

## Tinder เผยเทรนด์การเดท ผ่านรายงาน Year In Swipe™ ปี 2566 คนโสดเน้นสร้างความทรงจำที่ดี และความคิดเชิงบวก

Tinder เปิดรายงานประจำปี “Year in Swipe” ที่เผยเทรนด์การเดท และภาพรวมการเดทในปี 2566 พบว่าคนโสดที่กำลังหาคู่ไม่ค่อยกังวลว่าความสัมพันธ์จะเป็นอย่างไรต่อไป แต่เน้นเปิดโอกาสให้ตัวเองได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่น่าจดจำมากกว่า

รายงานเปิดเผยว่า ในปีนี้นับว่าเป็นปีที่มีความโดดเด่นในเรื่องของการมีความคิดเชิงบวก มองโลกในแง่ดี คนโสดนิวเจนโฟกัสไปที่การพัฒนาตัวเองให้ดีขึ้นขณะที่กำลังสร้างความสัมพันธ์ไปด้วย พร้อมทั้งความกดดันของการรีบร้อนในการสร้างความสัมพันธ์ แต่เน้นออกเดทที่สร้างประสบการณ์และความทรงจำใหม่ ๆ โดยการมองโลกในแง่ดีและทำจิตใจให้เบิกบาน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ใหม่ ๆ นี้ ช่วยลดความกดดัน การกำหนดกฎเกณฑ์สถานะ ทำให้สามารถสำรวจตนเองไปได้ด้วยว่าชอบอะไรไม่ชอบอะไร

**เมลิสซา ฮีบลีย์ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดของ Tinder**เปิดเผยว่า “เป็นเรื่องน่าตื่นเต้นมากที่ได้เห็นว่า 69% ของคน Gen Z ต้องการความท้าทายและเปลี่ยนแปลงมุมมองความสัมพันธ์แบบเดิม ๆ? เมื่อประสบการณ์ระหว่างการออกเดทมีความสำคัญมากกว่าผลลัพธ์ คนรุ่นใหม่แสดงให้เห็นว่า ทุกความเป็นไปได้เมื่อออกเดทเป็นอย่างไร ปลดปล่อยตัวเองจากความคาดหวังแบบเดิม ๆ และกำหนดเรื่องราวที่มีคุณค่าของตัวเอง”

มาดูกันว่ามีย่ออะไรที่ฮอตฮิตติดเทรนด์บน Tinder ในปีนี้กันบ้าง

### เทรนด์การเดทบน Tinder ในปี 2566

#### #1 สัญลักษณ์ของการเปิดกว้างอยู่เสมอ เป็นอีโมจิยอดนิยมแห่งปีบน Tinder

*เอเนอร์จีแบบ “ลองทำเลย” กำลังครอง Tinder*

ปีนี้อีโมจิ เป็นสัญลักษณ์ที่ได้รับความนิยมทั่วโลกมากที่สุดบน Tinder บรรดาคนโสดพร้อมใจเลือกใช้อีโมจินี้เพื่อเป็นการบอกให้คู่ Match ใต้รู้ว่าตอนนี้พร้อมที่จะลองสิ่งใหม่หรือพร้อมที่จะค้นหาความสัมพันธ์ครั้งใหม่ อีโมจินี้สื่อถึงการเปิดใจกว้างและการมองโลกในแง่ดี เช่น ผู้ใช้บางคนเขียนประวัติส่วนตัวว่า “เราเป็นคนที่มีพลังบวก และพยายามทำให้ดีที่สุดในทุกสถานการณ์”<sup>1</sup>

#### #2 การเดทที่ไม่ยึดติดกับผลลัพธ์นั้นโอเคที่สุด

*เพราะการไม่ยึดติดกับผลลัพธ์นั้นใช่ที่สุด*

คนโสดไทยวัย Gen Z เน้นเชื่อมต่อกับผู้คนใหม่ๆ แบบไม่ยึดติดกับผลลัพธ์ หรือที่มาจากคำว่า not attached to outcomes (N.A.T.O) โดย Tinder พบว่า 27% ของผู้ใช้งานวัย Gen Z เลือก “ยังค้นหาแบบที่ชอบอยู่” เป็นการอธิบายรูปแบบความสัมพันธ์ที่มองหา และ 22% ของคนที่ใช้ฟีเจอร์ Dating Goal เลือก “ยังคิดอยู่ว่าเอาไงดี”<sup>3</sup> นั้นแสดงให้เห็นว่าคนโสดรุ่นใหม่ไม่ปิดกั้นตัวเองจากความเป็นไปได้ที่อาจเกิดขึ้น

สำหรับผู้ใช้งานแอปฯ ชาวไทยชอบที่จะเชื่อมต่อกันผ่านเพลง การท่องเที่ยว และหนังเรื่องโปรด ซึ่งเป็น 3 อันดับยอดนิยมของ Interest ที่ระบุบนประวัติส่วนตัวมากที่สุดในปี 2566 นี้ และเมื่อสถานการณ์เริ่มกลับมาปกติ ทำให้การ “ไปคอนเสิร์ต” หรือการ “หาเพื่อนเที่ยว” กลายเป็นกิจกรรมการออกเดทที่มาแรงที่สุดในไทย

#### #3 ตัวละครหลักที่สร้างเรื่องราวของตัวเอง

*ไม่มีเดทแย่งๆ หรือก มีแต่เรื่องราวดีๆ เท่านั้น*

อย่างที่กล่าวไปว่าปี 2566 นี้เป็นปีแห่งการเปิดใจรับสิ่งใหม่เมื่อออกเดท คนโสดมีพลังงานของตัวเองละครหลักที่จะสร้าง “เรื่องราวชีวิต” ให้นำจดจำมากกว่าการโฟกัสที่ “ตอนจบ” การเดทที่เน้นเรื่องราวและความทรงจำของชีวิตกำลังได้รับความนิยมบน Tinder ทั่วโลก มีผู้ใช้ระบุประวัติส่วนตัวเกี่ยวกับเรื่องนี้เพิ่มขึ้น 5.5 เท่า ยกตัวอย่างเช่น “ทุกอย่างที่ทำก็เพื่อเรื่องราวดีๆ ของชีวิต ดังนั้นมาสร้างความทรงจำดีๆ ด้วยกันเถอะ”<sup>1</sup>

สำหรับคนโสดในไทยเองขณะที่สร้างเรื่องราวของตัวเอง การท่องเที่ยวเป็นความสนใจ และกิจกรรมเดทยอดนิยมของคนไทยในปี 2566 นี้ มีการเดินทางด้วย Tinder's Passport เพื่อปักหมุดไปที่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ต และกรุงโซล ลอนดอน และนิวยอร์ก คือ 3 อันดับเมืองในต่างประเทศยอดนิยมที่คนไทยปักหมุดไปมากที่สุด

#### #4 คนที่กำลังหาคู่ 'ไม่โนไปเอง'

*การเดทจะไม่เป็นแค่เดททิพย์ ถ้ารู้จักตัวเอง*

ปีนี้คนโสดให้ความสำคัญกับการคว้าโอกาสและมองโลกในแง่ดี แม้ว่าการเดทแบบ “ไม่โนไปเอง” จะเป็นเรื่องน่าสนุกและเต็มไปด้วยความสุขเมื่อได้จินตนาการในหัว แต่คนรุ่นใหม่ก็มีขอบเขตและรู้ดีว่าอะไรคือ red flag คำว่า Delulu แปลว่า การมโนไปเอง หรือแทนตัวของคนช่างฝัน เป็นคำที่เริ่มมีค่านามาใช้และติดเทรนด์บนประวัติส่วนตัวบน Tinder โดยตั้งแต่วันที่ 23 กุมภาพันธ์ - 23 กันยายนที่ผ่านมา มีคนใช้คำนี้เพิ่มขึ้นถึง 58 เท่า ยกตัวอย่างเช่น “ถ้าคุณเป็นสายมโน นั่นคือคนที่ตอบโจทย์” หรือ “สูง ผิวเข้ม และเป็นคนช่างฝัน” และอีกตัวอย่าง “เปลี่ยนความมโนของฉันให้กลายเป็นฝันที่เป็นจริง”<sup>1</sup>

#### #5. สกิลเงินที่มีค่ามากที่สุด คือ เวลา

*ไม่เสียเวลากับสถานะคนคุยอีกต่อไป*

คนรุ่นใหม่มีวิธีจัดระเบียบการออกเดท มีสติรู้ตัวที่กำลังทำอะไรอยู่ ทำให้สถานะคนคุยเปลี่ยนแปลงไปในปีนี้ จากผลสำรวจ พบว่า 51% ของคนโสดที่ตอบแบบสอบถาม กล่าวว่ากำลังมองหาวิธีจัดการการเดทในชีวิตประจำวัน<sup>3</sup> เพราะปีนี้คนโสดไม่ได้มาเล่น ๆ และไม่ต้องการเสียเวลาอีกต่อไป โดย 50% ของชาว Gen Z ระบุให้ การใช้เวลาร่วมกัน เป็นภาษารักมากกว่าการแสดงความรักแบบอื่น ๆ<sup>1</sup>

นอกจากนั้น คนโสดผู้ใช้ Tinder ระบุ “การกระทำที่เอาใจใส่” และ “การใช้เวลาร่วมกัน” คือ การแสดงออกถึงความรักที่เป็นที่นิยมมากที่สุด และเมื่อพูดถึงการสื่อสาร คนไทยเลือก “เจอหน้ากันดีกว่า” เป็นอันดับ 1 แซงหน้า “คนชอบแชท” หรือ “คุยโทรศัพท์”

#### #6. พลังหญิงเป็นพลังพิเศษ

*คนในเจนเนอเรชันนี้ส่งเสียงเฉลิมฉลองให้กับผู้หญิง*

พลังของผู้หญิงส่งเสียงดังไปทั่วโลก และแน่นอนว่าบน Tinder ก็เช่นกัน Taylor Swift ขึ้นแท่นครองตำแหน่งศิลปินคนโปรดบน Spotify ที่ถูกแชร์บน Tinder มากที่สุด ส่วนเพลง “Flowers” ของ Miley ได้ได้รับความนิยมอยู่ในอันดับที่ 4 ของเพลงประจำตัวในหน้าโปรไฟล์บน Tinder และหลังจากที่ Rihanna ขึ้นแสดงโชว์บน Super Bowl แฟนคลับก็รวมกันสนับสนุนเพลงของเธอด้วยการแชร์เพลงประจำตัวบนหน้าโปรไฟล์เพิ่มขึ้นถึง 52%<sup>1</sup>

สำหรับคนไทยเป็นแฟนคลับที่ยืนหยัดเพื่อดาราไอดอลหญิงเสมอมา โดยที่ Newjeans เป็นคนดังที่ถูกพูดถึงมากที่สุดบนประวัติส่วนตัวบน Tinder ตามมาด้วย Taylor Swift และ Blackpink

ข้อมูลอ้างอิง

1 ข้อมูลจากประวัติส่วนตัวบน Tinder ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 1 ตุลาคม 2566

2 การสำรวจคนที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 4,000 คน ในประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร แคนาดา และออสเตรเลีย ระหว่างวันที่ 21 - 25 เมษายน 2566 จัดทำโดย Opinium ในนามของ Tinder

3 ข้อมูลจากพีเจอร์ Dating Goal ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-1 ตุลาคม 2566

Additional assets available online: [รูปภาพ \(7\)](#)

<https://th.tinderpressroom.com/Year-in-Swipe-TH>