

อิทธิพลทางสังคม การยอมรับเทคโนโลยี ความคาดหวังการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ถึงความ
น่าเชื่อถือ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของ
พนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

Social Influence Technology Acceptance Technology Expectancy and Perceived
Credibility Affect Intention to Use Artificial Intelligence (AI) Technology in
Perspective of Office Workers Living in Bangkok Metropolitan Region

มนีวรรณ สิงห์น้อย

สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Maneewan Singnoi

E-mail: 664131033@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Accounting

Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลทางสังคม การยอมรับเทคโนโลยี ความคาดหวังการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล อิทธิพลทางสังคม การยอมรับเทคโนโลยี ความคาดหวังการใช้เทคโนโลยี และ ความน่าเชื่อถือ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า พนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุต่ำกว่า 30 ปี และมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อิทธิพลทางสังคม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) การยอมรับเทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.06$) ความคาดหวังการใช้เทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.00$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านประสิทธิภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.10$) การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) และความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.00$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) พนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และบริเวณที่มี อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยภาพรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) อิทธิพลทางสังคม การยอมรับเทคโนโลยี ความคาดหวังในการใช้เทคโนโลยีและการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ มีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และบริเวณที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)

Abstract

The purpose of this study is to examine the social influence, technology acceptance, technology expectancy and perceived credibility affect intention to use artificial intelligence (AI) technology in perspective of office workers living in Bangkok Metropolitan Region, factors include demographic factors, social influence, attitude towards use and ease of use. The 400 sample were drawn from office workers living in Bangkok Metropolitan Region. Data were analyzed by using the frequency, percentage, mean, and standard deviation and collected data from questionnaires with T-Test, F-Test (One way ANOVA), and Multiple Regression Analysis.

The study indicated that the most office workers living in Bangkok Metropolitan Region of the respondents were female, aged under 30 years, received Bachelor's Degree and received monthly income of 10,001 -20,000 baht. Social influence was at high level ($\bar{x} = 3.88$). Technology acceptance were at the high level ($\bar{x} = 4.06$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was perceive ease of use and perceived usefulness ($\bar{x} = 4.06$). Technology expectancy were at high level ($\bar{x} = 4.00$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was performance expectancy ($\bar{x} = 4.10$). Perceived credibility was at high level ($\bar{x} = 3.84$). The intention to use artificial intelligence (AI) technology in perspective of office workers living in Bangkok Metropolitan Region was rated at a high level ($\bar{x} = 4.00$).

The results of hypothesis test show that (1) the office workers living in Bangkok Metropolitan Region with different age, education and income had different overall the intention to use artificial intelligence (AI) technology at statistical significance of 0.05 levels.(2) Technology acceptance; perceive usefulness, perceive ease of use, in addition, technology expectancy; performance expectancy, effort expectancy, including social influence and perceived credibility had effect intention to use artificial intelligence (AI) technology in perspective of office workers living in Bangkok Metropolitan Region at statistical significance of 0.05 levels.

Keyword: Intention to Use Artificial Intelligence (AI) Technology

บทนำ

สภาพแวดล้อมในปัจจุบันมีเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วนของธุรกิจ องค์กรจึงต้องมีการปรับตัวทั้งด้านโครงสร้าง กลยุทธ์ วัฒนธรรมองค์กร ทรัพยากรบุคคลและวิธีการจัดการเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและเตรียมพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อให้สอดคล้องและทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ส่งผลโดยตรงต่อบุคลากรที่ปฏิบัติงานทั้งในทางบวกและทางลบ โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมที่มีบทบาทความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางด้าน เศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ทำให้ตลาดมีการขยายตัวและมีความต้องการทางด้านแรงงานเพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้ขณะนี้ ตลาดแรงงานอุตสาหกรรมไทยมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นส่งผลให้อุตสาหกรรม ประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน (ปฏิญญา ปิ่นทอง, 2561) การแข่งขันกันทางธุรกิจท่ามกลางการเปลี่ยนทาง เทคโนโลยีในโลกยุคดิจิทัลอุตสาหกรรมหลายอย่างเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานไปค่อนข้างมาก เป็นผลมาจาก เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่สามารถเข้ามาทำงานแทนมนุษย์ได้เกือบทุกอย่างหรืออาจจะดีกว่าในงานหลายอย่าง เพราะทักษะของมนุษย์มักจะทำบางสิ่งบางอย่างได้ดีกว่าเครื่องจักรและคอมพิวเตอร์อยู่เสมอ AI มีจุดแข็งที่มนุษย์ไม่สามารถแข่งขันได้ เช่น ความเร็ว ความแม่นยำในการคำนวณ ในขณะที่มนุษย์มีจุดที่เหนือกว่า ได้แก่ ความเห็นอกเห็นใจ การตัดสินใจ การรับรู้ เป็นต้น หากองค์กรได้มีการรวมจุดแข็งของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) กับมนุษย์แล้วนำมาเสริม กัน ผลลัพธ์ที่ได้ย่อมสามารถทำให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น และรายงานของบริษัทรับสมัครงานชื่อดังอย่าง Accenture ก็สนับสนุนแนวคิดดังกล่าวเพราะพบว่าในปีที่ผ่านมาการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ร่วมกับ มนุษย์มีผลทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10 ในระหว่างปี ค.ศ. 2020 (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2564)

ปัจจุบันกระบวนการทำงานส่วนใหญ่ใช้คนหรือพนักงานเป็นหลักในการดำเนินงานและการจัดการงานต่างๆ เริ่ม ตั้งแต่งานเอกสาร งานบันทึกข้อมูล รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งการทำงานดังกล่าวต้องใช้เวลาในการทำงานเป็นอย่างมาก รวมถึงการทำงานยังเกิดข้อผิดพลาดความถูกต้องและแม่นยำ อีกทั้งยังต้องเก็บข้อมูลรวมถึงเอกสารต่างๆ เป็น จำนวนมาก นั่นอาจเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้บริหารองค์กรให้ความสำคัญกับการจัดการกระบวนการทำงานและนำเทคโนโลยี อย่าง Robotics, Big Data, Machine Learning, AI เข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจ (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีแห่งชาติ, 2568)

บทบาทสำคัญในการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ช่วยให้องค์กรต่างๆ เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เพิ่ม ผลผลิต และเพิ่มรายได้ ช่วยในการปรับปรุงกระบวนการที่ยุ่งยากให้ดีขึ้นโดยปราศจากข้อผิดพลาด พร้อมใช้งานได้ ตลอดเวลาสามารถใช้งานได้ตลอด24ชั่วโมง และสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลาตามต้องการ นอกจากนั้นในระบบการ ทำงานที่ต้องทำแบบซ้ำๆ และมีข้อมูลตัวเลขจำนวนมาก การนำความสามารถของระบบ AI มาใช้ ช่วยทำให้พนักงาน แผนกบัญชีไม่ต้องมาทำงานที่ต้องทำซ้ำๆ แล้วไปมุ่งเน้นงานที่สำคัญกว่าได้ และยังช่วยลดความผิดพลาดจากข้อมูล จำนวนมากได้อีกด้วย นอกจากนี้ AI ยังสามารถอ่านข้อความจากเอกสารที่เป็นไฟล์ PDF หรือไฟล์รูปภาพ ไปจนถึงลายมือ ในเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และแปลงเป็นรูปแบบของตัวอักษรหรือข้อความ ด้วย OCR หรือ Optical Character Recognition หรือตัวช่วยแปลงไฟล์เอกสาร ทำให้ลดความยุ่งยากจากกระบวนการทำงาน (KATALYST,2021) ดังนั้น องค์กรควรให้ความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมที่ตอบสนองทุกมิติของลูกค้าและการพัฒนา กระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพผ่านนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถแข่งขันกับ คู่แข่งในตลาดได้ด้วยการเลือกใช้ AI ที่เหมาะสมกับองค์กร (Cloud HM, 2021)

จากความสำคัญดังกล่าวผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งสำหรับองค์กรที่ผู้วิจัยทำงาน มีการใช้ Robotics สำหรับการทำงานที่ต้องใช้เวลานาน รวมถึงงานที่ต้องทำแบบเดิมๆ แต่การทำงานของ Robotics ยังมีข้อจำกัดอยู่หลายอย่างซึ่งยังไม่สามารถทดแทนแรงงานมนุษย์ได้ทั้งหมด ดังนั้น AI จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่องค์กรจะนำมาเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน และเพิ่มศักยภาพในการผลิต เพื่อสร้างข้อได้เปรียบต่อคู่แข่งทางธุรกิจ ดังนั้นพนักงานจะต้องเรียนรู้ทักษะเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้งาน ดังนั้นในฐานะผู้บริหารแล้ว หากสามารถเตรียมรับมือกับการเข้ามาของเทคโนโลยีเหล่านี้เพื่อมาปรับใช้กับการบริหารองค์กรได้ ก็จะช่วยให้คุณก้าวไปอีกขั้นสู่ความสำเร็จในโลกธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางสังคม การยอมรับเทคโนโลยีที่ ความคาดหวังการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ขอบเขตงานวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงานออฟฟิศในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน
2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม การยอมรับเทคโนโลยี ความคาดหวังการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยทางผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล อิทธิพลทางสังคม การยอมรับเทคโนโลยี ความคาดหวังการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

สมมติฐานของการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันทำให้ความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลต่างกัน
- สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลทางสังคมมีผลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
- สมมติฐานที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
- สมมติฐานที่ 4 ความคาดหวังในการใช้เทคโนโลยีมีผลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

สมมติฐานที่ 5 การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือมีผลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
2. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. นำสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการนำเสนอต่อผู้บริหารในการวางแผนและตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)

ความตั้งใจซื้อและใช้บริการคือสภาพทางจิตใจ (Mental State) ที่สะท้อนการวางแผนของผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้าตราสินค้าใด ๆ จำนวนเท่าไรในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ (Howard, 1994)

Hale et al. (2002) กล่าวถึงทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Ajzen (1985) ถูกสร้างขึ้นเพื่อทำนายว่า การที่บุคคลจะประพฤติหรือกระทำพฤติกรรมใดนั้น สามารถทำนายได้จากการวัดความเชื่อ (Beliefs) ทศนคติ(Attitudes) และความตั้งใจกระทำ (Intention) โดยทฤษฎีนี้จะเชื่อว่า มนุษย์โดยปกติจะเป็นผู้ใช้เหตุผลและนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ต่อตนเองอย่างเป็นระบบ เพื่อส่งผลให้บรรลุถึงเจตนารมณ์ของตน พฤติกรรมของมนุษย์ ไม่ได้ถูกกำหนดมาโดยขาดการพิจารณามาก่อน ยิ่งกว่านั้นเชื่อว่ามนุษย์มีการพิจารณาเกี่ยวกับพฤติกรรมและสิ่งที่ตั้งใจนั้นมาก่อน โดยพฤติกรรมจะมีองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการคือ (1). ทศนคติต่อพฤติกรรม (Behavioral Attitudes) (2). การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม

อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) คือ การกระทำสิ่งต่างๆ หรือการแสดงความคิดเห็น ที่ได้รับผลมาจากบุคคลในสังคม (Friedkin & Johnsen, 1999) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความคิด ความรู้สึก หรือพฤติกรรม นอกจากนั้น อิทธิพลทางสังคม เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน 4 ปัจจัยคือการคาดหวังว่าระบบจะช่วยให้ทำงานได้ดีขึ้น การคาดหวังว่าระบบใช้งานง่าย อิทธิพลจากคนรอบข้าง และทรัพยากรและการสนับสนุนที่มีให้(Venkatesh, et al., 2003)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยี คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยี พฤติกรรมความตั้งใจไปสู่การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ จากแนวคิดตามแบบจำลอง TAM ได้แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมที่เจตนาหรือตั้งใจใช้ (Behavioral intention to use) ระบบสารสนเทศใหม่ (Davis,1989) โดยที่ ดัดแปลงและประยุกต์มาจากทฤษฎีของการกระทำตามหลักและเหตุผล ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องของการพยากรณ์พฤติกรรมมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) การรับรู้ใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) ความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to Use) การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) การนำมาใช้งานจริง (Actual Use) (Clow & Baack, 2010)

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการความคาดหวังการใช้เทคโนโลยี

UTAUT เป็นทฤษฎีที่รวมองค์ประกอบจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีหลายทฤษฎี โดยระบุว่า การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีถูกขับเคลื่อนโดยปัจจัยหลัก 4 ประการคือ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ความคาดหวังด้านความพยายาม (Effort Expectancy) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) และ เงื่อนไขอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) การพูดคุยเป็นสมาชิกติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันภายในกลุ่ม อันเกิดจากอิทธิพลที่เรียกว่า อิทธิพลของความเป็นสมาชิกกลุ่มเดียวกัน (Venkatesh, et al., 2003; Oliver, 1980)

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ

การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ หมายถึง ระดับที่บุคคลรู้สึกไว้วางใจต่อบุคคล องค์กร หรือเทคโนโลยีโดยอาศัยการรับรู้ส่วนบุคคล ซึ่งอาจได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์เดิม ข้อมูลที่ได้รับ และปัจจัยทางสังคม ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ใช้มีแนวโน้มในการใช้เทคโนโลยีมากขึ้น โดยมีการขยายเพิ่มจากแบบจำลอง TAM ซึ่งเดิมอธิบายว่ามี 2 ปัจจัยหลักคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) และ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, 1989)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม แบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

คือ พนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษา ซึ่งการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะเปิดตารางที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางสังคมหรือกลุ่มคนรอบข้างที่มีผลต่อการตัดสินใจหรือพฤติกรรมของบุคคล เช่น เพื่อนร่วมงาน ผู้บริหาร มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการหรือความเต็มใจของบุคคลในการใช้และยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านที่มีความเกี่ยวข้องกับการพฤติกรรม ถึงการตัดสินใจนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ไปใช้ได้อย่างเต็มที่ ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ ทั้งหมด 7 ข้อ

ส่วนที่ 4 ความคาดหวังการใช้เทคโนโลยี ที่มีผลต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่เราคาดหวังว่าการใช้เทคโนโลยีจะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงในด้านต่างๆ เช่น การสื่อสาร การทำงาน การเรียนรู้ ความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันรวมถึงการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจโดยรวม ซึ่งประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพ และด้านความพยายาม มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 7 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ที่มีผลต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ ระบบการทำงานและความสามารถของเทคโนโลยี รวมถึงระบบการรักษาข้อมูล มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 3 ข้อ

ส่วนที่ 6 ความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี และเกิดความพร้อมหรือความเป็นไปได้ของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรม รวมถึงตั้งใจหรือวางแผนที่จะใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) จำนวนข้อคำถาม 4 ข้อ

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูลแนวคิดทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล อิทธิพลทางสังคม การยอมรับเทคโนโลยี ความคาดหวังการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ และความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อให้ความหมาย ของตัวแปรต่างๆ สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์ กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมดที่จะใช้ในการดำเนินการวัดผล
4. จัดทำร่างแบบสอบถาม
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่าแบบสอบถามมีการใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย

5.การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ ก่อนนำแบบสอบถามไปดำเนินการวิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทำการตรวจสอบคุณภาพของความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด (Item Objective Congruence–IOC) ในการพิจารณาความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง

(IOC) ในทุกข้อคำถามมีการนำเกณฑ์การแปลความหมายของ Rovinelli and Hambleton (1977) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องที่ได้ครั้งนี้อยู่ระหว่าง 0.99 โดยถือว่าผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ 0.50

2. ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จำนวน 40 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) (Cronbach, 1974) ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม โดยภาพรวม 0.718 การยอมรับเทคโนโลยี โดยภาพรวม 0.888 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.822 ด้านการรับรู้ประโยชน์ 0.805 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังการใช้เทคโนโลยี 0.813 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านประสิทธิภาพ 0.836 และด้านความพยายาม 0.804 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ โดยภาพรวม 0.870 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน 0.746 ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน 0.745 และความตั้งใจความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยภาพรวม 0.862

3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามาดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยการสุ่มแบบบังเอิญหรือแบบสะดวก ซึ่งหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบ 400 ชุด จะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ การนำข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์คำนวณผลโดยผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่นำมาทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษา

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ อิทธิพลทางสังคม การยอมรับเทคโนโลยี ความคาดหวังการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ และความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 ความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตาม เพศ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-test

2.2 ความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ

ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 อิทธิพลทางสังคม การยอมรับเทคโนโลยี ความคาดหวังการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และรายได้ต่อเดือน มากกว่า 10,001 – 20,000 บาท

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางสังคมของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยี ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์

ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังการใช้เทคโนโลยีของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านประสิทธิภาพ และด้านความพยายาม

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน ทำให้ความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยภาพรวมต่างกัน

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางสังคม มีผลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และ ด้านการรับรู้ประโยชน์ มีผลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังในการใช้เทคโนโลยี ด้านด้านประสิทธิภาพ และด้านความพยายาม มีผลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือมีผลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

บทสรุปและอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาระดับความตั้งใจใช้ตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด ได้แก่ ตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) อย่างต่อเนื่อง และ สม่่าเสมอ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ยังไม่เชื่อมั่นในความแม่นยำของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หรืองานที่ทำอยู่ในปัจจุบันไม่ได้เกี่ยวข้องกับ การใช้ AI อย่างแพร่หลาย และเกิดความกังวลว่าเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) จะมาแทนที่ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ในอนาคตมีแนวโน้มที่จะยอมรับเทคโนโลยีและจะใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) บ่อยขึ้น เนื่องจากปัญญาประดิษฐ์ (AI) ได้มีบทบาทในชีวิตประจำวัน และยังช่วยให้การทำงานสะดวกขึ้น เร็วขึ้น ช่วยให้สามารถตัดสินใจได้ง่ายขึ้น และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลวิภา วงศ์วีวิทย์ (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง อิทธิพลทางสังคม ทักษะติดต่อการใช้ และความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า FOMM One ของคนวัยทำงานในเขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร โดยพบว่าความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า FOMM One ของคนวัยทำงานในเขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการศึกษาความตั้งใจใช้ตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 พนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีเพศ ต่างกัน ทำให้ความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่าเพศไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่า ปัจจุบันเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มีบทบาทในการใช้ชีวิตประจำวันรวมถึงการทำงาน สืบค้น วิเคราะห์ข้อมูล ทำให้เพศไม่ได้เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ความตั้งใจใช้แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ธานี สมบัติเจริญ (2564) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน เจดี เซ็นทรัล ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจซื้อสินค้าภายใต้แบรนด์ยูนีโคล่ ไม่แตกต่างกัน

2.2 พนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีอายุต่างกัน ทำให้ความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าอายุมีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่า พนักงานออฟฟิศที่อายุน้อยอาจมีแนวโน้มที่จะใช้ AI ในการทำงานมากขึ้นเช่นการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนผู้ที่มีอายุมากกว่า อาจทำงานในตำแหน่งบริหารหรือสายงานที่ไม่ได้ใช้ AI อย่างแพร่หลาย รวมถึงคนรุ่นใหม่สามารถเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ได้เร็วกว่า และคนที่อยู่ในวัยกลางคนหรือสูงวัยอาจจะมีความกังวลกับความถูกต้องและผลกระทบของ AI ต่ออาชีพของตน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลวิภา วงศ์วีวิทย์ (2565) ได้การศึกษาอิทธิพลทางสังคม ทักษะติดต่อการใช้ และความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า FOMM One ของคนวัยทำงานในเขตทุ่งครุกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า พบว่า คนวัยทำงานในเขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน ทำให้ความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า FOMM One โดยภาพรวมแตกต่างกัน

2.3 พนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าระดับการศึกษามีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ต่างกันโดยผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่างกันมีโอกาสในการเข้าถึงเทคโนโลยีต่างกันเนื่องจากข้อจำกัดด้านงานที่รับผิดชอบ รวมถึงการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยี กล่าวคือ ช่วงระดับ

การศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับปริญญาตรีจะให้ความสำคัญกับการเรียนรู้เทคโนโลยีมากกว่า เรียนรู้เทคโนโลยีได้เร็วกว่า คนที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภัทร เลิศภูริวงศ์ (2564) ได้ศึกษาปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยีทัศนคติและอิทธิพลทางสังคม ทำนายความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันโรงพยาบาลภาครัฐ โดยพบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ทำให้ความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันโรงพยาบาลภาครัฐแตกต่างกัน

2.4 พนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่มีระดับรายได้ต่างกัน ทำให้ความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่ารายได้ต่อเดือนมีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยภาพรวมต่างกัน โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่าอาจเกิดจากข้อจำกัดเรื่องการเข้าถึงเทคโนโลยีและข้อจำกัดด้านเงินลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วลัยภา วงศ์กวีวิทย์ (2565) ได้การศึกษาอิทธิพลทางสังคม ทัศนคติต่อการใช้ และความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า FOMM One ของคนวัยทำงานในเขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร โดยพบว่า พบว่า คนวัยทำงานในเขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร ที่มี รายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า FOMM One โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการศึกษาอิทธิพลทางสังคมมีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

อิทธิพลทางสังคมมีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่ง ผู้วิจัยมีความเห็นว่าปัจจุบันองค์กรได้นำ AI เข้ามาใช้ทำให้พนักงานจึงต้องเรียนรู้และปรับตัวร่วมกันเพื่อให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพและทำงานไปในทิศทางเดียวกัน รวมถึงแรงสนับสนุนจากหัวหน้างานให้ใช้ AI เพื่อร่วมงานหรือบุคคลรอบข้างมีการใช้งาน AI มากขึ้นทำให้เรามีความตั้งใจใช้ AI มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เผด็จยุทธ ยอดวิญญูวงศ์ และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์ (2565) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำงานแบบ Hybrid Office ของพนักงานในอุตสาหกรรมการผลิตไฟฟ้า เขตจังหวัดระยอง โดยพบว่าอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำงานแบบ Hybrid Office ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

4. ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า พนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ให้ความสำคัญ ต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจาก ช่วยลดความกังวลและอุปสรรคในการใช้งานเป็นระบบที่ไม่ต้องใช้ทักษะหรือเทคนิคสูง ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม สามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา จึงส่งผลต่อตั้งใจงานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี (2563) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรีโดยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของ ลูกค้านักออมสินในเขตราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ มีผลต่อตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า พนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อการรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจาก

ขั้นตอนในการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ (AI) ช่วยให้การทำงาน สืบค้น หรือ ค้นหาข้อมูลได้รวดเร็ว ช่วยลดเวลาในการทำงานเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน จึงส่งผลต่อตั้งใจงานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัทธมน ปริยาณิชย์ (2565) ได้ศึกษา อิทธิพลสื่อสังคมออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และทัศนคติต่อการใช้บริการ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชัน Agoda ของผู้ให้บริการในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้ โดยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชัน Agoda ของผู้ให้บริการในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้

5. ผลการศึกษาความคาดหวังในการใช้เทคโนโลยีมีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 ความคาดหวังในการใช้เทคโนโลยี ด้านประสิทธิภาพ มีผลต่อตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า พนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ให้ความสำคัญ ต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เชื่อว่า AI สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เพิ่มความแม่นยำในการทำงาน ลดข้อผิดพลาดและทำให้ปฏิบัติงานได้ง่ายขึ้นหรือเร็วขึ้น จึงส่งผลต่อตั้งใจงานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เติ้ลจุฑาธ ยอดวิญญวงค์ และ จุฑามาศ ทวีไพบูลย์ยังษ์ (2565) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำงานแบบ Hybrid Office ของพนักงานในอุตสาหกรรมการผลิตไฟฟ้า เขตจังหวัดระยอง โดยพบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพมีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำงานแบบ Hybrid Office ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

5.2 ความคาดหวังในการใช้เทคโนโลยี ด้านความพยายาม มีผลต่อตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า พนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ให้ความสำคัญ ต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมาก เนื่องจาก ช่วยลดความกังวลและอุปสรรคในการใช้งาน เป็นระบบที่ไม่ต้องใช้ทักษะหรือเทคนิคสูง ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้งานเทคโนโลยี จึงส่งผลต่อตั้งใจงานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เติ้ลจุฑาธ ยอดวิญญวงค์ และ จุฑามาศ ทวีไพบูลย์ยังษ์ (2565) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำงานแบบ Hybrid Office ของพนักงานในอุตสาหกรรมการผลิตไฟฟ้า เขตจังหวัดระยอง โดยพบว่าความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำงานแบบ Hybrid Office ร่วมกัน หรือสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ง่าย สะดวกไม่ซับซ้อน ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้งานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

6. ผลการศึกษารับรู้ถึงความน่าเชื่อถือมีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ มีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า พนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เชื่อว่าเทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ (AI) จะทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้อง แม่นยำและครบถ้วนในระดับมาก เนื่องจากการทำงานของ AI มีความโปร่งใสในการทำงาน สามารถอธิบายผลลัพธ์ได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง มีความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลและความเป็นส่วนตัวให้กับผู้ใช้งานยิ่งช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ และส่งผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปภาณัน วงศ์กิตติชัยกุล (2562) ได้การศึกษปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งาน Krungthai NEXT ของกลุ่มวัยสี่สิบในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ และการรับรู้ถึงความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและการใช้บริการจริงในการใช้งาน Krungthai NEXT ของกลุ่มวัยสี่เงินในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในมุมมองของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของบุคคล มิใช่เป็นสิ่งที่ถาวรและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามสภาพแวดล้อมและกาลเวลา ดังนั้นการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้จึงเป็นสิ่งที่น่ากระทำ โดยมีระยะเวลาห่างกันพอสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สำหรับข้อมูลพื้นฐานให้แก่องค์กรเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพและโอกาสของธุรกิจต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะของพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เท่านั้น ในการวิจัย ครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น เช่น ศึกษาพนักงานออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในเขตภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก เพื่อให้ทราบถึงตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)

เอกสารอ้างอิง

ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ธามัน สมบัติเจริญ (2564) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน เจดี เซ็นทรัล ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นัทธมน ปรียานิชย์ (2565) อิทธิพลสื่อสังคมออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และทัศนคติต่อการใช้บริการ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชัน Agoda ของผู้ใช้บริการในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปณิญา ปิ่นทอง (2561) อิทธิพลของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อความตั้งใจคงอยู่ของพนักงานวิศวกร กลุ่มเจนเนอเรชันวายในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปภาณัน วงศ์กิตติชัยกุล (2562) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งาน Krungthai NEXT ของกลุ่มวัยสี่เงินในกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยศิลปากร. หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- แผ่จยุท ยอดวิญญูวงศ์ และ จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์ (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำงานแบบ Hybrid Office ของพนักงานในอุตสาหกรรมการผลิตไฟฟ้า เขตจังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา.
- วิภาทร เลิศภูริวงศ์ (2564). ปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยีทัศนคติและอิทธิพลทางสังคม ทำนายความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันโรงพยาบาลภาครัฐ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัลวิภา วงศ์กวีวิทย์. (2565). อิทธิพลทางสังคม ทัศนคติต่อการใช้อยู่และความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจใช้ออร์แกนไฟฟ้า FOMM One ของคนวัยทำงานในเขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (2568). การสำรวจความพร้อมในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์(Artificial Intelligence)สำหรับบริการดิจิทัล ปี 2567 . ค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2568, จาก https://www.nstda.or.th/home/news_post/unesco-global-forum--ram-20241204/.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2564). เทคโนโลยี AI มีผลกระทบต่อการจ้างงานหรือไม่ และแรงงานต้องเตรียมพร้อมปรับตัวอย่างไร. ค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.depa.or.th/th/article-view/ai-employment>.
- Clow, K., & Baack, D. (2010). *Integrated advertising, promotion, and marketing communications* (4th ed.). New Jersey: Pearson.
- Cloud HM. (2021) Artificial Intelligence (AI) คืออะไร? ทำงานได้อย่างไร. ค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://blog.cloudhm.co.th/what-is-ai/>
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychological testing*. (3rd ed). New York : Harper & Row.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness perceived ease of use and user acceptance of information technology*. Management Information Systems Quarterly. 13(3): 319-339.
- Friedkin, N. E., & Johnsen, E. C. (1999). *Social Influence Network and Opinion Change*. Advance in Group Processes Journal, 16(1), 1-29.

- Hale, J. L., Householder, B. J., Greene, K. L., Dillard, J. P., & Pfau, M. (2002). *The theory of reasoned action. The Persuasion Handbook: Developments in Theory and Practice*. Thousand Oaks, CA: Sage, 259-28.
- Howard, J. A. (1994). *Buyer behavior in marketing strategy*. Englewood Cliffs, NJ.: Prentice Hall.
- KATALYST. (2021). 5 ประโยชน์ของระบบ AI กับการประยุกต์ใช้ในธุรกิจ. ค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://katalyst.kasikornbank.com/th/blog/Pages/5-benefits-of-ai-system-for-business.html>
- Oliver, R. L. (1980). *A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions*. Journal of marketing research, 460-469.
- Rovenelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use content specialists in the assessment of criterion-reference test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- 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.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory statistics*, (Second Edition). New York: Harper & Row.