉลี่ยของคู่ต่างชาติ ที่คิดว่าเหมาะสมมากที่สุด	104
4.36	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลรอบด้าน จำแนกตามอายุเฉลี่ยของคู่ต่างชาติที่คิดว่าเหมาะสมมากที่สุด เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	105
4.37	แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ	106
4.38	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลรอบด้าน จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	107

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.39	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลจำกัด จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	109
4.40	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจบนพื้นฐานความเคยชิน จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	110
4.41	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี โดยรวม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	112
4.42	แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามชาวต่างชาติ ชาติที่คิดว่าเหมาะสมและต้องการมาเป็นคู่มากที่สุด	113
4.43	แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามเวลาเฉลี่ยในการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ	114
4.44	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลรอบด้าน จำแนกตามเวลาเฉลี่ยในการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	115

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.45	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลจำกัด จำแนกตามเวลาเฉลี่ยในการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....	116
4.46	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจบนพื้นฐานความเคยชิน จำแนกตามเวลาเฉลี่ยในการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....	117
4.47	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี โดยรวม จำแนกตามเวลาเฉลี่ยในการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....	118
4.48	แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ	119
4.49	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลรอบด้าน จำแนกตามความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....	120
4.50	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลจำกัด จำแนกตามความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....	121

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.51	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจบนพื้นฐานความเคยชิน จำแนกตามความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....	122
4.52	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี โดยรวม จำแนกตามความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....	123
4.53	แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ.....	124
4.54	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี โดยรวม จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....	125
4.55	แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอุปกรณ์การใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ	126
4.56	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลรอบด้าน จำแนกตามอุปกรณ์การใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....	127

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4.57	<p>แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของ ผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูล จำกัด จำแนกตามอุปกรณ์การใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ในการมีคู่ต่างชาติเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....</p>	128
4.58	<p>แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของ ผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจบนพื้นฐาน ความเคยชิน จำแนกตามอุปกรณ์การใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียล มีเดียในการมีคู่ต่างชาติเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....</p>	129
4.59	<p>แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของ ผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี โดยรวม จำแนกตามอุปกรณ์ การใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....</p>	130
4.60	<p>แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของ ผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามสถานที่ในการใช้ แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ.....</p>	131
4.61	<p>แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติ ของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจบนพื้นฐาน ความเคยชิน จำแนกตามสถานที่ในการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียล มีเดียในการมีคู่ต่างชาติ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....</p>	132
4.62	<p>แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติ ของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี โดยรวม จำแนกตามสถานที่ ในการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....</p>	134

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.63	แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามโซเชียลแอฟพลีเคชันผ่านสื่อมีเดียที่ใช้มากที่สุด.....	135
4.64	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลรอบด้าน จำแนกตามแอฟพลีเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ใช้มากที่สุด เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	136
4.65	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลจำกัด จำแนกตามแอฟพลีเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ใช้มากที่สุด เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....	138
4.66	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจบนพื้นฐานความเคยชิน จำแนกตามแอฟพลีเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ใช้มากที่สุด เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....	139
4.67	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี โดยรวม จำแนกตามแอฟพลีเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ใช้มากที่สุด เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	140
4.68	แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตาม แอฟพลีเคชันหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ใช้มากที่สุด.....	141
4.69	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลจำกัด จำแนกตามแอฟพลีเคชันหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ใช้มากที่สุด เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....	142

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.70	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจบนพื้นฐานความเคยชิน จำแนกตามแอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ใช้มากที่สุด เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	144
4.71	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี โดยรวม จำแนกตามแอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ใช้มากที่สุด เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe).....	145
4.72	แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามแอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ตอบสนองความต้องการมากที่สุด	146
4.73	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลรอบด้าน จำแนกตามแอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ตอบสนองความต้องการมากที่สุด เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	147
4.74	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลจำกัด จำแนกตามแอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ตอบสนองความต้องการมากที่สุด เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	149
4.75	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจบนพื้นฐานความเคยชิน จำแนกตามแอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ตอบสนองความต้องการมากที่สุด เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	150

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.76	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี โดยรวม จำแนกตาม แอพพลิเคชั่นหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ตอบสนองความต้องการมากที่สุด เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	151
4.77	แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี จำแนกตาม แอพพลิเคชั่นหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด	152
4.78	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลรอบด้าน จำแนกตามแอพพลิเคชั่นหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	153
4.79	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ด้านการตัดสินใจบนพื้นฐานความเคยชิน จำแนกตามแอพพลิเคชั่นหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	154
4.80	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี โดยรวม จำแนกตาม แอพพลิเคชั่นหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)	155
4.81	แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่ใช้ช่องทาง แอพพลิเคชั่นหาคู่ต่างชาติผ่านสื่อโซเชียลมีเดียกับการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี.....	156
4.82	แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จาก แอพพลิเคชั่นผ่านสื่อโซเชียลมีเดียกับการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี.....	157

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.83	แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย การใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียกับการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทยกรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี.....	159
5.1	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.....	165
5.2	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.....	167
5.3	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.....	169
5.4	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4.....	170

สารบัญรูปภาพ

ภาพประกอบที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดด้านการวิจัย	8
2.1 แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน	24
2.2 แสดงแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี.....	28
2.3 Tinder	31
2.4 Badoo	32
2.5 BeeTalk	33
2.6 Thaiflirting.....	34
2.7 Zoosk's	34
2.8 Facebook	37
2.9 Paktor	38
2.10 Available.....	40
2.11 Skout	40