

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์

บุศรา ดวงบุบผา¹ และ ประภัสสร วิเศษประภา²

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์ วัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเครียด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัย การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวน 254 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 24-35 ปี รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีสถานะโสด ไม่เคยใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิต แต่ทราบว่ามีการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์ หากต้องการใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตจะใช้บริการผ่าน Google โดยใช้ keyword ปรึกษาปัญหาสุขภาพจิต มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ความเครียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเครียดอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 49.2 ซึ่งความเครียดที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และให้ความสำคัญด้านการรับรู้ถึงความใช้งานง่ายมากที่สุด

คำสำคัญ : สุขภาพจิต, ปรึกษาออนไลน์, ความตั้งใจใช้บริการ

Abstract

A study of factors affecting the intention of using a mental health consultation service via an online channel. Objective To study the general condition of the mental health consultation service via online channel. And to study the relationship between stress factors Marketing factor and factor Technology adoption affects the intention of 254 people with online mental health counseling services. The respondents found that Most of the respondents were female. Age between 24-35 years old, income less than 15,000 baht, Bachelor's degree Employed in private companies, single status, never using mental health problems But know that there is a mental health consultation service through online channels If you want to use a mental health consultation service, they will use the service through Google using the most mental health consultant keyword.

The results of stress analysis showed that Most of the respondents had a high level of stress. Accounted for 49.2 percent of which the stress was different. There were no differences in their intention to use the mental health consultation service.

The results of analysis of online marketing mix factors showed that Respondents give priority. Overall, it is at the highest level. And focus on distribution channels as much as possible

The analysis of the technology acceptance factor was found that The respondents put overall importance at the highest level. And pay attention to the perception of ease of use as possible

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

²อาจารย์พิเศษ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Keywords: mental health, online consultation, service intent

1. บทนำ

ในปัจจุบันปัญหาสุขภาพจิตกลายเป็นเรื่องแพร่หลายที่ทุกคนมีโอกาสเผชิญหน้าได้ เนื่องจากสภาวะสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และรูปแบบการใช้ชีวิตที่ดูสลับซับซ้อน ทำให้รู้สึกกดดัน จนเป็นบ่อเกิดของความเครียดและโรคทางใจต่างๆ ซึ่งถ้าปล่อยไว้อาจจะลุกลามกลายเป็นความรู้สึกด้านลบที่รุนแรง และก่อให้เกิดปัญหาภาวะซึมเศร้า ดังนั้น การเข้ารับการรักษาจากผู้เชี่ยวชาญจะเป็นหนึ่งในทางเลือกที่ช่วยบรรเทาปัญหาสุขภาพทางใจได้ แต่จากผลสำรวจของหลายหลายสำนักด้านสุขภาพพบว่า คนไทยส่วนใหญ่มีความเชื่อว่าการเข้าพบจิตแพทย์มีไว้สำหรับผู้ป่วยทางจิตหรือคนบ้า ทำให้หลายคนที่พบเจอกับอาการป่วยทางใจไม่กล้าที่จะเดินเข้าไปขอรับบริการโดยตรง เพราะกลัวคนอื่นมองว่าอาการจิตไม่ปกติ ทั้งที่จริงแล้วไม่ว่าใครก็สามารถเข้ารับบริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิต เพื่อขอรับคำแนะนำและทำการรักษาได้

เทคโนโลยีเป็นปัจจัยหลักที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนา สร้างคุณภาพชีวิตที่ดี เกิดการสื่อสารแบบไร้พรมแดน ช่วยในการทำงานเพิ่มประสิทธิภาพ และช่วยให้สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วคล่องตัวยิ่งขึ้นเทคโนโลยีมีความสำคัญกับการดำรงชีวิตของมนุษย์มาเป็นเวลานาน เป็นสิ่งที่มนุษย์ใช้แก้ปัญหาพื้นฐานในการดำรงชีวิต

ในปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสื่อสารทางการแพทย์ บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตออนไลน์ เพื่อการดูแลสุขภาพจิต โดยผู้บริโภครสามารถพูดคุยกับผู้ให้คำปรึกษาผ่านวิดีโอคอลได้ อีกทั้งยังสามารถปรึกษาทางออนไลน์ได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้บางช่องทางยังมีการให้บริการส่งยาตรงถึงบ้านอีกด้วย ซึ่งเทคโนโลยีนี้ช่วยให้มนุษย์มีความสะดวกสบายยิ่งขึ้น ทันสมัย และประหยัดเวลา โดยสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยการแข่งขันในปัจจุบัน ตั้งแต่การสมัครเข้าโรงเรียน สอบวัดระดับ จนถึงเข้าสู่ตลาดแรงงาน มีความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาในแต่ละพื้นที่ รวมไปถึงแรงกดดันทางสังคมต่างๆ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผู้คนทุกเพศทุกวัย ธุรกิจบริการให้คำปรึกษาทางด้านสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยแต่ละองค์กรมีเป้าหมายเน้นให้ผู้เข้ารับการรักษานั้น ได้กลับมามีความสุขในชีวิตได้อีกครั้ง ซึ่งมีผู้คนจำนวนมากที่ต้องได้รับการช่วยเหลือและการแนะนำที่ถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญแบบมืออาชีพ และในปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพื่อให้ ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการได้ดียิ่งขึ้น ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และประหยัดเวลา สำหรับผู้ใช้บริการอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเครียด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์

สมมติฐาน

1. ปัจจัยด้านความเครียดมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์
3. ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์

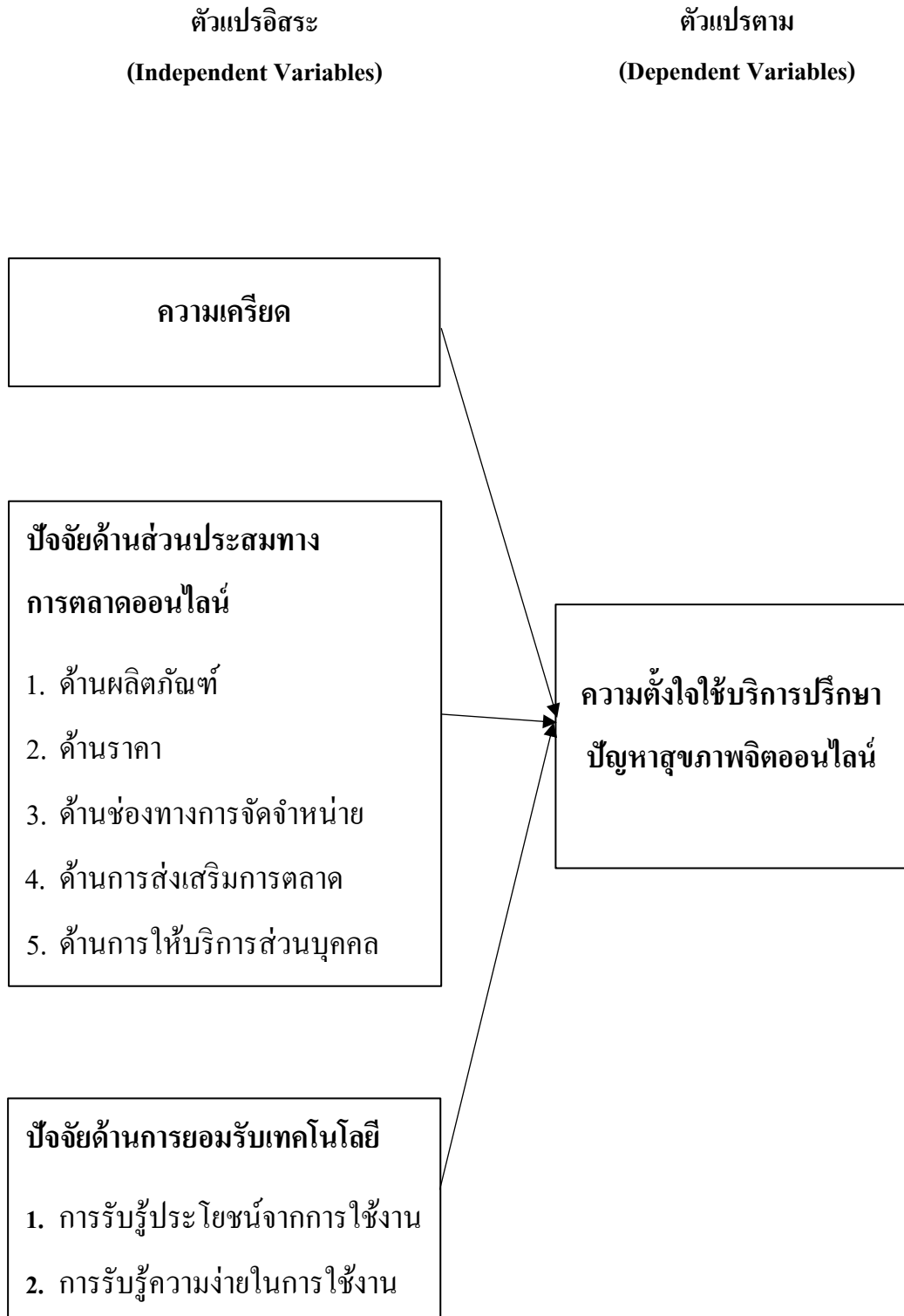
ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ผู้ที่มีความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับ ความเครียด การยอมรับเทคโนโลยี ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ ผลจากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการศึกษาและเพื่อพัฒนารูปแบบการศึกษาเกี่ยวกับการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์ ผู้วิจัยหวังว่าผลจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการศึกษาตลอดจนใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป
2. ประโยชน์เชิงนโยบาย ผลจากการวิจัยครั้งนี้เพื่อทราบถึงปัจจัยความเครียด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตออนไลน์ นำประยุกต์และพัฒนาบริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตออนไลน์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเปลี่ยนแปลงให้เข้าสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย



2. ทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลการทำวิจัย โดยอาศัยพื้นฐานจากแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ประกอบงานวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีส่วนที่ครอบคลุมเนื้อหาการวิจัย ดังต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไปของการบริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตออนไลน์ ใจความสำคัญในการรักษาอาการป่วยทางใจ คือทัศนคติและความเต็มใจ ที่จะเข้ารับบริการ รวมถึงความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงความคิด ว่าความทุกข์คือปัญหาที่หนักหนาให้กลายเป็นเรื่องปกติธรรมดาของชีวิตที่สามารถทำให้ดีขึ้นได้ด้วยตัวเอง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความเครียด ความเครียดเป็นภาวะที่จิตใจตอบสนองเมื่อเผชิญกับปัญหา เกิดความวิตกกังวล รู้สึกกดดัน จนทำให้ร่างกายเกิดการเปลี่ยนแปลงทางชีวภาพเพื่อปรับสมดุลของร่างกายจนเข้าสู่สภาวะปกติ เช่นการปวดหัว รู้สึกอยากนอนมากเกินไป หรือนอนไม่หลับ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ การใช้อินเทอร์เน็ต หรือเครือข่ายออนไลน์เป็นตัวกลางในการขับเคลื่อนทั้งเจ้าของกิจการ และผู้บริโภค การสื่อสารโดยใช้อินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายออนไลน์ ในการทำการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ในสินค้าและบริการมากขึ้น

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีมีความเชื่อมโยงกับการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน หากผู้ใช้รับรู้ถึงความใช้งานง่ายและประโยชน์จากการใช้งานและเกิดความรู้สึกเห็นด้วย หรือชอบจะก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการงานเทคโนโลยี ซึ่งทัศนคติในเชิงบวกส่งผลให้เกิดความตั้งใจใช้เทคโนโลยี และนำไปสู่พฤติกรรมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีเมื่อบุคคลพิจารณาไตร่ตรองถึงผลที่จะได้รับอย่างรอบคอบแล้ว

3. วิธีการศึกษา

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แนวทางการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวอย่าง (sample size) ให้มีความเหมาะสมกับระดับความเชื่อมั่น ในทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนที่ 5% เนื่องจากผู้วิจัยนั้นไม่สามารถทราบได้ถึงจำนวนของประชากรที่แน่นอนได้ จึงใช้การกำหนดตัวอย่างโดยการใส่สูตรของ

(Cochran, 1977) ใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความจำนวนมากและต้องการประมาณค่าส่วนประชากร

$$\text{กรณีทราบค่าสัดส่วนของประชากร ใช้สูตร } p = 0.5 \text{ ใช้สูตร } n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

- ซึ่งในที่นี้
- n** = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 - p** = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร
 - e** = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้
 - Z** = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ
 - ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Z=1.96
 - ถ้าระดับความเชื่อมั่น 99% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Z=2.58

แทนค่าสูตร :

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

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

$$n = 384.16 \approx 384 \text{ หน่วย}$$

ผู้วิจัยจึงมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดให้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5% สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 ขนาดประชากรที่ต้องการเท่ากับ 384 หน่วย แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัยสามารถเก็บแบบสอบถามจริงได้ 254 ชุด คิดเป็น 66.15%

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบวัดการรับรู้ความเครียดโดยอ้างอิงจากแบบวัดการรับรู้ความเครียด PPS ของโคเฮนและคณะ (Cohen, et al.,1994) การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยการใช้คำถามปลายปิด โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 ส่วน

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ระหว่างวันที่ 1-15 กุมภาพันธ์ 2564 และตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลแล้วจึงนำมาลงตัวเลขสำหรับประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปตามเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละส่วนเพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ตามขั้นตอนดังนี้คือ

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics analysis) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

2. การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุหลายตัวแปร (Multiple Regression analysis) และ การวิเคราะห์การผันแปรทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

4. ผลการศึกษาและอภิปราย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความเครียด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความเครียดในระดับสูง โดยมีจำนวน 125 คนคิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมา ความเครียดระดับปานกลาง จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 ความเครียดระดับต่ำ จำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 6.3 และผู้ที่มีความเครียดระดับรุนแรงจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และค่า S.D. เท่ากับ 0.78 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และค่า S.D. เท่ากับ 0.83 รองลงมา ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และค่า S.D. เท่ากับ 0.90 ด้านการให้บริการส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และค่า S.D. เท่ากับ 0.88 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และค่า S.D. เท่ากับ 0.92 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และค่า S.D. เท่ากับ 0.95 ตามลำดับ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และค่า S.D. เท่ากับ 0.99

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และค่า S.D. เท่ากับ 0.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือด้านการรับรู้ถึงความใช้งานง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และค่า S.D. เท่ากับ 0.75 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และค่า S.D. เท่ากับ 0.82

ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1. ผลการวิเคราะห์ค่า F และ ค่า Sig โดย F มีค่าเท่ากับ .89 และ Sig. มีค่าเท่ากับ 0.4 แสดงให้เห็นว่าความเครียดที่แตกต่างกันมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านการให้บริการส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และด้านส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการส่วนบุคคล มีอิทธิพลไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการส่วนบุคคลสูงขึ้น จะทำให้ความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกันหากความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการส่วนบุคคลลดลง จะทำให้ความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตออนไลน์ลดลงตามไปด้วยผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตได้ร้อยละ 45

สมมติฐานที่ 3. ผลการวิเคราะห์วิเคราะห์ถดถอยพหุการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานและด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อความคิดเห็นที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานและด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานสูงขึ้น จะทำให้ความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกันหากความคิดเห็นที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานและด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานลดลง จะทำให้ความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตออนไลน์ลดลงตามไปด้วย ผล

การวิเคราะห์สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตได้ ร้อยละ 49.3

5. สรุปผลการศึกษา

สรุปผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 24-35 ปี รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีสถานะโสด

ผลการวิเคราะห์ประสบการณ์การใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่เคยใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิต แต่ทราบว่ามีการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์ หากต้องการใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตจะใช้บริการผ่าน Google โดยใช้ keyword ปรึกษาปัญหาสุขภาพจิต มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความเครียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเครียดอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 49.2 ซึ่งความเครียดที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสามารถใช้บริการได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์

ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และให้ความสำคัญด้านการรับรู้ถึงความใช้งานง่ายมากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ที่จะใช้ แอปพลิเคชันและเว็บไซต์ที่ให้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตออนไลน์เป็นเรื่องง่ายสำหรับทำ ซึ่งปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานและการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์

ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญกับการค้นหาข้อมูลการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์ก่อนตัดสินใจใช้บริการ

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาปัจจัยด้านความเครียดที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตออนไลน์ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษชากร พุ่มพวง การเปิดรับ การรับรู้ และทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสุขภาพจิต และสอดคล้องกับผลการวิจัยของบุศรินทร์ หลิมสุนทรพบว่า ได้ศึกษาเรื่อง ความเครียด การรับรู้ภาวะสุขภาพ และพฤติกรรมการจัดการความเครียดของนักศึกษาพยาบาล พบว่า ความเครียดมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการจัดการความเครียดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการรับรู้ภาวะสุขภาพมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการจัดการความเครียดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นแสดงให้เห็นว่าความเครียดไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตออนไลน์ อย่างไรก็ตามไม่เพียงแต่เฉพาะผู้ที่มีความเครียดสูง แต่ทว่าผู้ที่มีความเครียดในระดับต่างๆย่อมมีความอยากใช้บริการเหมือนกัน ถือเป็นเรื่องดีที่คนไทยให้ความสำคัญกับสุขภาพจิต

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการให้บริการส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งบางส่วนสอดคล้องกับงานวิจัยของปัญญพล เหล่าทาและคณะ ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนของผู้ป่วย ในในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนของผู้ป่วย โดยพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนั้นผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ประกอบการควรจะเน้นพัฒนาที่ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ เสริมประสิทธิภาพของการใช้บริการออนไลน์ให้เสมือนกับการใช้บริการใน โรงพยาบาลมากที่สุด รวมถึงจัดหาผู้ให้บริการคำปรึกษาที่มีคุณภาพเพื่อรับรองการบริการ

ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของวิศรา สอนจิต ซึ่งได้ศึกษาเรื่องความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟน พบว่าปัจจัยการรับรู้ที่มีผลกระทบทางตรงต่อทัศนคติในการซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้ด้านความเสี่ยง ปัจจัยการรับรู้ด้านความเพลิดเพลิน ปัจจัยการรับรู้ด้านประโยชน์ และปัจจัยการรับรู้ด้านความใช้งานง่าย ตามลำดับ และสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ ศรุตสา สายบัวต่อ และกนกกาญจน์ เสน่ห์ มนะหุด ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการยอมรับ พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการสมาร์ทแอปพลิเคชันเพื่อสุขภาพของ Gen X พบว่า ทฤษฎี การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี และแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงต่อความ ใ้วางใจ อีกทั้งความใ้วางใจมีอิทธิพลทางสติดิอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ บริการสมาร์ทแอปพลิเคชันเพื่อสุขภาพ ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเรื่อง การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานและความง่ายในการใช้งานเป็นหลัก เพิ่มประสิทธิภาพของ ระบบให้ไม่ว่าใครก็สามารถใช้งานได้ และไม่ยุ่งยากเกินไปที่จะเรียนรู้ และจะต้องใช้ประโยชน์ได้ จริง ประสิทธิภาพเปรียบเสมือนการเจอจิตแพทย์ นักจิตวิทยา หรือนักจิตบำบัดที่โรงพยาบาล

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล นักการตลาดควรนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ไป ปรับใช้เพื่อวางแผนด้านการตลาด ให้ผู้บริโภคสามารถปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทาง ออนไลน์ได้ โดยให้ความสำคัญกับการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

2. แบบวัดความเครียดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวัดความเครียดทั่วไป ผู้ที่สนใจจะนำ แบบวัดไปใช้วัดความเครียดในแบบอื่น ควรนำข้อคำถามมาปรับรายละเอียดให้เหมาะสมกับ ความเครียดที่จะทำการวัด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้เป็นการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทาง ออนไลน์โดยศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เจาะลึก เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งาน ของผู้บริโภค

2. ควรศึกษาปัจจัยทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผนที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการปรึกษา ปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมความตั้งใจใช้บริการของ ผู้บริโภค

3. ควรทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่าน ช่องทางออนไลน์ เพื่อทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค

4. ควรนำแบบจำลองการศึกษานี้มาปรับใช้กับการศึกษางานวิจัยเรื่องการใช้บริการ ปรึกษาปัญหาสุขภาพจิต

ข้อจำกัดของงานวิจัย

ข้อจำกัดของงานวิจัยครั้งนี้ คือ การศึกษากลุ่มผู้ที่มีความตั้งใจใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านช่องทางออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งสามารถเก็บแบบสอบถามได้จริงเพียง 254 ชุด ในการศึกษาครั้งถัดไปผู้วิจัยควรเก็บแบบสอบถามให้ได้จำนวนขั้นต่ำ 400 ชุด

บรรณานุกรม

ขจร รุ่งศรีรัตนวงศ์ และคณะ (2550). พฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ประจำปีพุทธศักราช 2551 รายงานการวิจัย. สาขาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ. กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

วิสรสา สอนจิตร (2559). ความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน วารสารชุมชนวิจัยปีที่ 10 ฉบับที่ 1 จังหวัดนครราชสีมา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ภาสกร คุ่มศิริ และคณะ (2563). การศึกษารายกรณีผู้รับบริการสายด่วนสุขภาพจิต 1323 ในภาวะวิกฤตและแนวทางการให้การปรึกษา, สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์

พรกมล ลิ้มโรจน์กุล (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์. (คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ยิริน จาง และวสันต์กันอำ (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ของลูกค้าชาวไทย. (คณะบริหารธุรกิจ) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

กวิณทิพย์ จันทนิยมและคณะ (2563). ผลการปรึกษาออนไลน์รายบุคคลทฤษฎีเน้นทางออก ระยะสั้นต่อความเครียดในการทำงานของพนักงานบริษัท. วารสารการวัดผลการศึกษา ปีที่ 37 ฉบับที่ 101, มหาวิทยาลัยบูรพา

ศรุตดา สายบัวต่อ และกนกกาญจน์ เสน่ห์ มนะหุด (2562). รูปแบบการยอมรับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการสมาร์ทแอปพลิเคชันเพื่อสุขภาพของ Gen X. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทร์วิโรฒ

พิชชากร พุ่มพวง (2561). อิทธิพลของผู้นำความคิดในเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อการรับรู้ทัศนคติและการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพจิต. วรสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา: มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์

