



การยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

โดย

ณัฏ อรุณเรืองอร่าม

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมทางธุรกิจ
โครงการหลักสูตรปริญญาโทออนไลน์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2568

STUDY ON THE ACCEPTANCE OF GENERATIVE AI AS AN
EMOTIONAL SUPPORT COMPANION

BY

NUT AROONRUANGARAM



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS
ADMINISTRATION PROGRAM IN BUSINESS INNOVATION
TUXSA ONLINE MASTER'S DEGREE PROGRAM
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2025

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
โครงการหลักสูตรปริญญาโทออนไลน์

การค้นคว้าอิสระ

ของ

ณิชา อรุณเรืองอร่าม

เรื่อง

การยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวัตกรรมการบริหารธุรกิจ

เมื่อ วันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2568

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


(ศาสตราจารย์ ดร. มนุปายาส ทองมาก)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้า
อิสระ


(รองศาสตราจารย์ ดร. สุรัตน์ ทิระขมิบาล)

ประธานคณะกรรมการบริหารการศึกษาแบบ
ออนไลน์


(รองศาสตราจารย์ ดร. ดำรงค์ อดุลยฤทธิกุล)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์
ชื่อผู้เขียน	ณัฏ อรุณเรืองอร่าม
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (นวัตกรรมทางธุรกิจ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	โครงการหลักสูตรปริญญาโทออนไลน์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร. สุรัตน์ ทิรมาภิบาล
ปีการศึกษา	2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ของคนไทยวัยทำงานที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์การใช้งาน Generative AI ในบริบทของการสนับสนุนทางอารมณ์โดยตรง งานวิจัยอาศัยกรอบแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีที่ขยายผลร่วมกับตัวแปรด้านการรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ รับรู้อุปสรรค รวมถึงการพิจารณาบทบาทของช่วงวัยทำงานในฐานะตัวแปรกำกับ เพื่ออธิบายความตั้งใจใช้เทคโนโลยีดังกล่าวในอนาคต งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 29 ข้อ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 345 คน ซึ่งเป็นคนไทยวัยทำงานอายุระหว่าง 18-44 ปี ที่เคยใช้ Generative AI ในลักษณะทั่วไป แต่ยังไม่เคยใช้เพื่อการสนับสนุนทางอารมณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ และการวิเคราะห์ตัวแปรกำกับ เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกรอบแนวคิดที่กำหนด ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ความมีประโยชน์ การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ และอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่การรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้อุปสรรคไม่แสดงผลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้ อย่างไรก็ตาม ช่วงวัยทำงานมีบทบาทเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจและการรับรู้อุปสรรคกับความตั้งใจใช้

คำสำคัญ: Generative AI, ผู้ช่วยทางอารมณ์, ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์, การยอมรับเทคโนโลยี, คนไทยวัยทำงาน, การรับรู้อุปสรรค

Independent Study Title	STUDY ON THE ACCEPTANCE OF GENERATIVE AI AS AN EMOTIONAL SUPPORT COMPANION
Author	Nut Aroonruangaram
Degree	Master of Business Administration (Business Innovation)
Major Field/Faculty/University	TUXSA Online Master's Degree Program Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Surat Teerakapibal, Ph.D.
Academic Year	2025

ABSTRACT

This study investigates the factors influencing the intention to use Generative AI as an emotional support companion among Thai working adults who have not previously used Generative AI specifically for emotional support purposes. The research is grounded in an extended Technology Acceptance Model. This quantitative study employed a questionnaire consisting of 29 items to collect data from 345 Thai working adults aged 18–44. The data were analyzed using descriptive statistics, multiple regression analysis, and moderator analysis to examine the relationships among variables based on the proposed conceptual framework. The findings indicate that perceived usefulness, emotional value, trust in artificial intelligence, and social influence have a significant positive effect on the intention to use Generative AI as an emotional support companion, whereas perceived ease of use and perceived barriers show no direct effect. Additionally, working-age groups moderate the relationships between trust, perceived barriers, and intention to use.

Keywords: Generative AI, Emotional Support Companion, Trust in Artificial Intelligence, Technology Acceptance, Thai Working Adults

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาและการสนับสนุนจากหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุรรัตน์ ที่ปรึกษาภิบาล ท่านอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ และศาสตราจารย์ ดร.มฑุปายาส ทองมอญ ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ แนวคิดทางวิชาการ และข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งตลอดกระบวนการดำเนินงานวิจัย ตั้งแต่การกำหนดกรอบแนวคิด การออกแบบงานวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องของงานวิจัย ตลอดจนจนถึงให้มุมมองเพื่อการปรับปรุงงานวิจัยนี้ให้มีความสมบูรณ์และเกิดประโยชน์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ในโครงการหลักสูตรปริญญาโทออนไลน์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้และประสบการณ์ทางวิชาการ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ รวมถึงขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ข้อมูลอันมีคุณค่า ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้งานวิจัยนี้สามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้การสนับสนุน กำลังใจในการศึกษา และการสนับสนุนในด้านต่างๆ ตลอดระยะเวลาการศึกษาและการจัดทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ คุณค่าและประโยชน์ใดๆ ที่เกิดจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นการแสดงความขอบคุณต่อทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ณัท อรุณเรืองอร่าม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย	7
1.3 ขอบเขตงานวิจัย	7
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.5 นิยามศัพท์	8
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	11
2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)	11
2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับ Generative AI	13
2.1.3 ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ (Trust in AI)	14
2.1.4 การรับรู้อุปสรรค (Perceived Barriers)	16
2.1.5 ความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)	17
2.2 การทบทวนวรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18

2.3	ประมวลการทบทวนวรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
2.3.1	สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
2.3.2	สรุปภาพรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ได้จากการศึกษา งานวิจัยก่อนหน้า	33
2.3.3	สมมติฐานความสัมพันธ์ของตัวแปรในแบบจำลอง	40
2.3.4	กรอบแนวคิดในงานวิจัย (Research Model)	41
บทที่ 3 วิธีการวิจัย		42
3.1	กรอบแนวคิดและขั้นตอนการศึกษางานวิจัย	42
3.1.1	กรอบแนวคิดในงานวิจัย	42
3.1.2	ขั้นตอนการศึกษางานวิจัย	43
3.2	การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	43
3.3	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	44
3.3.1	การให้คะแนนตัวแปร	50
3.4	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	51
3.5	การวิเคราะห์ข้อมูล	51
3.5.1	การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	51
3.5.2	การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)	52
3.6	แผนการดำเนินงาน	54
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล		55
4.1	การทดสอบความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Pretest)	56
4.2	การประเมินความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability Assessment)	57
4.3	ผลการวิเคราะห์ด้วยข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	57
4.3.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	57
4.3.2	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
4.3.3	ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	63
4.4	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)	68

4.4.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบกลุ่มตัวแปรอิสระตามกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model	68
4.4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบกลุ่มตัวแปรขยาย (Extended Variables)	70
4.5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	74
4.6 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรกำกับ (Moderator Variable)	77
4.7 ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย	83
4.8 การอภิปรายผลของการวิจัย	84
4.8.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ว่ามีประโยชน์ในการช่วยลด ความเครียดและสนับสนุนอารมณ์ จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ความตั้งใจใช้	84
4.8.2 ความสัมพันธ์การรับรู้ว่ามีใช้งานง่ายและเข้าถึงสะดวก จะมี ความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้	85
4.8.3 ความสัมพันธ์การรับรู้ว่ามีสร้างคุณค่าทางอารมณ์ เช่น ทำให้รู้สึก ได้รับการรับฟัง ลดความเหงา จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความ ตั้งใจใช้	85
4.8.4 ความเชื่อมั่นในความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และความเหมาะสม ของ AI จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้	86
4.8.5 การรับรู้ว่าจะได้รับการยอมรับหรือสนับสนุนจากคนรอบข้าง จะมี ความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้	86
4.8.6 การรับรู้อุปสรรคหรือความกังวลต่อ AI จะมีความสัมพันธ์เชิงลบกับ ความตั้งใจใช้	86
4.8.7 ผลสรุปจากการวิเคราะห์ตัวแปรกำกับ (Moderator Variable)	87
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	89
5.1 สรุปผลการวิจัย	89
5.2 ประโยชน์ของงานวิจัย	89
5.2.1 ประโยชน์ในเชิงทฤษฎี	90
5.2.2 ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ	90
5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย	93
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต	93

(7)

รายการอ้างอิง

95

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

101

ภาคผนวก ข

106



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงผลสรุปรองงานวิจัยที่เกี่ยวข้องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ในด้านสุขภาพจิต	25
2.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีจากการศึกษาทำวิจัย ก่อนหน้า	34
2.3 สรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี จากการศึกษาทำวิจัยก่อนหน้า	38
2.4 สมมติฐานความสัมพันธ์ของตัวแปรในแบบจำลอง	40
3.1 แสดงตารางอธิบายความหมายในบริบทการวิจัยของโมเดลวิจัย	45
3.2 ตารางแสดงระดับความคิดเห็น	50
3.3 แผนการดำเนินงาน	54
4.1 การประเมินความน่าเชื่อถือด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha)	56
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	57
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
4.4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัย ด้านเพศที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์	64
4.5 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัย ด้านอายุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์	65
4.6 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัย ด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทาง อารมณ์	65
4.7 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัย ด้านรายได้ต่อเดือนที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทาง อารมณ์	66
4.8 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัย ด้านสถานภาพการทำงานที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วย ทางอารมณ์	66

4.9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัย ด้านลักษณะการทำงานหลักที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะ ผู้ช่วยทางอารมณ์	67
4.10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัย ด้านความถี่ในการเผชิญความเครียดจากงานหรือชีวิตประจำวันที่มีผลต่อความ ตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์	67
4.11 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัย ด้านประสบการณ์ใช้ Generative AI โดยทั่วไปที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์	68
4.12 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ของกลุ่มตัวแปรอิสระตามกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model	69
4.13 การจัดกลุ่มตัวแปรอิสระตามกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model	69
4.14 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ของกลุ่มตัวแปรขยาย (Extended Variables)	71
4.15 การจัดกลุ่มตัวแปรขยาย (Extended Variables)	71
4.16 ประสิทธิภาพของสมการถดถอยในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	76
4.17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)	76
4.18 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	77
4.19 ประสิทธิภาพของสมการถดถอยในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงลำดับชั้น (Hierarchical Regression)	79
4.20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของสมการถดถอยเชิงลำดับชั้น (Hierarchical Regression ANOVA)	79
4.21 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงลำดับชั้น (Hierarchical Regression Analysis) เพื่อทดสอบบทบาทตัวแปรกำกับของช่วงวัยทำงานต่อ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับ Generative AI และความตั้งใจใน การใช้งาน	81
4.22 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยการยอมรับ Generative AI ใน ฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์	83

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ภาพแสดงคนทั่วโลกที่ประสบปัญหาสุขภาพจิตในรูปแบบต่าง ๆ	2
1.2 ภาพแสดงข้อมูลการประเมินสุขภาพจิตคนไทย	3
1.3 ภาพแสดงข้อมูลเจ้าหน้าที่ด้านจิตแพทย์ต่อจำนวนประชากรในประเทศไทย	4
1.4 ภาพอันดับการใช้งาน Generative AI ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในระดับโลก ค.ศ. 2025	5
2.1 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) (Davis,1989)	13
2.2 กรอบแนวคิดความไว้วางใจ (Trust Framework) (McKnight et al., 2011)	15
2.3 แผนภาพแสดงกรอบแนวคิดการศึกษาโดยมีการกำหนดสมมุติฐาน	41
4.1 องค์ประกอบของปัจจัยการยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ หลังการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA)	74

รายการสัญลักษณ์และคำย่อ

สัญลักษณ์/คำย่อ	คำเต็ม/คำจำกัดความ
AI	ปัญญาประดิษฐ์
EFA	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ
IU	ความตั้งใจในการทำงาน
PB	การรับรู้อุปสรรคหรือความกังวลต่อการใช้งาน
PEOU	การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน
PEV	การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์จากการใช้งาน
PU	การรับรู้ความมีประโยชน์ของเทคโนโลยี
SI	อิทธิพลทางสังคมต่อการตัดสินใจใช้งาน
TAM	แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี
SPSS	โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับสังคมศาสตร์
df	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ
p	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
N	จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
R ²	ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด
t	ค่าสถิติทดสอบที

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันในยุคที่โลกหมุนเร็วและการแข่งขันสูงขึ้น ประชากรทั่วโลกกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยี เศรษฐกิจ การเมือง และสังคม การปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องนี้ ส่งผลให้ประชากรจำนวนมากเผชิญกับความเครียดและความกดดันในระดับสูง โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานที่ต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งจากหน้าที่การงานและความรับผิดชอบในครอบครัว

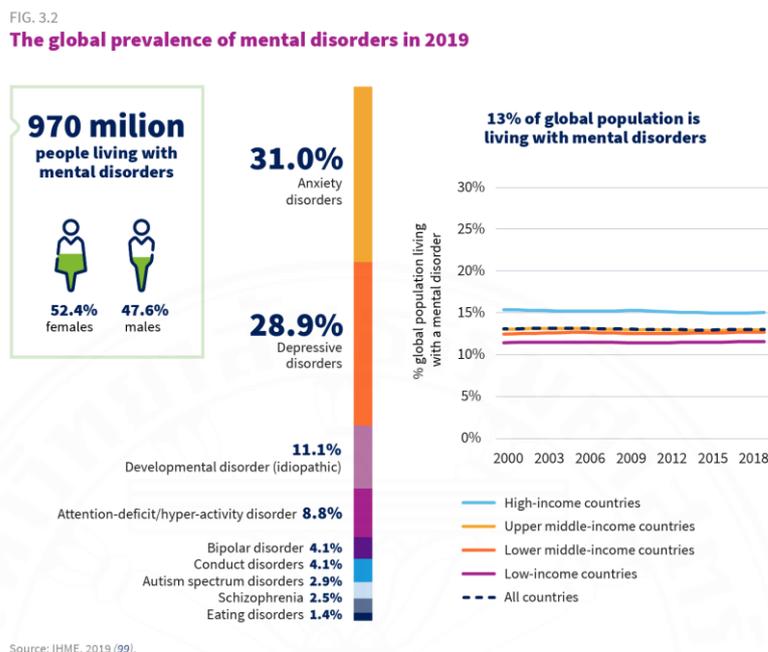
องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ระบุว่า ความเครียดเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่นำไปสู่ภาวะสุขภาพจิตบกพร่อง เช่น ภาวะซึมเศร้า (Depression) และความวิตกกังวล (Anxiety Disorders) ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและประสิทธิภาพการทำงาน of ประชากรโลก ข้อมูลจาก World Mental Health Report 2022 พบว่ามีผู้คนกว่า 1 พันล้านคนทั่วโลกที่ประสบปัญหาสุขภาพจิตในรูปแบบต่าง ๆ และภาวะเหล่านี้ยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลเชิงเศรษฐศาสตร์สุขภาพระบุว่าความสูญเสียทางเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากปัญหาสุขภาพจิต เช่น ภาวะซึมเศร้าและความวิตกกังวล มีมูลค่าสูงถึง 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี จากการสูญเสียผลิตภาพแรงงานทั่วโลก โดยในหลายประเทศรวมถึงไทย พบว่าปัญหาความเครียดเรื้อรังในกลุ่มวัยทำงานมีความสัมพันธ์กับอัตราการลาป่วย การขาดงาน และการลาออกที่สูงขึ้น (International Labour Organization, 2022) ปรากฏการณ์ดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความท้าทายเชิงโครงสร้างที่ไม่เพียงแต่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจิตของบุคคลเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวพันกับความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศ

นอกจากนี้ ปัจจัยเสี่ยงใหม่ ๆ เช่น ความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ ภาวะโรคระบาด (เช่น COVID-19) และการทำงานระยะไกล (remote work) ได้เพิ่มภาระทางจิตใจให้กับกลุ่มวัยทำงานมากขึ้น ผลการศึกษาของ American Psychological Association (American Psychological Association, 2022) ระบุว่ากว่า 79% ของกลุ่มวัยทำงานในสหรัฐอเมริกายอมรับว่ามีความเครียดที่เกี่ยวข้องกับงานสูงขึ้นหลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 และกว่า 36% รายงานว่าความเครียดดังกล่าวส่งผลต่อการนอนหลับและคุณภาพชีวิตโดยตรง

ภาพที่ 1.1

ภาพแสดงคนทั่วโลกที่ประสบปัญหาสุขภาพจิตในรูปแบบต่าง ๆ



หมายเหตุ. จาก *World mental health report: Transforming mental health for all*, โดย World Health Organization, 2022b, (<https://www.who.int/publications/i/item/9789240049338>)

ในประเทศไทยปัญหาความเครียดในกลุ่มวัยทำงานได้กลายเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเร่งด่วน ข้อมูลจากกรมสุขภาพจิต (1 มกราคม 2563 – 20 กุมภาพันธ์ 2568) พบว่าคนไทยกว่า 6 ล้านรายมีปัญหาด้านสุขภาพจิต โดย 4.8 แสนคน (7.87%) ในจำนวนนี้มีผู้ที่มีความเครียดสูง และกว่า 560,000 คน (9.14%) อยู่ในภาวะเสี่ยงซึมเศร้า ตัวเลขเหล่านี้สะท้อนถึงช่องว่างในการเข้าถึงบริการด้านสุขภาพจิต และบ่งชี้ว่าวิถีจัดการความเครียดไม่เพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการของคนไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสำรวจเชิงคุณภาพ (กรมสุขภาพจิต, 2568) ยังพบว่ากลุ่มวัยทำงานมีปัญหาจากภาระงานและความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลต่อการนอนหลับและประสิทธิภาพการทำงาน อีกทั้งยังมีความแตกต่างตามพื้นที่ เช่น ในเขตเมือง ความเครียดมักเกิดจากการแข่งขันในที่ทำงาน ขณะที่ในชนบทสัมพันธ์กับความยากจนและความไม่มั่นคงทางอาชีพ ปัญหาเหล่านี้สะท้อนว่าประเทศไทยจำเป็นต้องมีวิธีการใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์รูปแบบชีวิตที่หลากหลายและเข้าถึงง่ายขึ้น

ภาพที่ 1.2

ภาพแสดงข้อมูลการประเมินสุขภาพจิตคนไทย



หมายเหตุ. จาก ข้อมูลการประเมินสุขภาพจิตคนไทย ณ วันที่ 17 สิงหาคม 2025, โดย กรมสุขภาพจิต, 2568, (<https://www.dmh.go.th>)

แม้บริการจัดการด้านสุขภาพจิตจะมีการให้บริการในหลายรูปแบบ อาทิ การพบจิตแพทย์ การทำจิตบำบัด (Psychotherapy) หรือการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มบำบัด (Group Therapy) ซึ่งเป็นแนวทางที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลว่าสามารถช่วยปรับปรุงภาวะสุขภาพจิตของผู้ป่วยได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Pappas, 2023) แต่การเข้าถึงบริการเหล่านี้ในประเทศไทยยังคงมีข้อจำกัดหลายประการ

ประการแรก คือ ราคาการรักษา มีความหลากหลาย ตั้งแต่ ได้รับบริการฟรี ไปจนถึงจ่ายค่าบริการมากที่สุดที่ 35,000 บาท โดยค่ามัธยฐานอยู่ที่ 1,800 บาท โดยเฉลี่ยค่าพบจิตแพทย์อยู่ที่ 1,000–3,000 บาทต่อครั้ง และหากต้องเข้ารับบริการต่อเนื่องในระยะยาว ค่าใช้จ่ายรวมอาจสูงเกินความสามารถในการจ่ายของประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานที่มีภาระค่าใช้จ่ายด้านครอบครัวและที่อยู่อาศัย (Lab, 2566)

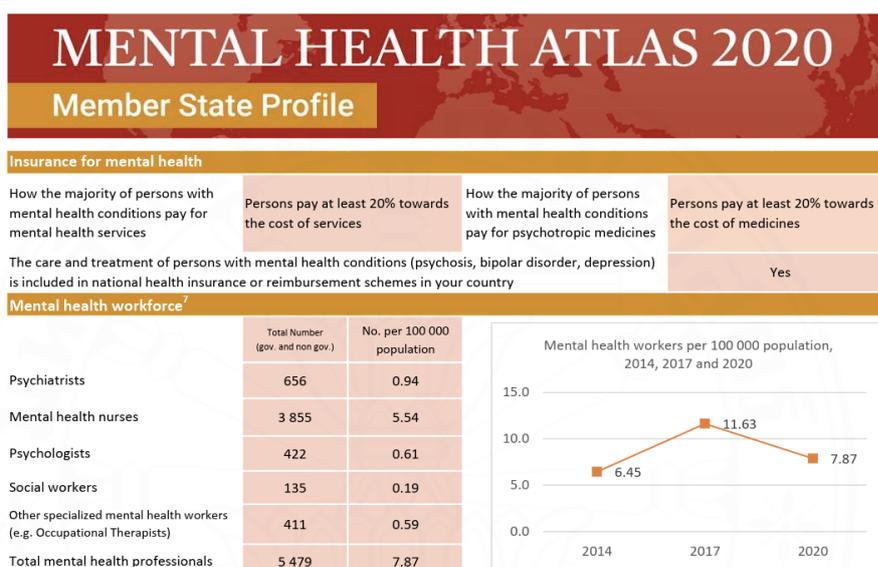
ประการที่สอง คือ จำนวนบุคลากรด้านสุขภาพจิตไม่เพียงพอ ข้อมูลจาก WHO Mental Health Atlas ระบุว่า ประเทศไทยมีจิตแพทย์เพียงประมาณ 1 คนต่อประชากร 100,000 คน ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้เกิดปัญหาหาระยะเวลารอคิวนาน บางพื้นที่ต้องรอคิวนานกว่า 1–3 เดือนก่อนจะได้รับการตรวจและบำบัด (World Health Organization, 2022a)

ประการที่สาม คือ ข้อจำกัดด้านสถานที่และเวลา โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทและจังหวัดห่างไกล ที่มีสถานพยาบาลและบุคลากรเชี่ยวชาญจำกัด ส่งผลให้ผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือด้านสุขภาพจิตต้องเดินทางไกลหรือไม่สามารถเข้าถึงบริการได้เลย

ประการสุดท้าย คือ การตีตราทางสังคม ซึ่งยังเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการแสวงหาความช่วยเหลือด้านสุขภาพจิต (Rao, 2012) การตีตราทางสังคมทำให้บุคคลรู้สึกอับอายหรือกังวลว่าผู้อื่นจะมองว่าตนมีปัญหาทางจิต ส่งผลให้หลีกเลี่ยงการเข้ารับการรักษา แม้จะมีความจำเป็น

ภาพที่ 1.3

ภาพแสดงข้อมูลเจ้าหน้าที่ด้านจิตแพทย์ต่อจำนวนประชากรในประเทศไทย



หมายเหตุ. จาก *Mental Health Atlas 2020 Country Profile: Thailand*, โดย World Health Organization, 2022a, (<https://www.who.int/publications/m/item/mental-health-atlas-tha-2020-country-profile>)

ช่องว่างเหล่านี้สะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนาเครื่องมือและบริการใหม่ ๆ ที่สามารถสนับสนุนสุขภาพจิตได้อย่าง ยืดหยุ่น เข้าถึงง่าย และเป็นมิตรต่อผู้ใช้ ซึ่งเป็นพื้นที่โอกาสสำหรับนวัตกรรมอย่าง Generative AI ที่สามารถให้การสนทนา การให้คำแนะนำ และการสนับสนุนทางอารมณ์ได้แบบ on-demand ลดข้อจำกัดด้านค่าใช้จ่าย เวลา และสถานที่ อีกทั้งยังช่วยลดแรงกดดันจากปัญหาการตีตราทางสังคม เนื่องจากผู้ใช้งานสามารถโต้ตอบกับระบบได้อย่างเป็นส่วนตัว และไม่ต้องเปิดเผยตัวตน

ตัวอย่างการใช้งาน ได้แก่ การสร้าง AI Chatbot เพื่อการบำบัดเบื้องต้น (Therapeutic Chatbots) เช่น Wysa และ Woebot ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นเพื่อช่วยผู้ใช้จัดการความเครียด ฝึกสติ (mindfulness) และสะท้อนอารมณ์อย่างเป็นระบบ งานวิจัยของ (Inkster et al., 2018) พบว่า การ

ใช้ Woebot สามารถช่วยลดระดับอาการซึมเศร้าในกลุ่มวัยทำงานได้อย่างมีนัยสำคัญภายใน 2 สัปดาห์ ในลักษณะการใช้งานที่เข้าถึงง่ายกว่าการพบแพทย์หรือนักบำบัดโดยตรง

นวัตกรรมด้าน Generative AI ได้เริ่มมีบทบาทอย่างชัดเจนในบริบทการสนับสนุนสุขภาพจิตในหลายประเทศ โดยเฉพาะในช่วงหลังปี 2022 ที่มีการเปิดให้ใช้งานโมเดลภาษา (Large Language Models: LLMs) อย่างแพร่หลาย เช่น ChatGPT, Claude และ Gemini งานวิจัยของ Harvard Business Review (2025) รายงานว่า การใช้งาน Generative AI ที่ได้รับความนิยมสูงสุดทั่วโลกคือ การเป็นผู้ช่วยทางจิตใจและอารมณ์ (Therapy & Companionship) คิดเป็นกว่า 40% ของการใช้งานทั้งหมด โดยผู้คนได้นำ AI เข้ามาเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการจัดการจัดการความเครียด (stress management)

ภาพที่ 1.4

ภาพอันดับการใช้งาน Generative AI ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในระดับโลก ค.ศ.2025



หมายเหตุ. จาก *How People Are Really Using Gen AI in 2025* โดย M. Zao-Sanders, 2025, Harvard Business Review (<https://hbr.org/2025/04/how-people-are-really-using-gen-ai-in-2025>)

ในสหรัฐอเมริกา มีการสำรวจโดย Woebot Health Survey (Woebot Health, 2021) พบว่า ประชากรวัยทำงานประมาณ 22% เคยมีประสบการณ์ใช้ AI chatbot ด้านสุขภาพจิต ซึ่งผลการสำรวจยังระบุไว้ว่า ในกลุ่มผู้ที่เคยใช้งาน ผู้ใช้ให้เหตุผลสำคัญในการเลือกใช้ chatbot ได้แก่

การเข้าถึงได้ง่าย สามารถใช้งานได้ตลอดเวลา และไม่รู้สึกถูกตัดสินเมื่อต้องพูดถึงเรื่องส่วนตัว ซึ่งพบว่า AI chatbot สามารถทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเสริมที่ช่วยให้ประชากรไว้ใจจัดการกับความเครียดและปัญหาทางอารมณ์ในชีวิตประจำวันได้ดียิ่งขึ้น

เนื่องจากพบข้อจำกัดสำคัญของการใช้งานของ Wysa และ Woebot ในเชิงปฏิบัติ กล่าวคือ Wysa ยังไม่รองรับการใช้งานด้วยภาษาไทยและมีค่าใช้จ่ายรายปีที่ต้องชำระค่าบริการ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อกลุ่มผู้ใช้ชาวไทย ขณะที่ Woebot ได้ประกาศยุติการให้บริการตั้งแต่วันที่ 30 มิถุนายน 2568 จึงไม่สามารถนำมาใช้เป็นกรณีศึกษาได้

งานวิจัยนี้จึงเลือกใช้ ChatGPT เป็นกรณีศึกษา เนื่องจากเป็น Generative AI ที่เปิดให้ใช้งานทั่วไปในประเทศไทย มีความสามารถในการสนทนาด้วยภาษาไทยและได้รับการปรับปรุงโดย OpenAI ให้ตอบสนองต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจิตอย่างระมัดระวัง โดยมีมาตรการสำคัญ อาทิ การตรวจจับและหลีกเลี่ยงการให้คำแนะนำในเรื่องที่มีความเสี่ยงสูง เช่น ความคิดเกี่ยวกับการทำร้ายตนเอง การชักนำผู้ใช้ไปยังทรัพยากรด้านสุขภาพจิตในโลกจริง เช่น สายด่วนหรือศูนย์ให้คำปรึกษา การเพิ่มกลไกเตือนให้หยุดพักเมื่อใช้งานติดต่อกันนานเกินไป

โดย ChatGPT ได้ทำการพัฒนาอย่างต่อเนื่องผ่านการทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านจิตเวช แพทย์ นักวิจัยด้าน การปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และคอมพิวเตอร์ (Human computer interaction: HCI) และกลุ่มที่ปรึกษาด้านสุขภาพจิต (ประกาศในเดือนสิงหาคม 2025) เพื่อให้ระบบสามารถแสดงออกด้วยภาษาที่มีความเห็นอกเห็นใจและสนับสนุนอารมณ์ของผู้ใช้ได้อย่างเหมาะสม (OpenAI, 2025a, 2025b)

นอกจากนี้ยังพิจารณา Custom GPT เช่น Life Coach Robin No psychologist /therapist/therapy ซึ่งเป็นโมเดลที่ออกแบบมาเพื่อเน้นบทบาทด้านการโค้ชเชิงสนับสนุนโดยไม่อ้างตนเป็นนักบำบัด เพื่อใช้เป็นตัวอย่างเสริมในบริบทของงานวิจัยนี้

ดังนั้น จากประเด็นปัญหาและความเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นในการศึกษา บทบาทของเทคโนโลยี Generative AI ด้วย ChatGPT นี้ในการช่วยจัดการความเครียดและสนับสนุนทางอารมณ์ เช่น การให้คำปรึกษา การให้กำลังใจ ช่วยให้ผู้ใช้ตระหนักถึงความรู้สึกของตนเองมากขึ้น การสร้างประโยคบอกตนเองเชิงบวก (positive affirmations) บทสนทนาที่เข้าใจบริบทและแสดงความเอาใจใส่ เนื่องจากจะช่วยให้เข้าใจว่าปัจจัยหรืออุปสรรคใดเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้กลุ่มคนไทยยังไม่ได้ใช้งาน Generative AI เพื่อการจัดการความเครียด ซึ่งข้อมูลนี้ไม่เพียงแต่จะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบนวัตกรรม ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งานในบริบทไทยได้อย่างแท้จริง และสามารถต่อยอดเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติในการพัฒนานวัตกรรมด้านสุขภาพจิตที่เข้ากับบริบทของสังคมไทยได้อย่างแท้จริง

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการรับรู้ของคนไทยวัยทำงานที่ยังไม่เคยใช้ Generative AI ด้วย ChatGPT เกี่ยวกับบทบาทของเทคโนโลยีนี้ในการช่วยจัดการความเครียดและสนับสนุนทางอารมณ์

1.2.2 เพื่อวิเคราะห์อุปสรรคและ ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้ และความไว้วางใจ Generative AI ด้วย ChatGPT เพื่อการช่วยเหลือด้านอารมณ์และการจัดการความเครียดในอนาคต

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความตั้งใจใช้งาน Generative AI ด้วย ChatGPT ในการช่วยจัดการความเครียดและสนับสนุนทางอารมณ์ ระหว่างกลุ่มวัยทำงานตอนต้น (18–29 ปี) และกลุ่มวัยทำงานตอนกลาง (30–44 ปี)

1.3 ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษากลุ่มตัวอย่างคนไทยวัยทำงาน ครอบคลุมพื้นที่ศึกษาในประเทศไทย อายุระหว่าง 18–44 ปี การวิจัยนี้ โดยแบ่งตามนิยามของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ออกเป็น 2 ช่วงอายุ คือ วัยทำงานตอนต้น (Early Working Age) อายุ 18–29 ปี และ วัยทำงานตอนกลาง (Middle Working Age) อายุ 30–44 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยที่เผชิญความเครียดจากการทำงานและการใช้ชีวิต อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล จึงมีความเหมาะสมที่จะใช้เป็นตัวแทนในการศึกษาการยอมรับ Generative AI ด้วย ChatGPT ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ เพื่อสะท้อนมุมมองและพฤติกรรมของแรงงานไทยในยุคดิจิทัลได้อย่างถูกต้อง

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดต้องเป็นผู้ที่ เคยมีประสบการณ์ใช้ Generative AI มาก่อน แต่ไม่เคยใช้ในบริบทของการสนับสนุนทางอารมณ์และการจัดการความเครียด เพื่อให้ผลการศึกษาสามารถสะท้อนการรับรู้ อุปสรรค และความตั้งใจที่จะลองใช้เทคโนโลยีดังกล่าวในอนาคตได้อย่างแม่นยำ ขอบเขตของการวิจัยนี้จะไม่ทำการประเมินผลลัพธ์ทางคลินิกหรือการวินิจฉัยปัญหาสุขภาพจิตอย่างเป็นทางการ เน้นเพียงการสำรวจความคิดเห็น การรับรู้ และความตั้งใจของผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์ใช้เทคโนโลยีดังกล่าว

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 งานวิจัยนี้จะช่วยให้เข้าใจแนวโน้มการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ (Emotional Support Companion) สำหรับลดความเครียดและส่งเสริมความผ่อนคลายของคนไทยที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ใช้งานในบริบทดังกล่าว

1.4.2 ข้อมูลเชิงลึกจากงานวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อ ผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านเทคโนโลยี รวมถึงผู้ประกอบการในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดทิศทางการออกแบบพัฒนา และปรับปรุงนวัตกรรมด้าน emotional well-being ให้สอดคล้องกับความต้องการ ความคาดหวัง และข้อกังวลของผู้บริโภคไทย เพื่อจะช่วยเหลือเพิ่มโอกาสในการยอมรับและใช้งานจริงในอนาคต

1.4.3 ผลการวิจัยอาจใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนในการพิจารณานำเทคโนโลยี Generative AI มาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือเสริมในการดูแลสุขภาพจิตเชิงป้องกัน เพื่อลดภาระค่าใช้จ่าย และเพิ่มโอกาสเข้าถึงบริการสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีข้อจำกัดด้านเวลา สถานที่ หรือเผชิญปัญหาด้านการตีตราทางสังคม

1.5 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

Generative AI หมายถึง เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถสร้างข้อมูลใหม่ ๆ ได้ เช่น ข้อความ ภาพ เสียง หรือวิดีโอ โดยใช้โมเดลทางภาษาขนาดใหญ่ (Large Language Models: LLMs) ที่ผ่านการฝึกด้วยข้อมูลจำนวนมาก ตัวอย่างแพลตฟอร์มที่เป็นที่รู้จัก ได้แก่ ChatGPT ของ OpenAI, Claude ของ Anthropic, Gemini ของ Google เทคโนโลยีเหล่านี้มีความสามารถในการทำความเข้าใจภาษาและโต้ตอบกับผู้ใช้ในเชิงสนทนา ซึ่งนอกจากจะถูกนำไปใช้ในเชิงธุรกิจการศึกษา และการสื่อสารแล้ว ยังถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่อสนับสนุนสุขภาพจิตและอารมณ์ของผู้คน (Su et al., 2025)

ผู้ช่วยทางอารมณ์ (Emotional Support Companion) หมายถึง ระบบหรือเทคโนโลยีที่ออกแบบมาเพื่อช่วยเหลือผู้ใช้งานในด้านการจัดการอารมณ์และการลดความเครียด ผ่านการสื่อสารหรือการโต้ตอบที่ทำให้ผู้ใช้รู้สึกได้รับการรับฟัง เข้าใจ และได้รับกำลังใจ (Inkster et al., 2018) ในงานวิจัยนี้ หมายถึง บทบาทของ Generative AI ที่ถูกนำมาใช้เป็นเพื่อนสนทนาและแหล่งสนับสนุนทางอารมณ์เบื้องต้น โดยไม่ใช้การรักษาทางจิตเวชหรือจิตบำบัดทางคลินิก

ความเครียด (Stress) หมายถึง สภาวะกดดันทางร่างกายและจิตใจที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลต้องเผชิญกับสิ่งเร้าหรือสถานการณ์ที่เกินความสามารถในการจัดการ ซึ่งอาจนำไปสู่ผลกระทบต่อสุขภาพจิต เช่น ภาวะวิตกกังวลหรือภาวะซึมเศร้า (Organization, 2022) ในงานวิจัยนี้ ความเครียด

หมายถึง ความรู้สึกกดดันหรือเหนื่อยล้าที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของคนวัยทำงาน และเป็นบริบทที่ใช้ทดสอบการยอมรับการใช้ Generative AI

คนวัยทำงานตอนต้นและตอนกลาง (Early and Middle Adulthood) หมายถึง กลุ่มประชากรที่มีอายุระหว่าง 18–29 ปี (วัยทำงานตอนต้น) และ 30–44 ปี (วัยทำงานตอนกลาง) ตามนิยามของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (กรมอนามัย) ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการวิจัยครั้งนี้ โดยเหตุผลคือช่วงวัยดังกล่าวมักต้องเผชิญความเครียดจากทั้งหน้าที่การงาน ภาระครอบครัว และการปรับตัวในสังคม

ความสามารถในการเข้าใจบริบททางวัฒนธรรมและภาษา (Cultural and Language Context Understanding) หมายถึง ความสามารถของ AI ในการตีความความหมายของคำพูด สีหน้า อารมณ์ หรือบริบททางวัฒนธรรมและภาษาได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม เนื่องจากการสื่อสารเกี่ยวกับสุขภาพจิตมีความละเอียดอ่อนสูง และอาจแปรเปลี่ยนไปตามภูมิหลังของผู้ใช้ ในงานวิจัยนี้ คำดังกล่าวหมายถึงข้อจำกัดของ Generative AI ในการเข้าใจความรู้สึกและวัฒนธรรมของผู้ใช้ชาวไทยอย่างลึกซึ้ง

การเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มบำบัด (Group Therapy) หมายถึง กระบวนการบำบัดทางจิตใจที่มีการรวมกลุ่มผู้เข้าร่วมที่เผชิญปัญหาหรือประสบการณ์ใกล้เคียงกัน เพื่อให้การสนับสนุนทางอารมณ์ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการเรียนรู้ทักษะการจัดการความเครียด โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพจิตเป็นผู้นำกลุ่ม (Yalom, 2020) ในงานวิจัยนี้ หมายถึงหนึ่งในวิธีการบำบัดสุขภาพจิตแบบดั้งเดิมที่ใช้เปรียบเทียบกับกระบวนการสนับสนุนทางอารมณ์จาก Generative AI

AI Chatbot เพื่อการบำบัดเบื้องต้น (Therapeutic Chatbots) หมายถึง ระบบปัญญาประดิษฐ์ที่ออกแบบมาเพื่อให้การสนทนาเชิงบำบัดในระดับเบื้องต้น โดยมุ่งเน้นการสนับสนุนทางอารมณ์ การฝึกทักษะด้านจิตใจ และการลดความเครียด ตัวอย่างที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ได้แก่ Wysa และ Woebot ซึ่งมีการศึกษาพบว่าสามารถช่วยลดภาวะซึมเศร้าและความวิตกกังวลในผู้ใช้บางกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญ (Fitzpatrick et al., 2017)

การฝึกสติ (Mindfulness) หมายถึง กระบวนการฝึกจิตให้มีสมาธิและตระหนักรู้ในปัจจุบันขณะ โดยไม่ตัดสินความคิดหรืออารมณ์ที่เกิดขึ้น (Kabat-Zinn, 2003) การฝึกสติได้รับการยืนยันจากงานวิจัยมากมายว่าสามารถช่วยลดระดับความเครียด ความวิตกกังวล และส่งเสริมสุขภาพทางจิตใจได้ (Creswell, 2017) ในงานวิจัยนี้ การฝึกสติถูกกล่าวถึงในฐานะหนึ่งในกิจกรรมที่ Generative AI สามารถให้การสนับสนุนผู้ใช้ได้

โมเดลภาษาขนาดใหญ่ (Large Language Models: LLMs) หมายถึง แบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ที่ถูกฝึกด้วยข้อมูลข้อความจำนวนมาก เพื่อเรียนรู้โครงสร้าง ความหมาย และรูปแบบการใช้ภาษามนุษย์ ทำให้สามารถสร้างประโยคใหม่ ๆ ที่มีความสมจริงและใกล้เคียงกับมนุษย์

(Brown et al., 2020) ตัวอย่างของ LLM ได้แก่ GPT (OpenAI), Claude (Anthropic) และ Gemini (Google) ซึ่งเป็นพื้นฐานของ Generative AI ที่ใช้ในการสนับสนุนอารมณ์

ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy) หมายถึง การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้จากการเข้าถึง การเก็บรักษา และการนำไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต ในงานวิจัยนี้ หมายถึง ความกังวลของผู้ใช้ต่อการที่ข้อมูลการสนทนากับ Generative AI อาจถูกเก็บ รวบรวม หรือถูกนำไปใช้โดยไม่เหมาะสม ซึ่งถือเป็นหนึ่งในอุปสรรคที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี



บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในส่วนนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อรวบรวมองค์ความรู้ด้านเนื้อหาที่เกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี Generative AI ที่ถูกนำมาใช้เป็นเพื่อนสนทนา และการจัดการทางอารมณ์เบื้องต้น ทั้งนี้เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสังเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการยอมรับการใช้งาน Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ ผู้วิจัยแบ่งการทบทวนเอกสารออกเป็น 3 ส่วนประกอบด้วย ซึ่งมีสาระสำคัญพอสังเขปแต่ละส่วน ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับ Generative AI ในฐานะ Emotional Support Companion

2.1.3 แนวคิดความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยี AI (Trust in AI)

2.1.4 แนวคิดการรับรู้อุปสรรค (Perceived Barriers)

2.1.5 ความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)

2.2 การทบทวนวรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 ประมวลผลการทบทวนวรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.2 สรุปภาพรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.3 สมมติฐานความสัมพันธ์ของตัวแปรในแบบจำลอง

2.3.4 กรอบแนวคิดในงานวิจัย (Research Model)

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)

แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เป็นหนึ่งในกรอบทฤษฎีที่ได้รับการอ้างอิงและนำมาใช้ในการศึกษาด้านระบบสารสนเทศและพฤติกรรมผู้ใช้ โมเดลนี้ถูกพัฒนาขึ้นโดย (Davis, 1989) เพื่อใช้ในการอธิบายและทำนายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การยอมรับหรือการปฏิเสธการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้ ทั้งในบริบทของการทำงานและใน

ชีวิตประจำวัน TAM มีจุดเด่นที่สามารถอธิบายได้อย่างชัดเจนว่า ทำไมผู้ใช้จึงตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ผ่านการวัดการรับรู้ของผู้ใช้ที่มีต่อประโยชน์และความง่ายในการใช้งาน ซึ่งช่วยให้นักวิจัยและนักพัฒนาสามารถเข้าใจพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีได้ดียิ่งขึ้น และสามารถนำข้อมูลไปใช้ปรับปรุงการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้

ปัจจัยของ TAM ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 2 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness: PU) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยนี้มีอิทธิพลโดยตรงต่อทัศนคติและความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to Use) ของผู้ใช้

การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness: PU) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีหนึ่ง ๆ จะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน หรือยกระดับคุณภาพชีวิตได้อย่างแท้จริง (Davis, 1989) เช่น ในงานวิจัยนี้ การรับรู้ประโยชน์หมายถึงการที่คนไทยวัยทำงานเห็นว่า Generative AI สามารถช่วยลดความเครียดหรือสนับสนุนทางอารมณ์ได้จริง

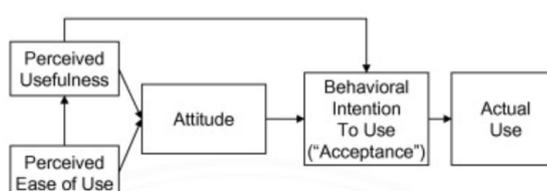
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีนั้นไม่ซับซ้อน สามารถเรียนรู้และใช้งานได้ง่าย โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากเกินไป (Venkatesh & Davis, 2000) หากผู้ใช้รู้สึกว่าเทคโนโลยีใช้งานยากเกินไป ย่อมเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ไม่ยอมทดลองใช้ ในงานวิจัยนี้ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานสะท้อนถึงการที่คนไทยวัยทำงานที่ยังไม่เคยใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ มองว่าเรื่องนี้มีความเป็นมิตรต่อผู้ใช้ สามารถสนทนาได้เหมือนการพูดคุยทั่วไป ไม่ซับซ้อนจนทำให้เกิดความเครียดเพิ่ม

TAM ได้รับการขยายและปรับปรุงในเวลาต่อมา โดยงานวิจัยจำนวนมากได้เพิ่มตัวแปรอื่น ๆ เข้าไป เช่น ความไว้วางใจในเทคโนโลยี (Trust in Technology), อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) และ คุณค่าทางอารมณ์ที่ผู้ใช้รับรู้ (Perceived Emotional Value) เพื่อให้สามารถอธิบายการยอมรับเทคโนโลยีได้อย่างครอบคลุมมากขึ้น โดยเฉพาะในบริบทที่เกี่ยวข้องกับ AI และระบบอัจฉริยะ

ภาพที่ 2.1

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) (Davis, 1989)

(a) Technology Acceptance Model (TAM)



หมายเหตุ. จาก “Technology Acceptance Model (TAM)” โดย R. J. Holden, B.-T. Karsh, 2010, Journal of Biomedical Informatics, 43

ในบริบทของการวิจัยนี้ จะพิจารณาการใช้ TAM เนื่องจากเป็นการศึกษาวิจัยความตั้งใจของคนไทยวัยทำงานที่ยังไม่เคยใช้ Generative AI ในการจัดการความเครียดและสนับสนุนทางอารมณ์ การอธิบายผ่านกรอบของการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness: PU) และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) จะช่วยให้เข้าใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามมองเห็น “คุณค่า” และ “ความง่าย” ของเทคโนโลยีอย่างไร นอกจากนี้ การเชื่อมโยงกับตัวแปรอื่น ๆ เช่น Perceived Barrier จะช่วยสะท้อนอุปสรรคหรือความกังวลที่อาจขัดขวางการตัดสินใจลองใช้ Generative AI ในอนาคต

ดังนั้น TAM จึงถือเป็นกรอบทฤษฎีที่สำคัญในการวิจัยแนวโน้มการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ และสามารถประยุกต์ใช้เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของคนไทยวัยทำงานที่ยังไม่เคยใช้ Generative AI ในการจัดการความเครียดและสนับสนุนทางอารมณ์ได้อย่างเป็นระบบ

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับ Generative AI

Generative AI เป็นเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่พัฒนาขึ้นบนพื้นฐานของโมเดลภาษา (Large Language Models: LLMs) และโครงข่ายประสาทเทียม (Neural Networks) โดยมีความสามารถหลักในการสร้างเนื้อหาใหม่ ไม่ว่าจะเป็นข้อความ เสียง ภาพ หรือวิดีโอ จากการเรียนรู้ข้อมูลจำนวนมากที่ถูกนำมาใช้ในการฝึกสอน (training data) จุดเด่นสำคัญของ Generative AI คือการเลียนแบบและสร้างข้อมูลใหม่ที่มีความคล้ายคลึงกับข้อมูลต้นฉบับ ทั้งในแง่โครงสร้าง เนื้อหา และความหมาย ทำให้ Generative AI แตกต่างจากปัญญาประดิษฐ์เชิงวิเคราะห์ (Analytical AI) ที่มีหน้าที่หลักเพียงการวิเคราะห์หรือจัดหมวดหมู่ข้อมูล (Heaton, 2017)

ในเชิงกลไกการทำงาน Generative AI สามารถอธิบายได้ผ่านสถาปัตยกรรมของโมเดลภาษาสมัยใหม่ เช่น GPT (Generative Pre-trained Transformer), BERT (Bidirectional

Encoder Representations from Transformers) และ LLaMA ซึ่งอาศัยกลไก Attention Mechanism และ Transformer Architecture ในการเรียนรู้ความสัมพันธ์เชิงลึกระหว่างคำและบริบท (Vaswani et al., 2017) ส่งผลให้ปัญญาประดิษฐ์สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้อย่างเป็นธรรมชาติ สอดคล้องกับความหมายเชิงบริบท และใกล้เคียงกับการสื่อสารระหว่างมนุษย์

ในบริบทของสุขภาพจิต Generative AI ได้รับการนำมาใช้ในฐานะ ผู้ช่วยทางอารมณ์ (Emotional Support Companion) โดยเฉพาะในรูปแบบเครื่องมือสนทนาเชิงบำบัด (therapeutic chatbots) ที่ทำหน้าที่เสมือน “เพื่อนคุย” ซึ่งพร้อมรับฟัง ปลอบโยน และให้คำแนะนำเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการความเครียด ความวิตกกังวล และความรู้สึกเหงา ตัวอย่างที่โดดเด่น ได้แก่ Wysa และ Woebot ซึ่งได้รับการออกแบบให้ตอบสนองต่ออารมณ์ของผู้ใช้อย่างเป็นมิตรและต่อเนื่อง งานวิจัยของ (Inkster et al., 2018) พบว่า ผู้ใช้ chatbot ประเภทดังกล่าวรายงานระดับความพึงพอใจสูง เนื่องจากสามารถเข้าถึงการสนับสนุนเชิงอารมณ์ได้ตลอดเวลาโดยไม่จำกัดสถานที่ อีกทั้งยังมีข้อได้เปรียบสำคัญคือการช่วยลด Stigma หรือการตีตราทางสังคมจากการไปพบจิตแพทย์ เนื่องจากผู้ใช้สามารถโต้ตอบกับปัญญาประดิษฐ์ได้โดยไม่ต้องเปิดเผยตัวตน

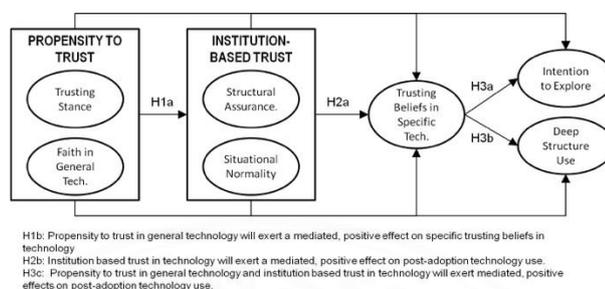
เทคโนโลยี Generative AI ไม่เพียงแต่เป็นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านภาษา แต่ยังมีศักยภาพอย่างมากในการประยุกต์ใช้เพื่อสนับสนุนสุขภาพจิตและอารมณ์ของผู้คนในสังคม โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานที่เผชิญกับความเครียดและแรงกดดันในชีวิตประจำวัน

2.1.3 ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ (Trust in AI)

ความไว้วางใจ (Trust) ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยเฉพาะในบริบทของปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ซึ่งมีความซับซ้อนและยากต่อการทำความเข้าใจเบื้องหลังการทำงานของเทคโนโลยี สำหรับผู้ใช้ทั่วไป ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ครอบคลุมหลายมิติ เช่น ความปลอดภัยของข้อมูล (data security), ความเป็นส่วนตัว (privacy), ความน่าเชื่อถือของผลลัพธ์ (reliability of outputs) และความโปร่งใสในการทำงาน (transparency) หากผู้ใช้ไม่มั่นใจในประเด็นเหล่านี้ ย่อมมีแนวโน้มที่จะลังเลหรือปฏิเสธการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในชีวิตประจำวัน (McKnight et al., 2011)

ภาพที่ 2.2

กรอบแนวคิดความไว้วางใจ (Trust Framework) (McKnight et al., 2011)



หมายเหตุ. จาก “Trust in a specific technology: An investigation of its components and measures”, โดย D. H. McKnight, M. Carter, J. B. Thatcher, and P. F. Clay, 2011, ACM Transactions on Management Information Systems, 2(2)

งานวิจัยของ (Hoff & Bashir, 2015) อธิบายว่า ความไว้วางใจในเทคโนโลยีไม่ได้เกิดขึ้นเพียงจากคุณสมบัติของระบบหรือเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้ เช่น ประสบการณ์ที่เคยมีเกี่ยวกับเทคโนโลยี และทัศนคติของสังคมรอบตัวผู้ใช้ ขณะที่ (Pavlou, 2003) เน้นว่า ความไว้วางใจในระบบดิจิทัลจะส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้ (intention to use) เนื่องจากผู้ใช้จะรู้สึกว่าการตัดสินใจใช้งานมีความตั้งใจใช้สูงขึ้น

ในบริบทของปัญญาประดิษฐ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจิตและการสนับสนุนทางอารมณ์ ความไว้วางใจมีบทบาทสำคัญมากขึ้น เนื่องจากผู้ใช้ต้องเปิดเผยข้อมูลที่มีความละเอียดอ่อน เช่น ความรู้สึกส่วนตัว หรือปัญหาที่ไม่กล้าพูดกับคนใกล้ชิด หากผู้ใช้ไม่มั่นใจว่าปัญญาประดิษฐ์จะรักษาความลับหรือให้คำตอบที่เหมาะสม อาจกลายเป็นอุปสรรคต่อการยอมรับ (Perceived Barrier) ดังนั้น การออกแบบปัญญาประดิษฐ์ที่โปร่งใส มีมาตรการคุ้มครองข้อมูลที่ชัดเจน และมีการสื่อสารเพื่อสร้างความมั่นใจ จึงเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะเพิ่มระดับการยอมรับของผู้ใช้

สำหรับงานวิจัยนี้ ประเด็นเรื่อง “ความไว้วางใจ” จึงถูกนำมาพิจารณาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการวิจัยการยอมรับ Generative AI โดยเฉพาะในกลุ่มคนไทยวัยทำงานที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ใช้งานจริง การประเมินความไว้วางใจอาจสะท้อนออกมาในหลายมิติ เช่น ความปลอดภัย (safety) ของระบบ, ความเป็นส่วนตัว (privacy) ของข้อมูล และความน่าเชื่อถือของคำตอบที่ปัญญาประดิษฐ์มอบให้ (reliability of advice) ซึ่งล้วนเป็นเงื่อนไขเบื้องต้นที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและการเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้จะใช้กรอบดังกล่าวเพื่อทำความเข้าใจ

“การรับรู้” ของผู้ตอบแบบสอบถาม มากกว่าการชี้ชัดเชิงสรุปว่าปัจจัยเหล่านี้นำไปสู่พฤติกรรมการใช้ งานโดยตรง

2.1.4 การรับรู้อุปสรรค (Perceived Barriers)

แนวคิดเรื่องการรับรู้อุปสรรค (Perceived Barriers) ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย ในงานวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและการยอมรับเทคโนโลยี เพื่ออธิบายถึงปัจจัยเชิงลบหรือข้อกั งวลที่ทำให้บุคคลลังเล ไม่มั่นใจ หรือปฏิเสธการทดลองใช้สิ่งใหม่ ๆ (Hassan et al., 2024) ในบริบทของ เทคโนโลยีสารสนเทศและปัญญาประดิษฐ์ อุปสรรคเหล่านี้มักสะท้อนถึงเงื่อนไขเชิงจิตวิทยาและสังคม ที่ทำให้ผู้ใช้งานยังไม่เปิดรับ เช่น ความไม่มั่นใจในประสิทธิภาพของระบบ, ความซับซ้อนในการใช้งาน, ความกังวลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล, และความกลัวต่ออคติของอัลกอริทึม (algorithmic bias)

งานวิจัยที่ผ่านมาได้ระบุอุปสรรคที่พบบ่อยในการนำปัญญาประดิษฐ์ หรือระบบ ดิจิทัลมาใช้งาน เช่น

1. ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย (Privacy & Security Concerns) – ผู้ใช้มักกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวจะถูกเก็บหรือรั่วไหลจากระบบ
2. ความน่าเชื่อถือของคำแนะนำ (Reliability of Advice) – ความสงสัยว่า AI จะให้คำตอบที่เหมาะสมและไม่ก่อให้เกิดอันตรายทางจิตใจหรือไม่
3. ข้อจำกัดทางภาษาและวัฒนธรรม (Language & Cultural Contexts) – ใน บางประเทศ ผู้ใช้รู้สึกว่าการ AI ไม่สามารถเข้าใจความหมายเชิงลึกหรืออารมณ์ในภาษาท้องถิ่นได้
4. การขาดความเห็นอกเห็นใจแบบมนุษย์ (Lack of Human Empathy) – ผู้ใช้ บางกลุ่มเชื่อว่า AI ไม่สามารถทดแทนปฏิสัมพันธ์ทางอารมณ์ที่ละเอียดอ่อนเหมือนมนุษย์ได้ (Mead et al., 2024)

ในงานวิจัยนี้การรับรู้อุปสรรค (Perceived Barriers) ครอบคลุมทั้งอุปสรรคเชิง ปฏิบัติ เช่น ภาษาไทย, ค่าใช้จ่ายที่สูงเกินไป, การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และอุปสรรคเชิงความกังวล เช่น ความเสี่ยงที่รับรู้, และความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูล, ความกังวลด้านความน่าเชื่อถือ โดยทั้งหมดถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ขัดขวางการยอมรับและการใช้งาน Generative AI

ในบริบทของประเทศไทย “การรับรู้อุปสรรค” ถือเป็นประเด็นสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะเมื่อกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้คือคนวัยทำงานที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ใช้ Generative AI เพื่อการสนับสนุนด้านอารมณ์และการจัดการความเครียด การรับรู้เชิงลบที่อาจเกิดขึ้น เช่น ความ กังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูล, ความไม่มั่นใจว่า AI จะสามารถเข้าใจภาษาไทยหรือสื่อสารได้ ตรงกับบริบททางสังคม ตลอดจนความกลัวว่า AI จะไม่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้ ล้วน มีแนวโน้มที่จะส่งผลโดยตรงต่อทัศนคติและความตั้งใจในการทดลองใช้เทคโนโลยีดังกล่าว

ดังนั้น การทำความเข้าใจการรับรู้อุปสรรค (Perceived Barriers) จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการวิเคราะห์พฤติกรรมการยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ในอนาคต เพราะหากสามารถระบุและจัดการอุปสรรคที่ผู้ใช่มองเห็นได้อย่างเหมาะสม ก็จะช่วยเปิดทางให้เทคโนโลยีประเภทนี้ถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลายและเกิดประโยชน์สูงสุดในสังคมไทย

2.1.5 ความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)

ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี (Intention to Use) เป็นแนวคิดที่ได้รับการกล่าวถึงอย่างแพร่หลายในการศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและการยอมรับนวัตกรรม โดยเฉพาะในกรอบทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM) ของ (Davis, 1989) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ล้วนมีอิทธิพลโดยตรงต่อการก่อตัวของ “ความตั้งใจใช้” เทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยในงานวิจัยนี้ เน้นที่ความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยด้านอารมณ์และการจัดการความเครียด เช่น การระบายความรู้สึก (emotional expression) และการจัดการความเครียด (stress management)

ความตั้งใจใช้สามารถอธิบายได้ว่าเป็น เจตนาหรือความเต็มใจของผู้ใช้ที่จะแสดงพฤติกรรมการใช้งานจริงในอนาคต โดยมักถูกใช้เป็นตัวแปรสำคัญในการทำนายความสำเร็จของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ (Venkatesh et al., 2003)

งานวิจัยหลายชิ้นได้ยืนยันว่า ความตั้งใจใช้มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการตัดสินใจใช้งานจริง (Actual Use) เช่น งานของ Venkatesh & Davis (2000) ที่พบว่าผู้ใช้ที่มีความตั้งใจสูงจะมีแนวโน้มใช้งานระบบสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง ในทำนองเดียวกัน (Fishbein & Ajzen, 1975) ในทฤษฎี Reasoned Action (TRA) ได้เสนอว่า “เจตนาพฤติกรรม” (Behavioral Intention) เป็นตัวแปรสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างทัศนคติกับการกระทำจริง

ในบริบทของปัญญาประดิษฐ์ (AI) ความตั้งใจใช้มักถูกกำหนดโดยปัจจัยหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็น การรับรู้คุณค่า ที่ปัญญาประดิษฐ์มอบให้, ความไว้วางใจในระบบ รวมถึง อิทธิพลทางสังคม และ การรับรู้อุปสรรค ตัวอย่างเช่น งานของ (McLean & Osei-Frimpong, 2019) ที่ศึกษาความตั้งใจใช้ chatbot ด้านบริการ พบว่าผู้ใช้ที่รู้สึกว่าการ chatbot สามารถให้คำตอบที่มีประโยชน์และใช้งานง่าย มีความเป็นไปได้สูงที่จะตั้งใจใช้งานต่อเนื่อง ขณะที่หากผู้ใช้รับรู้ถึงความเสี่ยงด้านข้อมูลหรือความไม่น่าเชื่อถือ ความตั้งใจใช้ก็จะลดลงอย่างชัดเจน

ดังนั้น แนวคิดเรื่องความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์จึงมีความสำคัญต่อการศึกษานี้ เนื่องจากทำหน้าที่เป็น ตัวแปรปลายทาง (Outcome Variable) ที่สะท้อนให้เห็นผลลัพธ์จากปัจจัยทั้งหมดที่ผู้ใช้รับรู้ ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ ความง่าย คุณค่าทางอารมณ์ ความไว้วางใจ หรือ การรับรู้อุปสรรค ซึ่งเมื่อผนวกเข้าด้วยกันแล้ว จะสามารถอธิบายได้ว่าคนไทยวัยทำงานจะมีแนวโน้ม

“เปิดใจ” ทดลองใช้ Generative AI เพื่อการจัดการความเครียดและสนับสนุนทางอารมณ์ในอนาคต
 มากน้อยเพียงใด

2.2 การทบทวนวรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(Cecil et al., 2025) ได้ทำการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods) เพื่อตรวจสอบ การรับรู้ ความคุ้นเคย และความตั้งใจนำไปใช้ ของบุคลากรด้านสุขภาพจิต ต่อเทคโนโลยีที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาประดิษฐ์ งานวิจัยนี้มุ่งเน้นไปที่ 4 ด้านหลักของการใช้งาน ได้แก่ การวินิจฉัย, การรักษา, การให้ข้อเสนอแนะ และการบริหารจัดการสถานพยาบาล เพื่อประเมินว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น ความพร้อมต่อปัญญาประดิษฐ์ทางการแพทย์, ความกังวลต่อปัญญาประดิษฐ์, ความเชื่อมั่นในตนเองด้านเทคโนโลยี และ ความชื่นชอบการโต้ตอบเทคโนโลยี มีผลต่อ ความตั้งใจ เรียนรู้ และ ความตั้งใจใช้ เทคโนโลยี AI ในคลินิกจริงหรือไม่

ผลการศึกษาพบว่าบุคลากรด้านสุขภาพจิตมีความลังเลในการนำปัญญาประดิษฐ์มาใช้ เป็นเครื่องมือสำหรับรักษาผู้ป่วย (patient-centered tools) มากกว่าการนำมาใช้ปัญญาประดิษฐ์ที่ช่วยงานบุคลากร (clinician-centered tools) เช่น งานด้านการจัดการ ข้อค้นพบนี้สะท้อนว่าความไว้วางใจ (Trust in AI) และการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) เป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ นอกจากนี้ การขาดคำแนะนำและการฝึกอบรมด้านการใช้เทคโนโลยีถูกระบุว่าเป็นสาเหตุหลักที่อาจนำไปสู่ ข้อผิดพลาดทางการแพทย์ งานวิจัยยังชี้ว่า ความพร้อมต่อปัญญาประดิษฐ์ (ทั้งด้านความรู้ ความเข้าใจ วิสัยทัศน์ และจริยธรรม) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับ ขณะที่ ความกังวลต่อปัญญาประดิษฐ์ (เช่น ความกังวลด้านการเรียนรู้หรือความกลัวการถูกแทนที่ในการทำงาน) มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อความตั้งใจ

(Su et al., 2025) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention: BI) ของผู้ใช้ทั่วไปในการยอมรับผู้ช่วยสุขภาพที่ทำงานด้วยระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยใช้แบบจำลองการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีแบบรวม (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) ที่ได้รับการขยายผลให้ครอบคลุมตัวแปรเพิ่มเติม ได้แก่ ความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Trust in AI) และ ความเสี่ยงที่รับรู้ (Perceived Risk) โดยให้ผู้เข้าร่วมรับชมวิดีโอสาธิตการทำงานของปัญญาประดิษฐ์ health assistant และทดลองใช้งานจริงผ่านการสนทนากับแอปพลิเคชัน IFLY Healthcare ก่อนตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness), การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และ อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ล้วนส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจของผู้ใช้ในการนำ AI ด้านสุขภาพมาใช้งาน นอกจากนี้ ความไว้วางใจใน

AI (Trust in AI) ยังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทั้งความตั้งใจใช้ การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน อีกทั้งยังช่วยลดระดับ ความเสี่ยงที่รับรู้ (Perceived Risk) ของผู้ใช้ ขณะที่ ความเสี่ยงที่รับรู้ กลับส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญ

งานวิจัยของ (Hassan et al., 2024) เป็นการศึกษาในลักษณะทบทวนวิจัยเชิงพรรณนาแบบทบทวนวรรณกรรมที่กำหนดขอบเขต (scoping review) ภายใต้อำนาจอุปสรรคและปัจจัยสนับสนุนการนำปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการดูแลสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับ การรับรู้อุปสรรค (Perceived Barriers) ของการนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ในภาคการดูแลสุขภาพ ขอบเขตการศึกษาครอบคลุมงานวิจัยจากฐานข้อมูลหลัก เช่น PubMed, IEEE Xplore, ERIC, Scopus และ Google Scholar เพื่อให้ได้ภาพรวมของแนวโน้มระดับโลกในการประยุกต์ใช้ AI โดยเฉพาะในมิติที่เกี่ยวข้องกับ ความไว้วางใจ (Trust in AI), ความเสี่ยงที่รับรู้ (Perceived Risk) และ โครงสร้างการกำกับดูแล (governance structures)

ผลการศึกษาพบว่า ความไว้วางใจ (Trust in AI) เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อการยอมรับปัญญาประดิษฐ์ อย่างไรก็ตาม ความไว้วางใจนี้มักถูกลดทอนด้วยอุปสรรคหลายประการ เช่น ความกังวลด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล, การขาดแคลนบุคลากรที่ได้รับการฝึกอบรม, ความไม่สอดคล้องกันของข้อมูล, อคติในอัลกอริทึม และข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน อีกทั้งการยอมรับ AI ในภาคสุขภาพยังขึ้นอยู่กับ กฎหมายและการกำกับดูแล ของแต่ละประเทศ หากนโยบายและกรอบจริยธรรมยังไม่ชัดเจน ยิ่งทำให้ผู้ใช้งานลังเลที่จะนำมาใช้ สำหรับในทางตรงกันข้าม ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการยอมรับ ได้แก่ การมีกฎหมายและนโยบายที่โปร่งใสและรัดกุม, การกำหนดมาตรฐานด้านจริยธรรมที่ชัดเจน, การพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้พร้อมใช้เทคโนโลยี AI และการสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้ป่วยและสังคมในวงกว้าง

งานวิจัยของ (Chavan et al., 2025) เป็นการศึกษาวิเคราะห์เชิงแนวคิดและกฎหมายในหัวข้อ "ข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญเกี่ยวกับผลกระทบของปัญญาประดิษฐ์ต่อสุขภาพจิต สิทธิผู้ป่วย และสิทธิมนุษยชน" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจผลกระทบทั้งในเชิงบวกและลบของการประยุกต์ใช้ ปัญญาประดิษฐ์ในบริบทสุขภาพจิต โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ สิทธิผู้ป่วย และสิทธิมนุษยชน งานวิจัยนี้บูรณาการข้อมูลจากหลากหลายศาสตร์ ได้แก่ วิทยาการคอมพิวเตอร์ จริยธรรม กฎหมาย และจิตวิทยา เพื่อสร้างกรอบการวิเคราะห์ที่ครอบคลุม โดยมุ่งเน้นการประเมิน ความเสี่ยงด้าน ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล, อคติของอัลกอริทึม

ผลการศึกษาพบว่าปัญญาประดิษฐ์มีศักยภาพในการช่วยตรวจจับปัญหาสุขภาพจิตได้ตั้งแต่ระยะเริ่มต้น วางกลยุทธ์การรักษาแบบเฉพาะบุคคล และติดตามผลอย่างใกล้ชิด ซึ่งสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยและลดช่องว่างการเข้าถึงบริการได้ อย่างไรก็ตาม ความท้าทายที่สำคัญอยู่ที่ ความไว้วางใจ (Trust in AI) และ ความเสี่ยงที่รับรู้ (Perceived Risk) เนื่องจากผู้ใช้และ

ผู้เชี่ยวชาญยังคงตั้งคำถามต่อความถูกต้องของข้อมูล การขาด ความเห็นอกเห็นใจที่แท้จริง (empathy) และความเป็นไปได้ที่ปัญญาประดิษฐ์จะถูกใช้ในเชิงพาณิชย์มากกว่าประโยชน์เพื่อผู้พวายนอกจากนี้ งานวิจัยยังระบุว่า การใช้ปัญญาประดิษฐ์โดยไม่มีกรอบจริยธรรมและการกำกับดูแลที่เหมาะสม อาจนำไปสู่การละเมิดสิทธิผู้ป่วย เช่น การตีตรา (stigma) หรือการเลือกปฏิบัติทางสังคม

งานวิจัยของ (Mead et al., 2024) เป็นการศึกษาในลักษณะทบทวนวิจัยเชิงพรรณนาแบบทบทวนวรรณกรรมที่กำหนดขอบเขต (scoping review) ในหัวข้อ การศึกษาความท้าทายด้านจริยธรรมของปัญญาประดิษฐ์หรือแชทบอทในการดูแลสุขภาพจิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจประเด็นทางจริยธรรม (ethical challenges) ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ แชทบอทในฐานะเครื่องมือสนับสนุนการบำบัดด้านสุขภาพจิต การศึกษานี้ใช้การสืบค้นวรรณกรรมเชิงระบบจากฐานข้อมูลวิชาการหลายแห่ง

ผลการศึกษาพบว่า ปัญญาประดิษฐ์หรือแชทบอทในการดูแลสุขภาพจิตมีศักยภาพในการเพิ่มการเข้าถึงบริการสุขภาพจิต ช่วยลดค่าใช้จ่าย และช่วยลดอุปสรรคด้านตราบาปทางสังคม (stigma) ที่มักเกิดขึ้นเมื่อผู้ป่วยต้องไปพบผู้เชี่ยวชาญโดยตรง อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อกังวลสำคัญที่ต้องพิจารณา ได้แก่ ความรับผิดชอบ , การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล และ การได้รับความยินยอมอย่างมีข้อมูล อีกประเด็นที่ควรเน้นย้ำคือ การขาดสัมผัสของมนุษย์ในการโต้ตอบกับปัญญาประดิษฐ์ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการสนับสนุนทางอารมณ์ และระดับความไว้วางใจในความสัมพันธ์เชิงบำบัด นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงจากการใช้งานอย่างไม่เหมาะสม เช่น การพึ่งพาปัญญาประดิษฐ์มากเกินไป (over-reliance) และ การลดการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (social withdrawal) ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลลบต่อสุขภาพจิตในระยะยาว

งานวิจัยของ (Thakkar et al., 2024) เป็นการทบทวนเชิงบรรยาย (narrative review) ในหัวข้อ การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อสุขภาพจิตที่ดี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจ บทบาทเชิงบวกของ AI ต่อการส่งเสริมสุขภาพจิต โดยเฉพาะการสร้างความตระหนัก, การวินิจฉัย, และการแทรกแซงเพื่อการรักษา (intervention) ตลอดจนการพิจารณาข้อจำกัดและประเด็นด้านจริยธรรม งานนี้ เน้นการรวบรวมหลักฐานจากงานวิจัยด้าน machine learning, natural language processing (NLP) และแอปพลิเคชันเชิงปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนสุขภาพจิต

ผลการทบทวนพบว่า ปัญญาประดิษฐ์ (AI) มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาการดูแลสุขภาพจิต โดยช่วยเพิ่ม การเข้าถึงบริการ, ปรับบริการให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล ขณะเดียวกัน เทคโนโลยีการประมวลผลภาษาธรรมชาติ (NLP) และการวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ก็สามารถใช้เพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาสุขภาพจิต และช่วยตรวจจับความเสี่ยงได้ตั้งแต่ระยะเริ่มต้น อย่างไรก็ตาม งานวิจัยยังเน้นย้ำถึง ข้อกังวลด้านจริยธรรม (ethical concerns) ที่ไม่อาจมองข้าม ได้แก่ ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล, ความโปร่งใสของอัลกอริทึม และ อคติจากข้อมูลการ

ฝึกโมเดล (training bias) หากประเด็นเหล่านี้ไม่ได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือและความเป็นธรรมในการนำ AI มาใช้ในบริบทสุขภาพจิต

งานวิจัยของ (Heinz et al., 2025) ศึกษาความเป็นไปได้ และ ประสิทธิภาพ ของ Therabot ซึ่งเป็นแชทบอทเชิงบำบัดที่ขับเคลื่อนด้วย Generative AI สำหรับใช้รักษาอาการซึมเศร้า, วิตกกังวล, และความผิดปกติของการกิน (Clinically High-Risk Feeding and Eating Disorders: CHR-FED) กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้เข้าร่วม 210 คน ที่มีอาการดังกล่าวและผ่านการคัดกรองเบื้องต้น จากนั้นถูกสุ่มเข้ากลุ่มทดลอง (ใช้ Therabot) และกลุ่มควบคุม (ไม่ได้ใช้) เพื่อติดตามผล

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้เข้าร่วมที่ใช้ Therabot มีอาการซึมเศร้า วิตกกังวล และความผิดปกติด้านการกินลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มควบคุม ทั้งในระยะสั้น (หลังการทดลอง) และระยะติดตามผล (follow-up) นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมยังแสดงถึง ความพึงพอใจสูงและการมีส่วนร่วมต่อเนื่อง โดยใช้เวลาสนทนารวมเฉลี่ยมากกว่า 6 ชั่วโมง และประเมินว่า Therabot สามารถสร้างความสัมพันธ์เชิงบำบัดได้ใกล้เคียงกับนักบำบัดที่เป็นมนุษย์ จุดเด่นของ Therabot ได้แก่ การสนทนาอย่างเห็นอกเห็นใจ, การปรับบทสนทนาให้สอดคล้องกับบริบทเฉพาะบุคคล, และ การเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา อย่างไรก็ตาม งานวิจัยยังสะท้อนถึง ข้อจำกัดและความเสี่ยงของการใช้ Generative AI เช่น การให้ข้อมูลที่ผิดหรือบิดเบือน (AI hallucinations), ความเสี่ยงด้านจริยธรรมเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูล และการพึ่งพา AI มากเกินไป ดังนั้น ผู้วิจัยเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการมีกลไกป้องกัน (safeguards) และการกำกับดูแลโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพจิต เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการใช้งาน

งานวิจัยของ (Esmaeilzadeh et al., 2025) มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจแรงจูงใจและคุณค่าที่ผู้ใช้รับรู้ (perceived values) ที่ส่งผลต่อการนำ AI Chatbots เช่น ChatGPT มาใช้ในการแสวงหาข้อมูลสุขภาพออนไลน์ โดยใช้กรณีศึกษาเกี่ยวกับ อาการปวดหลังส่วนล่าง (low back pain) การวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดจาก ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory: UGT) เพื่อตรวจสอบว่าผู้ใช้ให้ความสำคัญกับ คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย (Utilitarian Values) และ คุณค่าด้านความพึงพอใจ (Hedonic Values) อย่างไร กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลทั่วไปที่มีการใช้ ChatGPT ในการค้นหาข้อมูลสุขภาพ และตอบแบบสอบถามออนไลน์ที่ออกแบบมาเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยดังกล่าว

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้ให้ความสำคัญกับ คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย (Utilitarian Value) มากกว่าคุณค่าด้านความพึงพอใจ (Hedonic Value) ในการตัดสินใจใช้ ChatGPT โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) เช่น ความแม่นยำ ความเกี่ยวข้อง ความครบถ้วน ความชัดเจน ความทันสมัย และความหลากหลายของข้อมูลข้อมูลที่ ChatGPT สร้างขึ้นเกี่ยวกับ อาการปวดหลังส่วนล่าง ถูกประเมินว่ามีคุณภาพในระดับที่น่าพึงพอใจ สามารถอธิบายได้

อย่างละเอียดและถูกต้อง นอกจากนี้ ผู้ใช้ยังเห็นว่า ความเป็นมิตรต่อผู้ใช้ (User-Friendliness) และความสะดวกในการโต้ตอบเป็นส่วนหนึ่งของคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยที่มีความสำคัญต่อการยอมรับและการใช้งาน

งานวิจัยของ (Olawade et al., 2024) เป็นการทบทวนเชิงบรรยาย (narrative review) ที่มุ่งเน้นการสำรวจบทบาทของปัญญาประดิษฐ์ในการปิดช่องว่างด้านการเข้าถึงบริการสุขภาพจิต โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อชี้ให้เห็นถึง แนวโน้มปัจจุบัน ประเด็นด้านจริยธรรม และทิศทางในอนาคตของการนำปัญญาประดิษฐ์โดยเฉพาะ Generative AI มาใช้เพื่อสนับสนุนสุขภาพจิต งานวิจัยนี้วิเคราะห์ทั้งในระดับปัจเจก (individual) และเชิงระบบ (systemic) เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพและข้อท้าทายในการบูรณาการ AI เข้ากับการดูแลสุขภาพจิตทั่วโลก

ผลการทบทวนวรรณกรรมพบว่าปัญญาประดิษฐ์ (AI) มีศักยภาพในการ ตรวจจับความผิดปกติทางจิตตั้งแต่ระยะเริ่มต้น (early detection), สนับสนุนการวางแผนการรักษาเฉพาะบุคคล (personalized treatment planning) และทำหน้าที่เป็นนักบำบัดเสมือนจริง (virtual therapist) ผ่านเครื่องมืออย่าง Generative AI Chatbots ตัวอย่างที่โดดเด่น ได้แก่ Wysa และ Woebot ซึ่งถูกนำมาใช้ในการบำบัดเชิงพฤติกรรมทางปัญญา (Cognitive Behavioral Therapy: CBT) เพื่อช่วยลดภาวะซึมเศร้า ความวิตกกังวล ความเครียด และความเหงา งานวิจัยเหล่านี้ยืนยันว่า Generative AI สามารถทำหน้าที่เป็น Emotional Support Companion ที่เข้าถึงได้ง่าย ใช้งานได้ตลอดเวลา และช่วยลดอุปสรรคสำคัญ เช่น ค่าใช้จ่าย เวลา และตราบาปทางสังคม (stigma) ที่มักขัดขวางการเข้ารับการรักษา อย่างไรก็ดีตาม งานวิจัยยังสะท้อนถึง ความท้าทายด้านจริยธรรมและความเป็นมนุษย์ เช่น การรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูล, การลอคอคติในอัลกอริทึม และการคงไว้ซึ่งสัมพันธภาพของมนุษย์ ซึ่งเป็นหัวใจของการบำบัดที่แท้จริง นอกจากนี้ ยังมีการเสนอให้มีกลไกกำกับดูแลที่ชัดเจน (regulatory frameworks) และการตรวจสอบความโปร่งใสของโมเดล AI เพื่อให้มั่นใจว่า AI จะถูกใช้เพื่อเสริมสร้าง ไม่ใช่ ทดแทน ความเชี่ยวชาญของนักบำบัด

งานวิจัยของ (Scholich et al., 2025) มุ่งเปรียบเทียบการตอบสนองของ นักบำบัดที่ได้รับใบอนุญาต กับ แชทบอทที่ขับเคลื่อนด้วยโมเดลภาษาขนาดใหญ่ (Large Language Models: LLMs) เพื่อประเมินคุณภาพของการสื่อสารเชิงบำบัด วัตถุประสงค์หลักคือการตรวจสอบว่าแชทบอท LLM สามารถจำลององค์ประกอบหลักของการบำบัดที่มนุษย์ทำได้หรือไม่ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย นักบำบัด 17 คน และ แชทบอท LLM 3 ตัว ที่ถูกกำหนดให้ตอบสนองต่อสถานการณ์ด้านสุขภาพจิตที่ถูกออกแบบขึ้น จากนั้นจึงนำคำตอบมาเปรียบเทียบเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า แม้แชทบอทที่ใช้ Large Language Models (LLMs) จะสามารถแสดงองค์ประกอบของการบำบัดบางประการได้ เช่น การตรวจสอบความถูกต้องของความรู้สึก (validation) และ การให้ความมั่นใจ (reassurance) แต่ยังคงขาด ความลึกซึ้งและความ

ยึดหยุ่น ที่ปรากฏในการตอบสนองของนักบำบัดมนุษย์ โดยเฉพาะใน สถานการณ์วิกฤต แชนบอทมัก ให้คำแนะนำที่ตรงเกินไป โดยไม่ซักถามหรือเจาะลึกเพิ่มเติม ซึ่งอาจนำไปสู่ความเสี่ยงในการสื่อสารที่ไม่เหมาะสม ขณะที่นักบำบัดมนุษย์มีแนวโน้มที่จะกระตุ้นให้ผู้รับการบำบัดอธิบายรายละเอียดและเปิดเผยข้อมูลเชิงลึกมากกว่า ข้อค้นพบนี้สะท้อนถึง ข้อจำกัดด้านความน่าเชื่อถือ (reliability) และความไว้วางใจ (Trust in AI) ของ LLMs ในการทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยทางอารมณ์ อีกทั้งยังตอกย้ำถึงความสำคัญของ การรับรู้อุปสรรค (Perceived Barriers) ในการนำ AI มาใช้จริงในบริบทสุขภาพจิต เนื่องจากความกังวลด้านความปลอดภัย ความผิดพลาด และการขาดความเห็นอกเห็นใจ อาจเป็น ปัจจัยสำคัญที่ขัดขวางการยอมรับเทคโนโลยีดังกล่าว

งานวิจัยของ (Moylan & Doherty, 2025) ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods) เพื่อวิเคราะห์ ผลกระทบทางจริยธรรมและทางคลินิกเชิงปฏิบัติ ของการใช้แชทบอทที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI-driven chatbots) สำหรับการสนับสนุนสุขภาพจิต โดยมุ่งเน้นไปที่แอปพลิเคชันที่เป็นที่นิยมอย่าง Wysa และ Replika การศึกษานี้รวบรวมมุมมองของ ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพจิต 8 คน จากหลายสาขาวิชา เพื่อประเมินทั้ง ศักยภาพ และ ความเสี่ยง ของการใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยสนับสนุนทางอารมณ์ (emotional support companion)

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า แม้แชทบอทปัญญาประดิษฐ์จะสามารถช่วยเหลือเบื้องต้นและช่วยลดภาระการเข้าถึงบริการสุขภาพจิตได้ แต่ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพจิตกลับมี ความกังวลอย่างมาก เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ (trust in AI) โดยคะแนน Trust in Automation scale ของ Wysa และ Replika อยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ ข้อกังวลหลักประกอบด้วย การตอบสนองที่ ผิดเพี้ยน ไม่เฉพาะบุคคล และบางครั้งไม่เหมาะสม รวมถึงความเสี่ยงในการที่ผู้ใช้เกิด การพึ่งพิง (over-reliance) หรือถูก ชักจูง (manipulation) โดยไม่รู้ตัว

งานวิจัยของ (Inkster et al., 2018) มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมิน Wysa ซึ่งเป็นแชทบอทด้านสุขภาพจิตที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาประดิษฐ์และออกแบบให้มีการโต้ตอบที่ขับเคลื่อนด้วยความเห็นอกเห็นใจ (empathy-driven conversational AI) เพื่อสนับสนุนสุขภาพจิตดิจิทัล (digital mental well-being) การศึกษานี้ใช้วิธีการแบบผสมผสาน (mixed-methods) โดยอาศัยข้อมูลจริงจากผู้ใช้ทั่วโลกที่ดาวน์โหลดและใช้งาน Wysa บนมือถือ งานวิจัยให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจ ผลกระทบของการมีส่วนร่วม (engagement level) ต่ออาการซึมเศร้าที่ผู้ใช้รายงานด้วยตนเอง รวมถึงสำรวจประสบการณ์เชิงคุณภาพของผู้ใช้ที่โต้ตอบกับระบบ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้ที่มีการใช้งาน Wysa อย่างต่อเนื่องและบ่อยครั้ง มีอาการซึมเศร้าที่รายงานด้วยตนเองลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ข้อมูลเชิงปริมาณแสดงให้เห็นว่า 67.7% ของผู้เข้าร่วมประเมินว่า Wysa มีประโยชน์ และสามารถช่วยจัดการกับอารมณ์เชิงลบได้ดี ในขณะเดียวกัน ข้อมูลเชิงคุณภาพสะท้อนว่า ผู้ใช้ให้คุณค่าสูงต่อ ความต่อเนื่อง ความเป็นส่วนตัว และ

ความเห็นอกเห็นใจที่ AI ถ่ายทอดออกมา โดยไม่ก่อให้เกิด stigma หรือการตีตราทางสังคมเหมือน การไปพบผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพจิต นอกจากนี้ Wysa ยังผสมผสานเทคนิคการบำบัด ควบคู่ไปกับการฝึกสติ (mindfulness) และจิตวิทยาเชิงบวก ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพของปัญญาประดิษฐ์ ในการทำหน้าที่เป็น เครื่องมือเสริม (complementary tool) สำหรับการดูแลสุขภาพจิต โดยเฉพาะ ในกลุ่มประชากรที่อาจลังเลในการเข้าถึงบริการแบบดั้งเดิม เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา ค่าใช้จ่าย หรือ stigma

งานวิจัยของ (Fitzpatrick et al., 2017) เป็นงานวิจัยเชิงทดลองแบบสุ่มและมีกลุ่ม ควบคุม (Randomized Controlled Trial: RCT) ที่ประเมินประสิทธิผลของ Woebot ซึ่งเป็นเอ เจนต์สนทนาอัตโนมัติเต็มรูปแบบที่ใช้ การบำบัดพฤติกรรมทางปัญญา (Cognitive Behavioral Therapy: CBT) เพื่อลดอาการซึมเศร้าและวิตกกังวลในผู้ใหญ่ตอนต้น โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษา มหาวิทยาลัย กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้เข้าร่วมที่รายงานว่ามีอาการซึมเศร้าหรือวิตกกังวล และ ได้รับการสุ่มให้เข้ากลุ่มทดลอง (ใช้งาน Woebot) หรือกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับการแทรกแซง

ผลการวิจัยระบุว่า กลุ่มที่ใช้งาน Woebot มีอาการซึมเศร้าและความวิตกกังวลลดลง อย่างมีนัยสำคัญ เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มควบคุม ผู้เข้าร่วมยังรายงานว่า การโต้ตอบกับ Woebot ช่วยให้รู้สึกว่าได้ รับ การสนับสนุนทางอารมณ์ (emotional support) และช่วยลด ความตึงเครียด จากการเปิดเผยตัวตน (reduced stigma) เนื่องจากสามารถสื่อสารกับ AI ได้โดยไม่ต้องกังวลว่าจะ ถูกตัดสินจากผู้อื่น ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนถึงศักยภาพของแชทบอทอัตโนมัติในการ เพิ่มการเข้าถึง บริการสุขภาพจิต โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยยังชี้ถึงข้อจำกัด เช่น การ ตอบสนองของ Woebot ยังคงอยู่ในกรอบมาตรฐาน และไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างยืดหยุ่นตาม บริบททางอารมณ์ที่ซับซ้อนเหมือนมนุษย์บำบัด ข้อค้นพบนี้จึงเน้นถึงความจำเป็นในการพัฒนา Generative AI ให้สามารถเข้าใจ บริบททางวัฒนธรรมและภาษา (cultural and language context) ได้ดียิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มคุณภาพของการสนับสนุนทางจิตใจในอนาคต

แม้งานวิจัยที่ผ่านมาได้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และแชทบอทเชิง สนทนาในด้านสุขภาพจิตอย่างหลากหลาย แต่ยังมีข้อจำกัดสำคัญ ได้แก่

1. งานส่วนใหญ่มักแยกปัจจัยด้านอุปสรรคออกเป็นหลายตัวแปร เช่น ความเสี่ยงที่รับรู้ และความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว โดยยังไม่ได้นำมารวมเป็นกรอบ “การรับรู้อุปสรรค” เดียวเพื่อ อธิบายผลต่อความตั้งใจใช้งาน ซึ่งในบริบทของผู้ใช้ไทยที่ยังใหม่ต่อ Generative AI การมองอุปสรรค แบบภาพรวมมีความเหมาะสมกว่าในการศึกษา
2. งานวิจัยที่ผ่านมาไม่ให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบภายในกลุ่มวัยทำงาน โดยมาก จะแบ่งช่วงวัยเพียงกว้าง ๆ เช่น วัยรุ่นหรือผู้ใหญ่ ในขณะที่งานวิจัยนี้เพิ่มมิติการเปรียบเทียบระหว่าง

วัยทำงานตอนต้น (18–29 ปี) และวัยทำงานตอนกลาง (30–44 ปี) ซึ่งมีความแตกต่างทั้งด้านระดับความเครียดและความพร้อมทางเทคโนโลยี

3. งานที่มีอยู่ยังไม่เจาะลึกการใช้ Generative AI ด้วย ChatGPT เพื่อการจัดการความเครียดและการสนับสนุนทางอารมณ์โดยตรง โดยเฉพาะในกลุ่มวัยทำงานไทย

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน Generative AI ด้วย ChatGPT ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

2.3 ประมวลการทบทวนวรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยต่างประเทศ พบว่ามีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในด้านสุขภาพอย่างกว้างขวาง งานวิจัยเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของ การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness), ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use), ความไว้วางใจใน AI (Trust in AI) รวมถึง การรับรู้อุปสรรค (Perceived Barriers) ที่ส่งผลโดยตรงต่อ ความตั้งใจใช้ (Intention to Use) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยส่วนใหญ่ดำเนินการในบริบทต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป และเอเชียตะวันออก ซึ่งมีโครงสร้างสังคม วัฒนธรรม และระบบบริการสุขภาพจิตที่แตกต่างจากประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 2.1

แสดงผลสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในด้านสุขภาพจิต

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย (ปี)	วัตถุประสงค์	กลุ่มตัวอย่าง	สถิติ/เทคนิคการวิเคราะห์ หรือ ระเบียบวิจัย	สรุปผลการวิจัย
1	Mental health practitioners' perceptions and adoption intentions of AI-enabled technologies: an international mixed-methods study	Cecil et al. (2025)	ศึกษาการรับรู้ ความคุ้นเคย และความตั้งใจใช้ เทคโนโลยีที่ขับเคลื่อนด้วย ปัญญาประดิษฐ์ในกลุ่มบุคลากรสุขภาพจิต	บุคลากรสุขภาพจิต จากเยอรมนีและสหรัฐอเมริกา 392 คน (นักจิตบำบัด (ระหว่างการฝึกอบรม), จิตแพทย์, และ นักจิตวิทยาคลินิก)	การวิจัยเชิงผสมผสานโดยใช้ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาแบบ นิรนัย (Deductive thematic analysis) และ การสร้างแบบจำลองสมการ โครงสร้าง (SEM)	บุคลากรสุขภาพจิตมีความลังเลในการใช้ ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการรักษาผู้ป่วยโดยตรง เนื่องจากกังวลเรื่องความน่าเชื่อถือและความเสี่ยง แต่เปิดรับการใช้เทคโนโลยีมากขึ้นในการใช้งานด้านเอกสารและการจัดการ
2	Investigating the factors influencing users' adoption of artificial intelligence health assistants based on an extended UTAUT model	Su et al. (2025)	ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับผู้ช่วยด้านสุขภาพที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์	ผู้ใช้งานทั่วไปชาวจีน 373 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การ ทดลองและแบบสอบถาม	การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และอิทธิพลทางสังคม ล้วนมีผลบวกต่อความตั้งใจใช้ ขณะเดียวกัน ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ช่วยเสริมการยอมรับและลดการรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งมักเป็นปัจจัยลบต่อการตัดสินใจใช้

ตารางที่ 2.1

แสดงผลสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในด้านสุขภาพจิต (ต่อ)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย (ปี)	วัตถุประสงค์	กลุ่มตัวอย่าง	สถิติ/เทคนิคการวิเคราะห์ หรือ ระเบียบวิจัย	สรุปผลการวิจัย
3	Barriers to and Facilitators of Artificial Intelligence Adoption in Health Care	Hassan et al. (2024)	ศึกษาอุปสรรคและปัจจัยเอื้อในการนำปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในระบบสุขภาพ	งานวิจัยทบทวนเอกสาร	แบบทบทวนวรรณกรรมที่กำหนดขอบเขต (Scoping review) และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Thematic analysis)	ความไว้วางใจเป็นปัจจัยหลักในการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ แต่ถูกกลทอนด้วยอุปสรรค เช่น ความกังวลด้านข้อมูล การขาดบุคลากรที่ได้รับการฝึก ทัศนคติของอัลกอริทึม และข้อจำกัดโครงสร้างพื้นฐาน
4	Critical Insights into the Impact of Artificial Intelligence on Mental Health, Patient Rights, and Human Rights	Chavan et al. (2025)	วิเคราะห์ผลกระทบของ AI ต่อสุขภาพจิต สิทธิผู้ป่วย และสิทธิมนุษยชน	งานวิจัยทบทวนเอกสาร	การวิเคราะห์เชิงแนวคิดและกฎหมาย (Doctrinal methodology) ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรม	ปัญญาประดิษฐ์ช่วยตรวจจับปัญหาสุขภาพจิตได้เร็วและสนับสนุนการรักษาเฉพาะบุคคล แต่ยังมีความเสี่ยงด้านสิทธิผู้ป่วย ความเป็นส่วนตัว และการใช้เชิงพาณิชย์มากกว่าประโยชน์ของผู้ป่วย

ตารางที่ 2.1

แสดงผลสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในด้านสุขภาพจิต (ต่อ)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย (ปี)	วัตถุประสงค์	กลุ่มตัวอย่าง	สถิติ/เทคนิคการวิเคราะห์ หรือ ระเบียบวิจัย	สรุปผลการวิจัย
5	Exploring the Ethical Challenges of Conversational AI in Mental Health Care: Scoping Review	Rahsepar Meadi et al. (2025)	ศึกษาความท้าทายด้านจริยธรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์เชิงสนทนาเพื่อสุขภาพจิต	งานวิจัยทบทวนเอกสาร	แบบทบทวนวรรณกรรมที่กำหนดขอบเขต (Scoping review)	ปัญญาประดิษฐ์เชิงสนทนาช่วยเพิ่มการเข้าถึงลดค่าใช้จ่าย และลดตราบาททางสังคม แต่ยังมีความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูล ความเป็นส่วนตัว และการพึ่งพาเทคโนโลยีมากเกินไป โดยเฉพาะเมื่อขาดความเป็นมนุษย์ในการโต้ตอบ
6	Artificial intelligence in positive mental health: a narrative review	Thakkar et al. (2024)	ศึกษาบทบาทเชิงบวกของปัญญาประดิษฐ์ต่อสุขภาพจิต	งานวิจัยทบทวนเอกสาร	การทบทวนเชิงบรรยาย (Narrative review)	ปัญญาประดิษฐ์มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มการเข้าถึง ปรับการดูแลให้เหมาะสมเฉพาะบุคคล และสนับสนุนการป้องกันปัญหาสุขภาพจิต แต่ต้องจัดการเรื่องความเป็นส่วนตัว ความโปร่งใสของอัลกอริทึม และอคติของข้อมูล

ตารางที่ 2.1

แสดงผลสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในด้านสุขภาพจิต (ต่อ)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย (ปี)	วัตถุประสงค์	กลุ่มตัวอย่าง	สถิติ/เทคนิคการวิเคราะห์ หรือระเบียบวิจัย	สรุปผลการวิจัย
7	Evaluating Therabot: A randomized control trial investigating the feasibility and effectiveness of a generative AI therapy chatbot for depression, anxiety, and eating disorder symptom treatment	Heinz et al. (2024)	ประเมินความเป็นไปได้และประสิทธิผลของ Therabot ซึ่งเป็นแชทบอทที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการบำบัดภาวะซึมเศร้า ความวิตกกังวล และปัญหาการกิน	ผู้เข้าร่วม 210 คน แบ่งเป็นกลุ่มที่ใช้ Therabot (106 คน) และกลุ่มควบคุม (104 คน)	การทดลองแบบสุ่มและมีกลุ่มควบคุม (RCT)	กลุ่มที่ใช้ Therabot มีอาการซึมเศร้า วิตกกังวล และปัญหาการกินลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ผู้ใช้พึงพอใจสูงและมีส่วนร่วมต่อเนื่อง แต่ยังมีความเสี่ยงจากข้อมูลที่ผิดพลาดและปัญหาด้านจริยธรรม

ตารางที่ 2.1

แสดงผลสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในด้านสุขภาพจิต (ต่อ)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย (ปี)	วัตถุประสงค์	กลุ่มตัวอย่าง	สถิติ/เทคนิคการวิเคราะห์ หรือ ระเบียบวิจัย	สรุปผลการวิจัย
8	Using AI chatbots (e.g., ChatGPT) in seeking health-related information online: The case of a common ailment	Esmailzadeh et al. (2025)	ศึกษาคุณค่าที่ผู้ใช้รับรู้จากการใช้แชทบอทเพื่อหาข้อมูลสุขภาพ	ผู้ใช้ทั่วไปที่ใช้ ChatGPT ค้นหาข้อมูลสุขภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ 231 คนในสหรัฐอเมริกา	การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม	คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย (Utilitarian value) และคุณค่าด้านความเพลิดเพลิน (Hedonic value) มีอิทธิพลอย่างมากต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ ความพึงพอใจส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจที่จะใช้ซ้ำและความเต็มใจที่จะปฏิบัติตามคำแนะนำ
9	Enhancing mental health with Artificial Intelligence: Current trends and future prospects	Olawade et al. (2024)	ศึกษาบทบาทของปัญญาประดิษฐ์ในการปิดช่องว่างการเข้าถึงบริการสุขภาพจิต	งานวิจัยทบทวนเอกสาร	การทบทวนเชิงบรรยาย (Narrative review)	ปัญญาประดิษฐ์สามารถตรวจหาความผิดปกติทางจิตได้ตั้งแต่ระยะเริ่มต้นวางแผนการรักษาเฉพาะบุคคล และทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยบำบัด แต่ยังมีข้อกังวลด้านจริยธรรมและความเป็นส่วนตัว

ตารางที่ 2.1

แสดงผลสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในด้านสุขภาพจิต (ต่อ)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย (ปี)	วัตถุประสงค์	กลุ่มตัวอย่าง	สถิติ/เทคนิคการวิเคราะห์ หรือ ระเบียบวิจัย	สรุปผลการวิจัย
10	Comparing the perspectives of generative AI, mental health experts, and the general public on schizophrenia recovery: Case vignette study	Scholich et al. (2025)	เปรียบเทียบการประเมินของแชทบอทปัญญาประดิษฐ์กับผู้เชี่ยวชาญและสาธารณชนเกี่ยวกับโรคจิตเภท	ผู้เชี่ยวชาญ นักบำบัดที่มีใบอนุญาต 17 คน และแชทบอท 3 ระบบ (ChatGPT, Pi, Replika)	การวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา	แชทบอททั่วไปไม่เหมาะสำหรับการสนทนาด้านสุขภาพจิตอย่างปลอดภัย โดยเฉพาะในสถานการณ์วิกฤต แม้จะแสดงองค์ประกอบที่ดี เช่น การยอมรับและการให้ความมั่นใจ แต่กลับใช้คำแนะนำซ้ำๆ มากเกินไปโดยไม่มีการสอบถามที่เพียงพอ
11	Expert and interdisciplinary analysis of AI-driven chatbots for mental health support: Mixed methods study	Moylan & Doherty (2025)	ศึกษาผลกระทบทางคลินิกและจริยธรรมของแชทบอทที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการสนับสนุนสุขภาพจิต	ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพจิต 8 คน วิเคราะห์แชทบอท 2 ตัว (Wysa and Replika)	การวิจัยเชิงผสมผสาน (mixed-methods)	ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าแชทบอทช่วยลดภาระการเข้าถึงบริการ แต่ยังมีกังวลเรื่องความน่าเชื่อถือ ความเสี่ยงการพึ่งพา และแรงจูงใจเชิงพาณิชย์ของแพลตฟอร์ม

ตารางที่ 2.1

แสดงผลสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในด้านสุขภาพจิต (ต่อ)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย (ปี)	วัตถุประสงค์	กลุ่มตัวอย่าง	สถิติ/เทคนิคการวิเคราะห์ หรือ ระเบียบวิจัย	สรุปผลการวิจัย
12	An empathy-driven, conversational artificial intelligence agent (Wysa) for digital mental well-being: Real-world data evaluation mixed-methods study	Inkster et al. (2018)	ประเมิน Wysa แชนบอทด้านสุขภาพจิตที่ขับเคลื่อนด้วยความเห็นอกเห็นใจ	ผู้ใช้งาน Wysa แบ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้งานสูง (108 คน) และกลุ่มผู้ใช้งานต่ำ (21 คน)	การวิจัยเชิงผสมผสาน (mixed-methods)	ผู้ใช้ที่โต้ตอบกับ Wysa อย่างต่อเนื่องมีอาการซึมเศร้าลดลง และมองว่า Wysa มีความเป็นส่วนตัวและให้การสนับสนุนทางอารมณ์ได้ดี แต่ยังคงจัดการความกังวลด้านจริยธรรม
13	Delivering Cognitive Behavior Therapy to young adults with symptoms of depression and anxiety using a fully automated conversational agent (Woebot): A randomized controlled trial	Fitzpatrick et al. (2017)	ประเมิน Woebot แชนบอทบำบัดที่ใช้การบำบัดพฤติกรรม อาการซึมเศร้าและวิตกกังวล	นักศึกษามหาวิทยาลัยที่มีอาการซึมเศร้าและวิตกกังวล นักศึกษา 70 คน (อายุ 18-28 ปี) แบ่งเป็นกลุ่มที่ใช้ Woebot (34 คน) และกลุ่มควบคุม (36 คน)	การทดลองแบบสุ่มมีกลุ่มควบคุม (RCT)	กลุ่มที่ใช้ Woebot มีอาการซึมเศร้าและวิตกกังวลลดลงอย่างมีนัยสำคัญ และรู้สึกว่าการตอบสนองยังไม่ยืดหยุ่นเท่านักบำบัดที่เป็นมนุษย์

2.3.2 สรุปภาพรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ได้จากการศึกษางานวิจัยก่อนหน้า

หน้า

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยต่างประเทศ ได้ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในด้านสุขภาพจิต โดยมีการเน้นทั้งปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness), ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use), ความไว้วางใจ (Trust in AI), การรับรู้อุปสรรค (Perceived Barriers) และความตั้งใจใช้ (Intention to Use) โดยงานเหล่านี้ให้ข้อค้นพบที่สำคัญว่า ความไว้วางใจและการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยหลัก ที่ผลักดันการยอมรับ ขณะที่ การรับรู้อุปสรรคเป็นตัวต้าน นอกจากนี้งานวิจัยเหล่านี้ส่วนใหญ่ ดำเนินการในบริบทต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป และเอเชียตะวันออก ซึ่งมีความแตกต่างทั้งด้านวัฒนธรรม ภาษา และโครงสร้างบริการสุขภาพจิต เมื่อเปรียบเทียบกับสังคมไทย ในขณะที่ประเทศไทยยังไม่ปรากฏงานวิจัยที่ศึกษาโดยตรงเกี่ยวกับ การยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ โดยเฉพาะในกลุ่มที่ยังไม่เคยใช้งานจริง ช่องว่างนี้จึงสะท้อนถึงความจำเป็นในการวิจัย เพื่อตรวจสอบว่า ปัจจัยการรับรู้ ประโยชน์ อุปสรรค และความไว้วางใจ จะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีดังกล่าวอย่างไรในบริบทของไทย ซึ่งผลลัพธ์จะมีคุณค่าเชิงวิชาการในการขยายองค์ความรู้ และเชิงปฏิบัติในการสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมสุขภาพจิตที่สอดคล้องกับสังคมไทย

ตารางที่ 2.2

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีจากการศึกษาทำวิจัยก่อนหน้า

ลำดับ	ปัจจัย/ชื่อผู้วิจัย	การรับรู้ ความมี ประโยชน์ (PU)	การรับรู้ ความง่ายใน การใช้งาน (PEOU)	การรับรู้ คุณค่าทาง อารมณ์ (PEV)	ความ ไว้วางใจใน ปัญญา ประดิษฐ์ (Trust)	อิทธิพลทาง สังคม (SI)	การรับรู้ อุปสรรค (Barrier)	ผลการศึกษา
1	Cecil et al. (2025)	✓	-	-	✓	-	✓	การใช้ AI ด้านสุขภาพพบว่า Barriers ด้านการฝึกอบรม/ความปลอดภัย ส่งผลให้การยอมรับลดลง
2	Su et al. (2025)	✓	✓	-	✓	✓	✓	PU, PEOU และ SI ส่งผลเชิงบวกต่อ Intention to Use ขณะที่ Trust มีส่วนช่วยลด Barriers
3	Hassan et al. (2024)	-	-	-	✓	-	✓	Trust เป็นตัวแปรสำคัญในการยอมรับ แต่ถูกลดทอนโดย Barriers เช่น ปัญหาข้อมูลและโครงสร้างพื้นฐาน
4	Chavan et al. (2025)	✓	-	✓	✓	-	✓	PU และ PEV ส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับ แต่ยังมี Barriers ด้านสิทธิผู้ป่วยและจริยธรรม

ตารางที่ 2.2

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีจากการศึกษาทำวิจัยก่อนหน้า (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัย/ชื่อผู้วิจัย	การรับรู้ ความมี ประโยชน์ (PU)	การรับรู้ ความง่ายใน การใช้งาน (PEOU)	การรับรู้ คุณค่าทาง อารมณ์ (PEV)	ความ ไว้วางใจใน ปัญญา ประดิษฐ์ (Trust)	อิทธิพลทาง สังคม (SI)	การรับรู้ อุปสรรค (Barrier)	ผลการศึกษา
5	Rahsepar Meadi et al. (2025)	✓	✓	✓	✓	-	✓	AI เพิ่ม PU, PEOU และ PEV แต่ยังมี Barriers เช่น ความกังวลเรื่องการพึ่งพิง AI เกินไป
6	Thakkar et al. (2024)	✓	✓	✓	-	-	✓	AI เพิ่ม PU, PEOU และ PEV แต่ยังมี Barriers ด้านจริยธรรมและความโปร่งใส
7	Heinz et al. (2024)	✓	✓	✓	✓	-	✓	Therobot ช่วยเพิ่ม PU, PEOU, PEV และ Trust แต่ยังมี Barriers เช่น AI hallucination และความเสียหายจากคำตอบไม่ถูกต้อง
8	Esmailzadeh et al. (2025)	✓	✓	✓	-	-	-	PU, PEOU และ PEV ส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับ โดยไม่มี Barriers เด่นชัด

ตารางที่ 2.2

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีจากการศึกษาทำวิจัยก่อนหน้า (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัย/ชื่อผู้วิจัย	การรับรู้ ความมี ประโยชน์ (PU)	การรับรู้ ความง่ายใน การใช้งาน (PEOU)	การรับรู้ คุณค่าทาง อารมณ์ (PEV)	ความ ไว้วางใจใน ปัญญา ประดิษฐ์ (Trust)	อิทธิพลทาง สังคม (SI)	การรับรู้ อุปสรรค (Barrier)	ผลการศึกษา
9	Olawade et al. (2024)	✓	✓	✓	-	-	✓	AI เพื่อ CBT เพิ่ม PU, PEOU และ PEV แต่ยังมี Barriers เช่น stigma และความกังวลด้าน privacy
10	Scholich et al. (2025)	✓	-	✓	✓	-	✓	LLMs เพิ่ม PU, PEV และ Trust แต่ยังมี Barriers จากการขาด empathy ในการตอบสนอง
11	Moylan & Doherty (2025)	✓	✓	✓	✓	-	✓	Wysa และ Replika ช่วยเพิ่ม PU, PEOU, PEV และ Trust แต่ยังมี Barriers เช่น ความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสของระบบ

ตารางที่ 2.2

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีจากการศึกษาทำวิจัยก่อนหน้า (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัย/ชื่อผู้วิจัย	การรับรู้ ความมี ประโยชน์ (PU)	การรับรู้ ความง่ายใน การใช้งาน (PEOU)	การรับรู้ คุณค่าทาง อารมณ์ (PEV)	ความ ไว้วางใจใน ปัญญา ประดิษฐ์ (Trust)	อิทธิพลทาง สังคม (SI)	การรับรู้ อุปสรรค (Barrier)	ผลการศึกษา
12	Inkster et al. (2018)	✓	✓	✓	✓	-	✓	Wysa ลดอาการซึมเศร้า เพิ่ม PU, PEOU, PEV และ Trust แต่ยังมี Barriers เช่น privacy concerns
13	Fitzpatrick et al. (2017)	✓	✓	✓	✓	-	✓	Woebot ลดอาการซึมเศร้าและวิตกกังวล เพิ่ม PU, PEOU, PEV และ Trust แต่ยังมี Barriers ด้านความยืดหยุ่นของการโต้ตอบ
	รวม (ครึ่ง)	12	9	10	10	1	12	

ตารางที่ 2.3

สรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีจากการศึกษาทำวิจัยก่อนหน้า

ลำดับ	ปัจจัย/ชื่อผู้วิจัย	ความสัมพันธ์ที่ 1 PU ส่ง ผลบวก -> Intention to use	ความสัมพันธ์ที่ 2 PEOU ส่งผลบวก - > Intention to use	ความสัมพันธ์ที่ 3 PEV ส่งผลบวก -> Intention to use	ความสัมพันธ์ที่ 4 Trust ส่งผลบวก - > Intention to use	ความสัมพันธ์ที่ 5 SI ส่ง ผลบวก -> Intention to use	ความสัมพันธ์ที่ 6 Barrier ส่งผลลบ -> Intention to use
1	Cecil et al. (2025)	+	-	-	✓	-	✓
2	Su et al. (2025)	✓	✓	-	✓	✓	✓
3	Hassan et al. (2024)	-	-	-	✓	-	✓
4	Chavan et al. (2025)	✓	-	✓	✓	-	✓
5	Rahsepar Meadi et al. (2025)	✓	✓	✓	✓	-	✓
6	Thakkar et al. (2024)	✓	✓	✓	-	-	✓
7	Heinz et al. (2024)	✓	✓	✓	✓	-	✓

ตารางที่ 2.3

สรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีจากการศึกษาทำวิจัยก่อนหน้า (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัย/ชื่อผู้วิจัย	ความสัมพันธ์ที่ 1 PU ส่ง ผลบวก -> Intention to use	ความสัมพันธ์ที่ 2 PEOU ส่งผลบวก - > Intention to use	ความสัมพันธ์ที่ 3 PEV ส่งผลบวก -> Intention to use	ความสัมพันธ์ที่ 4 Trust ส่งผลบวก - > Intention to use	ความสัมพันธ์ที่ 5 SI ส่ง ผลบวก -> Intention to use	ความสัมพันธ์ที่ 6 Barrier ส่งผลลบ -> Intention to use
8	Esmaeilzadeh et al. (2025)	✓	✓	✓	-	-	-
9	Olawade et al. (2024)	✓	✓	✓	-	-	✓
10	Scholich et al. (2025)	✓	-	✓	✓	-	✓
11	Moylan & Doherty (2025)	✓	✓	✓	✓	-	✓
12	Inkster et al. (2018)	✓	✓	✓	✓	-	✓
13	Fitzpatrick et al. (2017)	✓	✓	✓	✓	-	✓

2.3.3 สมมติฐานความสัมพันธ์ของตัวแปรในแบบจำลอง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้สามารถคาดการณ์ทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามในแบบจำลอง โดยสมมติฐานความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรดังแสดงในตาราง ดังนี้

ตารางที่ 2.4

สมมติฐานความสัมพันธ์ของตัวแปรในแบบจำลอง

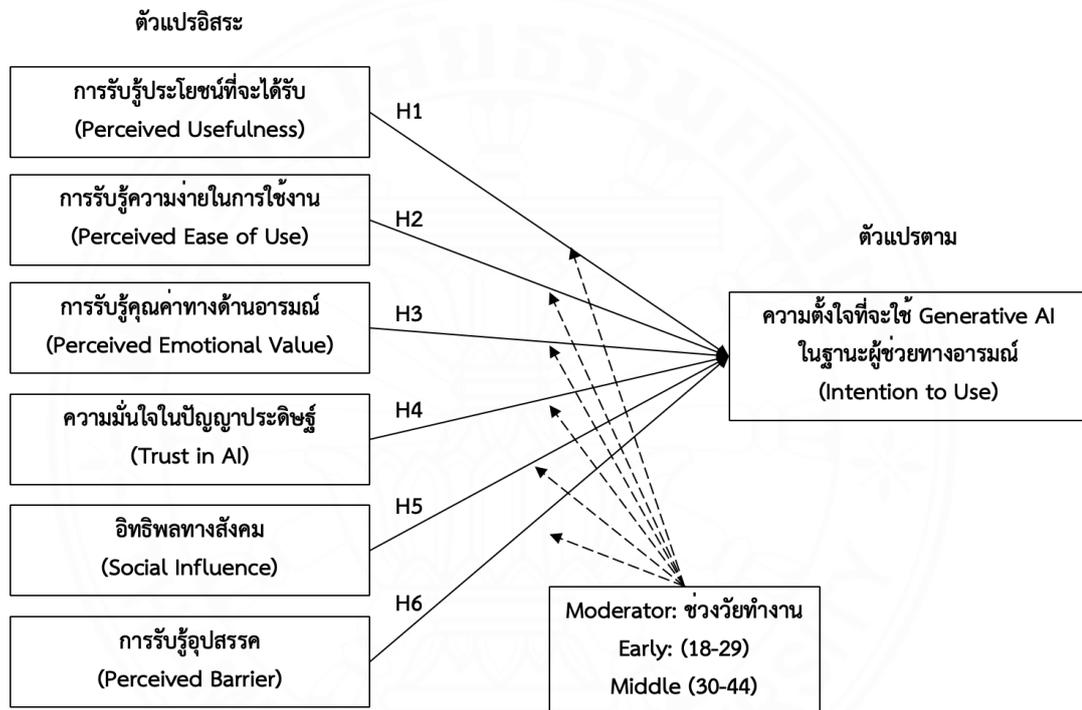
ตัวแปรอิสระ	ความสัมพันธ์ที่คาดการณ์	สมมติฐาน (Hypotheses)
X ₁ : การรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness)	+	H1: การรับรู้ที่ AI มีประโยชน์ในการช่วยลดความเครียดและสนับสนุนอารมณ์ จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้
X ₂ : การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)	+	H2: การรับรู้ที่ AI ใช้งานง่ายและเข้าถึงสะดวก จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้
X ₃ : การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ (Perceived Emotional Value)	+	H3: การรับรู้ที่ AI สร้างคุณค่าทางอารมณ์ เช่น ทำให้รู้สึกได้รับการรับฟัง ลดความเหงา จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้
X ₄ : ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ (Trust in AI)	+	H4: ความเชื่อมั่นในความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และความเหมาะสมของ AI จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้
X ₅ : อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)	+	H5: การรับรู้ที่ได้รับการยอมรับหรือสนับสนุนจากคนรอบข้าง จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้
X ₆ : การรับรู้อุปสรรค (Perceived Barrier)	-	H6: การรับรู้อุปสรรคหรือความกังวลต่อ AI จะมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจใช้

2.3.4 กรอบแนวคิดในงานวิจัย (Research Model)

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ TAM แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี จากเอกสารบทความและการรื้อฟื้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมากำหนดกรอบแนวคิดวิจัยได้ ดังนี้

ภาพที่ 2.3

แผนภาพแสดงกรอบแนวคิดการศึกษาโดยมีการกำหนดสมมุติฐาน



บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษางานวิจัยเรื่องการยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ซึ่งมีวิธีดำเนินงานวิจัยประกอบด้วยรูปแบบการวิจัย (Research Design) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การกำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล มีสาระสำคัญดังนี้

- 3.1 กรอบแนวคิดและขั้นตอนการศึกษางานวิจัย
 - 3.1.1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย
 - 3.1.2 ขั้นตอนการศึกษางานวิจัย
- 3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
 - 3.3.1 การให้คะแนนตัวแปร
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
 - 3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)
 - 3.5.2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)
- 3.6 สมมติฐานความสัมพันธ์ของตัวแปรในแบบจำลอง
- 3.7 แผนการดำเนินงาน

3.1 กรอบแนวคิดและขั้นตอนการศึกษางานวิจัย

การศึกษาเรื่อง การยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผ่านแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้วางแผนขั้นตอนการดำเนินการศึกษาวิจัย เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัยดังนี้

3.1.1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้นำปัจจัยจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) และได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดประกอบไปด้วยตัวแปรอิสระดังนี้ การรับรู้ประโยชน์ที่จะได้รับ (Perceived Usefulness) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) การรับรู้คุณค่าทางด้านอารมณ์ (Perceived Emotional Value) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ (Trust in AI) การรับรู้อุปสรรค (Perceived Barrier) สำหรับตัวแปรตาม ได้แก่ ความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

สำหรับลดความเครียด (Intention to Use) และศึกษาข้อมูลประชากรด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

3.1.2 ขั้นตอนการศึกษางานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ ในครั้งนี้มีรายละเอียดและขั้นตอนการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 วิเคราะห์ที่มาและความสำคัญของปัญหา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหาความเครียดในกลุ่มวัยทำงานภายในประเทศไทย เพื่อรวบรวมข้อมูลและประเด็นปัญหาต่างๆที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีด้านปัญญาประดิษฐ์ เพื่อระบุประเด็นปัญหาและความจำเป็นที่ควรได้รับการศึกษา

ขั้นที่ 2 การกำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัย จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ตัวแปรและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ความไว้วางใจใน AI และอุปสรรคที่รับรู้ เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิดและสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้

ขั้นที่ 3 การพัฒนาเครื่องมือในงานวิจัยและแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ออกแบบแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยอ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 เพื่อตรวจสอบปัจจัยใดบ้างมีผลต่อการยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

ขั้นที่ 4 วิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างวัยทำงาน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้ และสรุปผลการวิจัยเพื่อนำเสนอข้อค้นพบที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่อง การยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นคนไทย ที่ไม่มีประสบการณ์ใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์สำหรับลดความเครียด ในการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากกลุ่มประชากรดังกล่าวมีจำนวนมากและไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงประมาณค่าสัดส่วนของประชากรจากสูตร (Cochran, 1977) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

Z = ค่า Z - score ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

แทนค่าตัวแปรเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5%

Z = กำหนดค่าระดับความเชื่อมั่น 95%

หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

เมื่อแทนค่าตัวแปรจะทำให้ได้ขนาดของประชากรที่ต้องการเท่ากับ 384 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

งานวิจัยเรื่อง การยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยในการพัฒนาข้อคำถามนั้น ผู้วิจัยได้นำมาจากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้คำถามของงานวิจัยนั้นสามารถตอบวัตถุประสงค์ได้ครบถ้วน โดยคำถามปลายปิด (Closed – ended Questionnaire) ซึ่งมีทางเลือกให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียง 1 คำตอบ โดยแบบสอบถามเรื่อง “การยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์” มีข้อคำถามที่ถูกพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้คำถามของงานวิจัยที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ครบถ้วน และสมบูรณ์ โดยแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อคำถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานภาพการทำงาน ลักษณะงาน ระดับความเครียด และประสบการณ์ใช้ Generative AI

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

ตารางที่ 3.1

แสดงตารางอธิบายความหมายในบริบทการวิจัยของโมเดลวิจัย

ปัจจัย	ความหมาย	คำถาม	อ้างอิง
การรับรู้ความ มีประโยชน์ (Perceived Usefulness)	การรับรู้ ว่า Generative AI ใน ฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์สามารถ ช่วยจัดการความเครียดและ สนับสนุนด้านอารมณ์ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	1. ฉันคิดว่า Generative AI สามารถช่วยให้ฉันรู้สึกผ่อนคลายเมื่อต้องเผชิญความเครียด เหมือนมีคนคอยอยู่ข้าง ๆ คอยพูดปลอบหรือให้กำลังใจ	Davis (1989); Su et al. (2025); Inkster et al. (2018); Fitzpatrick et al. (2017)
		2. ฉันคิดว่า Generative AI สามารถช่วยให้ฉันมองปัญหาหรือสถานการณ์ที่ยากลำบากในมุมมองใหม่ ๆ เหมือนที่เพื่อนสนิทหรือที่ปรึกษาดี ๆ รับฟังอยู่ด้วย	
		3. ฉันคิดว่า Generative AI จะเป็นตัวช่วยสำคัญในวันที่ฉันรู้สึกเครียดหรือเหนื่อยล้า ช่วย使我รู้สึกว่ามีแรงและกำลังใจกลับมา	
		4. ฉันคิดว่า Generative AI จะช่วยให้ฉันจัดการกับความคิดเชิงลบได้ดีขึ้น และมีกำลังใจดำเนินชีวิตต่อไป	
การรับรู้ความ ง่ายในการใช้ งาน (Perceived Ease of Use)	การรับรู้ ว่า Generative AI ใน ฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์สามารถใช้ งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และไม่ต้อง ใช้ทักษะด้านเทคโนโลยีขั้นสูง	5. ฉันคิดว่า Generative AI ใช้งานได้ง่าย แม้ฉันจะไม่ถนัดเทคโนโลยี ก็ยังรู้สึกว่าสามารถเริ่มใช้งานได้	Davis (1989); Venkatesh et al. (2003); Su et al. (2025)
		6. ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถเรียนรู้การใช้งาน Generative AI ได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องพึ่งคนอื่นมากนัก	
		7. ฉันคิดว่า การสนทนากับ Generative AI เป็นเรื่องง่ายและเป็นมิตร ไม่ซับซ้อนจนรู้สึกเครียดหรือกลัว	
		8. ฉันรู้สึกว่า การเริ่มต้นใช้งาน Generative AI ไม่มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก และสามารถเข้าถึงได้สะดวกทุกที่ทุกเวลา	

ตารางที่ 3.1

แสดงตารางอธิบายความหมายในบริบทการวิจัยของโมเดลวิจัย (ต่อ)

ปัจจัย	ความหมาย	คำถาม	อ้างอิง
การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ (Perceived Emotional Value)	การรับรู้ว่าการใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ ช่วยให้รู้สึกถึงการได้รับการรับฟัง การลดความเหงา และสร้างความสบายใจ	9. ถ้าได้พูดคุยกับ Generative AI ฉันคิดว่าฉันจะรู้สึกมีคน (หรือบางสิ่ง) รับฟังฉันจริง ๆ แม้ในเรื่องส่วนตัวหรือเรื่องที่ไม่เคยเล่าให้ใครฟัง	Fitzpatrick et al. (2017);
		10. ฉันคิดว่า Generative AI อาจเป็นเพื่อนคุยที่ช่วยให้ฉันไม่รู้สึกว่าต้องเผชิญปัญหาคนเดียว เมื่อรู้สึกโดดเดี่ยวหรือไม่มีใครคุยด้วย	Inkster et al. (2018);
		11. ในวันที่ฉันเครียดหรือเหนื่อยล้า ฉันคิดว่า Generative AI จะช่วยทำให้ใจฉันสงบลง ผ่อนคลาย เหมือนได้มีคนใกล้ชิดมาปลอบใจ	Heinz et al. (2024)
		12. ฉันคิดว่า การสนทนากับ Generative AI ช่วยให้ฉันรู้สึกมีพื้นที่ปลอดภัย ที่สามารถพูดคุยความรู้สึกได้อย่างอิสระ	
ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ (Trust in AI)	ความเชื่อมั่นว่า Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ จะทำงานอย่างปลอดภัย น่าเชื่อถือ และไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อผู้ใช้	13. ฉันเชื่อว่า Generative AI สามารถเก็บข้อมูลของฉันได้อย่างปลอดภัย	McKnight et al. (2011);
		14. ฉันเชื่อว่า Generative AI จะให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นอันตรายต่อฉัน	
		15. ฉันเชื่อว่า Generative AI จะไม่ตัดสินหรือพูดจาดูหมิ่นฉัน แม้ในเรื่องส่วนตัวหรือความคิดของฉัน	Pavlou (2003);
		16. ฉันเชื่อว่า Generative AI จะไม่ใช่ข้อมูลส่วนตัวของฉันไปในทางที่สร้างความเสียหายหรือกระทบต่อฉัน	Cecil et al. (2025)

ตารางที่ 3.1

แสดงตารางอธิบายความหมายในบริบทการวิจัยของโมเดลวิจัย (ต่อ)

ปัจจัย	ความหมาย	คำถาม	อ้างอิง
อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)	การรับรู้ถึงแรงสนับสนุนหรือแรงกดดันจากคนรอบข้างที่มีต่อการใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์	17. ฉันรู้สึกว่าจะสังคมเปิดกว้างและยอมรับการใช้ Generative AI เพื่อพูดคุยหรือบรรเทาความเครียด	Venkatesh et al. (2003); Su et al. (2025); Fitzpatrick et al. (2017) “ข้อความปรับเปลี่ยนจาก Woebot study ที่กล่าวถึง stigma”
		18. ฉันรู้สึกว่าจะคนรอบตัวของฉันเข้าใจ เห็นคุณค่า และสนับสนุนการใช้ Generative AI เพื่อช่วยด้านอารมณ์	
		19. การที่คนใกล้ชิด เช่น ครอบครัวหรือเพื่อน ยอมรับและสนับสนุนการใช้ Generative AI เพื่อช่วยด้านอารมณ์ ทำให้ฉันรู้สึกมั่นใจและเต็มใจที่จะใช้อย่างต่อเนื่อง	

ตารางที่ 3.1

แสดงตารางอธิบายความหมายในบริบทการวิจัยของโมเดลวิจัย (ต่อ)

ปัจจัย	ความหมาย	คำถาม	อ้างอิง
อุปสรรคที่รับรู้ (Perceived Barrier)	ความกังวลหรือข้อจำกัดที่ทำให้ ให้ลังเลหรือไม่มั่นใจที่จะใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วย ทางอารมณ์	21. ฉันรู้สึกว่าคุณ Genenerative AI ขาดความสามารถในการแสดงความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจอย่างลึกซึ้ง เหมือนที่นักบำบัดมนุษย์สามารถทำได้	Hassan et al. (2024);
		22. ฉันไม่มั่นใจในความน่าเชื่อถือของคำแนะนำที่ได้จาก Generative AI และกลัวว่ามันอาจไม่ถูกต้อง	Rahsepar Meadi et al. (2025);
		23. ฉันกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูลและเนื้อหาการสนทนา เมื่อมีการใช้ Generative AI ใน การช่วยด้านการบำบัดหรือสนับสนุนทางอารมณ์	Scholich et al. (2025);
		24. ฉันกังวลว่าอัลกอริทึมของ Generative AI อาจมีความลำเอียง (bias) และไม่รับฟังฉันอย่างเป็น กลาง	Chavan et al. (2025)
		25. ฉันกังวลว่าข้อมูลและเนื้อหาการสนทนาของฉันอาจไม่ปลอดภัยเมื่อใช้ Generative AI ในการช่วย ด้านอารมณ์	ดัดแปลงจากผลการ สังเคราะห์ literature review (Hassan, Rahsepar ฯลฯ)

ตารางที่ 3.1

แสดงตารางอธิบายความหมายในบริบทการวิจัยของโมเดลวิจัย (ต่อ)

ปัจจัย	ความหมาย	คำถาม	อ้างอิง
ความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use)	ความเต็มใจและความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์เป็นครั้งแรก หากมีโอกาส	26. ถ้ามีโอกาส ฉันอยากใช้ Generative AI เพื่อช่วยจัดการความเครียดหรือความกังวลของฉัน	Davis (1989); Venkatesh et al. (2003); Heinz et al. (2024)
		27. ฉันสนใจที่จะเรียนรู้วิธีการใช้ Generative AI เพื่อช่วยให้ฉันดูแลอารมณ์และความรู้สึกของตัวเอง	
		28. ถ้า Generative AI ช่วย使我รู้สึกได้รับการสนับสนุนด้านอารมณ์จริง ฉันยินดีที่จะใช้เป็นผู้ช่วยส่วนตัวของฉัน	
		29. หากมี Generative AI ที่เหมาะกับคนไทยโดยเฉพาะ ฉันยินดีจะลองใช้เพื่อลดความเครียดและสนับสนุนอารมณ์ของฉันทันที	

3.3.1 การให้คะแนนตัวแปร

การวิจัยฉบับนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดย

แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ต่อเดือน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกได้ เพียง 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ที่จะได้รับ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้คุณค่าทางด้านอารมณ์ อิทธิพลทางสังคม ความไว้วางใจใน ปัญญาประดิษฐ์ การรับรู้อุปสรรค ของการยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์โดย กำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินแบบสอบถามตามมาตรวัดของ Likert Scale 5 ระดับ (Robinson, 2014) ดังนี้

ตารางที่ 3.2

ตารางแสดงระดับความคิดเห็น

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วย
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

จากการประเมินข้างต้น ผู้วิจัยแบ่งช่วงการวัดผลตามการแบ่งระดับอันตรภาคชั้นโดยใช้ค่าเกณฑ์เฉลี่ย (Mean) ดังต่อไปนี้

พิสัย = คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด / จำนวนอันตรภาคชั้น

$$\text{พิสัย} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันตรภาคชั้น}}$$

$$\text{พิสัย} = \frac{5-1}{5}$$

$$\text{พิสัย} = 0.8$$

ซึ่งสามารถกำหนดคะแนนของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ที่จะได้รับ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้คุณค่าทางด้านอารมณ์ อิทธิพลทางสังคม ความ

ไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ การรับรู้อุปสรรค ของการยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทาง
อารมณ์ ตามเกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

ที่สุด	คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุด
	คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมาก
กลาง	คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับปานกลาง
	คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับน้อย
ที่สุด	คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้จะเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) ผ่าน Google Form จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน ซึ่งได้มาจากหัวข้อ 3.2 การกำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่าง และดำเนินการกระจายแบบสอบถามผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ เช่น กลุ่ม LINE ของบริษัทต่างๆ Instagram หรือกลุ่ม Facebook เป็นต้น โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคนไทยครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย อายุระหว่าง 18-44 ปี การวิจัยนี้ โดยแบ่งตามนิยามของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ออกเป็น 2 ช่วงอายุ คือ วัยทำงานตอนต้น (Early Working Age) อายุ 18-29 ปี และ วัยทำงานตอนกลาง (Middle Working Age) อายุ 30-44 ปี

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้จะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล เป็น 2 ส่วน คือ สถิติเชิงพรรณนา และ สถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ในส่วนของ 1 ของแบบสอบถาม กล่าวถึงข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน จึงใช้ความถี่ (Frequencies) และค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

3.5.2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้อ้างอิงถึงประชากรทั้งหมด โดยใช้หลักความน่าจะเป็นในการทดสอบสมมติฐาน มีรายละเอียดดังนี้

3.5.1.1 การวิเคราะห์หองค์ประกอบ (Factor Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ใช้เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคำถามที่ใช้ในการวิจัย โดยพิจารณาว่าคำถามที่ออกแบบขึ้นจัดอยู่ในกลุ่มตัวแปรเดียวกันหรือไม่ หรือเป็นการรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในกลุ่มเดียวกัน ก่อนที่จะนำตัวแปรดังกล่าวไปวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

3.5.1.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่ 2 จะใช้วิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่มากกว่า 1 ตัวแปร กับตัวแปรตาม โดยให้การรับรู้ประโยชน์ที่จะได้รับ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้คุณค่าทางด้านอารมณ์ อิทธิพลทางสังคม ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ การรับรู้อุปสรรค ของการยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์เป็นตัวแปรอิสระ และความตั้งใจในการใช้งาน Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์เป็นตัวแปรตาม เป็นตัวแปรตาม โดยแบบจำลองมีรายละเอียดดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1 * X_1 + \beta_2 * X_2 + \beta_3 * X_3 + \beta_4 * X_4 + \beta_5 * X_5 + \beta_6 * X_6 + e$$

โดยกำหนดให้

Y คือ ความตั้งใจในการใช้งาน Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ (Intention to use)

X₁ คือ ประโยชน์ที่จะได้รับ

X₂ คือ ความง่ายในการใช้งาน

X₃ คือ คุณค่าทางด้านอารมณ์

X₄ คือ อิทธิพลทางสังคม

X₅ คือ ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์

X₆ คือ การรับรู้อุปสรรค

E คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

3.5.1.3 การวิเคราะห์ตัวแปรกำกับ (Moderator Variable)

การวิเคราะห์ตัวแปรกำกับ (Moderator Variable) มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า ตัวแปรกำกับมีอิทธิพลร่วมกับตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์หรือไม่ โดยตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ที่จะ

ได้รับ (Perceived Usefulness), การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use), การรับรู้คุณค่าทางด้านอารมณ์ (Perceived Emotional Value), อิทธิพลทางสังคม (Social Influence), ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ (Trust in AI) และการรับรู้อุปสรรค (Perceived Barriers)

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดให้ ช่วงวัยทำงาน เป็นตัวแปรกำกับ (Moderator Variable) โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตามนิยามของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ วัยทำงานตอนต้น (Early Working Age): อายุ 18–29 ปี และ วัยทำงานตอนกลาง (Middle Working Age): อายุ 30–44 ปี

การเปรียบเทียบทั้งสองกลุ่มนี้มีความสำคัญ เนื่องจากกลุ่มวัยทำงานตอนต้นมักมีความพร้อมด้านดิจิทัลและความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีสูงกว่า ขณะที่กลุ่มวัยทำงานตอนกลางอาจมีระดับความเครียดจากภาระหน้าที่การงานและครอบครัวที่แตกต่างกัน การทดสอบตัวแปรกำกับนี้จะช่วยสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างเชิงพฤติกรรมและทัศนคติที่อาจมีต่อการยอมรับและตั้งใจใช้งาน Generative AI ในบริบทการสนับสนุนทางอารมณ์

3.6 แผนการดำเนินงาน

ตารางที่ 3.3

แผนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พ.ศ. 2568																	
	ส.ค.			ก.ย.			ต.ค.			พ.ย.			ธ.ค.					
1. เตรียมหัวข้องานวิจัย ระบุที่มาและความสำคัญ วัตถุประสงค์ และขอบเขต																		
2. ศึกษาการทำความเข้าใจข้อมูลเกี่ยวกับ Generative ในฐานะ ผู้ช่วยทางสุขภาพจิตและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง																		
3. กำหนดกรอบแนวคิดและงานวิจัย																		
4. ระบุวิธีการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล																		
5. จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ และกระจาย แบบสอบถามไป ยังกลุ่มตัวอย่าง																		
6. เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์																		
7. วิเคราะห์ผล และสรุปผลการวิจัย																		
8. จัดทำรายงานผลการวิจัย																		
9. นำเสนอผลการวิจัย																		
10. ปรับปรุงงานวิจัยจามข้อเสนอแนะ และจัดส่งงานวิจัยฉบับ สมบูรณ์																		

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการวิจัยที่ศึกษาเรื่อง “การยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์” เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness), ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use), ความไว้วางใจ (Trust in AI), การรับรู้อุปสรรค (Perceived Barriers) และความตั้งใจใช้ (Intention to Use) ที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม ได้แก่ ความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์สำหรับลดความเครียด (Intention to Use) และศึกษาข้อมูลประชากรด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดให้ ช่วงวัยทำงาน เป็นตัวแปรกำกับ (Moderator Variable) โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตามนิยามของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ วัยทำงานตอนต้น (Early Working Age): อายุ 18–29 ปี และ วัยทำงานตอนกลาง (Middle Working Age): อายุ 30–44 ปี ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาโดยอ้างอิงทฤษฎีของ (Cochran, 1977) พบว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเท่ากับ 384 ชุด จากการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์สามารถแยกเป็นผู้ที่เคยใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ 39 คน และ ผู้ที่ไม่เคยใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ 345 คน ซึ่งผู้ทำวิจัยทำการเลือกเฉพาะผู้ที่ไม่เคยใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ มาทำการวิเคราะห์เท่านั้น เพื่อคัดกรองตามกลุ่มเป้าหมายและขอบเขตของการศึกษา ผู้ที่ไม่เคยใช้งานยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์เหลือเพียง 345 คน คิดเป็นร้อยละ 89.84 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยผลการศึกษา ประกอบด้วยผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

4.1 การทดสอบความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Pretest)

ผู้วิจัยได้จัดทำและพัฒนาแบบสอบถามพร้อมทั้งให้ท่านอาจารย์ที่ปรึกษาที่มีความชำนาญพิจารณาตรวจสอบความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากนั้นนำแบบสอบถามที่มีการปรับปรุงพัฒนาแล้วไปทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยจำนวน ทั้งหมด 30 คน จากการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Pretest) พบว่าแบบสอบถามในทุกตัวแปรมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีถึงดีมาก โดยค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach’s Alpha) ของแต่ละตัวแปรมีความมากกว่า 0.80 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ ค่า Corrected Item–Total Correlation ของข้อคำถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่เหมาะสม และไม่พบข้อคำถามใดที่จำเป็นต้องตัดออกจากแบบสอบถาม

ผลจากการทดสอบดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องภายในของ ข้อคำถามในแต่ละตัวแปร และสามารถวัดแนวคิดตามกรอบการวิจัยได้อย่างเหมาะสม ผู้วิจัยจึงได้นำแบบสอบถามฉบับนี้ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยต่อไป ซึ่งผลจากการทดสอบความน่าเชื่อถือของค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's alpha) แสดงได้ตามภาคผนวก ข

4.2 การประเมินความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability Assessment)

งานวิจัยนี้ได้ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้การประเมินความน่าเชื่อถือด้วยการใช้เกณฑ์การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha) ซึ่งเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ต้องมีค่ามากกว่า 0.7 (Manerikar, 2015) โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha) พบว่า มีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ทั้งหมดทุกตัวแปร ดังแสดงในตารางที่ 4.1 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการประเมินความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยนี้มีความน่าเชื่อถือและอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม ซึ่งสามารถนำข้อมูลไปใช้การวิเคราะห์ต่อไป

ตารางที่ 4.1

การประเมินความน่าเชื่อถือด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha)

ตัวแปร	ข้อคำถาม	จำนวน คำถาม	ค่าครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha)
การรับรู้ความมีประโยชน์	PU1-PU4	4	0.847
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	PEOU1-PEOU4	4	0.781
การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์	PEV1-PEV4	4	0.855
ความเชื่อมั่นใน AI	TRUST1-TRUST4	4	0.791
อิทธิพลทางสังคม	SI1-SI4	4	0.882
อุปสรรคที่รับรู้	BARRIER1- BARRIER5	5	0.884

4.3 ผลการวิเคราะห์ด้วยข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามข้างต้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามผู้ที่ไม่เคยใช้งานยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์เหลือเพียง 345 คน ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพการทำงาน ลักษณะงาน ระดับความเครียด และประสบการณ์ใช้ Generative AI ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequencies) และ ค่าร้อยละ (Percentage) ได้ผลดังตารางที่ 4.2 ดังนี้

ตารางที่ 4.2

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
เพศ		
1) ชาย	120	34.80
2) หญิง	223	64.60
3) ไม่ระบุ/อื่นๆ	2	0.60
อายุ		
1) 18 – 22 ปี	29	8.40
2) 23 – 29 ปี	197	57.10
3) 30 – 44 ปี	119	34.50
ระดับการศึกษา		
1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	19	5.50
2) ปริญญาตรี	268	77.70
3) ปริญญาโท	58	16.80

ตารางที่ 4.2

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
1) ต่ำกว่า 15,000 บาท	15	4.30
2) 15,000 – 29,999 บาท	164	47.50
3) 30,000 – 49,999บาท	114	33.00
4) 50,000 – 69,999 บาท	22	6.40
5) 70,000 บาทขึ้นไป	30	8.70
สถานภาพการทำงาน		
1) พนักงานบริษัทเอกชน	224	64.90
2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	76	22.00
3) เจ้าของธุรกิจ/ฟรีแลนซ์	42	12.20
4) นักเรียน/นักศึกษา	2	0.60
5) อื่นๆ	1	0.30
ลักษณะการทำงาน		
1) ทำงานในสำนักงาน (On-Site)	226	65.50
2) ทำงานแบบผสม (Hybrid)	83	24.10
3) ทำงานจากระยะไกล (Remote Work)	36	10.40
ระดับความถี่ในการเผชิญความเครียด		
1) ไม่เคยเลย	0	0.00
2) นาน ๆ ครั้ง	20	5.80
3) บางครั้ง	129	37.40
4) บ่อยครั้ง	150	43.50
5) แทบทุกวัน	46	13.30

ตารางที่ 4.2

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ประสบการณ์ใช้ Generative AI โดยทั่วไป		
1) ไม่เคยใช้เลย	23	6.70
2) เคยใช้เล็กน้อย (ทดลองใช้)	95	27.50
3) ใช้เป็นครั้งคราว	166	48.10
4) ใช้บ่อย/สม่ำเสมอ	61	17.70

4.3.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่ศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 345 ตัวอย่าง พบว่าค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของแต่ละข้อคำถามโดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงคะแนน 2.18 ถึง 4.11 ของตารางแจกแจงความถี่ 5 ช่วงระดับ หมายความว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อข้อคำถามโดยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร	Mean	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
การรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness)			
PU1	3.81	0.92	มาก
			ฉันคิดว่า Generative AI สามารถช่วยให้ฉันรู้สึกผ่อนคลายเมื่อต้องเผชิญความเครียด เหมือนมีคนคอยอยู่ข้าง ๆ คอยพูดปลอบหรือให้กำลังใจ
PU2	3.69	0.86	มาก
			ฉันคิดว่า Generative AI สามารถช่วยให้ฉันมองปัญหาหรือสถานการณ์ที่ยากลำบากในมุมมองใหม่ ๆ เหมือนที่เพื่อนสนิทหรือที่ปรึกษาดี ๆ รับฟังอยู่ด้วย

ตารางที่ 4.3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ตัวแปร		Mean	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
การรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness)				
PU3	ฉันคิดว่า Generative AI จะเป็นตัวช่วยสำคัญในวันที่ฉันรู้สึกเครียดหรือเหนื่อยล้า ช่วยให้ฉันรู้สึกว่ามีแรงและกำลังใจกลับมา	3.63	0.90	มาก
PU4	ฉันคิดว่า Generative AI จะช่วยให้ฉันจัดการกับความคิดเชิงลบได้ดีขึ้น และมีกำลังใจดำเนินชีวิตต่อไป	3.71	0.88	มาก
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)				
PEOU1	ฉันคิดว่า Generative AI ใช้งานได้ง่าย แม้ฉันจะไม่ถนัดเทคโนโลยี ก็ยังรู้สึกที่สามารถเริ่มใช้งานได้	3.94	0.758	มาก
PEOU2	ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถเรียนรู้การใช้งาน Generative AI ได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องพึ่งคนอื่นมากนัก	4.03	0.733	มาก
PEOU3	ฉันคิดว่าการเล่นสนุกกับ Generative AI เป็นเรื่องง่ายและเป็นมิตร ไม่ซับซ้อนจนรู้สึกเครียดหรือกลัว	4.11	0.796	มาก
PEOU4	ฉันรู้สึกว่าการเริ่มต้นใช้งาน Generative AI ไม่มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก และสามารถเข้าถึงได้สะดวกทุกที่ทุกเวลา	4.03	0.828	มาก

ตารางที่ 4.3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ตัวแปร		Mean	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ (Perceived Emotional Value)				
PEV1	ถ้าได้พูดคุยกับ Generative AI ฉันคิดว่าฉันจะรู้สึกมีคน (หรือบางสิ่ง) รับฟังฉันจริง ๆ แม้ในเรื่องส่วนตัวหรือเรื่องที่ไม่เคยเล่าให้ใครฟัง	3.77	0.868	มาก
PEV2	ฉันคิดว่า Generative AI อาจเป็นเพื่อนคุยที่ช่วยให้ฉันไม่รู้สึกว่าต้องเผชิญปัญหาคนเดียว เมื่อรู้สึกโดดเดี่ยวหรือไม่มีใครคุยด้วย	3.67	0.912	มาก
PEV3	ในวันที่ฉันเครียดหรือเหนื่อยล้า ฉันคิดว่า Generative AI จะช่วยทำให้ใจฉันสงบลง ผ่อนคลาย เหมือนได้มีคนใกล้ชิดมาปลอบใจ	3.71	0.977	มาก
PEV4	ฉันคิดว่า การสนทนากับ Generative AI ช่วยให้ฉันรู้สึกมีพื้นที่ปลอดภัย ที่สามารถพูดคุยความรู้สึกได้อย่างอิสระ	3.72	0.861	มาก
ความเชื่อมั่นใน AI (Trust in AI)				
TRUST1	ฉันเชื่อว่า Generative AI สามารถเก็บข้อมูลของฉันได้อย่างปลอดภัย	3.65	0.897	มาก
TRUST2	ฉันเชื่อว่า Generative AI จะให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นอันตรายต่อฉัน	3.79	0.819	มาก
TRUST3	ฉันเชื่อว่า Generative AI จะไม่ตัดสินหรือพูดจาดูหมิ่นฉัน แม้ในเรื่องส่วนตัวหรือความคิดของฉัน	3.85	0.831	มาก
TRUST4	ฉันเชื่อว่า Generative AI จะไม่ใช่ข้อมูลส่วนตัวของฉันไปในทางที่สร้างความเสียหายหรือกระทบต่อฉัน	3.65	0.857	มาก

ตารางที่ 4.3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ตัวแปร		Mean	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)				
SI1	ฉันรู้สึกว่าการเข้าถึงและยอมรับการใช้ Generative AI เพื่อพูดคุยหรือบรรเทาความเครียด	2.58	0.743	น้อย
SI2	ฉันรู้สึกว่าคนรอบตัวของฉันเข้าใจ เห็นคุณค่า และสนับสนุนการใช้ Generative AI เพื่อช่วยด้านอารมณ์	2.92	0.696	ปาน กลาง
SI3	การที่คนใกล้ชิด เช่น ครอบครัวหรือเพื่อน ยอมรับและสนับสนุนการใช้ Generative AI เพื่อช่วยด้านอารมณ์ ทำให้ฉันรู้สึกมั่นใจและเต็มใจที่จะใช้อย่างต่อเนื่อง	2.97	0.702	ปาน กลาง
SI4	ฉันรู้สึกว่ากระแสในสังคมและสื่อออนไลน์เริ่มทำให้การใช้ Generative AI เพื่อช่วยด้านอารมณ์เป็นเรื่องที่ “ปกติ” และน่าลองใช้	2.49	0.755	น้อย
อุปสรรคที่รับรู้ (Perceived Barrier)				
BARRIER1	ฉันรู้สึกว่า Generative AI ขาดความสามารถในการแสดงความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจอย่างลึกซึ้งเหมือนที่นักบำบัดมนุษย์สามารถทำได้	2.45	0.83	น้อย
BARRIER2	ฉันไม่มั่นใจในความน่าเชื่อถือของคำแนะนำที่ได้จาก Generative AI และกลัวว่ามันอาจไม่ถูกต้อง	2.37	0.968	น้อย
BARRIER3	ฉันกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูลและเนื้อหาการสนทนา เมื่อมีการใช้ Generative AI ในการช่วยด้านการบำบัดหรือสนับสนุนทางอารมณ์	2.34	0.892	น้อย
BARRIER4	ฉันกังวลว่าอัลกอริทึมของ Generative AI อาจมีความลำเอียง (bias) และไม่รับฟังฉันอย่างเป็นกลาง	2.6	0.84	น้อย

ตารางที่ 4.3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ตัวแปร		Mean	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
อุปสรรคที่รับรู้ (Perceived Barrier)				
BARRIER5	ฉันกังวลว่าข้อมูลและเนื้อหาการสนทนาของฉันอาจไม่ปลอดภัยเมื่อใช้ Generative AI ในการช่วยด้านอารมณ์	2.18	0.972	น้อย
ความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to Use)				
ITU1	ถ้ามีโอกาส ฉันอยากใช้ Generative AI สักครั้ง	3.62	0.855	มาก
ITU2	ฉันสนใจที่จะเรียนรู้วิธีการใช้ Generative AI ในอนาคต	3.83	0.913	มาก
ITU3	ถ้า Generative AI ช่วยฉันได้จริง ฉันยินดีที่จะใช้เป็นผู้ช่วยส่วนตัวของฉัน	3.72	0.889	มาก
ITU4	หากมี Generative AI ที่เหมาะกับคนไทยโดยเฉพาะ ฉันยินดีจะลองใช้เพื่อลดความเครียดและสนับสนุนอารมณ์ของฉันทันที	3.81	0.833	มาก

4.3.3 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างข้อมูลมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานภาพการทำงาน ลักษณะการทำงานหลัก ความถี่ในการเผชิญความเครียดจากงานหรือชีวิตประจำวัน และประสบการณ์ใช้ Generative AI โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

H1: เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ แตกต่างกัน

H2: อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ แตกต่างกัน

H3: ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ แตกต่างกัน

H4: รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ แตกต่างกัน

H5: สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ แตกต่างกัน

H6: ลักษณะการทำงานหลักที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ แตกต่างกัน

H7: ความถี่ในการเผชิญความเครียดจากงานหรือชีวิตประจำวันที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ แตกต่างกัน

H8: ประสบการณ์ใช้ Generative AI ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ แตกต่างกัน

โดยผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัยด้านเพศที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ พบว่ามีค่า p-value 0.181 ซึ่งมากกว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ ไม่แตกต่างกัน โดยแสดงรายละเอียดดังตาราง 4.4 ดังนี้

ตารางที่ 4.4

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัยด้านเพศที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

Case	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p-value
เพศ	1.751	2	0.875	1.719	0.181
Residuals	174.1178	342	0.509		

โดยผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัยด้านอายุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ พบว่ามีค่า p-value 0.963 ซึ่งมากกว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ ไม่แตกต่างกัน โดยแสดงรายละเอียดดังตาราง 4.5 ดังนี้

ตารางที่ 4.5

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัยด้านอายุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

Case	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p-value
อายุ	0.039	2	0.020	0.038	0.963
Residuals	175.889	342	0.514		

โดยผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ พบว่ามีค่า p-value 0.845 ซึ่งมากกว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ ไม่แตกต่างกัน โดยแสดงรายละเอียดดังตาราง 4.6 ดังนี้

ตารางที่ 4.6

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

Case	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p-value
ระดับการศึกษา	0.173	2	0.087	0.169	0.845
Residuals	175.755	342	0.514		

โดยผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ พบว่ามีค่า p-value น้อยกว่า 0.001 ซึ่งน้อยกว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ แตกต่างกัน โดยแสดงรายละเอียดดังตาราง 4.7 ดังนี้

ตารางที่ 4.7

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

Case	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p-value
รายได้ต่อเดือน	12.421	4	3.105	6.457	<0.001
Residuals	163.508	340	0.481		

โดยผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัยด้านสถานภาพการทำงานที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ พบว่ามีค่า p-value น้อยกว่า 0.001 ซึ่งน้อยกว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น ปัจจัยด้านสถานภาพการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ แตกต่างกัน โดยแสดงรายละเอียดดังตาราง 4.8 ดังนี้

ตารางที่ 4.8

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัยด้านสถานภาพการทำงานที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

Case	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p-value
สถานภาพการทำงาน	4	4	3.253	6.789	<0.001
Residuals	340	340	0.479		

โดยผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัยด้านลักษณะการทำงานหลักที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.294 ซึ่งมากกว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานหลักที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ ไม่แตกต่างกัน โดยแสดงรายละเอียดดังตาราง 4.9 ดังนี้

ตารางที่ 4.9

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัยด้านลักษณะการทำงานหลักที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

Case	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p-value
ลักษณะการทำงานหลัก	1.257	2	0.628	1.230	0.294
Residuals	174.672	342	0.511		

โดยผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัยด้านความถี่ในการเผชิญความเครียดจากงานหรือชีวิตประจำวันที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น ปัจจัยด้านความถี่ในการเผชิญความเครียดจากงานหรือชีวิตประจำวันที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ แตกต่างกัน โดยแสดงรายละเอียดดังตาราง 4.10 ดังนี้

ตารางที่ 4.10

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัยด้านความถี่ในการเผชิญความเครียดจากงานหรือชีวิตประจำวันที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

Case	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p-value
ความถี่ในการเผชิญความเครียดจากงานหรือชีวิตประจำวัน	6.445	3	2.148	4.323	0.005
Residuals	169.483	341	0.497		

โดยผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัยประสพการณ์ใช้ Generative AI โดยทั่วไปที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ พบว่ามีค่า p-value น้อยกว่า 0.001 ซึ่งน้อยกว่าที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น ปัจจัยประสพการณ์ใช้ Generative AI โดยทั่วไปที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ แตกต่างกัน โดยแสดงรายละเอียดดังตาราง 4.11 ดังนี้

ตารางที่ 4.11

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของปัจจัยด้านประสบการณ์ใช้ Generative AI โดยทั่วไปที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

Case	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p-value
ประสบการณ์ใช้ Generative AI โดยทั่วไป	33.601	3	11.200	26.834	< 0.001
Residuals	142.328	341	0.417		

4.4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรอิสระจากแบบสอบถามจำนวน 29 ตัวแปร (ข้อความ) จากผู้ตอบแบบสอบถาม 345 คน เพื่อหาความเหมาะสมในการจัดกลุ่มของตัวแปร และสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้วิธี Principal Components และการหมุนแกน (Rotation) ด้วยวิธี Varimax โดยการกำหนดเกณฑ์การทดสอบความเหมาะสมของข้อมูลว่ามีเพียงพอต่อการใช้วิธี EFA ด้วยสถิติทดสอบ ได้แก่

1. สถิติทดสอบ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) ควรมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 (Field, 2017) และ
2. สถิติทดสอบ Barlett's มีค่า p-value (Sig.) น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 (Hair et al., 2010)

และกำหนดเกณฑ์การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Common Factor) ได้แก่ สถิติน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) ใช้แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรกับกลุ่มองค์ประกอบ ควรมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 ซึ่งถือว่ามีนัยสำคัญในทางปฏิบัติ (Hair et al., 2010)

สำหรับผลการทดสอบความเหมาะสมของข้อมูลต่อการใช้วิธี EFA และผลการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมของแต่ละปัจจัยดังนี้

4.4.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบกลุ่มตัวแปรอิสระตามกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model

ก่อนการวิเคราะห์ EFA ปัจจัยกลุ่มตัวแปรอิสระตามกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model ซึ่งประกอบด้วยการรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)

ภายหลังการวิเคราะห์ EFA ผลการทดสอบความเหมาะสมของข้อมูล พบว่าข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติทดสอบ KMO มีค่าเท่ากับ 0.828 ซึ่งมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 และมีสถิติทดสอบ Bartlett's Test มีค่า p-value (Sig.) น้อยกว่า 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ตามเกณฑ์ที่กำหนด สำหรับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบรวมและจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ พบว่าสามารถจัดกลุ่มข้อความออกเป็น 2 องค์ประกอบหลัก โดยข้อความส่วนใหญ่ในกลุ่มการรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) จัดกลุ่มอยู่ในองค์ประกอบที่สอดคล้องกับแนวคิดทางทฤษฎี ดังแสดงในตาราง 4.12-4.13

ตารางที่ 4.12

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ของกลุ่มตัวแปรอิสระตามกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model

วิธีการวิเคราะห์		ผลการวิเคราะห์
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO)		0.828
Bartlett's test of sphericity	X ² (Approx. Chi-Square)	1316.804
	df	28
	p-value	<0.001

ตารางที่ 4.13

การจัดกลุ่มตัวแปรอิสระตามกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model

ตัวแปร		องค์ประกอบ	องค์ประกอบ
		1	2
PU1	ฉันคิดว่า Generative AI สามารถช่วยให้ฉันรู้สึกผ่อนคลายเมื่อต้องเผชิญความเครียด เหมือนมีคนคอยอยู่ข้างๆ คอยพูดปลอบหรือให้กำลังใจ	0.917	-
PU2	ฉันคิดว่า Generative AI สามารถช่วยให้ฉันมองปัญหาหรือสถานการณ์ที่ยากลำบากในมุมมองใหม่ ๆ เหมือนที่เพื่อนสนิทหรือที่ปรึกษาดี ๆ รับฟังอยู่ด้วย	-	0.600

ตารางที่ 4.13

การจัดกลุ่มตัวแปรอิสระตามกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model (ต่อ)

ตัวแปร		องค์ประกอบ	องค์ประกอบ
		1	2
PU3	ฉันคิดว่า Generative AI จะเป็นตัวช่วยสำคัญในวันที่ฉันรู้สึกเครียดหรือเหนื่อยล้า ช่วยให้ฉันรู้สึกว่ามีแรงและกำลังใจกลับมา	0.844	-
PU4	ฉันคิดว่า Generative AI จะช่วยให้ฉันจัดการกับความคิดเชิงลบได้ดีขึ้น และมีกำลังใจดำเนินชีวิตต่อไป	0.864	-
PEOU1	ฉันคิดว่า Generative AI ใช้งานได้ง่าย แม้ฉันจะไม่ถนัดเทคโนโลยี ก็ยังรู้สึกว่าจะสามารถเริ่มใช้งานได้	-	0.870
PEOU2	ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถเรียนรู้การใช้งาน Generative AI ได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องพึ่งคนอื่นมากนัก	-	0.659
PEOU3	ฉันคิดว่าการเล่นหากับ Generative AI เป็นเรื่องง่ายและเป็นมิตร ไม่ซับซ้อนจนรู้สึกเครียดหรือกลัว	0.574	-
PEOU4	ฉันรู้สึกว่า การเริ่มต้นใช้งาน Generative AI ไม่มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก และสามารถเข้าถึงได้สะดวกทุกที่ทุกเวลา	-	0.861

หมายเหตุ. การสกัดองค์ประกอบด้วยวิธี Principal Components และหมุนแกนด้วยวิธี Varimax

4.4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบกลุ่มตัวแปรขยาย (Extended Variables)

ก่อนการวิเคราะห์ EFA ปัจจัยกลุ่มตัวแปรขยาย (Extended Variables) จากกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ (Perceived Emotional Value) ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ (Trust in AI) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) และการรับรู้อุปสรรค (Perceived Barriers)

ภายหลังการวิเคราะห์ EFA ผลการทดสอบความเหมาะสมของข้อมูล พบว่าข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติทดสอบ KMO มีค่าเท่ากับ 0.895 ซึ่งมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 และมีสถิติทดสอบ Bartlett's Test มีค่า p-value (Sig.) น้อยกว่า 0.001

ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ตามเกณฑ์ที่กำหนด สำหรับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมและจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ พบว่าสามารถจัดกลุ่มข้อความออกเป็น 2 องค์ประกอบหลัก โดยองค์ประกอบที่หนึ่งสะท้อนการประเมินจากภายในผู้ใช้ ซึ่งประกอบด้วยการรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ และการรับรู้อุปสรรค ขณะที่องค์ประกอบที่สองสะท้อนอิทธิพลทางสังคมจากบุคคลและสภาพแวดล้อมภายนอก ดังแสดงในตาราง 4.14-4.15

ตารางที่ 4.14

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ของกลุ่มตัวแปรขยาย (Extended Variables)

วิธีการวิเคราะห์		ผลการวิเคราะห์
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO)		0.895
Barlett's test of sphericity	X ² (Approx. Chi-Square)	4451.430
	df	136
	p-value	<0.001

ตารางที่ 4.15

การจัดกลุ่มตัวแปรขยาย (Extended Variables)

ตัวแปร		องค์ประกอบ	องค์ประกอบ
		1	2
PEV1	ถ้าได้พูดคุยกับ Generative AI ฉันคิดว่าฉันจะรู้สึกมีคน (หรือบางสิ่ง) รับฟังฉันจริง ๆ แม้ในเรื่องส่วนตัวหรือเรื่องที่ไม่เคยเล่าให้ใครฟัง	0.507	0.558
PEV2	ฉันคิดว่า Generative AI อาจเป็นเพื่อนคุยที่ช่วยให้ฉันไม่รู้สึกที่ต้องเผชิญปัญหาคนเดียว เมื่อรู้สึกโดดเดี่ยวหรือไม่มีใครคุยด้วย	0.582	-
PEV3	ในวันที่ฉันเครียดหรือเหนื่อยล้า ฉันคิดว่า Generative AI จะช่วยทำให้ใจฉันสงบลง ผ่อนคลาย เหมือนได้มีคนใกล้ชิดมาปลอบใจ	0.699	-

ตารางที่ 4.15

การจัดกลุ่มตัวแปรขยาย (Extended Variables) (ต่อ)

ตัวแปร		องค์ประกอบ	องค์ประกอบ
		1	2
PEV4	ฉันคิดว่าการสนทนากับ Generative AI ช่วยให้ฉันรู้สึกมีพื้นที่ปลอดภัย ที่สามารถพูดคุยความรู้สึกได้อย่างอิสระ	0.505	0.623
TRUST1	ฉันเชื่อว่า Generative AI สามารถเก็บข้อมูลของฉันได้อย่างปลอดภัย	0.753	-
TRUST2	ฉันเชื่อว่า Generative AI จะให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นอันตรายต่อฉัน	0.534	-
TRUST3	ฉันเชื่อว่า Generative AI จะไม่ตัดสินหรือพูดจาดูหมิ่นฉัน แม้ในเรื่องส่วนตัวหรือความคิดของฉัน	-	0.662
TRUST4	ฉันเชื่อว่า Generative AI จะไม่ใช่ข้อมูลส่วนตัวของฉันไปในทางที่สร้างความเสียหายหรือกระทบต่อฉัน	0.699	-
SI1	ฉันรู้สึกว่าสังคมเปิดกว้างและยอมรับการใช้ Generative AI เพื่อพูดคุยหรือบรรเทาความเครียด	-	0.861
SI2	ฉันรู้สึกว่าคนรอบตัวของฉันเข้าใจ เห็นคุณค่า และสนับสนุนการใช้ Generative AI เพื่อช่วยด้านอารมณ์	-	0.752
SI3	การที่คนใกล้ชิด เช่น ครอบครัวหรือเพื่อน ยอมรับและสนับสนุนการใช้ Generative AI เพื่อช่วยด้านอารมณ์ ทำให้ฉันรู้สึกมั่นใจและเต็มใจที่จะใช้อย่างต่อเนื่อง	-	0.788
SI4	ฉันรู้สึกว่ากระแสในสังคมและสื่อออนไลน์เริ่มทำให้การใช้ Generative AI เพื่อช่วยด้านอารมณ์เป็นเรื่องที่ “ปกติ” และน่าลองใช้	-	0.892

ตารางที่ 4.15

การจัดกลุ่มตัวแปรขยาย (Extended Variables) (ต่อ)

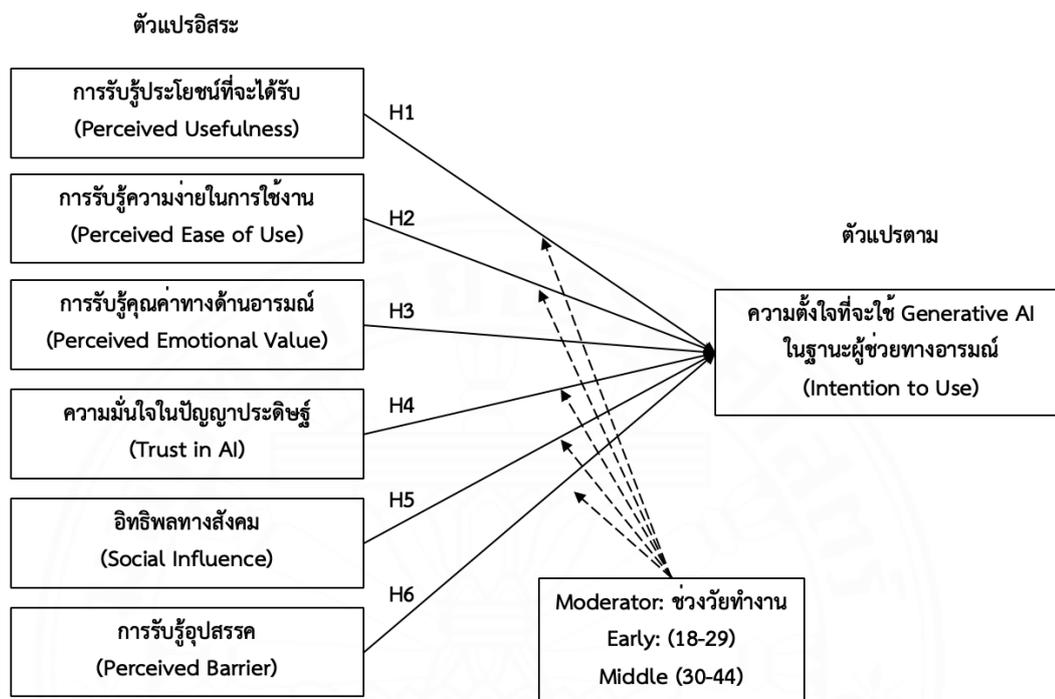
ตัวแปร		องค์ประกอบ	องค์ประกอบ
		1	2
BARRIER1	ฉันรู้สึกว่ Generative AI ขาดความสามารถในการแสดงความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจอย่างลึกซึ้ง เหมือนที่นักบำบัดมนุษย์สามารถทำได้	0.726	-
BARRIER2	ฉันไม่มั่นใจในความน่าเชื่อถือของคำแนะนำที่ได้จาก Generative AI และกลัวว่าฉันอาจไม่ถูกต้อง	0.767	-
BARRIER3	ฉันกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูลและเนื้อหาการสนทนา เมื่อมีการใช้ Generative AI ในการช่วยด้านการบำบัดหรือสนับสนุนทางอารมณ์	0.819	-
BARRIER4	ฉันกังวลว่าอัลกอริทึมของ Generative AI อาจมีความลำเอียง (bias) และไม่รับฟังฉันอย่างเป็นกลาง	0.756	-
BARRIER5	ฉันกังวลว่าข้อมูลและเนื้อหาการสนทนาของฉันอาจไม่ปลอดภัยเมื่อใช้ Generative AI ในการช่วยด้านอารมณ์	0.856	-

หมายเหตุ. การสกัดองค์ประกอบด้วยวิธี Principal Components และหมุนแกนด้วยวิธี Varimax

ผลจากการวิเคราะห์กลุ่มองค์ประกอบของปัจจัยทั้ง 6 ด้าน ประกอบไปด้วยข้อถามเช่นเดิม ซึ่งโมเดลวิจัยหลังวิเคราะห์ EFA ไม่เปลี่ยนแปลง ดึงโมเดลของงานวิจัยเพื่อนำไปใช้สำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ดังภาพ 4.1

ภาพที่ 4.1

องค์ประกอบของปัจจัยการยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์หลังการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA)



4.5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การทดสอบสมมติฐานของวิจัยนี้ด้วยการใช้สถิติในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระหลายตัวต่อตัวแปรตาม 1 ตัว โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ (significant level) ค่า p-value น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยสามารถจัดองค์ประกอบได้ทั้งหมด 6 กลุ่ม ที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ และนำมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้งหมดที่ได้จากการจัดกลุ่ม โดยมีสมมติฐานดังนี้

H1: การรับรู้ที่ AI มีประโยชน์ในการช่วยลดความเครียดและสนับสนุนอารมณ์ จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้

H2: การรับรู้ที่ AI ใช้งานง่ายและเข้าถึงสะดวก จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้

H3: การรับรู้ว่าคุณค่าทางอารมณ์ เช่น ทำให้รู้สึกได้รับการรับฟัง ลดความเหงา จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้

H4: ความเชื่อมั่นในความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และความเหมาะสมของ AI จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้

H5: การรับรู้ว่าได้รับการยอมรับหรือสนับสนุนจากคนรอบข้าง จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้

H6: การรับรู้อุปสรรคหรือความกังวลต่อ AI จะมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจใช้

จากผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ โดยประกอบด้วย ปัจจัยทั้ง 6-ด้านได้แก่ การรับรู้ความมีประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ อิทธิพลทางสังคม การรับรู้อุปสรรค ส่วนตัวแปรตามคือ ความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI เป็นที่พึ่งพาทางอารมณ์ พบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยมีค่าทางสถิติอย่างมีทางสถิติอย่างมีระดับนัยสำคัญ คือ $P < 0.001$ ($F = 603.051$) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.956 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายสูงสุดเท่ากับร้อยละ 91.50 ($R^2=0.915$) มีค่าความผิดพลาดมาตรฐานต่ำสุดเท่ากับ 0.206 ในรายละเอียดผลการวิเคราะห์ของตัวแปรอิสระซึ่งเป็นตัวกำหนดความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI เป็นที่พึ่งพาทางอารมณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า

1. การรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.364$, $p < 0.001$) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้ที่รับรู้ Generative AI มีประโยชน์ต่อชีวิตหรือการจัดการอารมณ์ มีแนวโน้มตั้งใจใช้งานระบบมากขึ้นอย่างชัดเจน

2. ในขณะที่การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ไม่พบอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.003$, $p = 0.897$) สะท้อนว่าความง่ายในการใช้งานมิได้เป็นปัจจัยสำคัญในการอธิบายความตั้งใจใช้ Generative AI ในบริบทของการสนับสนุนทางอารมณ์สำหรับกลุ่มตัวอย่างนี้

3. การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ (Perceived Emotional Value) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.318$, $p < 0.001$) แสดงให้เห็นว่าความรู้สึกว่าระบบช่วยให้เกิดการผ่อนคลาย การทบทวนตนเอง หรือการจัดการอารมณ์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความตั้งใจใช้งาน

4. ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ (Trust in AI) พบว่ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.298$, $p < 0.001$) สะท้อนว่าความเชื่อมั่นต่อความ

นำเชื่อถือและความเหมาะสมของระบบมีบทบาทสำคัญต่อการยอมรับ Generative AI ในบริษัท ดังกล่าว

5. อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = 0.080, p = 0.001) แสดงให้เห็นว่าการรับรู้แรงสนับสนุนหรือการยอมรับจากบุคคลรอบข้างมีส่วนช่วยส่งเสริมความตั้งใจในการใช้ Generative AI

6. ในทางตรงกันข้าม การรับรู้อุปสรรค (Perceived Barrier) ไม่พบอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = -0.040, p = 0.123) สะท้อนว่าความกังวลหรือข้อจำกัดที่รับรู้ยังไม่เพียงพอที่จะลดทอนความตั้งใจใช้งาน Generative AI ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง

โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI ได้ดีที่สุด คือ ตัวแปรการรับรู้ความมีประโยชน์ และการรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.16-4.18

ตารางที่ 4.16

ประสิทธิภาพของสมการถดถอยในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate
0.956	0.915	0.913	0.206

ตารางที่ 4.17

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig. p-value
Regression	154.026	6	25.671	603.051	<0.001
Residual	14.346	337	0.043		
Total	168.372	343			

ตารางที่ 4.18

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig. p-value
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	3.748	0.011		336.861	<.001*
การรับรู้ความมี ประโยชน์ (Perceived Usefulness)	0.255	0.027	0.364	9.522	<.001*
การรับรู้ความง่ายใน การใช้งาน (Perceived Ease of Use)	0.002	0.015	0.003	0.129	0.897
การรับรู้คุณค่าทาง อารมณ์ (Perceived Emotional Value)	0.226	0.026	0.318	8.557	<.001*
ความไว้วางใจใน ปัญญาประดิษฐ์ (Trust in AI)	0.212	0.027	0.298	7.8	<.001*
อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)	0.056	0.017	0.08	3.235	0.001*
การรับรู้อุปสรรค (Perceived Barrier)	-0.029	0.018	-0.04	-1.546	0.123

หมายเหตุ *P < 0.05

4.6 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรกำกับ (Moderator Variable)

จากการทดสอบตัวแปรกำกับ (Moderator Variable) เพื่อให้เข้าใจอิทธิพลของตัวแปรกำกับที่ส่วนร่วมกับตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์หรือไม่ โดยตัวแปรกำกับที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดให้ ช่วงวัยทำงาน

เป็นตัวแปรกำกับ (Moderator Variable) โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตามนิยามของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ วัยทำงานตอนต้น (Early Working Age): อายุ 18–29 ปี และ วัยทำงานตอนกลาง (Middle Working Age): อายุ 30–44 ปี และตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ การรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ (Perceived Emotional Value) ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ (Trust in AI) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) การรับรู้อุปสรรค (Perceived Barrier) การรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness)

การวิเคราะห์ตัวแปรกำกับ (Moderation Analysis) มีขั้นตอนเพิ่มเติมดังนี้

1. การปรับค่าตัวแปรให้อยู่ในรูป Mean centering เพื่อป้องกันปัญหา Multicollinearity ซึ่งอาจเกิดจากความสัมพันธ์สูงระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรอิทธิพลร่วม (Interaction Term) ได้มีการปรับค่าตัวแปรช่วงวัยทำงาน การรับรู้ความมีประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ อิทธิพลทางสังคม การรับรู้อุปสรรค และ การรับรู้ความมีประโยชน์ ด้วยวิธี Mean Centering

2. การสร้างตัวแปรอิทธิพลร่วม (Interaction Term): ตัวแปรอิทธิพลร่วมเกิดจากการคูณค่าที่ปรับแล้วของตัวแปรช่วงวัยทำงาน กับตัวแปร การรับรู้ความมีประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ อิทธิพลทางสังคม การรับรู้อุปสรรค เพื่อใช้ในการทดสอบผลของตัวแปรกำกับต่อความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

จากผลการทดสอบทดสอบสมมติฐานงานวิจัยด้วย การวิเคราะห์การถดถอยเชิงลำดับขั้น Hierarchical Regression โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงลำดับขั้นแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 (Model 1) ประกอบด้วยตัวแปรอิสระทั้งหมดและตัวแปรกำกับ (ช่วงวัย ทำงาน) ขั้นที่ 2 (Model 2) เพิ่มตัวแปรอิทธิพลร่วม (Interaction Terms) เพื่อทดสอบผลการกำกับของช่วงวัยทำงานต่อความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

เพื่อทดสอบบทบาทของช่วงวัยทำงานในฐานะตัวแปรกำกับเพื่อการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ โดยประกอบด้วยตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้ความมีประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ อิทธิพลทางสังคม การรับรู้อุปสรรค และตัวแปรกำกับคือ ช่วงวัยทำงาน ส่วนตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจในการใช้งานของผู้ใช้ ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงลำดับขั้นแสดงให้เห็นว่า ใน Model 1 โมเดลมีความเหมาะสมทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ ($F = 513.775, p < .001$) โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจในการใช้งานได้ร้อยละ 91.5 ($R^2 = 0.915$) และเมื่อเพิ่มตัวแปรอิทธิพลร่วมใน Model 2 ค่า R^2 เพิ่มขึ้นเป็น 0.921 ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่มีค่า $p = <0.001$

แสดงให้เห็นว่าการเพิ่มตัวแปรอิทธิพลร่วมช่วยเพิ่มความสามารถในการอธิบายความตั้งใจในการใช้งานได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังแสดงในตารางที่ 4.19 และ 4.20

ตารางที่ 4.19

ประสิทธิภาพของสมการถดถอยในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงลำดับขั้น (Hierarchical Regression)

Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate
1	0.956 ^a	0.915	0.913	0.289
2	0.959 ^b	0.921	0.917	0.281

หมายเหตุ. a. Predictors: (Constants), ช่วงวัยทำงาน, การรับรู้ความมีประโยชน์, การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน, การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์, ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์, อิทธิพลทางสังคม, การรับรู้อุปสรรค

b. Predictors: (Constants), ตัวแปรใน Model 1 และตัวแปรอิทธิพลร่วม (ช่วงวัยทำงาน × ตัวแปรอิสระ)

ตารางที่ 4.20

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของสมการถดถอยเชิงลำดับขั้น (Hierarchical Regression ANOVA)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig. p-value
1	Regression	301.081	7	43.012	513.775	<.001 ^a
	Residual	28.129	336	0.084		
	Total	329.21	343			
2	Regression	303.048	13	23.311	294.041	<.001 ^b
	Residual	26.162	330	0.079		
	Total	329.21	343			

หมายเหตุ. a. Predictors: (Constants), ช่วงวัยทำงาน, การรับรู้ความมีประโยชน์, การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน, การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์, ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์, อิทธิพลทางสังคม, การรับรู้อุปสรรค

b. Predictors: (Constants), ตัวแปรใน Model 1 และตัวแปรอิทธิพลร่วม (ช่วงวัยทำงาน × ตัวแปรอิสระ)

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรกำกับ (Moderation Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงลำดับขั้น (Hierarchical Regression Analysis) ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.21 สรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ในขั้นที่ 1 (Model 1) ซึ่งเป็นโมเดลพื้นฐานที่ประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรกำกับคือช่วงวัยทำงาน พบว่าช่วงวัยทำงานไม่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้งาน (beta = -0.010, p = 0.562) แสดงให้เห็นว่าความแตกต่างของช่วงวัยเพียงอย่างเดียวไม่สามารถอธิบายความตั้งใจในการใช้งาน Generative AI ได้อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ปัจจัยด้านการรับรู้ความมีประโยชน์ การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ และอิทธิพลทางสังคม มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p < 0.05) ส่วนการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้อุปสรรคไม่พบผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้งาน ซึ่งสะท้อนว่าผู้ใช้ให้ความสำคัญกับคุณค่าเชิงผลลัพธ์และความเชื่อมั่นมากกว่าปัจจัยด้านความสะดวกทางเทคนิค

ผลการวิเคราะห์ในขั้นที่ 2 (Model 2: Moderation Model) เมื่อเพิ่มตัวแปรอิทธิพลร่วม (Interaction Terms) ระหว่างช่วงวัยทำงานกับตัวแปรอิสระในขั้นที่ 1 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระหลักยังคงมีทิศทางและระดับนัยสำคัญใกล้เคียงกับ Model 1 และผลของตัวแปรอิทธิพลร่วม (Interaction Terms) ทำให้ค้นพบว่าช่วงวัยทำงานทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับในบางความสัมพันธ์เท่านั้น โดยไม่พบผลการกำกับของช่วงวัยทำงานในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความมีประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้คุณค่าทางอารมณ์กับความตั้งใจในการใช้งาน เนื่องจากตัวแปรอิทธิพลร่วมดังกล่าวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p > 0.05) รวมถึงไม่พบผลการกำกับในความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลทางสังคมกับความตั้งใจในการใช้งาน

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรอิทธิพลร่วมระหว่างช่วงวัยทำงานกับความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (beta = 0.098, p = 0.014) รวมถึง ตัวแปรอิทธิพลร่วมระหว่างช่วงวัยทำงานกับการรับรู้อุปสรรค (beta = 0.097, p < 0.001) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้งสองกับความตั้งใจในการใช้งานมีความแตกต่างกันตามช่วงวัยทำงาน

ผลดังกล่าวสะท้อนว่าผู้ใช้ในแต่ละช่วงวัยอาจมีการรับรู้และประเมินความเสี่ยง ความน่าเชื่อถือ และข้อจำกัดของ Generative AI แตกต่างกัน โดยเฉพาะในบริบทของการใช้งานเป็นผู้ช่วยทางอารมณ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับประเด็นด้านความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัย และความอ่อนไหวทางจิตใจมากกว่าประเด็นด้านประโยชน์หรือความง่ายในการใช้งานเพียงอย่างเดียว

ตารางที่ 4.21

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงลำดับชั้น (Hierarchical Regression Analysis) เพื่อทดสอบบทบาทตัวแปรกำกับของช่วงวัยทำงานต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับ Generative AI และความตั้งใจในการใช้งาน

Model 1	Unstandardized		Standardized	t	p-value
	Beta	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	0.005	0.016		0.322	0.747
ช่วงวัยทำงาน	-0.02	0.034	-0.01	-0.58	0.562
การรับรู้ความมีประโยชน์	0.357	0.038	0.364	9.443	<.001
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	0.004	0.022	0.004	0.185	0.853
การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์	0.314	0.037	0.316	8.394	<.001
ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์	0.295	0.038	0.297	7.685	<.001
อิทธิพลทางสังคม	0.082	0.025	0.082	3.235	0.001
การรับรู้อุปสรรค	-0.04	0.026	-0.041	1.563	0.119
Model 2	Unstandardized		Standardized	t	p-value
	Beta	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	-0.004	0.016		-0.232	0.817
ช่วงวัยทำงาน	-0.023	0.034	-0.011	0.689	0.492
การรับรู้ความมีประโยชน์	0.337	0.043	0.344	7.771	<.001
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	0.005	0.022	0.006	0.255	0.799
การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์	0.324	0.039	0.326	8.276	<.001

ตารางที่ 4.21

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงลำดับชั้น (Hierarchical Regression Analysis) เพื่อทดสอบบทบาทตัวแปรกำกับของช่วงวัยทำงานต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับ Generative AI และความตั้งใจในการใช้งาน (ต่อ)

Model 2	Unstandardized		Standardized	t	p-value
	Beta	Std. Error	Beta		
ความไว้วางใจใน ปัญญาประดิษฐ์	0.317	0.04	0.319	7.973	<.001
อิทธิพลทางสังคม	0.067	0.026	0.068	2.553	0.011
การรับรู้อุปสรรค	-0.036	0.026	-0.037	1.378	0.169
ช่วงวัยทำงาน x การรับรู้ ความมีประโยชน์	0.025	0.078	0.013	0.322	0.748
ช่วงวัยทำงาน x การรับรู้ ความง่ายในการใช้งาน	0.006	0.044	0.003	0.14	0.888
ช่วงวัยทำงาน x การรับรู้ คุณค่าทางอารมณ์	-0.127	0.076	-0.065	1.667	0.096
ช่วงวัยทำงาน x ความ ไว้วางใจใน ปัญญาประดิษฐ์	0.197	0.08	0.098	2.471	0.014
ช่วงวัยทำงาน x อิทธิพล ทางสังคม	0.07	0.05	0.033	1.385	0.167
ช่วงวัยทำงาน x การรับรู้ อุปสรรค	0.195	0.053	0.097	3.708	<.001

หมายเหตุ. *P < 0.05

การวิเคราะห์ตัวแปรกำกับในงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ช่วงวัยทำงานไม่ได้กำกับความสัมพันธ์ของปัจจัยการยอมรับทุกตัวกับความตั้งใจในการใช้งาน แต่มีบทบาทเฉพาะในปัจจัยด้านความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ และ การรับรู้อุปสรรค ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงและความมั่นใจในการใช้งานเทคโนโลยีมากกว่าประเด็นด้านประโยชน์หรือความง่ายในการใช้งาน

ผลการศึกษานี้ช่วยขยายความเข้าใจเกี่ยวกับการยอมรับ Generative AI ในบริบทของการสนับสนุนทางอารมณ์ โดยชี้ให้เห็นว่าการออกแบบและพัฒนาเทคโนโลยีดังกล่าวควรคำนึงถึงความแตกต่างเชิงช่วงวัย โดยเฉพาะในประเด็นด้านความไว้วางใจและการจัดการอุปสรรค เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ในแต่ละช่วงวัยได้อย่างเหมาะสม

4.7 ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

การสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สามารถทดสอบสมมติฐานของตัวแปรอิสระได้ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยการยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

ลำดับสมมติฐาน	สมมติฐาน (Hypotheses)	ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย
สมมติฐานที่ 1 (H1)	การรับรู้ที่ AI มีประโยชน์ในการช่วยลดความเครียดและสนับสนุนอารมณ์ จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 2 (H2)	การรับรู้ที่ AI ใช้งานง่ายและเข้าถึงสะดวก จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้	ไม่สนับสนุน
สมมติฐานที่ 3 (H3)	การรับรู้ที่ AI สร้างคุณค่าทางอารมณ์ เช่น ทำให้รู้สึกได้รับการรับฟัง ลดความเหงา จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 4 (H4)	ความเชื่อมั่นในความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และความเหมาะสมของ AI จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 5 (H5)	การรับรู้ที่ได้รับการยอมรับหรือสนับสนุนจากคนรอบข้าง จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 6 (H6)	การรับรู้อุปสรรคหรือความกังวลต่อ AI จะมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจใช้	ไม่สนับสนุน

4.8 การอภิปรายผลของการวิจัย

การอภิปรายผลของการวิจัยในส่วนนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อตีความและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ (Intention to Use) ของคนไทยวัยทำงานที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ใช้งานในบริบทดังกล่าว โดยเชื่อมโยงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และผลการวิเคราะห์ตัวแปรกำกับ (Moderation Analysis) เข้ากับกรอบแนวคิดทฤษฎี (Technology Acceptance Model: TAM) และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่ได้ทบทวนไว้ในบทที่ 2

ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของสมการถดถอยเชิงพหุคูณพบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว (การรับรู้ความมีประโยชน์, การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน, การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์, ความไว้วางใจใน AI, อิทธิพลทางสังคม, และการรับรู้อุปสรรค) สามารถรวมกันทำนายความตั้งใจที่จะใช้งาน Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ได้สูงถึงร้อยละ 91.50 ($R^2=0.915$) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $P < 0.001$ ($F = 603.051$) ซึ่งสะท้อนว่าปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการยอมรับเทคโนโลยีนี้ของกลุ่มตัวอย่าง

4.8.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ที่ AI มีประโยชน์ในการช่วยลดความเครียดและสนับสนุนอารมณ์ จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้

ผลจากการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI เป็นที่พึ่งพาทางอารมณ์ โดยเมื่อคนในวัยทำงานตระหนักว่าปัญญาประดิษฐ์มีประโยชน์ในการช่วยลดความเครียดและสนับสนุนอารมณ์ เช่น การให้คำปรึกษา การให้กำลังใจ ช่วยให้ผู้ใช้ตระหนักถึงความรู้สึกของตนเองมากขึ้น การสร้างประโยชน์บอกตนเองเชิงบวก พวกเขาจะมีแรงจูงใจในการตั้งใจใช้งาน การรับรู้ความมีประโยชน์ถือเป็นปัจจัยที่มีอำนาจในการทำนายความตั้งใจใช้ (Intention to Use) สูงที่สุด ในบรรดาตัวแปรทั้งหมด ซึ่งหมายความว่าคนวัยทำงานที่เชื่อว่า Generative AI สามารถช่วยให้พวกเขารู้สึกผ่อนคลายเมื่อเผชิญความเครียด, ช่วยให้มีมุมมองใหม่, หรือช่วยให้มีกำลังใจในการดำเนินชีวิตต่อไป จะมีความตั้งใจสูงที่จะทดลองใช้เทคโนโลยีนี้ ผลการค้นพบนี้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) ดั้งเดิมที่พัฒนาโดย (Davis, 1989) ซึ่งระบุว่า การรับรู้ความมีประโยชน์เป็นองค์ประกอบหลักที่ผลักดันการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับปัญญาประดิษฐ์ ด้านสุขภาพจิตในบริบทสากล เช่น งานวิจัยเชิงทดลองของ (Inkster et al., 2018) ที่พบว่าแชทบอท (Wysa) สามารถช่วยลดอาการซึมเศร้าได้อย่างมีนัยสำคัญ และ (Heinz et al., 2025) ที่พบว่า Therabot ช่วยลดอาการซึมเศร้าและความวิตกกังวลได้ ดังนั้น หากผู้ใช้กลุ่มเป้าหมายมองเห็นประโยชน์เชิงประจักษ์ใน

การจัดการความเครียดในชีวิตประจำวัน ความเต็มใจที่จะยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ก็จะเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน

4.8.2 ความสัมพันธ์การรับรู้ที่ AI ใช้งานง่ายและเข้าถึงสะดวก จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้

ผลจากการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) การค้นพบนี้ไม่สนับสนุน และไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ และมีความแตกต่างจากทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM) ดั้งเดิมที่ระบุว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานควรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Intention to Use อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) พบว่ากลุ่มตัวอย่างวัยทำงานมีความคิดเห็นต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยสูง การที่การรับรู้ความง่ายในการใช้งานไม่เป็นปัจจัยขับเคลื่อนที่มีนัยสำคัญทางสถิติ อาจตีความได้ว่า สำหรับกลุ่มตัวอย่างนี้ ซึ่งเป็นผู้ที่เคยใช้ Generative AI ทั่วไปมาก่อน พวกเขาได้มีการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและเชื่อมั่นในความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเองอยู่แล้ว ดังนั้น ความง่ายในการใช้งานจึงเป็น ปัจจัยพื้นฐาน (Hygiene Factor) หรือ คุณสมบัติที่คาดหวัง (Expected Feature) ที่ไม่มีอิทธิพลเพิ่มเติมในการตัดสินใจตั้งใจที่จะใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ สำหรับบริบทที่ละเอียดอ่อนอย่างการสนับสนุนทางอารมณ์ แต่ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าและผลลัพธ์การรับรู้ความมีประโยชน์กลับเป็นปัจจัยหลักที่ผลักดันความตั้งใจในการใช้งานแทน

4.8.3 ความสัมพันธ์การรับรู้ที่ AI สร้างคุณค่าทางอารมณ์ เช่น ทำให้รู้สึกได้รับการรับฟัง ลดความเหงา จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้

ผลจากการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ (Perceived Emotional Value) สัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI เป็นที่พึ่งพาทางอารมณ์ การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการทำนายความตั้งใจใช้เป็นอันดับที่สองรองจากการรับรู้ความมีประโยชน์ ซึ่งเน้นย้ำว่าการที่ผู้ใช้รับรู้ว่าการใช้ Generative AI สามารถเป็นเพื่อนคุย ทำให้รู้สึกได้รับการรับฟัง หรือสร้างพื้นที่ปลอดภัย ในการพูดคุยความรู้สึกได้ เป็นแรงจูงใจสำคัญที่นำไปสู่การยอมรับ ผลการค้นพบนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการยืนยันความจำเป็นของการเพิ่มตัวแปรด้านอารมณ์ในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทสุขภาพจิต โดยสอดคล้องกับงานวิจัยที่ประเมินแชทบอทบำบัดอย่าง Woebot และ Wysa ซึ่งพบว่าผู้ใช้รายงานความพึงพอใจสูงต่อการได้รับการสนับสนุนทางอารมณ์ และความสามารถของปัญญาประดิษฐ์ในการสร้างความรู้สึกผ่อนคลาย เนื่องจากปัญญาประดิษฐ์สามารถให้การสนับสนุน

แบบ On-demand และช่วยลดปัญหาการตีตราทางสังคม (stigma) ที่ผู้ใช้จำเป็นต้องเผชิญเมื่อไปพบนักบำบัดที่เป็นมนุษย์

4.8.4 ความเชื่อมั่นในความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และความเหมาะสมของ AI จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้

ผลจากการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยแสดงให้เห็นว่าความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ (Trust in AI) ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI เป็นที่พึ่งพาทางอารมณ์ ความไว้วางใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนความตั้งใจเป็นอันดับที่สาม ผลจากการทดสอบนี้แสดงให้เห็นว่า แม้ Generative AI จะถูกรับรู้อย่างสูงว่ามีประโยชน์และสร้างคุณค่าทางอารมณ์ แต่ผู้ใช้อาจยังต้องการความเชื่อมั่นเบื้องต้นว่าระบบมีความปลอดภัยในการเก็บข้อมูล จะให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นอันตราย หากขาดความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือนี้ ย่อมส่งผลให้เกิดความลังเลในการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวที่มีความละเอียดอ่อน ผลการค้นพบนี้สนับสนุนแนวคิดเรื่อง Trust Framework ของ (McKnight et al., 2011) และสอดคล้องกับงานวิจัยหลายชิ้นในภาคสุขภาพที่พบว่า ความไว้วางใจเป็นปัจจัยหลักในการยอมรับปัญญาประดิษฐ์ โดยเฉพาะในบริบทที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนตัวและสุขภาพจิต

4.8.5 การรับรู้ว่าจะได้รับการยอมรับหรือสนับสนุนจากรอบข้าง จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้

ผลจากการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยแสดงให้เห็นว่าอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI เป็นที่พึ่งพาทางอารมณ์ ถึงแม้ว่าอิทธิพลทางสังคมจะมีค่าน้ำหนักการถดถอยต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นที่สนับสนุน แต่ก็ยังแสดงถึงความสำคัญในการตัดสินใจของผู้ใช้ ซึ่งหมายความว่า หากคนวัยทำงานรับรู้ถึงสังคม (Social Norms) หรือคนรอบข้าง (เช่น ครอบครัวหรือเพื่อนสนิท) ยอมรับและสนับสนุนการใช้ Generative AI เพื่อบรรเทาความเครียด ก็จะช่วยเพิ่มความมั่นใจและความเต็มใจที่จะลองใช้ในอนาคต การค้นพบนี้ยืนยันถึงความสำคัญของปัจจัยภายนอกเชิงสังคมตามทฤษฎี UTAUT และงานวิจัยของ (Su et al., 2025) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมไทยที่การตีตราทางสังคม (stigma) ยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญในการแสวงหาความช่วยเหลือด้านสุขภาพจิต การที่สังคมเริ่มมองว่าการใช้ AI เพื่อสนับสนุนอารมณ์เป็นเรื่องปกติ จึงเป็นปัจจัยเชิงบวกที่ช่วยลดแรงกดดันทางสังคมและส่งเสริมการยอมรับเทคโนโลยี

4.8.6 การรับรู้อุปสรรคหรือความกังวลต่อ AI จะมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจใช้

ผลจากการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการรับรู้อุปสรรค (Perceived Barrier) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความตั้งใจที่จะใช้

Generative AI เป็นที่พึ่งพาทางอารมณ์ การค้นพบนี้ ไม่สนับสนุนสมมติฐาน โดยชี้ให้เห็นว่า ในการวิเคราะห์โดยรวม ปัจจัยเชิงลบที่รับรู้ เช่น ความกังวลด้านความเห็นอกเห็นใจที่ขาดไป ความไม่มั่นใจในความน่าเชื่อถือของคำแนะนำ หรือความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูล ไม่ได้มีอิทธิพลในการขัดขวางความตั้งใจใช้ Generative AI อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงลงไป พบประเด็นที่ควรให้ความสำคัญ 2 ประการ

1. ค่าเฉลี่ยของข้อความด้านอุปสรรคส่วนใหญ่มีแนวโน้มต่ำในระดับ "น้อย" ซึ่งบ่งชี้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้คุ้นชินกับเทคโนโลยีอาจไม่ได้มองว่าอุปสรรคเหล่านี้เป็นปัญหาใหญ่ในการพิจารณาจะลองใช้งาน

2. ผลการวิเคราะห์ตัวแปรกำกับพบว่า ช่วงวัยทำงานนั้นมีอิทธิพลต่อการรับรู้อุปสรรคอย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่าเมื่อจำแนกตามช่วงวัยแล้ว น้ำหนักของอุปสรรคอาจแตกต่างกัน เช่น วัยทำงานตอนกลางอาจให้ความสำคัญกับความเสถียรด้านข้อมูลและจริยธรรมมากกว่าวัยทำงานตอนต้น

4.8.7 ผลสรุปจากการวิเคราะห์ตัวแปรกำกับ (Moderator Variable)

จากการวิเคราะห์ตัวแปรกำกับของการวิจัยแสดงให้เห็นว่าตัวแปรกำกับช่วงวัยทำงาน (แบ่งเป็น 18–29 ปี และ 30–44 ปี) พบว่าตัวแปรอิสระเพียงสองตัวเท่านั้นที่มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับช่วงวัยทำงานอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI เป็นที่พึ่งพาทางอารมณ์ ซึ่งสะท้อนลักษณะการทำงานของตัวแปรกำกับที่มีความจำเพาะตามบริบทของปัจจัยที่ศึกษา

1. ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ x ช่วงวัยทำงาน มีปฏิสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ

2. การรับรู้อุปสรรค x ช่วงวัยทำงาน มีปฏิสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ

ผลจากการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าแม้ว่าช่วงวัยทำงานเพียงอย่างเดียวจะไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้ แต่ความแตกต่างระหว่างวัยทำงานตอนต้นและตอนกลางนั้น มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจและอุปสรรคต่อความตั้งใจใช้ ซึ่งเป็นการช่วยยืนยันว่าเมื่อมีการประเมินปัจจัยที่ละเอียดอ่อน เช่น ความปลอดภัยของข้อมูล และความกังวลทางจริยธรรม การรับรู้ของแต่ละช่วงวัยอาจถูกกำกับโดยประสบการณ์ชีวิตและความรับผิดชอบที่แตกต่างกัน การค้นพบนี้จึงเติมเต็มช่องว่างที่งานวิจัยก่อนหน้านี้ไม่ได้เปรียบเทียบภายในกลุ่มวัยทำงานอย่างละเอียด

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ยังพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความมีประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ และอิทธิพลทางสังคม ไม่ปรากฏปฏิสัมพันธ์ร่วมกับช่วงวัยทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งบ่งชี้ว่าความสัมพันธ์ของปัจจัยเหล่านี้กับความตั้งใจในการใช้งานมีลักษณะค่อนข้างคงที่ และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างวัยทำงานตอนต้นและวัยทำงานตอนกลาง ผลดังกล่าวสามารถตีความได้ว่าปัจจัยเหล่านี้มีลักษณะเป็นคุณค่าหรือ

ประสบการณ์พื้นฐานที่ผู้ใช้ในวัยทำงานรับรู้ในทิศทางใกล้เคียงกัน ไม่ว่าจะอยู่ในช่วงวัยใด โดยเฉพาะในกลุ่มตัวอย่างที่มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัลและเคยใช้งาน Generative AI ในลักษณะทั่วไปมาก่อน ส่งผลให้ความแตกต่างของช่วงวัยไม่เพียงพอที่จะทำให้ความสัมพันธ์ของปัจจัยดังกล่าวกับความตั้งใจในการใช้งานเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ผลการค้นพบยังสะท้อนว่าช่วงวัยทำงานมิได้ทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับในทุกมิติของการยอมรับเทคโนโลยี แต่มีบทบาทเฉพาะในปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินความเสี่ยง ความน่าเชื่อถือ และข้อจำกัดของระบบมากกว่า



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ในกลุ่มคนไทยวัยทำงาน ซึ่งไม่เคยมีประสบการณ์ใช้งาน AI ประเภทนี้มาก่อน โดยอาศัยแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 345 คน และนำข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความสอดคล้องเบื้องต้นเข้าสู่การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ตัวแปรกำกับ (Moderation Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ในกรอบแนวคิดของการยอมรับเทคโนโลยี

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและความตั้งใจใช้พบว่า การรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อความตั้งใจใช้ โดยมีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อประโยชน์เชิงประจักษ์ของ Generative AI ในบทบาทผู้ช่วยทางอารมณ์ เช่น การช่วยลดความเครียด การให้มุมมองใหม่ หรือการสนับสนุนด้านกำลังใจ ซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญในการยอมรับเทคโนโลยีประเภทนี้ต่อไป นอกจากนี้ การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ (Perceived Emotional Value) ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เป็นลำดับถัดมา โดยพบผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของมิติด้านอารมณ์ เช่น การรู้สึกว่าได้รับการรับฟังหรือมีพื้นที่ปลอดภัยในการระบายความรู้สึก ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่ผู้ใช้คาดหวังจาก Generative AI ในบริบทสุขภาพจิต ในขณะที่ ความไว้วางใจใน AI (Trust in AI) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนความสำคัญของความมั่นใจในระบบ เช่น ความน่าเชื่อถือของคำตอบ และความเหมาะสมในการให้คำแนะนำ เมื่อผู้ใช้รับรู้ได้ว่า AI สามารถตอบสนองอย่างเป็นประโยชน์ได้ ก็มีความเต็มใจที่จะเปิดใจยอมรับการใช้งานมากขึ้น ส่วนอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ก็มีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ แม้จะมีน้ำหนักน้อยกว่าปัจจัยหลักอื่น แต่สะท้อนถึงบทบาทของบรรทัดฐานทางสังคมต่อการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีใหม่ เช่น การรับรู้ว่าคุณรอบข้างยอมรับหรือสนับสนุนการใช้ปัญญาประดิษฐ์ เพื่อการจัดการอารมณ์ที่อาจส่งผลให้เกิดความมั่นใจมากขึ้น

ในทางตรงกันข้าม ตัวแปรการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ไม่พบความสัมพันธ์ทางสถิติที่มีนัยสำคัญต่อความตั้งใจใช้ แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีการประเมินว่าระบบใช้งานง่ายในระดับสูง ผลลัพธ์นี้สะท้อนให้เห็นว่า ความง่ายในการใช้งานอาจเป็นคุณสมบัติพื้นฐานที่ผู้ใช้คาดหวังจากปัญญาประดิษฐ์อยู่แล้ว จึงไม่ใช่เงื่อนไขที่ผลักดันให้เกิดความตั้งใจใช้เพิ่มเติม และใน

ทำนองเดียวกัน การรับรู้อุปสรรค (Perceived Barrier) ก็ไม่พบความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจใช้ โดยค่าเฉลี่ยของตัวแปรนี้อยู่ในระดับต่ำ สันนิษฐานได้ว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งเคยใช้เทคโนโลยีต่างๆในชีวิตประจำวันอยู่ก่อนแล้ว อาจไม่ได้มองว่าปัจจัยด้านความเสี่ยงหรือความกังวลเป็นอุปสรรคสำคัญในการทดลองใช้ในบริบทใหม่ด้านอารมณ์

สำหรับบทบาทของตัวแปรกำกับ ผลการวิเคราะห์พบว่าความไว้วางใจใน AI และการรับรู้อุปสรรคมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับช่วงวัยทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่าความแตกต่างของประสบการณ์ชีวิต ความรับผิดชอบ และทัศนคติด้านความปลอดภัยของแต่ละช่วงวัยมีผลต่อวิธีที่ผู้ใช้ประเมินความเสี่ยงหรือความปลอดภัยของปัญญาประดิษฐ์ และนำไปสู่ความตั้งใจใช้ที่แตกต่างกันตามบริบทของช่วงวัย

5.2 ประโยชน์ของงานวิจัย

5.2.1 ประโยชน์ในเชิงทฤษฎี

งานวิจัยนี้มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการต่อยอดองค์ความรู้ด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) โดยเฉพาะในบริบทของการยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ซึ่งยังถือเป็นหัวข้อที่มิงานวิจัยเชิงประจักษ์ในประเทศไทยค่อนข้างจำกัด ผลการศึกษาครั้งนี้ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงทฤษฎี ดังนี้

1. การเพิ่มตัวแปรด้านอารมณ์เข้ามาในโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี งานวิจัยพบว่า การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์เป็นปัจจัยสำคัญลำดับต้น ๆ ที่ขับเคลื่อนความตั้งใจใช้เทคโนโลยีนี้ในบริบทของคนไทย นอกเหนือไปจากการรับรู้ความมีประโยชน์แบบเดิม ซึ่งเป็นการช่วยยืนยันความจำเป็นในการผนวกมิติทางอารมณ์ในการศึกษาการยอมรับปัญญาประดิษฐ์ด้านสุขภาพจิต

2. การยืนยันบทบาทของความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์เป็นตัวแปรที่มีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่องานวิจัยนี้ ซึ่งช่วยให้สามารถอธิบายว่าความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และความเหมาะสมของปัญญาประดิษฐ์ในการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล เป็นเงื่อนไขสำคัญก่อนการยอมรับ ผลการศึกษาได้ตอกย้ำว่าในบริบทงานสุขภาพจิตซึ่งมีข้อมูลละเอียดอ่อน ความไว้วางใจเป็นปัจจัยที่ต้องมีคู่ขนานกับประโยชน์และคุณค่าทางอารมณ์

3. การเติมเต็มช่องว่างความรู้เกี่ยวกับอิทธิพลของช่วงวัยทำงาน งานวิจัยนี้ได้วิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ช่วงวัยทำงาน และตัวแปรด้านการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งช่วยเติมเต็มช่องว่างที่งานวิจัยก่อนหน้านี้ไม่ได้เน้น ผลวิเคราะห์ชี้ว่า ความไว้วางใจ และการรับรู้อุปสรรค มีความผลต่อการยอมรับความแตกต่างของช่วงวัย (18–29 ปี และ 30–44 ปี) ส่งผลให้เกิด

ความเข้าใจใหม่ว่าปัจจัยด้านประสบการณ์ชีวิตและมุมมองเรื่องความเสี่ยง อาจหล่อหลอมทัศนคติที่แตกต่างกันไปตามช่วงวัย

5.2.2 ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ

ผลจากการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติได้อย่างหลากหลาย ทั้งในมิติของการออกแบบเทคโนโลยี การสื่อสาร การส่งเสริมการรู้เท่าทันดิจิทัล ไปจนถึงการกำกับการใช้งานอย่างเหมาะสมในระดับบุคคลและสังคม โดยประโยชน์เหล่านี้สอดคล้องอย่างใกล้ชิดกับข้อค้นพบเชิงสถิติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาและเผยแพร่ Generative AI เพื่อสนับสนุนอารมณ์จำเป็นต้องพิจารณาทั้งด้านเทคโนโลยี ประสบการณ์ผู้ใช้ และบริบททางสังคมอย่างรอบด้าน

5.2.2.1 แนวทางในการออกแบบและพัฒนา Generative AI เพื่อสนับสนุนทางอารมณ์

การนำ Generative AI ไปใช้ในบริบทด้านอารมณ์ควรมุ่งเน้นการออกแบบที่ช่วยสนับสนุนประสบการณ์ของผู้ใช้ในชีวิตประจำวัน มากกว่าการเพิ่มความซับซ้อนของระบบหรือฟังก์ชันเชิงเทคนิค การออกแบบระบบจึงควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่เข้าใจง่าย ลักษณะการโต้ตอบที่เป็นธรรมชาติ และการตอบสนองที่ไม่สร้างแรงกดดันให้แก่ผู้ใช้ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ผู้ใช้อาจอยู่ในภาวะเครียด สับสน หรือเปราะบางทางอารมณ์ โดยการพัฒนา Generative AI ในลักษณะดังกล่าวช่วยให้ผู้ใช้สามารถใช้งานระบบได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่รู้สึกรำคาญหรือกังวลกับเครื่องมือที่ซับซ้อนหรือเป็นทางการจนเกินไป ระบบจึงควรทำหน้าที่เสมือนพื้นที่ปลอดภัย สำหรับการสะท้อนความคิด การจัดระเบียบอารมณ์ และการทบทวนตนเองในแต่ละช่วงเวลา

นอกจากนี้ การออกแบบรูปแบบการโต้ตอบที่หลีกเลี่ยงการชี้แนะหรือการตัดสิน ยังมีส่วนช่วยลดความรู้สึกต่อต้านและความไม่สบายใจของผู้ใช้ ส่งผลให้การใช้งานเป็นไปอย่างผ่อนคลายและเกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติ สอดคล้องกับบริบทชีวิตของผู้ใช้วัยทำงานซึ่งมักเผชิญข้อจำกัดด้านเวลาและความเครียดทางอารมณ์ แนวทางดังกล่าวจึงช่วยสนับสนุนให้ Generative AI สามารถถูกนำมาใช้เป็นผู้ช่วยทางอารมณ์ในชีวิตประจำวันได้อย่างกลมกลืนและต่อเนื่อง มากกว่าการถูกมองว่าเป็นเพียงเครื่องมือสำหรับการทดลองหรือการใช้งานเป็นครั้งคราว

5.2.2.2 แนวทางในการสร้างความเข้าใจและการสื่อสารกับผู้ใช้งานอย่างเหมาะสม

ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสื่อสารบทบาทและขอบเขตของ Generative AI ต่อผู้ใช้งานได้อย่างชัดเจน โดยการใช้งานในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ควรถูกอธิบายว่าเป็นเครื่องมือสนับสนุนการจัดการอารมณ์และการรับมือกับความเครียดในชีวิตประจำวัน ไม่ใช่การวินิจฉัยหรือรักษาปัญหาทางจิตใจ การสื่อสารในลักษณะนี้ช่วยให้ผู้ใช้เข้าใจความสามารถและข้อจำกัดของระบบ ลดความคาดหวังที่เกินจริง และลดความเสี่ยงจากการนำระบบไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในบริบทที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์และความเปราะบางทางจิตใจ

นอกจากนี้ การสื่อสารควรคำนึงถึงความแตกต่างของผู้ใช้ในวัยทำงาน โดยเฉพาะในแง่ของประสบการณ์ชีวิต ระดับความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี และระดับความระมัดระวังต่อการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวิธีใช้งาน ความปลอดภัย และขอบเขตของระบบในรูปแบบที่เข้าใจง่าย จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถตัดสินใจใช้งานบนพื้นฐานของความเข้าใจและความมั่นใจ มากกว่าความลังเลหรือความไม่แน่ใจ แนวทางดังกล่าวจึงมีส่วนสนับสนุนให้การใช้งาน Generative AI เป็นไปอย่างเหมาะสม และเอื้อต่อการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างผู้ใช้กับระบบในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

5.2.2.3 แนวทางในการกำกับการใช้งานอย่างรับผิดชอบและคำนึงถึงผู้ใช้

ควรมีการกำหนดแนวทางการใช้งาน Generative AI อย่างมีขอบเขต โดยเฉพาะในบริบทที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความเป็นส่วนตัว และข้อมูลที่มีความอ่อนไหว การกำกับการใช้งานจึงควรมุ่งเน้นให้ผู้ใช้ตระหนักว่า Generative AI ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยเสริมในการจัดการอารมณ์และการทบทวนตนเองในชีวิตประจำวัน มิใช่ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ตัดสินใจแทนมนุษย์ การกำหนดบทบาทของระบบอย่างชัดเจนในลักษณะดังกล่าวช่วยลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาเทคโนโลยีมากเกินไป และยังช่วยให้ผู้ใช้คงบทบาทหลักในการดูแลตนเอง การตัดสินใจ และการรับผิดชอบต่อการจัดการอารมณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับหลักการใช้งานเทคโนโลยีอย่างมีสติและเหมาะสม

นอกจากนี้ การให้ความสำคัญกับความโปร่งใสในการจัดการข้อมูล เช่น การอธิบายหลักการเก็บ ใช้ และปกป้องข้อมูล รวมถึงการสื่อสารข้อจำกัดของระบบอย่างตรงไปตรงมา ยังมีส่วนช่วยลดความกังวลและเสริมสร้างความไว้วางใจของผู้ใช้ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยทำงานที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลและความเหมาะสมของการใช้งานเทคโนโลยีในบริบทส่วนตัว แนวทางการกำกับการใช้งานอย่างรับผิดชอบดังกล่าวจึงช่วยสนับสนุนให้

Generative AI สามารถถูกนำไปใช้เป็นผู้ช่วยทางอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับบริบทการใช้งานของผู้ใช้ในชีวิตประจำวัน

5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดที่ควรพิจารณาในศึกษาครั้งต่อไป

1) ข้อจำกัดด้านรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูล งานวิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณเป็นหลัก แม้ว่าจะให้ภาพรวมความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้อย่างชัดเจน แต่ยังไม่สามารถอธิบายกลไกหรือ กระบวนการเชิงอารมณ์ ที่ผู้ใช้มีต่อ Generative AI ได้อย่างลึกซึ้ง การขาดข้อมูลเชิงคุณภาพจึงเป็นข้อจำกัดสำคัญในการเข้าใจมิติด้านอารมณ์อย่างรอบด้าน

2) ข้อจำกัดด้านตัวแปรด้านความง่ายในการใช้งานและการรับรู้อุปสรรค แม้ว่าตัวแปรการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้อุปสรรค จะไม่แสดงผลที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อความตั้งใจใช้ในภาพรวม แต่ค่าเฉลี่ยของอุปสรรคอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งอาจเกิดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีมาก่อนหรือรับรู้การใช้งานแล้ว ทำให้ปัจจัยเหล่านี้ไม่เป็นอุปสรรคใหญ่ในการตัดสินใจต่อความตั้งใจใช้

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต มีรายละเอียดดังนี้

1) การศึกษาพฤติกรรมกรรมการใช้งานจริง (Actual Use) ควบคู่กับความตั้งใจใช้ แม้ว่างานวิจัยปัจจุบันจะสามารถอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ (Intention to Use) ได้อย่างมีนัยสำคัญ แต่ยังไม่สามารถยืนยันได้ว่าความตั้งใจดังกล่าวนำไปสู่การใช้งานจริง (Actual System Use) หรือไม่ ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตควรดำเนินการศึกษาเชิงคุณภาพหรือเชิงผสมผสาน เพื่อติดตามพฤติกรรมหลังการใช้งานจริง เช่น ความถี่ในการใช้งาน ความต่อเนื่อง ความพึงพอใจ รวมถึงผลลัพธ์ด้านอารมณ์ที่เกิดขึ้นจริง เพื่อให้เข้าใจลักษณะการใช้งาน Generative AI ในระยะยาวได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น

2) การเจาะลึกบทบาทของช่วงวัยทำงานต่อความไว้วางใจในความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ และการรับรู้อุปสรรค ผลการวิเคราะห์ตัวแปรกำกับ (Moderation Analysis) ในงานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าช่วงวัยทำงานมีผลต่อความสัมพันธ์ของตัวแปรบางตัว เช่น ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ (Trust in AI) และการรับรู้อุปสรรค (Perceived Barrier) ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตควรศึกษาในเชิงลึกว่า วัยทำงานตอนต้น (18–29 ปี) และวัยทำงานตอนกลาง (30–44 ปี) มีความแตกต่างเชิงโครงสร้าง

ความคิดในด้านความเสี่ยง การมองเห็นประโยชน์ ความรอบคอบในการเปิดเผยข้อมูล และความคาดหวังต่อผู้ช่วยทางอารมณ์ที่เป็น AI อย่างไร ผลลัพธ์ดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบระบบที่เหมาะสมกับความต้องการในแต่ละช่วงวัยมากยิ่งขึ้น

3) การพิจารณาปัจจัยประชากรศาสตร์เพิ่มเติม เช่น รายได้ และสถานภาพการทำงาน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานพบว่า รายได้ต่อเดือน และ สถานภาพการทำงาน มีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อระดับความตั้งใจใช้แตกต่างกัน งานวิจัยในอนาคตควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์เหล่านี้กับการยอมรับ Generative AI โดยเฉพาะในบริบทเศรษฐกิจและสังคมไทย เช่น คนรายได้ต่ำอาจมอง AI เป็นตัวช่วยเข้าถึงบริการสุขภาพจิตที่มีต้นทุนต่ำ คนมีภาระงานสูงอาจพึ่งพา AI เพื่อจัดการความเครียดในชีวิตประจำวัน การศึกษาเช่นนี้จะช่วยให้สามารถตีความผลลัพธ์ในบริบทที่หลากหลายมากขึ้น และนำไปสู่การออกแบบบริการที่ตอบโจทย์กลุ่มผู้ใช้ที่แตกต่างกัน



รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed. ed.). John Wiley & Sons.
- Field, A. (2017). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics* (N. American, Ed.). Sage Publications.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research* (Vol. 27).
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*.
- Heaton, J. (2017). Ian Goodfellow, Yoshua Bengio, and Aaron Courville: Deep learning: The MIT Press, 2016, 800 pp, ISBN: 0262035618. *Genetic Programming and Evolvable Machines*, 19. <https://doi.org/10.1007/s10710-017-9314-z>
- Kabat-Zinn, J. (2003). Mindfulness-Based Interventions in Context: Past, Present, and Future. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 10, 144-156. <https://doi.org/10.1093/clipsy.bpg016>
- Yalom, I. D., & Leszcz, M. (2020). *The theory and practice of group psychotherapy* (6th ed. ed.). Basic Books.

บทความวารสาร

- Cecil, J., Kleine, A.-K., Lerner, E., & Gaube, S. (2025). Mental health practitioners' perceptions and adoption intentions of AI-enabled technologies: an international mixed-methods study. *BMC Health Services Research*, 25. <https://doi.org/10.1186/s12913-025-12715-8>
- Chavan, S., Vojjala, S., Gurpur, S., & Shelke, A. (2025). Critical Insights into the Impact of Artificial Intelligence on Mental Health, Patient Rights, and Human Rights. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 19. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v19i1.13>

- Creswell, J. D. (2017). Mindfulness Interventions. *Annual Review of Psychology*, 68(Volume 68, 2017), 491-516.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1146/annurev-psych-042716-051139>
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13, 319.
<https://doi.org/10.2307/249008>
- Esmailzadeh, P., Maddah, M., & Mirzaei, T. (2025). Using AI chatbots (e.g., CHATGPT) in seeking health-related information online: The case of a common ailment. *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, 3, 100127.
<https://doi.org/10.1016/j.chbah.2025.100127>
- Fitzpatrick, K. K., Darcy, A., & Vierhile, M. (2017). Delivering Cognitive Behavior Therapy to Young Adults With Symptoms of Depression and Anxiety Using a Fully Automated Conversational Agent (Woebot): A Randomized Controlled Trial. *JMIR Mental Health*, 4, e19. <https://doi.org/10.2196/mental.7785>
- Hassan, M., Kushniruk, A., & Borycki, E. (2024). Barriers to and Facilitators of Artificial Intelligence Adoption in Health Care: Scoping Review. *JMIR Hum Factors*, 11, e48633. <https://doi.org/10.2196/48633>
- Heinz, M., Mackin, D., Trudeau, B., Bhattacharya, S., Wang, Y., Banta, H., Jewett, A., Salzhauer, A., Griffin, T., & Jacobson, N. (2025). Randomized Trial of a Generative AI Chatbot for Mental Health Treatment. *NEJM AI*, 2.
<https://doi.org/10.1056/Aloa2400802>
- Hoff, K., & Bashir, M. (2015). Trust in Automation: Integrating Empirical Evidence on Factors That Influence Trust. *Human Factors The Journal of the Human Factors and Ergonomics Society*, 57, 407-434.
<https://doi.org/10.1177/0018720814547570>
- Inkster, B., Sarda, S., & Subramanian, V. (2018). An Empathy-Driven, Conversational Artificial Intelligence Agent (Wysa) for Digital Mental Well-Being: Real-World Data Evaluation Mixed-Methods Study. *JMIR Mhealth Uhealth*, 6(11), e12106.
<https://doi.org/10.2196/12106>
- Manerikar, V., & Manerikar, S. (2015). Cronbach's Alpha. *A Peer Reviewed Research Journal*, 19, 117-119.

- McKnight, D., Carter, M., Thatcher, J., & Clay, P. (2011). Trust in a specific technology: An Investigation of its Components and Measures. *ACM Transactions on Management Information Systems*, 2, 12-32. <https://doi.org/10.1145/1985347.1985353>
- McLean, G., & Osei-Frimpong, K. (2019). Chat now... Examining the variables influencing the use of online live chat. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 55-67. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.05.017>
- Mead, M., Sillemans, T., Metselaar, S., Balkom, A., Bernstein, J., & Batelaan, N. (2024). *Exploring the Ethical Challenges of Conversational AI in Mental Health Care: Scoping Review (Preprint)*. <https://doi.org/10.2196/preprints.60432>
- Moylan, K., & Doherty, K. (2025). Expert and Interdisciplinary Analysis of AI-Driven Chatbots for Mental Health Support: Mixed Methods Study. *Journal of Medical Internet Research*, 27, e67114. <https://doi.org/10.2196/67114>
- Olawade, D. B., Wada, O. Z., Odetayo, A., David-Olawade, A. C., Asaolu, F., & Eberhardt, J. (2024). Enhancing Mental Health with Artificial Intelligence: Current Trends and Future Prospects. *Journal of Medicine, Surgery, and Public Health*.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Rao, D. (2012). On the Self-Stigma of Mental Illness: Stages, Disclosure, and Strategies for Change. *Canadian journal of psychiatry. Revue canadienne de psychiatrie*, 57, 464-469. <https://doi.org/10.1177/070674371205700804>
- Robinson, O. C. (2014). Sampling in Interview-Based Qualitative Research: A Theoretical and Practical Guide. *Qualitative Research in Psychology*, 11(1), 25-41. <https://doi.org/10.1080/14780887.2013.801543>
- Scholich, T., Barr, M., Wiltsey Stirman, S., & Raj, S. (2025). A Comparison of Responses from Human Therapists and Large Language Model-Based Chatbots to Assess Therapeutic Communication: Mixed Methods Study. *JMIR Ment Health*, 12, e69709. <https://doi.org/10.2196/69709>

- Su, J., Wang, Y., Liu, H., Zhang, Z., Wang, Z., & Li, Z. (2025). Investigating the factors influencing users' adoption of artificial intelligence health assistants based on an extended UTAUT model. *Scientific Reports*, *15*(1), 18215. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-01897-0>
- Thakkar, A., Gupta, A., & De Sousa, A. (2024). Artificial intelligence in positive mental health: a narrative review. *Front Digit Health*, *6*, 1280235. <https://doi.org/10.3389/fdgth.2024.1280235>
- Venkatesh, V., & Davis, F. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, *46*, 186-204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, *27*, 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- American Psychological Association. (2022). Psychologists struggle to meet demand amid mental health crisis: 2022 COVID-19 practitioner impact survey. In: American Psychological Association.
- Brown, T., Mann, B., Ryder, N., Subbiah, M., Kaplan, J., Dhariwal, P., Neelakantan, A., Shyam, P., Sastry, G., Askell, A., Agarwal, S., Herbert-Voss, A., Krueger, G., Henighan, T., Child, R., Ramesh, A., Ziegler, D., Wu, J., Winter, C., & Amodei, D. (2020). *Language Models are Few-Shot Learners*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2005.14165>
- Woebot Health. (2021). New Survey Shows Paradigm Shift in American Attitudes and Opinions About Mental Health Technology. <https://woebothealth.com/new-survey-shows-paradigm-shift-in-american-attitudes-and-opinions-about-mental-health-technology/>
- Lab, R. M. (2566). ‘ราคา’ ที่ต้องจ่ายและสิ่งที่อยากได้ ของผู้ป่วยโรคซึมเศร้า. <https://rocketmedialab.co/depression/>

- OpenAI. (2025a, August 2025). *How we're optimizing ChatGPT*. OpenAI. Retrieved September 26, 2025 from https://openai.com/index/how-we're-optimizing-chatgpt?utm_source=chatgpt.com
- OpenAI. (2025b, August 2025). *Helping people when they need it most*. OpenAI. Retrieved September 26, 2025 from https://openai.com/index/helping-people-when-they-need-it-most?utm_source=chatgpt.com
- International Labour Organization. (2022). *Mental health at work*. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@ed_protect/@protrav/@safework/documents/publication/wcms_856976.pdf
- World Health Organization. (2022a). *Mental Health Atlas 2020 Country Profile: Thailand*. <https://www.who.int/publications/m/item/mental-health-atlas-thailand-2020-country-profile>
- World Health Organization. (2022b). *World mental health report: Transforming mental health for all*. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240049338>
- Pappas, S. (2023). Group therapy is as effective as individual therapy, and more efficient. Here's how to do it successfully. *Monitor on Psychology*, 54(2), 30.
- Vaswani, A., Shazeer, N., Parmar, N., Uszkoreit, J., Jones, L., Gomez, A., Kaiser, L., & Polosukhin, I. (2017). Attention Is All You Need. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1706.03762>
- Zao-Sanders, M. (2025). *How People Are Really Using Gen AI in 2025*. Harvard Business Publishing. Retrieved April 9 from <https://hbr.org/2025/04/how-people-are-really-using-gen-ai-in-2025>
- กรมสุขภาพจิต. (2568). *Mental Health Dashboard กรมอนามัย*. <https://dashboard.anamai.moph.go.th/workingage/default/index?year=2022>



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามการวิจัย
เรื่อง การยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมทางธุรกิจ โครงการหลักสูตรปริญญาโทออนไลน์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวโน้มการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไป และประสบการณ์ใช้ Generative AI

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ที่จะได้รับ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้คุณค่าทางด้านอารมณ์ ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์ อิทธิพลทางสังคม การรับรู้อุปสรรคสำหรับการใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพการทำงาน ลักษณะงาน ระดับความเครียด และประสบการณ์ใช้ Generative AI ข้อมูลทั่วไป (Demographic Information)

1. เพศ
 - ชาย
 - หญิง
 - อื่น ๆ / ไม่ระบุ
2. อายุ
 - 18-22 ปี
 - 23-29 ปี
 - 30-44 ปี
3. ระดับการศึกษา
 - ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - ปริญญาตรี
 - ปริญญาโท
 - ปริญญาเอก
4. รายได้ต่อเดือน (บาท)
 - ต่ำกว่า 15,000 บาท
 - 15,000 – 29,999 บาท
 - 30,000 – 49,999 บาท
 - 50,000 – 69,999 บาท
 - 70,000 บาทขึ้นไป
5. สถานภาพการทำงาน
 - พนักงานบริษัทเอกชน
 - ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 - เจ้าของธุรกิจ/ฟรีแลนซ์
 - นักเรียน/นักศึกษา
 - อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

6. ลักษณะการทำงานหลัก
- ทำงานในสำนักงาน (On-site)
 - ทำงานแบบผสม (Hybrid)
 - ทำงานจากระยะไกล (Remote Work)
7. ระดับความถี่ในการเผชิญความเครียดจากงานหรือชีวิตประจำวัน
- ไม่เคยเลย
 - นาน ๆ ครั้ง
 - บางครั้ง
 - บ่อยครั้ง
 - แทบทุกวัน
8. ประสบการณ์ใช้ Generative AI โดยทั่วไป (เช่น ChatGPT, Gemini, Claude)
- ไม่เคยใช้เลย
 - เคยใช้เล็กน้อย (ทดลองใช้)
 - ใช้เป็นครั้งคราว
 - ใช้บ่อย/สม่ำเสมอ
9. คุณเคยใช้เทคโนโลยี Generative AI (เช่น ChatGPT, Gemini, Claude) ในบริบทผู้ช่วยทางอารมณ์สำหรับลดความเครียดไหม?
- ไม่เคยใช้ (แบบสอบถามนี้ออกแบบสำหรับผู้ไม่เคยใช้)
 - เคยใช้บ้าง (ทดลอง/ไม่ต่อเนื่อง)
 - ใช้เป็นประจำ
10. (ถามเฉพาะผู้ที่เลือก “เคยใช้”) ประเภทการใช้งานที่เคยใช้ Generative AI เพื่อสนับสนุนอารมณ์ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ระบาย/สะท้อนอารมณ์ (emotional reflection)
 - ขอคำแนะนำหรือวิธีผ่อนคลายความเครียด
 - ฝึกสติ/การหายใจ/สมาธิ
 - ติดตามอารมณ์หรือเตือนกิจกรรมดูแลตนเอง
 - อื่น ๆ _____

ส่วนที่ 2: แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์

คำอธิบาย: ขอให้ท่านให้ความคิดเห็นว่า การยอมรับการใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ ข้อใดตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้: กรุณาทำเครื่องหมาย ในช่อง 1 ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (กรุณาตอบทุกข้อ)

ระดับความคิดเห็นที่มีความสำคัญต่อปัจจัยนั้นมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน

ระดับความคิดเห็นที่มีความสำคัญต่อปัจจัยนั้นมาก มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน

ระดับความคิดเห็นที่มีความสำคัญต่อปัจจัยนั้นปานกลาง มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน

ระดับความคิดเห็นที่มีความสำคัญต่อปัจจัยนั้นน้อย มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน

ระดับความคิดเห็นที่มีความสำคัญต่อปัจจัยนั้นน้อยที่สุด มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

ข้อ	คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การรับรู้ว่าการใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์สามารถช่วยจัดการความเครียดและสนับสนุนด้านอารมณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ						
1.	ฉันคิดว่า Generative AI สามารถช่วยให้ฉันรู้สึกผ่อนคลายเมื่อต้องเผชิญความเครียด เหมือนมีคนคอยอยู่ข้าง ๆ คอยพูดปลอบหรือให้กำลังใจ					
2.	ฉันคิดว่า Generative AI สามารถช่วยให้ฉันมองปัญหาหรือสถานการณ์ที่ยากลำบากในมุมมองใหม่ ๆ เหมือนที่เพื่อนสนิทหรือที่ปรึกษาดี ๆ รับผิดชอบอยู่ด้วย					
3.	ฉันคิดว่า Generative AI จะเป็นตัวช่วยสำคัญในวันที่ฉันรู้สึกเครียดหรือเหนื่อยล้า ช่วยให้ฉันรู้สึกว่ามีแรงและกำลังใจกลับมา					
4.	ฉันคิดว่า Generative AI จะช่วยให้ฉันจัดการกับความคิดเชิงลบได้ดีขึ้น และมีกำลังใจดำเนินชีวิตต่อไป					
การรับรู้ว่าการใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์สามารถใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และไม่ต้องใช้ทักษะด้านเทคโนโลยีขั้นสูง						
5.	ฉันคิดว่า Generative AI ใช้งานได้ง่าย แม้ฉันจะไม่ถนัดเทคโนโลยี ก็ยังรู้สึกว่าจะสามารถเริ่มใช้งานได้					
6.	ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถเรียนรู้การใช้งาน Generative AI ได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องพึ่งคนอื่นมากนัก					
7.	ฉันคิดว่าการเล่นกับ Generative AI เป็นเรื่องง่ายและเป็นมิตร ไม่ซับซ้อนจนรู้สึกเครียดหรือกลัว					
8.	ฉันรู้สึกว่าการเล่นกับ Generative AI ไม่มีขั้นตอนที่ยาก และสามารถเข้าถึงได้สะดวกทุกที่ทุกเวลา					
การรับรู้ว่าการใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ ช่วยให้รู้สึกถึงการได้รับการรับฟัง การลดความเหงา และสร้างความสบายใจ						
9.	ถ้าได้พูดคุยกับ Generative AI ฉันคิดว่าฉันจะรู้สึกมีคน (หรือบางสิ่ง) รับฟังฉันจริง ๆ แม้ในเรื่องส่วนตัวหรือเรื่องที่ไม่เคยเล่าให้ใครฟัง					
10.	ฉันคิดว่า Generative AI อาจเป็นเพื่อนคุยที่ช่วยให้ฉันไม่รู้สึกที่ต้องเผชิญปัญหาคนเดียว เมื่อรู้สึกโดดเดี่ยวหรือไม่มีใครคุยด้วย					
11.	ในวันที่ฉันเครียดหรือเหนื่อยล้า ฉันคิดว่า Generative AI จะช่วยทำให้ใจฉันสงบลง ผ่อนคลาย เหมือนได้มีคนโอบกอดมาปลอบใจ					

ข้อ	คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
12.	ฉันคิดว่าการสนทนาเกี่ยวกับ Generative AI ช่วยให้ฉันรู้สึกมีพื้นที่ปลอดภัย ที่สามารถพูดคุยความรู้สึกได้อย่างอิสระ					
ความเชื่อมั่นว่า Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ จะทำงานอย่างปลอดภัย น่าเชื่อถือ และไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อผู้ใช้						
13.	ฉันเชื่อว่า Generative AI สามารถเก็บข้อมูลของฉันได้อย่างปลอดภัย					
14.	ฉันเชื่อว่า Generative AI จะให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นอันตรายต่อฉัน					
15.	ฉันเชื่อว่า Generative AI จะไม่ตัดสินหรือพูดจาดูหมิ่นฉัน แม้ในเรื่องส่วนตัวหรือความคิดของฉัน					
16.	ฉันเชื่อว่า Generative AI จะไม่ใช่ข้อมูลส่วนตัวของฉันไปในทางที่สร้างความเสียหายหรือกระทบต่อฉัน					
การรับรู้ถึงแรงสนับสนุนหรือแรงกดดันจากคนรอบข้างที่มีต่อการใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์						
17.	ฉันรู้สึกว่าการเปิดกว้างและยอมรับการใช้ Generative AI เพื่อพูดคุยหรือบรรเทาความเครียด					
18.	ฉันรู้สึกว่าคนรอบตัวของฉันเข้าใจ เห็นคุณค่า และสนับสนุนการใช้ Generative AI เพื่อช่วยด้านอารมณ์					
19.	การที่คนใกล้ชิด เช่น ครอบครัวหรือเพื่อน ยอมรับและสนับสนุนการใช้ Generative AI เพื่อช่วยด้านอารมณ์ ทำให้ฉันรู้สึกมั่นใจและเต็มใจที่จะใช้อย่างต่อเนื่อง					
20.	ฉันรู้สึกว่ากระแสในสังคมและสื่อออนไลน์เริ่มทำให้การใช้ Generative AI เพื่อช่วยด้านอารมณ์เป็นเรื่องที่ “ปกติ” และน่าลองใช้					
ความกังวลหรือข้อจำกัดที่ทำให้ลังเลหรือไม่มั่นใจที่จะใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์						
21.	ฉันรู้สึกว่า Generative AI ขาดความสามารถในการแสดงความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจอย่างลึกซึ้ง เหมือนที่นักบำบัดมนุษย์สามารถทำได้					
22.	ฉันไม่มั่นใจในความน่าเชื่อถือของคำแนะนำที่ได้จาก Generative AI และกลัวว่าฉันอาจไม่ถูกต้อง					
23.	ฉันกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูลและเนื้อหาการสนทนา เมื่อมีการใช้ Generative AI ในการช่วยด้านการบำบัดหรือสนับสนุนทางอารมณ์					
24.	ฉันกังวลว่าอัลกอริทึมของ Generative AI อาจมีความลำเอียง (bias) และไม่รับฟังฉันอย่างเป็นกลาง					
25.	ฉันกังวลว่าข้อมูลและเนื้อหาการสนทนาของฉันอาจไม่ปลอดภัยเมื่อใช้ Generative AI ในการช่วยด้านอารมณ์					
ความเต็มใจและความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์เป็นครั้งแรก หากมีโอกาส						
26.	ถ้ามีโอกาส ฉันอยากใช้ Generative AI สักครั้ง					
27.	ฉันสนใจที่จะเรียนรู้วิธีการใช้ Generative AI ในอนาคต					
28.	ถ้า Generative AI ช่วยฉันได้จริง ฉันยินดีที่จะใช้เป็นผู้ช่วยส่วนตัวของฉัน					
29.	หากมี Generative AI ที่เหมาะกับคนไทยโดยเฉพาะ ฉันยินดีจะลองใช้เพื่อลดความเครียดและสนับสนุนอารมณ์ของฉันทันที					

ภาคผนวก ข

การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Pretest)

การทดสอบความน่าเชื่อถือของค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha) ก่อนการแจกแบบสอบถามจริงของชุดแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลการยอมรับ Generative AI ในฐานะผู้ช่วยทางอารมณ์ ได้แสดงดังตารางที่ ข.1 ถึง ข.14

ตารางที่ 1

การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม Pretest โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha) การรับรู้ความมีประโยชน์

ค่าครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha)	จำนวนของตัวแปร (N of Items)
0.913	4

ตารางที่ 2

ตัวแปรในกลุ่มการรับรู้ความมีประโยชน์

ITEM	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if item Deleted
PU1 ฉันคิดว่า Generative AI สามารถช่วยให้ฉันรู้สึกผ่อนคลายเมื่อต้องเผชิญความเครียด เหมือนมีคนคอยอยู่ข้าง ๆ คอยพูดปลอบหรือให้กำลังใจ	0.862	0.865
PU2 ฉันคิดว่า Generative AI สามารถช่วยให้ฉันมองปัญหาหรือสถานการณ์ที่ยากลำบากในมุมมองใหม่ ๆ เหมือนที่เพื่อนสนิทหรือที่ปรึกษาดี ๆ รับฟังอยู่ด้วย	0.757	0.903
PU3 ฉันคิดว่า Generative AI จะเป็นตัวช่วยสำคัญในวันที่ฉันรู้สึกเครียดหรือเหนื่อยล้า ช่วยให้ฉันรู้สึกว่ามีแรงและกำลังใจกลับมา	0.843	0.873
PU4 ฉันคิดว่า Generative AI จะช่วยให้ฉันจัดการกับความคิดเชิงลบได้ดีขึ้น และมีกำลังใจดำเนินชีวิตต่อไป	0.750	0.905

ตารางที่ 3

การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม Pretest โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

ค่าครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha)	จำนวนของตัวแปร (N of Items)
0.824	4

ตารางที่ 4

ตัวแปรในกลุ่มการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

ITEM	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if item Deleted
PEOU1 ฉันคิดว่า Generative AI ใช้งานได้ง่าย แม้ฉันจะไม่ ถนัดเทคโนโลยี ก็ยังรู้สึกที่สามารถเริ่มใช้งานได้	0.563	0.816
PEOU2 ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถเรียนรู้การใช้งาน Generative AI ได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องพึ่งคนอื่นมากนัก	0.696	0.761
PEOU3 ฉันคิดว่าการสนทนากับ Generative AI เป็นเรื่องง่าย และเป็นมิตร ไม่ซับซ้อนจนรู้สึกเครียดหรือกลัว	0.661	0.775
PEOU4 ฉันรู้สึกว่าการเริ่มต้นใช้งาน Generative AI ไม่มี ขั้นตอนที่ยุ่งยาก และสามารถเข้าถึงได้สะดวกทุกที่ทุก เวลา	0.689	0.760

ตารางที่ 5

การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม Pretest โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha) การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์

ค่าครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha)	จำนวนของตัวแปร (N of Items)
0.913	4

ตารางที่ 6

ตัวแปรในกลุ่มการรับรู้คุณค่าทางอารมณ์

ITEM	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if item Deleted
PEV1 ถ้าได้พูดคุยกับ Generative AI ฉันคิดว่าฉันจะรู้สึกมีคน (หรือบางสิ่ง) รับฟังฉันจริง ๆ แม้ในเรื่องส่วนตัว หรือเรื่องที่ไม่เคยเล่าให้ใครฟัง	0.775	0.900
PEV2 ฉันคิดว่า Generative AI อาจเป็นเพื่อนคุยที่ช่วยให้ฉันไม่รู้สึกราวต้องเผชิญปัญหาคนเดียว เมื่อรู้สึกโดดเดี่ยวหรือไม่มีใครคุยด้วย	0.845	0.872
PEV3 ในวันที่ฉันเครียดหรือเหนื่อยล้า ฉันคิดว่า Generative AI จะช่วยทำให้ใจฉันสงบลง ผ่อนคลาย เหมือนได้มีคนใกล้ชิดมาปลอบใจ	0.770	0.899
PEV4 ฉันคิดว่าการเล่นหากับ Generative AI ช่วยให้ฉันรู้สึกมีพื้นที่ปลอดภัย ที่สามารถพูดคุยความรู้สึกได้อย่างอิสระ	0.831	0.878

ตารางที่ 7

การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม Pretest โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha) ความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์

ค่าครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha)	จำนวนของตัวแปร (N of Items)
0.801	4

ตารางที่ 8

ตัวแปรในกลุ่มความไว้วางใจในปัญญาประดิษฐ์

ITEM		Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if item Deleted
TRUST1	ฉันเชื่อว่า Generative AI สามารถเก็บข้อมูลของฉันได้อย่างปลอดภัย	0.695	0.711
TRUST2	ฉันเชื่อว่า Generative AI จะให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นอันตรายต่อฉัน	0.622	0.748
TRUST3	ฉันเชื่อว่า Generative AI จะไม่ตัดสินหรือพูดจาดูหมิ่นฉัน แม้ในเรื่องส่วนตัวหรือความคิดของฉัน	0.461	0.817
TRUST4	ฉันเชื่อว่า Generative AI จะไม่ใช่ข้อมูลส่วนตัวของฉันไปในทางที่สร้างความเสียหายหรือกระทบต่อฉัน	0.703	0.706

ตารางที่ 9

การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม Pretest โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha) อิทธิพลทางสังคม

ค่าครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha)	จำนวนของตัวแปร (N of Items)
0.852	4

ตารางที่ 10

ตัวแปรในกลุ่มอิทธิพลทางสังคม

ITEM	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if item Deleted
SI1 ฉันรู้สึกว่าการเข้าถึงสังคมเปิดกว้างและยอมรับการใช้ Generative AI เพื่อพูดคุยหรือบรรเทาความเครียด	0.674	0.819
SI2 ฉันรู้สึกว่าการรอบตัวของฉันเข้าใจ เห็นคุณค่า และ สนับสนุนการใช้ Generative AI เพื่อช่วยด้านอารมณ์	0.696	0.813
SI3 การที่คนใกล้ชิด เช่น ครอบครัวหรือเพื่อน ยอมรับและ สนับสนุนการใช้ Generative AI เพื่อช่วยด้านอารมณ์ ทำให้ฉันรู้สึกมั่นใจและเต็มใจที่จะใช้อย่างต่อเนื่อง	0.693	0.811
SI4 ฉันรู้สึกว่าการแพร่ในสังคมและสื่อออนไลน์เริ่มทำให้ การใช้ Generative AI เพื่อช่วยด้านอารมณ์เป็นเรื่อง ที่ “ปกติ” และน่าลองใช้	0.718	0.802

ตารางที่ 11

การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม Pretest โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha) การรับรู้อุปสรรค

ค่าครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha)	จำนวนของตัวแปร (N of Items)
0.809	5

ตารางที่ 12

ตัวแปรในกลุ่มการรับรู้อุปสรรค

ITEM	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if item Deleted
BARRIER1 ฉันรู้สึกว่าการใช้ Generative AI ขาดความสามารถในการแสดงความคิดเห็นและเห็นอกเห็นใจอย่างลึกซึ้งเหมือนที่นักบำบัดมนุษย์สามารถทำได้	0.392	0.834
BARRIER2 ฉันไม่มั่นใจในความน่าเชื่อถือของคำแนะนำที่ได้จาก Generative AI และกลัวว่ามันอาจไม่ถูกต้อง	0.583	0.777
BARRIER3 ฉันกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูลและเนื้อหาการสนทนา เมื่อมีการใช้ Generative AI ในการช่วยด้านการบำบัดหรือสนับสนุนทางอารมณ์	0.668	0.750
BARRIER4 ฉันกังวลว่าอัลกอริทึมของ Generative AI อาจมีความลำเอียง (bias) และไม่รับฟังฉันอย่างเป็นกลาง	0.643	0.757
BARRIER5 ฉันกังวลว่าข้อมูลและเนื้อหาการสนทนาของฉันอาจไม่ปลอดภัยเมื่อใช้ Generative AI ในการช่วยด้านการบำบัด	0.718	0.732

ตารางที่ 13

การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม Pretest โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha) ความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI เป็นที่พึ่งพาทางอารมณ์

ค่าครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha)	จำนวนของตัวแปร (N of Items)
0.918	4

ตารางที่ 14

ตัวแปรในกลุ่มความตั้งใจที่จะใช้ Generative AI เป็นที่พึ่งพาทางอารมณ์

ITEM		Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if item Deleted
ITU1	ถ้ามีโอกาส ฉันอยากใช้ Generative AI สักครั้ง	0.774	0.908
ITU2	ฉันสนใจที่จะเรียนรู้วิธีการใช้ Generative AI ในอนาคต	0.868	0.874
ITU3	ถ้า Generative AI ช่วยฉันได้จริง ฉันยินดีที่จะใช้เป็นผู้ช่วยส่วนตัวของฉัน	0.900	0.863
ITU4	หากมี Generative AI ที่เหมาะกับคนไทยโดยเฉพาะ ฉันยินดีจะลองใช้เพื่อลดความเครียดและสนับสนุนอารมณ์ของฉันทันที	0.714	0.925