

อิทธิพลของการรับรู้ถึงประโยชน์ และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานต่อความตั้งใจใช้งาน
ปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ของประชากรวัยทำงานที่ใช้งานบนแพลตฟอร์ม Facebook ใน
กรุงเทพมหานคร¹

THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS AND PERCEIVED EASE OF USE ON
INTENTION TO USE CHATGPT OF FACEBOOK WORKING-AGE USERS IN
BANGKOK METROPOLIS

ธนิตรา แก้วเกษ²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพรรณนาระดับความตั้งใจใช้งาน เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับผล
ความตั้งใจใช้งาน และตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลระหว่างปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และ การรับรู้
ความง่ายในการใช้งานต่อความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ของประชากรวัยทำงานใน
แพลตฟอร์ม Facebook ในกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 199 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบระบบ
เครื่องมือวิจัยได้แก่ แบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ ข้อมูลวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐาน การทดสอบค่าคงที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลจาก
การวิเคราะห์พบว่า ระดับความตั้งใจใช้งานอยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ความสนใจในการใช้
งาน ระยะเวลาที่ใช้ ChatGPT ในแต่ละวัน และ ความถี่ในการใช้งาน ทำให้ความตั้งใจใช้งานต่างกัน การรับรู้
ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานมากกว่าการรับรู้ประโยชน์ ตัวแปรสังเกตที่มีอิทธิพลต่อ
ความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ได้แก่ ความชัดเจนและความเข้าใจง่าย ความง่ายในการเรียนรู้
ความง่ายในการควบคุม ประสิทธิภาพของความพยายาม การเพิ่มผลิตภาพ ประสิทธิภาพ และประโยชน์โดยรวม
คำสำคัญ ความตั้งใจใช้งาน ChatGPT, การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน, การรับรู้ถึงประโยชน์

Abstract

This research aimed to describe the level of intention to use ChatGPT, compare it with personal factors,
including examine its affecting factors, viz. perceived usefulness and perceived ease of use, from 199
Facebook working-age users, selected through systematic random sampling, in Bangkok metropolis. The
research instrument was a reliability tested questionnaire. Data were analyzed by mean, t-test, one-way

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง อิทธิพลของการรับรู้ถึงประโยชน์ และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานต่อความตั้งใจใช้งาน
ปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ของประชากรวัยทำงานที่ใช้งานบนแพลตฟอร์ม Facebook ในกรุงเทพมหานคร

² นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวีปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ

คณะรัฐศาสตร์และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

analysis of variance, and multiple regression analysis. The results showed that the level of intention to use was at high level. Age, voluntariness of use, daily time to use ChatGPT, and frequency of use caused significantly differences on perceived ease of use. Observed variables affecting intention to use ChatGPT were clarity and easy comprehension, simpleness to learn, simpleness to control, effort efficiency, productivity added, effectiveness, and overall usefulness.

Keywords Intention to use ChatGPT, Perceived ease of use, Perceived usefulness

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ความตั้งใจในการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ เป็นการสะท้อนถึงระดับความพร้อมหรือความเป็นไปได้ที่บุคคลจะกระทำพฤติกรรมการใช้งาน ที่สะท้อนถึงแนวโน้มการยอมรับและการปรับตัวของประชากรต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะในยุคที่ ChatGPT เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานและการให้บริการทั้งในภาครัฐและเอกชน โดย ChatGPT สามารถช่วยให้บุคลากรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลิตผลงานที่มีคุณภาพภายใต้เวลาจำกัด และช่วยประหยัดทั้งเวลาและงบประมาณในการดำเนินงาน ผู้ที่ใช้งานสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้ถึงร้อยละ 37 ใช้เวลาน้อยลงร้อยละ 40 และคุณภาพงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 18 เมื่อเทียบกับกลุ่มที่ไม่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Noy & Zhang, 2023) การนำ ChatGPT มาใช้ในองค์กรต้องมีการศึกษาข้อมูลอย่างรอบด้าน องค์กรที่เข้าใจและส่งเสริมความตั้งใจใช้งาน ChatGPT ของบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันในยุคดิจิทัล สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีได้รวดเร็ว และสามารถสร้างคุณค่าและนวัตกรรมใหม่ๆ จากการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (อภิสราราชรัฐแก้วฟ้า, 2566)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน ChatGPT นั้น การศึกษาของ Davis (1989) เกี่ยวกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology acceptance model: TAM) พบว่า มีอิทธิพลมาจากปัจจัย 2 ปัจจัยคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน โดยการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้งาน ChatGPT โดยผู้ที่เห็นคุณค่าและประโยชน์ของเทคโนโลยีนี้ในการตอบสนองความต้องการและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานหรือการเรียนรู้ มีแนวโน้มที่จะใช้งานอย่างต่อเนื่องและอาจแนะนำให้ผู้อื่นใช้งาน (Davis, Williams, & Garcia, 2022) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้งาน ChatGPT โดยเฉพาะในช่วงแรกของการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ การที่ผู้ใช้สามารถเริ่มต้นใช้งานและได้รับผลลัพธ์ที่มีประโยชน์ได้อย่างรวดเร็ว หากระบบใช้งานง่ายขึ้น ผู้ใช้งานจะมองว่าระบบนั้นมีประโยชน์มากขึ้น (Venkatesh, & Davis, 2000)

แม้ว่าปัญญาประดิษฐ์จะมีศักยภาพในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน แต่พนักงานไทยประสบปัญหาในการใช้งาน ขาดการสนับสนุนจากนายจ้าง ความกังวลด้านความปลอดภัยของข้อมูล ขาดนโยบายที่ชัดเจน และ ขาดการสนับสนุนจากนายจ้าง อีกทั้ง พนักงานไทยยอมรับว่า องค์กรที่มีนโยบายเชิงรุกและมี

ความก้าวหน้าในด้าน Generative AI เป็นองค์การที่น่าร่วมงานมากกว่าองค์การที่ไม่มีความพร้อมในเรื่องนี้ ทั้งนี้กลุ่มวัยทำงานในกรุงเทพมหานครถือเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศระชากรใน กรุงเทพมหานครมีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์สูงที่สุดในประเทศสะท้อนถึงความคุ้นเคยและความพร้อมในการเรียนรู้และปรับตัวต่อเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยเฉพาะแพลตฟอร์ม Facebook ที่มีผู้ใช้งานครอบคลุมทุกระดับการศึกษาและอาชีพโดยกลุ่มอายุ 25-34 ปี เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนการใช้งาน Facebook มากที่สุด

จากความสำคัญดังที่กล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผล ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานต่อความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานครบนแพลตฟอร์ม Facebook

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพรรณนาระดับความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ของประชากรวัยทำงานที่ใช้งานบนแพลตฟอร์ม Facebook ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ของประชากรวัยทำงานที่ใช้งานบนแพลตฟอร์ม Facebook ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลระหว่างปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานต่อความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ของประชากรวัยทำงานที่ใช้งานบนแพลตฟอร์ม Facebook ในกรุงเทพมหานคร

คำถามการวิจัย

1. ระดับความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ของประชากรวัยทำงานที่ใช้งานบนแพลตฟอร์ม Facebook ในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับใด
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันทำให้ความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ของประชากรวัยทำงานที่ใช้งานบนแพลตฟอร์ม Facebook ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
3. ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ของประชากรวัยทำงานที่ใช้งานบนแพลตฟอร์ม Facebook ใน กรุงเทพมหานคร หรือไม่ อย่างไร

สมมติฐานการวิจัย

1. ระดับความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ของประชากรวัยทำงานที่ใช้งานบนแพลตฟอร์ม Facebook ในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ของประชากรวัยทำงานที่ใช้งานบนแพลตฟอร์ม Facebook ในกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

3. ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ในความใช้งานง่าย มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน ปัญญาประดิษฐ์ ChatGPTของประชากรวัยทำงานที่ใช้งานบนแพลตฟอร์ม Facebook ในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา แนวคิดที่นำมาใช้ศึกษาได้แก่ ความตั้งใจในการใช้งานของ Fishbein & Ajzen (2010) และแนวคิดของ TAM ของ Davis, Bagozzi & Warshaw (1989)

ขอบเขตด้านประชากรและการสุ่มตัวอย่าง ประชากรวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 25-55 ปี ประมาณ 3,200,00 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2567) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power กำหนดค่า Effect size เท่ากับ 0.15 ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 166 คน โดยผู้วิจัยเพื่อการเสียหายของข้อมูลอีกร้อยละ 20 จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 199 คนใช้วิธีการสุ่มเชิงระบบ (Systematic sampling) แจกแบบสอบถามทางช่องทางออนไลน์เป็นหลักเผยแพร่ต่อผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ กลุ่ม Facebook : ChatGPT Thailand AI use cases, ChatGPT Thailand, กลุ่มผู้ใช้แชทจีพีทีบนแพลตฟอร์ม Facebook

ขอบเขตด้านระยะเวลา ทำการศึกษาผู้ใช้งานที่มีประสบการณ์ใช้งาน ChatGPT 3 เดือนขึ้นไป

แนวคิดและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

แนวคิดความตั้งใจใช้งาน

ความตั้งใจใช้งาน หมายถึงกระบวนการทางจิตใจที่สะท้อนถึงการตัดสินใจหรือความพยายามของบุคคลในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและแบบแผนที่ชัดเจน ซึ่งพฤติกรรมที่เกิดขึ้นนั้นไม่ได้เป็นไปโดยบังเอิญ แต่เป็นผลมาจากแรงจูงใจภายในที่ได้รับอิทธิพลจากทัศนคติ ค่านิยม และปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการแสดงออกของบุคคล ความตั้งใจจะดำรงอยู่จนกว่าบุคคลจะพบช่วงเวลาและโอกาสที่เหมาะสม จึงนำไปสู่การปฏิบัติที่สอดคล้องกับความคิดและความต้องการของตน (Ajzen, 1991)

กระบวนการเกิดความตั้งใจใช้งานว่ามีลักษณะเป็นกระบวนการต่อเนื่อง โดยเริ่มต้นจากระบบความเชื่อของบุคคล (Belief system) ที่เกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ ความเชื่อเหล่านี้จะนำไปสู่การก่อตัวของทัศนคติ การคัดลอกตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งจะส่งผลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมในที่สุด (Ajzen, 1991)

ตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยี หรือ Technology acceptance model (TAM)

Foster (1973) ให้คำจำกัดความของการยอมรับเทคโนโลยีว่า หมายถึง การรับรู้ของบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้ด้วยตนเองเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งการยอมรับเทคโนโลยีจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้พิจารณาถึงประโยชน์และความจำเป็นในการใช้งาน และเกิดความเชื่อมั่นว่าจะได้รับประโยชน์อย่างแน่นอนจากการใช้งานเทคโนโลยีนั้น ต่อมา Davis (1989) ได้พัฒนา TAM ซึ่งเป็นการขยายจาก TRA โดย TAM อธิบายว่าพฤติกรรมการใช้งานระบบสารสนเทศใหม่ขึ้นอยู่กับการรับรู้ 2 ประการ (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989)

ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived usefulness) เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญของ TAM หมายถึงความเชื่อของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยีใหม่ ว่าระบบนั้นมีประโยชน์และสามารถช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น การรับรู้ประโยชน์นี้มักเกี่ยวข้องกับความสะดวกในการเรียนรู้และใช้งาน รวมถึงความเป็นอิสระจากประสบการณ์เดิม

Davis (1989) ให้คำนิยามการรับรู้ถึงประโยชน์ว่า "ระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้ระบบหรือเทคโนโลยีเฉพาะจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของตน"

องค์ประกอบของการรับรู้ถึงประโยชน์

1. การเพิ่มประสิทธิภาพ (Performance enhancement) การเพิ่มประสิทธิภาพเป็นการรับรู้ว่าเทคโนโลยีช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถทำงานได้ดีขึ้นในหลากหลายมิติ ไม่เพียงแต่เรื่องความเร็วหรือปริมาณ แต่รวมถึงคุณภาพของผลงานด้วย เมื่อผู้ใช้งานรับรู้ว่าเทคโนโลยีเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน พวกเขาจะมีแนวโน้มที่จะยอมรับและใช้เทคโนโลยีนั้นอย่างต่อเนื่อง เพราะเห็นผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมการรับรู้ในมิตินี้ประกอบด้วย (Davis, 1989)

2. การเพิ่มผลิตภาพ (Productivity improvement) การเพิ่มผลิตภาพไม่เพียงแต่เกี่ยวกับการทำงานได้มากขึ้นในเวลาเท่าเดิม แต่ยังรวมถึงประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรต่างๆ ด้วยการเพิ่มผลิตภาพมีความสำคัญอย่างยิ่งในองค์กรที่ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและลดต้นทุน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริหารตัดสินใจลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ (Davis, 1989)

3. ประสิทธิภาพ (Effectiveness) ประสิทธิภาพเกี่ยวข้องกับการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ใช่แค่การทำงานให้เสร็จเร็วขึ้นหรือมากขึ้น แต่เป็นการทำงานให้ตรงกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ (Davis, 1989)

4. ประโยชน์โดยรวม (Overall usefulness) ประโยชน์โดยรวมเป็นการประเมินคุณค่าทั้งหมดที่ได้จากการใช้เทคโนโลยี ซึ่งเป็นการรวมผลกระทบทั้งหมดและความคุ้มค่าที่เกิดขึ้น การรับรู้ในมิตินี้ประกอบด้วย (Davis, 1989)

2. การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน (Perceived ease of use) การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน (Perceived ease of use: PEOU) เป็นหนึ่งในปัจจัยหลักของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology acceptance model: TAM) ที่พัฒนาโดย Davis (1989)

Davis (1989) ได้ให้คำนิยามว่าเป็น "ระดับความเชื่อของบุคคลว่าการทำงานระบบหรือเทคโนโลยีหนึ่งๆ จะปราศจากความพยายามทางกายภาพและจิตใจ"

องค์ประกอบของการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน

1. ความชัดเจนและความเข้าใจง่าย (Clarity and comprehensibility) ระดับความชัดเจนของการออกแบบระบบและความสามารถในการเข้าใจวิธีการทำงานของระบบนั้น (Davis, 1989)

2. ความยืดหยุ่น (Flexibility) ความสามารถในการปรับแต่งและปรับเปลี่ยนระบบตามความต้องการของผู้ใช้งาน การรับรู้ในมิตินี้ประกอบด้วย (Davis, 1989)

3. ความง่ายในการเรียนรู้ (Learnability) ความรวดเร็วและความสะดวกในการเรียนรู้วิธีการใช้งานระบบ (Davis, 1989)

4. ความง่ายในการควบคุม (Controllability) ความสามารถในการควบคุมระบบได้ตามต้อง (Davis, 1989)

5. ประสิทธิภาพของความพยายาม (Effort efficiency) ระดับความพยายามที่ผู้ใช้งานต้องใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการใช้งานระบบ (Davis, 1989)

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 หรือ Technology acceptance model 2 (TAM 2)

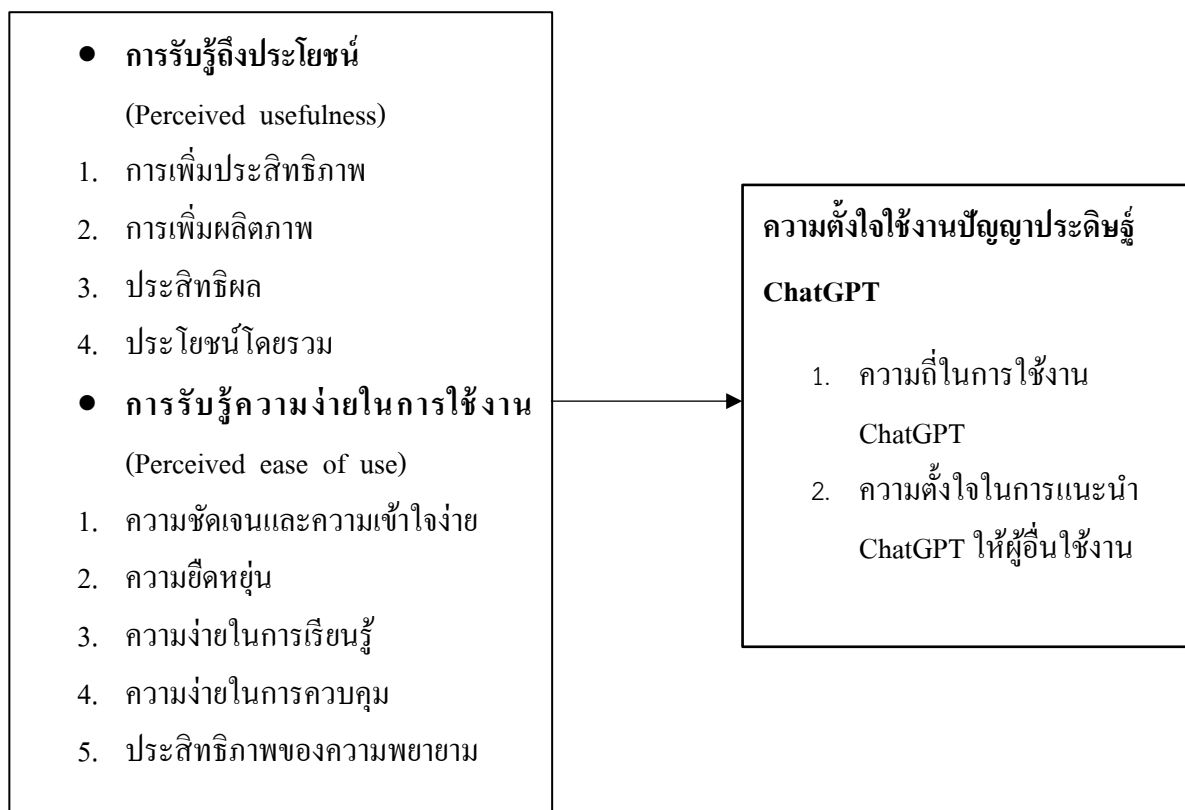
Venkatesh & Davis (2000, อ้างอิงในปราโมทย์ ลือนาม, 2554) กล่าวว่า แบบจำลอง TAM 2 เป็นการต่อยอดและขยายขอบเขตจากแบบจำลอง TAM ดั้งเดิม แบบจำลองนี้ได้ผนวกปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมและกระบวนการทางปัญญาเข้าไว้ด้วยกัน แบบจำลองนี้ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมของการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลได้รับผลกระทบอย่างมากจากบรรทัดฐานของบุคคล ประสบการณ์การใช้งาน ความสนใจในการใช้งาน และภาพลักษณ์ของเทคโนโลยี ปัจจัยเหล่านี้ประกอบกันเป็นกระบวนการคิดที่นำไปสู่การตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธเทคโนโลยี

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 3 หรือ Technology acceptance model 3 (TAM 3)

TAM 3 เกิดจากการผสมระหว่าง TAM 2 เข้ากับแบบจำลองของปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน โดย Venkatesh & Bala (2008, อ้างอิงในปราโมทย์ ลือนาม, 2554) ได้อธิบายว่า TAM 3 เป็นแบบจำลองที่นำ TAM 2 มาทำปรับปรุงโดยเพิ่มปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน จำแนกปัจจัยออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มปัจจัยหลัก (Anchors) ที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อทั่วไป (General beliefs) เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และกลุ่มปัจจัยปรับเปลี่ยน (Adjustments) อันเนื่องมาประสบการณ์ตรง (Direct experience) ที่ได้รับจากกลุ่มปัจจัยหลัก

งานวิจัยนี้ ผู้ศึกษาเลือกใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี TAM 2 (Technology acceptance model 2) เนื่องจากเป็นโมเดลที่มีความเหมาะสมกับบริบทของเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนและเป็นนวัตกรรมใหม่ อย่าง ChatGPT Schepers & Wetzels (2007) ได้ยืนยันว่า TAM 2 มีความเหมาะสมสำหรับการศึกษาเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนและใช้งานในบริบทองค์กร การใช้ TAM 2 ช่วยให้การวิจัยมีความชัดเจนและสามารถนำไปใช้ได้ง่ายกว่า เนื่องจาก TAM 2 มีโครงสร้างที่แข็งแกร่งและสามารถอธิบายพฤติกรรมของการยอมรับเทคโนโลยีได้ดีกว่า TAM 1 ขณะที่ยังไม่ซับซ้อนเกินไปเหมือน TAM 3 อีกทั้ง TAM 2 ได้รับการอ้างอิงและนำไปใช้อย่างแพร่หลายในงานวิจัยทั่วโลก ทำให้ผลการวิจัยที่ใช้แบบจำลองนี้สามารถนำไปเปรียบเทียบและอ้างอิงกับงานวิจัยอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research)

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย เป็น ประชากรวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 25-55 ปี ประมาณ 3,200,000 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2567)

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power กำหนดค่า Effect size เท่ากับ 0.15 ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 166 คน โดย ผู้วิจัยเพื่อการเสียหายของข้อมูลอีกร้อยละ 20 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 199 คน

จากนั้นใช้วิธีการสุ่มเชิงระบบ (Systematic sampling) และมีการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งผู้ที่ตอบแบบสอบถามจะต้องเป็นประชากรอายุ 25-55 ปีเท่านั้น ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจะแจกแบบสอบถามทางช่องทางออนไลน์เป็นหลักเผยแพร่ต่อผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ กลุ่ม Facebook : ChatGPT Thailand AI use cases, ChatGPT Thailand, กลุ่มผู้ใช้เซตจีพีทีบนแพลตฟอร์ม Facebook

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้ศึกษาได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจากการตรวจสอบเอกสาร แนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความถูกต้องในเชิงของเนื้อหา (Content validity) และให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ ก่อนนำไปทดลองใช้

2. ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับ กลุ่มตัวอย่าง (Pre-test) จำนวน 30 ราย จากนั้นนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ หาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้การ ทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของ Cronbach (Cronbach's reliability coefficient alpha) ได้ค่าความ เชื่อมั่นเท่ากับ 0.941

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากช่องทางออนไลน์ให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 199 คน
2. นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ความถูกต้อง
2. นำไปลงรหัสเพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อให้คอมพิวเตอร์ทำการ วิเคราะห์ข้อมูล
3. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.1 สถิติพรรณนา (Descriptive statistic) สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ (Frequency) ค่า ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3.2 สถิติอนุมาน (Inferential statistic) สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว (One-way ANOVA) การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีผลต่างเป็นสำคัญน้อย ที่สุด (Least significant difference: LSD) และวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis)

3.3 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานจะใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

1. ระดับความตั้งใจใช้งาน ChatGPT ของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่ใช้งานบนแพลตฟอร์ม Facebook อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 1

ระดับความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ของประชากรวัยทำงานที่ใช้งานบนแพลตฟอร์ม Facebook ในกรุงเทพมหานคร

ความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT	ระดับความตั้งใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความถี่ในการใช้งาน ChatGPT	4.21	0.47	มาก
ความตั้งใจในการแนะนำปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ให้ผู้อื่นใช้งาน	4.13	0.47	มาก
ภาพรวมความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT	4.17	0.70	มาก

จากตารางที่ 1 ภาพรวมความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทั้งความถี่ในการใช้งาน ChatGPT และ ความตั้งใจในการแนะนำปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ให้ผู้อื่นใช้งานอยู่ในระดับมาก

2. ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการใช้งาน และอาชีพ ไม่ทำให้ความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ของประชากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. การยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่ใช้งานบนแพลตฟอร์ม Facebook โดยการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลมากกว่าการรับรู้ถึงประโยชน์

ตารางที่ 2

อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี กับ ความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT

ตัวแปร	ความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT		
	ภาพรวมความตั้งใจใช้งาน ChatGPT	ความถี่ในการใช้งาน ChatGPT	ความตั้งใจในการแนะนำ ChatGPT ให้ผู้อื่นใช้งาน
การรับรู้ถึงประโยชน์			
1. การเพิ่มประสิทธิภาพ	✗	✓	✗
2. การเพิ่มผลิตภาพ	✓	✓	✓
3. ประสิทธิภาพ	✓	✓	✓
4. ประโยชน์โดยรวม	✓	✗	✓
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน			
1. ความชัดเจนและความเข้าใจง่าย	✓	✓	✓
2. ความยืดหยุ่น	✗	✗	✗
3. ความง่ายในการเรียนรู้	✓	✗	✓
4. ความง่ายในการควบคุม	✓	✓	✓
5. ประสิทธิภาพของความพยายาม	✓	✓	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึง ตัวแปรการรับรู้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งาน ChatGPT

✗ หมายถึง ตัวแปรการรับรู้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งาน ChatGPT

จากตาราง 2 เมื่อพิจารณาจากลำดับความถี่ พบว่า ความชัดเจนและความเข้าใจง่าย ความง่ายในการเรียนรู้ ความง่ายในการควบคุม ประสิทธิภาพของความพยายาม การเพิ่มผลิตภาพ ประสิทธิภาพ และประโยชน์โดยรวม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ตามลำดับ ส่วนการเพิ่มประสิทธิภาพ และ ความยืดหยุ่น ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT

อภิปรายผล

ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการใช้งาน และ อาชีพ ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน ChatGPT สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kacperski, Ulloa, Bonnay, Kulshrestha, Selb & Spitz (2025) ที่พบว่าไม่มีความแตกต่างทางเพศที่มีนัยสำคัญต่อการใช้งาน ChatGPT โดยประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุดจากการใช้งานขึ้นอยู่กับความเข้าใจในวิธีการใช้งานและความสามารถของเครื่องมือมากกว่าปัจจัยด้านเพศ อีก

ทั้งหากประชากรมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสูงและการรู้เท่าทันดิจิทัลค่อนข้างดี มีการผสมผสานเทคโนโลยีเข้ากับการเรียนการสอนอย่างกว้างขวาง ระดับการศึกษาจะไม่ส่งผลต่อการใช้งาน สำหรับอาชีพ ที่ไม่ส่งผลต่อการใช้งาน ChatGPT เนื่องจากอาชีพที่หลากหลายในสังคมปัจจุบันต่างมีความต้องการพื้นฐานร่วมกันในการแสวงหาข้อมูลที่เชื่อถือได้และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เมื่อผู้ใช้งานทราบถึงศักยภาพของ ChatGPT ผู้คนจากทุกอาชีพจึงใช้เครื่องมือนี้ด้วยวัตถุประสงค์ที่คล้ายคลึงกันทำให้ ChatGPT เป็นเครื่องมือที่ทุกอาชีพเลือกใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล วุฒิกภาพิณญ (2564) ที่ระบุว่า เพศ ระดับการศึกษา และ อาชีพ ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ประสิทธิภาพในการใช้งานไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน สอดคล้องกับ การศึกษาของ Harryanto, Muchran & Ahmar (2019) พบว่าประสิทธิภาพการใช้งานไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน เมื่อเทคโนโลยีสามารถเข้าถึงและใช้งานได้ง่าย มีคู่มือการใช้งานที่ช่วยให้ผู้ใช้งานรายใหม่สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้วิจัยมองว่า เนื่องด้วยกลุ่มตัวอย่าง เป็นกลุ่มวัยทำงานในกรุงเทพมหานครมีความพร้อมในการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ มีพฤติกรรมการใช้งานจริง มีความคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล อยู่ในสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีคล้ายคลึงกัน ส่งผลให้ประชากรไม่ว่าจะมีเพศ ระดับการศึกษา ประสิทธิภาพในการใช้งาน อาชีพ มีระดับความตั้งใจใช้ความตั้งใจใช้งาน ChatGPT ไม่แตกต่างกัน

การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT มากกว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ งานวิจัยของ Sun & Zhang (2006) พบว่าสำหรับเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนสูง การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน จะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานและการยอมรับเทคโนโลยีมากกว่าเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนต่ำ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ด้านความถนัดในการใช้งาน ChatGPT ของประชากร มีปัจจัยที่ส่งผล คือ การเพิ่มประสิทธิภาพ การเพิ่มผลิตภาพ ประสิทธิภาพ ความชัดเจนและความเข้าใจง่าย ความง่ายในการควบคุม และ ประสิทธิภาพของความพยายาม ส่วนความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ด้านความตั้งใจในการแนะนำปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT ให้ผู้อื่นใช้งาน มีปัจจัยที่ส่งผล คือ การเพิ่มผลิตภาพประสิทธิภาพ ประโยชน์โดยรวม ความชัดเจนและความเข้าใจง่าย ความง่ายในการเรียนรู้ และความง่ายในการควบคุม ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, 1989) ที่กล่าวว่า ผู้ใช้งาน ChatGPT ที่รับรู้ถึงประโยชน์และรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน จะทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่ามีประโยชน์และส่งผลให้เกิดความต้องการใช้งานจริงของ ChatGPT มากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนมาใช้ ChatGPT มากยิ่งขึ้น

ปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ การรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งาน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับของผู้ใช้งาน อธิบายได้ว่าประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานครบนแพลตฟอร์ม Facebook มีความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT โดยคำนึงถึงความชัดเจนและความเข้าใจง่าย ความง่ายในการเรียนรู้ ความง่ายในการควบคุม ประสิทธิภาพของความพยายาม การเพิ่มผลิตภาพ ประสิทธิภาพ และประโยชน์โดยรวม ปัจจัยเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการใช้งานและการเรียนรู้ และยังมองเห็นศักยภาพของ AI ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยที่ควรส่งเสริม ได้แก่ ความชัดเจนและความเข้าใจง่าย ความง่ายในการเรียนรู้ ความง่ายในการควบคุม ประสิทธิภาพของความพยายาม การเพิ่มผลิตภาพ ประสิทธิภาพ และประโยชน์โดยรวม

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ความชัดเจนและความเข้าใจง่าย ควรมีคู่มือใช้งานที่เข้าใจง่าย พร้อมตัวอย่างประกอบ ส่งเสริมแพลตฟอร์มที่เข้าถึงง่าย รองรับภาษาไทย เป็นมิตรต่อผู้ใช้ทุกระดับ

ความง่ายในการเรียนรู้ สนับสนุนหลักสูตรอบรม AI ทั้งออนไลน์และออฟไลน์

ความง่ายในการควบคุม ออกแบบระบบควบคุมที่เข้าใจง่าย สามารถแก้ไขคำสั่งได้สะดวก

ประสิทธิภาพของความพยายาม ออกแบบ ChatGPT ให้สามารถ เรียนรู้และปรับตัวให้เหมาะสมกับบริบทของผู้ใช้งาน ภาครัฐควรมีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาเครื่องมือ AI ที่ช่วยลดขั้นตอนการทำงาน

การเพิ่มผลิตภาพ ผลักดันการใช้ AI ในการวิเคราะห์ข้อมูล, สร้างเนื้อหา, จัดการลูกค้า

ประสิทธิผล พัฒนา ChatGPT ให้มีข้อมูลที่แม่นยำ ทันสมัย และเชื่อถือได้

ประโยชน์โดยรวม ภาครัฐควรมีนโยบายสนับสนุนการใช้ ChatGPT ในการให้บริการประชาชน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ความชัดเจนและความเข้าใจง่าย พัฒนาคู่มือใช้งานที่เข้าใจง่าย จัดทำวิดีโอสอนการใช้งานผ่าน Facebook, YouTube, TikTok ออกแบบแพลตฟอร์มที่เข้าถึงง่าย รองรับภาษาไทย เป็นมิตรต่อผู้ใช้ทุกระดับ

ความง่ายในการเรียนรู้ จัดอบรมการใช้ ChatGPT ส่งเสริมการจัด workshop ทั้งออนไลน์และออฟไลน์

ความง่ายในการควบคุม เพิ่มปุ่มควบคุม ออกแบบให้ผู้ใช้สามารถกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล เพื่อความเป็นส่วนตัว

ประสิทธิภาพของความพยายาม พัฒนา AI ที่จดจำการใช้งานของแต่ละคนอย่างเหมาะสม

การเพิ่มผลิตภาพ บูรณาการกับเครื่องมือในองค์กร เช่น Google Workspace, MS Office, CRM

ประโยชน์โดยรวม ผู้บริหารจัดอบรมให้ใช้ ChatGPT ในการทำงานจริง เช่น เขียนเอกสาร หาข้อมูล

ปัจจัยที่ควรปรับปรุง ได้แก่ การเพิ่มประสิทธิภาพ และ ความยืดหยุ่น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การเพิ่มประสิทธิภาพ ภาครัฐสนับสนุน R&D เพื่อพัฒนา AI ให้ตอบสนองแม่นยำ รวดเร็ว และสอดคล้องกับบริบท กำหนดมาตรฐานการใช้งาน AI ในธุรกิจ ผู้พัฒนาปรับปรุงระบบ AI ให้ประมวลผลได้เร็วขึ้น

ความยืดหยุ่น พัฒนา AI ให้สามารถปรับแต่ง การทำงานให้เข้ากับความต้องการของผู้ใช้แต่ละกลุ่ม รองรับการใช้งานข้ามแพลตฟอร์ม เช่น เว็บ แอป มือถือ หรือระบบภายในองค์กร

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

การเพิ่มประสิทธิภาพ พัฒนา ChatGPT ให้สามารถ ประมวลผลคำถามซับซ้อนได้แม่นยำขึ้น

ความยืดหยุ่น ผู้บริหารควร บูรณาการ ChatGPT เข้ากับเครื่องมือทำงาน เช่น Microsoft Office, Google Workspace และซอฟต์แวร์องค์กร

บรรณานุกรม

- ปราโมทย์ ลีโอนาม. (2554). แนวความคิดและวิวัฒนาการของแบบจำลองการยอมรับการใช้เทคโนโลยี [Concepts and evolution of technology acceptance model]. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 9(1), 1–15.
- นฤมล วุฒิกภาพัญญ. (2564). ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Chatbot [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล].
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2567). รายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลอุปสงค์และอุปทานแรงงาน กรุงเทพมหานคร ปี 2567. กรุงเทพมหานคร: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- อภิสร อธิราชกุล. (2566). การศึกษาผลกระทบจากการยอมรับใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ด้านความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานออฟฟิศในประเทศไทย [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล].
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Davis, F. D., Williams, R., & Garcia, T. (2022). Perceived usefulness as a predictor of AI assistant adoption in professional settings. *Information Systems Research*, 33(4), 567–583.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. New York: Psychology Press.
- Foster, G. M. (1973). *Tradition societies and technological change*. New York: Harper and Row Publishers.
- Harryanto, H., Muchran, I., & Ahmar, A. S. (2019). Application of TAM model to the use of information technology. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(29), 37–40.
- Kacperski, C., Ulloa, R., Bonnay, D., Kulshrestha, J., Selb, P., & Spitz, A. (2025). Characteristics of ChatGPT users from Germany: Implications for the digital divide from web tracking data. *PLOS ONE*, 20(1).
- Noy, S., & Zhang, W. (2023). Experimental evidence on the productivity effects of generative artificial intelligence. *Science*, 381(6654), 187–192.

- Schepers, J., & Wetzels, M. (2007). A meta-analysis of the technology acceptance model: Investigating subjective norm and moderation effects. *Information & Management*, 44(1), 90–103.
- Sun, H., & Zhang, P. (2006). The role of moderating factors in user technology acceptance. *International Journal of Human-Computer Studies*, 64(2), 53–78.
- 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.