

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้แชทบอทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร¹

FACTORS INFLUENCING THE USE OF CHATBOTS TO IMPROVE ORGANIZATIONAL PERFORMANCE

ปริญดา ตันติสุวนิชกุล²

บทคัดย่อ

ในยุคดิจิทัล เทคโนโลยีแชทบอทมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้แชทบอทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร โดยมุ่งเน้นปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและคุณสมบัติของแชทบอท การวิจัยใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานที่มีประสบการณ์ใช้งานแชทบอทในการดำเนินงานขององค์กร จำนวน 183 คน ผ่านแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน อิทธิพลจากสังคม ความน่าเชื่อถือ และการตอบสนองของแชทบอท มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กร ขณะที่ความเชื่อมั่นในข้อมูลที่ถูกต้องของแชทบอทไม่พบว่ามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ

Abstract

In the digital era, chatbot technology plays a crucial role in enhancing organizational operational efficiency. This research aims to examine factors affecting chatbot usage for improving work efficiency in organizations, focusing on technology acceptance factors and chatbot attributes. The study employed quantitative methodology, collecting data from a sample of 183 employees with experience using chatbots in organizational operations through questionnaires. The research findings indicate that perceived usefulness, ease of use, social influence, trustworthiness, and chatbot responsiveness have positive influences on operational efficiency within organizations. However, confidence in the accuracy of chatbot information was not found to have a significant influence.

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้แชทบอทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร

² นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ

คณะรัฐศาสตร์และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพื่อรองรับการแข่งขันและความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แม้ว่าองค์กรจะมีความพยายาม ในการนำนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ แต่ยังคงพบว่าส่วนใหญ่ประสบปัญหาเกี่ยวกับกระบวนการทำงานที่ขาดความ คล่องตัว มีข้อผิดพลาดที่เกิดจากมนุษย์ซ้ำซ้อน และมีต้นทุนดำเนินงานที่สูง ประสิทธิภาพการดำเนินงาน ขององค์กรจึงยังไม่สามารถตอบสนองเป้าหมายได้อย่างเต็มที่ การลดภาระงานซ้ำซ้อน การลดระยะเวลาใน การทำงาน และการลดข้อผิดพลาดจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไข เพื่อยกระดับประสิทธิภาพ การดำเนินงานให้สูงขึ้น

ในกระบวนการปรับใช้เทคโนโลยีแชทบอทเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานในองค์กร ปัจจุบันสาระที่สำคัญ ได้แก่ การยอมรับเทคโนโลยีและคุณสมบัติของแชทบอท ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการ ผลักดันให้เกิดการนำมาใช้งานอย่างแพร่หลาย แนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) อธิบายว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) และความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) เป็นแรง ขับเคลื่อนสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีใหม่ (พงศพัทธ์, 2023; นฤมล, 2021) ขณะที่ คุณสมบัติของแชทบอท เช่น ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองที่รวดเร็ว (Responsiveness) และ ความถูกต้องของข้อมูล (Information Accuracy) ก็เป็นองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และการนำไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการต่าง ๆ ภายในองค์กร (Leonid Melnyk et al., 2024; Nicolescu & Tudorache, 2022)

งานวิจัยจำนวนมากยืนยันว่าการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความ ตั้งใจในการนำแชทบอทมาใช้ในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ (พงศพัทธ์, 2023; นฤมล, 2021) โดยเฉพาะเมื่อ พิจารณาร่วมกับคุณลักษณะของแชทบอท เช่น ความน่าเชื่อถือและการตอบสนองที่รวดเร็ว (Nicolescu & Tudorache, 2022) งานศึกษาของ Edy Susanto และ Zahra Dinul (2024) พบว่าการนำแชทบอทที่มี ประสิทธิภาพมาใช้สามารถลดต้นทุนการดำเนินงานได้ถึงร้อยละ 20 และลดเวลาการตอบสนองต่อลูกค้าจาก 15 นาทีเหลือไม่ถึง 1 นาที นอกจากนี้ Leonid Melnyk และคณะ (2024) ยังชี้ให้เห็นว่าแชทบอทสามารถเพิ่ม ประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กรในหลากหลายด้าน ทั้งการทำงานอัตโนมัติ การสื่อสารระหว่าง หน่วยงาน และการวิเคราะห์ข้อมูล ส่งผลให้การดำเนินงานมีความรวดเร็ว ลดข้อผิดพลาด และสามารถใช้ ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและคุณสมบัติ ของแชทบอทมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร

จากที่กล่าวไปข้างต้น งานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาวิเคราะห์และประเมินปัจจัยที่มีผลต่อการ ใช้ แชทบอทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในองค์กรโดยมุ่งเน้น 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ คุณสมบัติของแชทบอท (Chatbot Features) การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) ทั้งนี้ เพื่อตรวจสอบว่าปัจจัยเหล่านี้

ส่งผลต่อประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน การเพิ่มผลผลิต และการลดต้นทุนการดำเนินงานอย่างไร ซึ่งการศึกษานี้คาดว่าจะให้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถช่วยให้องค์กรต่างๆ สามารถวางแผนและปรับใช้เซทบอทได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปรับใช้เซทบอทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในองค์กร

คำถามในการวิจัย

1. ปัจจัยใดที่มีผลต่อการปรับใช้เซทบอทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

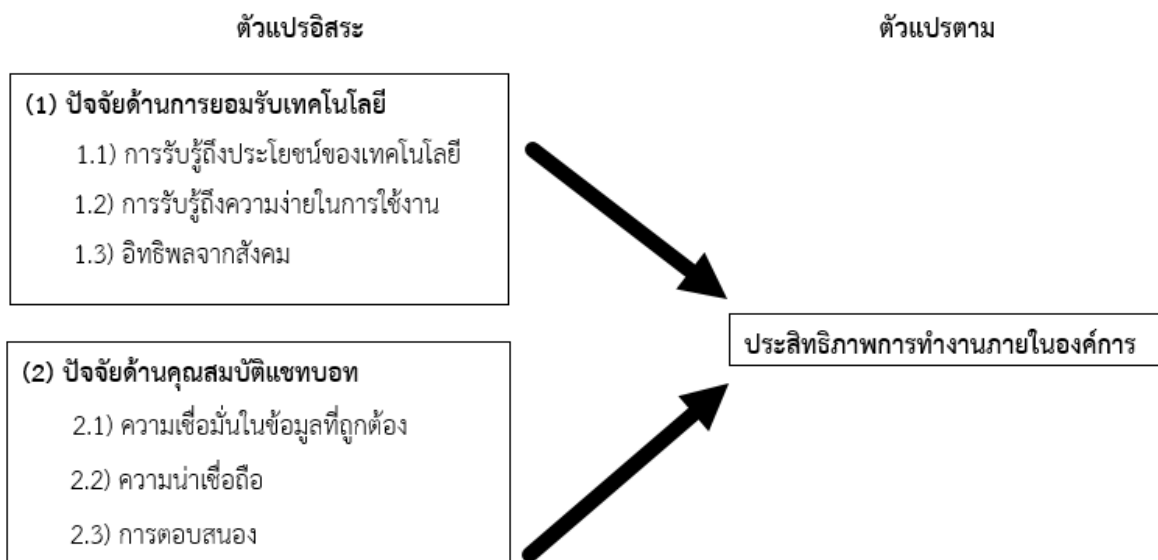
1. เพื่อพรรณนาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับใช้เซทบอทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

การศึกษปัจจัยที่มีผลต่อการปรับใช้เซทบอทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กรมีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถแบ่งเนื้อหาออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับเซทบอท
2. แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการปรับใช้เซทบอทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในองค์กร
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เซทบอทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร มีวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) พนักงานในองค์กรที่มีการนำเซทบอทมาใช้ในการกระบวนการทำงาน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เซทบอทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร ใช้วิธีการวิเคราะห์อำนาจทางสถิติ (Power Analysis) ด้วยโปรแกรม G*Power 3.1.9.7 โดยเลือกวิธีการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Linear Multiple Regression: Fixed Model, R^2 deviation from zero) ซึ่งตั้งค่าพารามิเตอร์ ได้แก่ ขนาดผลกระทบ (Effect Size, f^2) = 0.15 ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (α) = 0.05 อำนาจของการทดสอบ (Power, $1-\beta$) = 0.95 และจำนวนตัวแปรอิสระ (Predictors) = 6 จากผลการคำนวณพบว่าควรมีกกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 146 คน และเพื่อรองรับการสูญหายของข้อมูล ผู้วิจัยได้เผื่อสำรองเพิ่มอีก 25% ส่งผลให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจริงเท่ากับ 183 คน

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

2.1 ตัวแปรสังเกต (Independent Variables)

ได้แก่ ปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในองค์กร ผ่านการใช้แชทบอท แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

2.1.1 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Factors)

- การรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness)
- การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)
- อิทธิพลจากสังคม (Social Influence)

2.1.2 ปัจจัยด้านคุณสมบัติของแชทบอท (Chatbot Features)

- ความเชื่อมั่นในข้อมูลที่ถูกต้อง (Information Accuracy)
- ความน่าเชื่อถือของแชทบอท (Chatbot Reliability)
- การตอบสนองของแชทบอท (Chatbot Responsiveness)

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ได้แก่ ประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร (Organizational Operational Efficiency) ซึ่งวัดผ่านองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่

- การลดเวลาการทำงาน (Time Reduction)
- การลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน (Error Reduction)
- การต้นทุนการดำเนินงาน (Operational Cost)
- ลดภาระงานซ้ำซ้อนของพนักงาน (Workload Reduction)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการศึกษาและพัฒนาแบบสอบถามให้เหมาะสมกับการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิดเพื่อตรวจสอบว่าเคยมีประสบการณ์ในการใช้แชทบอทหรือไม่ จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิดเกี่ยวกับลักษณะทั่วไป เช่น เพศ อายุ และประสบการณ์การใช้แชทบอท จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี เป็นแบบสอบถามปลายปิดที่แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และอิทธิพลจากสังคม (รวมทั้งหมด 10 ข้อ)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านคุณสมบัติของเชทบอท เป็นแบบสอบถามปลายปิดที่แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความเชื่อมั่นในข้อมูลที่ถูกต้อง ความน่าเชื่อถือของเชทบอท และการตอบสนองของเชทบอท (รวมทั้งหมด 10 ข้อ)

ส่วนที่ 5 ประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กร เป็นแบบสอบถามปลายปิดที่วัดผลกระทบของการใช้เชทบอทต่อการทำงาน โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การลดเวลาการทำงาน การลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน การลดต้นทุนการดำเนินงาน และการลดภาระงานซ้ำซ้อนของพนักงาน (รวมทั้งหมด 10 ข้อ)

ทั้งนี้ แบบสอบถามในส่วนที่ 3–5 ได้ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของ Likert's Scale โดยกำหนดค่า 5 หมายถึง “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ไปจนถึงค่า 1 หมายถึง “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง”

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ในการพัฒนาเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามในสองด้าน ได้แก่ ความตรงตามเนื้อหา (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

4.1 การทดสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity)

เพื่อให้แน่ใจว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างที่พัฒนาขึ้นเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ดร.สรัทธนา อาสาพร ประภิต, ดร.ญาณภัทร แสงชาติ และ ดร.พงศกร ลิ้มนา ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการใช้เชทบอทในองค์กร ทำการประเมินความตรงของเนื้อหาโดยใช้วิธีการวัดค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) เกณฑ์การยอมรับค่า IOC คือ ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ข้อคำถามใดที่ผ่านเกณฑ์ดังกล่าวจึงจะถูกรวมไว้ในแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ผลการประเมินพบว่าทุกข้อคำถามมีค่า IOC อยู่ในระดับที่เหมาะสม (≥ 0.50) และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้

4.2 การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Testing)

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามฉบับที่ผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างทดลองจำนวน 30 ราย ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อวัดระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยกำหนดเกณฑ์ขั้นต่ำไว้ที่ 0.70 ในกรณีที่ค่าความเชื่อมั่นต่ำกว่าเกณฑ์ดังกล่าว จะมีการพิจารณาตัดข้อคำถามที่มีค่าความสอดคล้องภายในต่ำ (Item-Total Correlation) ออก เพื่อปรับปรุงเครื่องมือให้มีความเชื่อมั่นที่เพียงพอสำหรับการเก็บข้อมูลจริง

ผลการทดสอบพบว่า แบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.936 ซึ่งอยู่ในระดับที่สูง แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับดีมาก และสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงได้อย่างเหมาะสม

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.936	.938	30

รูปแสดงผลการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการแจกจ่ายแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 183 คน การเก็บข้อมูลดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 5.1 การแจกแบบสอบถาม จะทำการแจกแบบสอบถามให้กับพนักงานที่ใช้งานเซบเทบอทในองค์กร โดยสามารถแจกผ่านทางออนไลน์ (Google Forms)
- 5.2 ช่วงเวลา กำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 2-4 สัปดาห์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายและครบถ้วน

6. การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างครบถ้วน และตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

6.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

6.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร ระยะเวลาในการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

6.1.2 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อบัณฑิตด้านการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และอิทธิพลจากสังคม (Social Influence) โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

6.1.3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อบัณฑิตด้านคุณสมบัติของเซบเทบอท ได้แก่ ความถูกต้องของข้อมูล (Information Accuracy) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) และการตอบสนอง (Responsiveness) โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

6.1.4 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กร ทั้งในด้านการลดเวลาในการทำงาน ลดข้อผิดพลาด ลดต้นทุน และลดภาระงานซ้ำซ้อน โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การแปลผลระดับความคิดเห็นพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

6.2.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละด้าน โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อตรวจสอบว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (Multicollinearity)

6.2.2 การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานในองค์กร โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

การแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีระดับดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์ 0.01 – 0.20 หมายถึง ความสัมพันธ์ต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์ 0.21 – 0.40 หมายถึง ความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์ 0.41 – 0.60 หมายถึง ความสัมพันธ์ปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์ 0.61 – 0.80 หมายถึง ความสัมพันธ์สูง

ค่าสัมประสิทธิ์ 0.81 – 0.99 หมายถึง ความสัมพันธ์สูงมาก

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เซทบอทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร สรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 183 คน พบว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.5 รองลงมาคือเพศหญิง ร้อยละ 47.0 และเพศทางเลือก ร้อยละ 0.5 ช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 40.4 รองลงมาคือช่วงอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 33.3 ช่วงอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 18.6 และอื่น

ๆ ประมาณร้อยละ 7.7 สำหรับประสบการณ์ในการใช้เซทบอท พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 1-2 ปี ร้อยละ 31.1 รองลงมาคือน้อยกว่า 6 เดือน ร้อยละ 27.9

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี

ผลการวิเคราะห์พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับ “มาก” (ค่าเฉลี่ยรวม 4.19) เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี ค่าเฉลี่ย 4.30 ด้านอิทธิพลจากสังคม ค่าเฉลี่ย 4.18 และด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ค่าเฉลี่ย 4.09

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณสมบัติของเซทบอท

โดยรวมอยู่ในระดับ “มาก” (ค่าเฉลี่ยรวม 3.76) เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการตอบสนองของเซทบอท ค่าเฉลี่ย 4.17 ด้านความเชื่อมั่นในข้อมูลที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.64 และความน่าเชื่อถือของเซทบอท ค่าเฉลี่ย 3.48

4. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร

โดยรวมอยู่ในระดับ “มาก” (ค่าเฉลี่ยรวม 3.98) ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลดภาระงานซ้ำซ้อนของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 4.17 ด้านลดเวลาการทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.09 ด้านต้นทุนการดำเนินงาน ค่าเฉลี่ย 3.95 และด้านลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน ค่าเฉลี่ย 3.72

5. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เซทบอทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร

สรุปผลได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เซทบอทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน อิทธิพลจากสังคม ความน่าเชื่อถือของเซทบอท และการตอบสนองของเซทบอท ขณะที่ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในข้อมูลที่ถูกต้องของเซทบอทไม่พบว่ามีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าปัจจัยอิสระ 5 ตัว ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน อิทธิพลจากสังคม ความน่าเชื่อถือของเซทบอท และการตอบสนองของเซทบอท มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กร ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการใช้งานเซทบอทในองค์กร ดังนี้

1. การส่งเสริมการรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี

องค์กรควรให้ข้อมูลที่ชัดเจนแก่พนักงานเกี่ยวกับประโยชน์ของการใช้เซทบอท โดยเน้นย้ำว่าเซทบอทสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดขั้นตอนในการปฏิบัติงานประจำวัน และช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ตรงประเด็น ซึ่งจะช่วยสร้างทัศนคติเชิงบวกและกระตุ้นให้เกิดการนำเซทบอทมาใช้งานมากยิ่งขึ้น

2. การออกแบบแชทบอทให้ใช้งานง่ายและไม่ซับซ้อน

ควรพัฒนาแชทบอทให้มีอินเทอร์เฟซที่ใช้งานง่าย มีเมนูหรือคำสั่งที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานทั่วไปสามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องมีความรู้ทางเทคนิคเฉพาะ การส่งเสริมให้พนักงานรู้สึกว่าการใช้งานแชทบอทเป็นเรื่องง่าย จะช่วยให้เกิดการนำไปใช้ในวงกว้างมากขึ้น

3. การใช้กลยุทธ์สร้างแรงจูงใจจากอิทธิพลทางสังคม

องค์กรควรใช้การสื่อสารภายในเพื่อแสดงให้เห็นว่าหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรเริ่มนำแชทบอทมาใช้ในการทำงานแล้ว เช่น การเผยแพร่กรณีตัวอย่างความสำเร็จของการใช้งานแชทบอท รวมถึงการสนับสนุนจากหัวหน้างานหรือผู้นำทีม ซึ่งจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและส่งเสริมแรงจูงใจในการใช้งานในหมู่พนักงาน

4. การปรับปรุงคุณภาพด้านความน่าเชื่อถือของแชทบอท

แม้ว่าความน่าเชื่อถือจะอยู่ในระดับปานกลาง แต่ก็มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ องค์กรควรปรับปรุงระบบให้สามารถให้บริการได้อย่างสม่ำเสมอ ลดข้อผิดพลาดในการตอบคำถาม และมีการประเมินความแม่นยำของข้อมูลที่แชทบอทนำเสนออย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้งาน

5. การพัฒนาแชทบอทให้ตอบสนองได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา

เนื่องจากการตอบสนองของแชทบอทเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด องค์กรควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงความเร็วในการตอบกลับคำถามของแชทบอท การจัดระบบให้สามารถสนับสนุนพนักงานในงานประจำวันได้อย่างทันทั่วที่จะช่วยลดภาระในการติดต่อหน่วยงานสนับสนุน และทำให้พนักงานสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรวดี อุ่นจิตร. (2021). ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีแชทบอทเพื่อการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าของผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี).

ณัฐ ปานมโนธรรม. (2019). ผลกระทบของคุณลักษณะแชทบอทต่อการรับรู้ของผู้เยี่ยมชมโซเชียลคอมเมอร์ซ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

นฤมล วุฒิภาพิกุล. (2021). ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Chatbot (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล).

นันทิดา พูลพาณิชย์. (2022). ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการยอมรับเทคโนโลยี AI Chatbot โดยผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่ม Baby Boomer (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

นันท์นภัส ประจงการ. (2017). แนวทางการปรับใช้แชทบอทสำหรับงานบริการลูกค้า (Customer service chatbots) สำหรับธุรกิจ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

พงศ์พันธุ์ ไพโรจน์. (2023). การยอมรับและตัดสินใจเลือกใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อให้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล).

ภาษาอังกฤษ

Busch, M., Collarana, D., Decker, S., Eymann, T., Gutheil, N., Keller, R., Köhl, N., Lange-Bever, C., Mayer, V., Morad, M., Pöllath, L., Röglinger, M., Sharma, R., & Urbach, N. (2025). Implementing Generative AI Chatbots: Potentials, Challenges and Guidelines for the Successful Implementation of Generative AI Chatbots into Tourism. University of Bayreuth

Chiarini, A., Grando, A., Venturini, S., & Borgonovo, E. (2023). Do automation and AI impact on job reduction? A study on perceived risk of losing job among white-collars in the Italian manufacturing companies. *Production Planning & Control*, 34(15), 1414–1426.

Davis, F. D. (1986). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results (Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology).

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.

De Andrade, I. M., & Tumelero, C. (2022). Increasing customer service efficiency through artificial intelligence chatbot. *Revista de Gestão*.

Filieri, R., et al. (2021). Artificial intelligence (AI) for tourism: An European-based study on successful AI tourism start-ups. Audencia Business School.

Huang, D.-H., & Chueh, H.-E. (2021). Chatbot usage intention analysis: Veterinary consultation. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(2), 135–144.

Khamaj, A. (2025). AI-enhanced chatbot for improving healthcare usability and accessibility for older adults. *Alexandria Engineering Journal*, 116, 202–213.

Melnyk, L., Kalinichenko, L., Rozghon, Y., Derykolenko, O., Kovtun, O., & Tulyakov, O. (2024).

Prospects of business process management based on chatbots. *Problems and Perspectives in Management*, 22(2).

- Rukadikar, A., & Khandelwal, K. (2024). Navigating change: A qualitative exploration of chatbot adoption in recruitment. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2345759.
- Selamat, M. A., & Windasari, N. A. (2021). Chatbot for SMEs: Integrating customer and business owner perspectives. *Technology in Society*, 66, 101685.
- Susanto, E., & Khaq, Z. D. (2024). Enhancing customer service efficiency in start-ups with AI: A focus on personalization and cost reduction. *Jurnal Manajemen Informatika (JMI)*.
- Siahaan, M. M., Sunarjo, R. A., Sebastian, R., & Wahid, S. M. (2025). The Role of Natural Language Processing in Enhancing Chatbot Effectiveness for E-Government Services. *Journal of Computer Science and Technology Application (CORISINTA)*, 2(1), 65–74.
- Tsai, M.-H., Chan, H.-Y., Chan, Y.-L., Shen, H.-K., Lin, P.-Y., & Hsu, C.-W. (2021). A chatbot system to support mine safety procedures during natural disasters. *Sustainability*, 13(2), 654.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273–315.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Xu, Y., Shieh, C.-H., van Esch, P., & Ling, I.-L. (2020). AI customer service: Task complexity, problem-solving ability, and usage intention. *Australasian Marketing Journal*