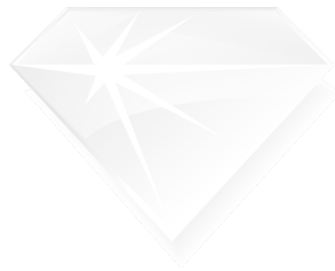


ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT
ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

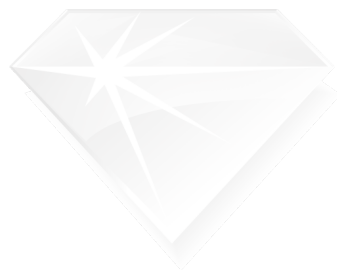
Factors Positively Influencing Intention to Use ChatGPT System
of Master's Degree Students of a Private University in Thailand



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT
ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

Factors Positively Influencing Intention to Use ChatGPT System
of Master's Degree Students of a Private University in Thailand



BANGKOK
UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY

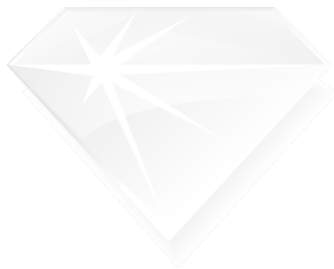
สุชาครีย์ พิบูลธรรมศักดิ์

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2565

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโท
มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ผู้วิจัย สุชาครีย์ พิบุลธรรมศักดิ์



ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.เพ็ญจิรา คั่นวงศ์

ผู้เชี่ยวชาญ

รองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ

BANGKOK
UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY

สุชาครีย์ พิบุลธรรมศักดิ์. ปัญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มกราคม 2567, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัย เอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย (79 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ และใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง วัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือ ศึกษาอิทธิพล ของปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความบันเทิง ปัจจัยความเคยชิน ปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล และปัจจัยความถูกต้องของ สารสนเทศที่มีผลเชิงบวกต่อการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญา โท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ด้วยแบบสอบถาม จำนวน 237 และวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจด้านความ บันเทิง ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ และปัจจัยความ ถูกต้องของสารสนเทศ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษา ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

คำสำคัญ: ความตั้งใจในการใช้ระบบ, แชทจีพีที, อิทธิพลเชิงบวก

Piboonthumasak, S. Master of Business Administration, January 2024, Graduate School, Bangkok University.

Factors Positively Influencing Intention to Use ChatGPT System of Master's Degree Students of a Private University in Thailand (79 pp.)

Advisor: Penjira Kanthawongs, Ph.D.

ABSTRACT

This research is quantitative research using exploratory research with a questionnaire as a tool to collect data from the samples. This research aimed to study the influence of performance expectancy, effort expectancy, hedonic motivation, habit, personal innovativeness, and information accuracy positively affecting intention to use ChatGPT for work of Master's degree students of a private university in Thailand. The survey questionnaire of 237 sets were collected. The data were analyzed using Multiple Regression Analysis. The research results illustrated that personal innovativeness, hedonic motivation, effort expectancy, performance expectancy, and information accuracy positively influenced intention to use ChatGPT for work of Master's degree students of Bangkok University at the significance level of .01.

Keywords: ChatGPT, Intention to Use the System, Positive Influence

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ของ นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ฉบับนี้ สามารถสำเร็จได้ด้วย ความอนุเคราะห์ และความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์ ที่ให้ความช่วยเหลือ และให้ คำปรึกษา ตลอดจนแนะนำปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจในเนื้อหา งานวิจัย จนทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี และยังมีการจัดทำงานวิจัยตีพิมพ์ใน งานประชุมวิชาการระดับชาติได้สำเร็จอีกด้วย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ประจำวิชา และอาจารย์พิเศษทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ ประสาทความรู้ทางวิชาการ แบ่งปันประสบการณ์ต่าง ๆ ทั้งให้คำปรึกษา คำแนะนำ และให้ความ ช่วยเหลือต่าง ๆ เป็นอย่างดี ตลอดการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ผู้มีพระคุณ และครอบครัว ที่ให้กำลังใจ และสนับสนุนมา โดยตลอด จนทำให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในครั้งนี้

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่เสียสละเวลาอันมีค่า และให้ความร่วมมือในการ ตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในงานวิจัยครั้งนี้

หากงานวิจัยเล่มนี้ มีสิ่งผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยเป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยหวังเป็นอย่าง ยิ่ง ว่างานวิจัยเล่มนี้จะสามารถสร้างคุณค่า และคุณประโยชน์ไม่มากนักน้อยสำหรับผู้สนใจ หรือ ต้องการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ ประโยชน์ และคุณค่าที่ได้จากการทำวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่บุพการี คณาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน ไว้ ณ ที่นี้

สุชาครีย์ พิบูลธรรมศักดิ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	5
1.4 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.2 สมมติฐานการวิจัย	23
2.3 กรอบแนวความคิด	24
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	25
3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	25
3.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัย	26
3.4 ความเชื่อมั่น ความตรงของเนื้อหา และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง	26
3.5 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล	32
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 สรุปผลข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	34
4.2 ผลการศึกษาด้านตัวแปร	37
4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานของแต่ละสมมติฐาน	40
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอื่น	44
4.5 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน	45

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษาภาพรวม	47
5.2 การอภิปรายผล	48
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ	50
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	51
บรรณานุกรม	52
ภาคผนวก ก แบบสอบถามงานวิจัย	58
ภาคผนวก ข จดหมายขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม	65
ประวัติผู้เขียน	79

สารบัญตาราง

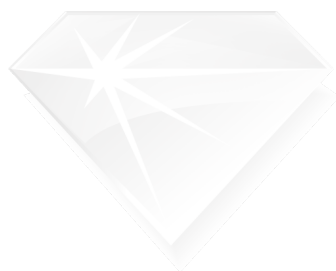
	หน้า
ตารางที่ 1.1: การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของ Open AI ChatGPT	3
ตารางที่ 1.2: การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของ Microsoft Bing	3
ตารางที่ 1.3: การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของ Google Bard	4
ตารางที่ 1.4: การวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของ ChatGPT, Microsoft Bing และ Google Bard	4
ตารางที่ 3.1: ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient)	27
ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ $n = 237$	28
ตารางที่ 4.1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
ตารางที่ 4.2: ข้อมูลพฤติกรรม ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ที่ใช้ระบบ ChatGPT	36
ตารางที่ 4.3: การวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์เพื่อทดสอบดูทิศทางของอิทธิพลระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)	38
ตารางที่ 4.4: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ของปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง ปัจจัยความเคยชิน และปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ ส่งผลเชิงบวกต่อปัจจัยการตั้งใจใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย	40
ตารางที่ 4.5: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยลักษณะทางสังคม ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง ปัจจัยความเคยชิน และปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ ส่งผลเชิงบวกต่อปัจจัยการตั้งใจใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 4.6: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ

หน้า

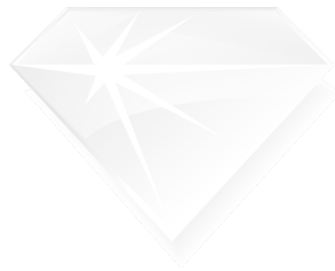
44



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: กรอบแนวความคิด	24
ภาพที่ 4.1: ผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	46



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

การพัฒนาถูกมองว่าเป็นรากฐานของในชีวิต และมันล้ำหน้ามากจนสามารถแสดงความสามารถบางอย่างได้เช่นเดียวกับผู้คน โดยพื้นฐานที่สุดคือความก้าวหน้าและความก้าวหน้าของ AI ที่สร้างเครื่องจักรหรือระบบที่สามารถทำงานต่อไปได้ ซึ่งโดยทั่วไปกำหนดให้บุคคลต้องทำงานนั้น แต่จากเทคโนโลยีดังกล่าวได้ถูกพัฒนาและเขียนโปรแกรมโดยใช้เทคโนโลยี Machine Learning และ Deep Learning ที่ทำให้การดำรงชีวิตทั้งในด้านสังคม ทั้งการเรียนการสอนนั้นเรียบง่ายยิ่งกว่านั้น การนับโลกธุรกิจมีความสำคัญต่อการนำเอาเทคโนโลยี AI มาประยุกต์งานที่ได้รับประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาการสื่อสารทางการตลาด การเปิดตัวช่องทางการแจกจ่ายและยกระดับการตลาดเป็นก้าวสำคัญที่สามารถทำให้ธุรกิจบรรลุประสิทธิภาพมีประสิทธิภาพในการบรรลุวัตถุประสงค์ (นนทิตา พูลพาณิชย์, 2565)

การให้ความยอมรับเทคโนโลยีไม่ได้เพียงแค่การพยายามเข้าใจเท่านั้น มันเป็นการความคาดหวังในการนำนวัตกรรมมาใช้มันให้คุ้มค่าได้หลากหลายด้าน เมื่อเรายอมรับเราก็เปิดโอกาสให้เกิดการนำนวัตกรรมสมัยใหม่ไปใช้โอกาสที่มีให้กับเราได้เช่นกัน การให้ความยอมรับเทคโนโลยีแสดงให้เราเห็นว่าความคิดเห็น และแนวคิดของเราต่อการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยถูกกระตุ้นโดยตัวแปรต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก เรามีความปรารถนาเกี่ยวกับระดับปัญหาหรือความสับสนในการใช้งานเทคโนโลยีแบบใดก็ได้ และเราตั้งค่าและปรับแต่งการใช้งานตามความปรารถนาของเราเองด้วย (Davis, 1989) ChatGPT เป็นแชทบอตที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี AI ซึ่งเปิดตัวโดย OpenAI มีโมเดลภาษาขนาดใหญ่ที่ช่วยให้สามารถสร้างข้อความต้นฉบับเพื่อการปฏิบัติตามคำสั่งการแจ้งเตือนที่ผู้ใช้ได้ตั้งไว้ได้อย่างทันทั่วทั้ง เทคโนโลยีนี้เปิดตัวในเดือนพฤศจิกายนปี 2565 พร้อมให้บริการฟรีผ่านบัญชี OpenAI (OpenAI, 2023) ซึ่ง ChatGPT มีประโยชน์มากสำหรับพาณิชย์ในปัจจุบัน โดยเฉพาะธุรกิจที่มุ่งเน้นสนับสนุนการให้บริการที่ช่วยนำเสนอ ข่าวสาร โฆษณา การสนับสนุนการตลาด การจัดโปรแกรม มีคนช่วยเราให้ตักเตือน และคำแนะนำในการทำธุรกิจได้ในอนาคต นอกจากนี้ ChatGPT ไม่เพียงแค่เครื่องมืออันเป็นประโยชน์ในการสร้างบทสนทนา มันยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือได้อีกด้วยในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะต่าง ๆ สามารถนำไปปรับแต่งกระบวนการทำงานของบุคคล ให้ความรู้โดยการสอน สำนักงานหรือธุรกิจ เพื่อให้การสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานได้ในระดับที่สูงขึ้น (นฤมล สิริพันธ์สวัสดิ์ และปราโมทย์ ลือนาม, 2565) ChatGPT ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือ มันเป็นเชื่อมั่นที่คนแต่ละคนมองว่ามันมีความสามารถที่จะเสริมประสิทธิภาพให้กับกิจกรรมต่าง ๆ สิ่งนี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ดีเป็นการเรียนรู้ที่ ChatGPT มีอยู่ การเชื่อมั่นนี้เป็นสิ่งที่

ช่วยสร้างการเลือกวิธีใช้งาน ChatGPT และการตัดสินใจที่ตามมาจะเชื่อมั่นต่อไปได้ด้วยความตั้งใจอย่างแน่วแน (R. Yilmaz & F. G. K. Yilmaz, 2023)

มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย วิทยาเขตหลักในจังหวัดปทุมธานี เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่จัดตั้งขึ้นเป็นหนึ่งในห้าแห่งแรกในประเทศไทย ที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ ความเป็นนานาชาติ และความมีจิตวิญญาณของการเป็นนักธุรกิจประกอบการ ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่องค์กรมากขึ้น สังคม และเศรษฐกิจได้อย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม เนื่องจากนักศึกษาได้รับงานที่มีภาระหน้าที่มากมายซึ่งเต็มไปด้วยความถือเป็นเรื่องท้าทายและซับซ้อนเป็นพิเศษสำหรับนักศึกษา การเรียนรู้และเอาข้อมูลเพื่อใช้ในการชีวิตประจำวันโดยตรง เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการกลับไปพัฒนาตำแหน่งงานของตนเองให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นในอนาคต ดังนั้น ChatGPT จึงอาจจะสามารถใช้เป็นจุดเริ่มต้นให้นักศึกษาเข้ามาช่วยในงานที่ท้าทายและซับซ้อนโดยนักศึกษาจะใช้ ChatGPT ซึ่งถือเป็นการเรียนรู้ส่วนบุคคล และการเข้าถึงข้อมูลอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ การตอบสนองที่สร้างขึ้นอย่างอัตโนมัติโดยแชทบอตยังโดยเน้นถึงการจ้างงานที่เป็นไปได้บางกรณี การใช้ ChatGPT เพื่อสนับสนุนงานที่นักศึกษาได้รับมาทำจากอาจารย์หรือต่าง ๆ ที่ทำงานกับนักศึกษามีความซับซ้อนและท้าทาย นักวิเคราะห์หลายคนอ้างว่าข้อมูลบางส่วน ChatGPT ข้อมูลมีข้อผิดพลาดประจำเนื่องจากข้อจำกัดทางภาษาและขาดการอ้างอิงที่ชัดเจนจาก ChatGPT นักศึกษาจึงต้องใช้เหตุผลและข้อมูลสนับสนุนเพื่อสนับสนุนคำตอบของพวกเขา เข้าสู่ ChatGPT ได้ฟรีแล้ว แต่หากต้องการเข้าถึงที่มีข้อมูลมากมายและปฏิกิริยาตอบสนองเร็วขึ้น อาจมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการใช้งาน

ในการนี้ผู้วิจัยได้ ทำการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) โดยศึกษาเปรียบเทียบโมเดลภาษา AI ยอดนิยมสามรุ่นในตลาด: Open AI ChatGPT, Microsoft Bing และ Google Bard เนื่องจากต้องศึกษาเพื่อเรียนรู้ข้อดีและข้อจำกัดแต่ละระบบ ภายในการศึกษานี้ เราได้นำเสนอข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของทั้งสามโมเดลต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 1.1: การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของ Open AI ChatGPT

จุดแข็ง (Diaz, 2024 และ Jaesny, 2023)	จุดอ่อน (Diaz, 2024 และ Jaesny, 2023)
ขนาดโมเดล: ChatGPT เป็นโมเดลภาษาขนาดใหญ่ (LLM) ที่มีพารามิเตอร์มากกว่า 1.7 พันล้านตัว ทำให้สามารถสร้างข้อความที่สละสลวยและใกล้เคียงกับมนุษย์ได้	ความเอนเอียง: ChatGPT ได้รับการฝึกฝนบนชุดข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีข้อความจากแหล่งต่างๆ ซึ่งอาจทำให้เกิดข้อความที่เอนเอียงหรือไม่เหมาะสม
ความหลากหลาย: ChatGPT สามารถใช้งานได้หลากหลาย เช่น การแปลภาษา การเขียนบทกวี การแต่งเพลง การเขียนโค้ด และอื่น ๆ	ความปลอดภัย: ChatGPT อาจถูกใช้เพื่อสร้างข้อความที่เป็นอันตราย เช่น ข่วปลอม หรือข้อความที่ปลุกระดมความเกลียดชัง
การเข้าถึง: ChatGPT เปิดให้ใช้งานฟรีผ่าน API และ Playground ทำให้ผู้ใช้งานทั่วไปสามารถเข้าถึงและใช้งานโมเดลได้	ความโปร่งใส: กลไกการทำงานภายในของ ChatGPT นั้นไม่โปร่งใส ทำให้ยากต่อการตรวจสอบและแก้ไขข้อผิดพลาด

ตารางที่ 1.2: การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของ Microsoft Bing

จุดแข็ง (Diaz, 2024 และ Jaesny, 2023)	จุดอ่อน (Diaz, 2024 และ Jaesny, 2023)
การเข้าถึง: Bing เป็นเครื่องมือค้นหาที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดอันดับสองของโลก ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงโมเดลภาษาได้ง่าย	ขนาดโมเดล: Bing มีขนาดโมเดลเล็กกว่า ChatGPT (137 พันล้านพารามิเตอร์)
การผสานรวม: Bing ผสานรวมกับบริการอื่น ๆ ของ Microsoft เช่น Office 365 ทำให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานโมเดลภาษาได้สะดวก	ความหลากหลาย: Bing ยังไม่รองรับการใช้งานที่หลากหลายเท่า ChatGPT
ความปลอดภัย: Microsoft ลงทุนในความปลอดภัยของ AI มากกว่าบริษัทอื่น ๆ	ความโปร่งใส: Microsoft ไม่ได้เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับกลไกการทำงานภายในของ Bing มากนัก

ตารางที่ 1.3: การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของ Google Bard

จุดแข็ง (Diaz, 2024 และ Jaesny, 2023)	จุดอ่อน (Diaz, 2024 และ Jaesny, 2023)
ความแม่นยำ: Bard ได้รับการออกแบบมาเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้	ความหลากหลาย: Bard ยังไม่รองรับการใช้งานที่หลากหลายเท่า ChatGPT
ความปลอดภัย: Google AI ออกแบบ Bard มาเพื่อป้องกันการสร้างข้อความที่เป็นอันตราย	การผสมรวม: Bard ยังไม่ผสมรวมกับบริการอื่น ๆ ของ Google มากนัก
ความโปร่งใส: Google AIเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับกลไกการทำงานภายในของ Bard มากกว่า OpenAI	
การเข้าถึง: Bard เป็นโมเดลโอเพ่นซอร์ส	
ขนาด: Bard มีโมเดลขนาดใหญ่ (137B พารามิเตอร์)	

ตารางที่ 1.4: การวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของ Open AI ChatGPT, Microsoft Bing และ Google Bard

โอกาส (Diaz, 2024 และ Jaesny, 2023)	อุปสรรค (Diaz, 2024 และ Jaesny, 2023)
มีโอกาสด้านการเติบโตของตลาด: การพัฒนาเทคโนโลยี LLM ทำให้โมเดลมีความแม่นยำ, ฉลาด, และใช้งานง่ายขึ้น ทำให้มีการปรับปรุงคุณภาพของการสื่อสารและการประมวลผลข้อมูลภาษา	ความกังวลด้านจริยธรรม: การใช้ LLM อาจทำให้เกิดความกังวลเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่สร้างขึ้น, ซึ่งอาจถูกใช้ในทางที่ไม่เหมาะสมหรือเพื่อวัตถุประสงค์ที่ไม่ดี
การใช้งานใหม่: LLM สามารถนำไปใช้ในหลายกลุ่มงาน เช่น การสอน, การบริการลูกค้า, การสร้างเนื้อหา, การแปลภาษา, การเขียนโค้ด, และการให้คำปรึกษาในต่าง ๆ ซึ่งเปิดโอกาสในการใช้งานหลากหลาย.	ความท้าทายทางเทคนิค: การทำ LLM ต้องใช้พลังงาน และทรัพยากรการประมวลผลที่มาก, ทำให้เกิดความท้าทายทางเทคนิคในการจัดการและทำให้มีการก่อให้เกิดอิทธิพลสิ่งแวดล้อม

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.4 (ต่อ): การวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของ Open AI ChatGPT, Microsoft Bing และ Google Bard

โอกาส (Diaz, 2024 และ Jaesny, 2023)	อุปสรรค (Diaz, 2024 และ Jaesny, 2023)
การพัฒนาเทคโนโลยี: การพัฒนาเทคโนโลยี LLM ทำให้โมเดลมีความแม่นยำ, ฉลาด และใช้งานง่ายขึ้น ทำให้มีการปรับปรุงคุณภาพของการสื่อสารและการประมวลผลข้อมูลภาษา	กฎระเบียบที่มีขึ้น: รัฐบาลกำลังพิจารณา กฎระเบียบสำหรับ LLM เพื่อควบคุมการใช้งานที่ไม่เหมาะสม ซึ่งอาจสร้างข้อจำกัดในการพัฒนาและใช้งาน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ซึ่งปัจจัยเหล่านั้น ได้แก่

- 1) ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)
- 2) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy)
- 3) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation)
- 4) ความเคยชิน (Habit)
- 5) นวัตกรรมส่วนบุคคล (Personal Innovativeness)
- 6) ความถูกต้องของสารสนเทศ (Information Accuracy)

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย และสามารถเพิ่มองค์ความรู้ทางวิชาการ คือ ขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ได้แก่ ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง ปัจจัยความเคยชิน และปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ อันเป็นพื้นฐานงานวิจัยในอนาคต

ผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาแนวทางเพื่อการใช้ระบบ ChatGPT ให้ดีขึ้น และปัจจัยต่าง ๆ เช่น ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยความ

คาดหวังในความพยายาม ปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง ปัจจัยความเคยชิน และปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ ที่ทำให้เลือกใช้ระบบ รวมถึงองค์กรที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดียวกัน สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และการวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความตั้งใจที่จะใช้อย่างต่อเนื่องในอนาคตของลูกค้าให้เกิดขึ้นได้

1.4 นิยามศัพท์

นิยามคำศัพท์สำหรับงานวิจัยนี้ ดังนี้

1.4.1 การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การนำเทคโนโลยี ChatGPT ที่ยอมรับมาใช้งานซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลหรือการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทัศนคติ และการใช้งาน ChatGPT ที่ง่ายขึ้น นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีมาใช้งานที่ทำให้แต่ละบุคคลมีประสบการณ์ความรู้ และทักษะในการใช้งานเพิ่มเติม

1.4.2 ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ หมายถึง ระดับที่นักศึกษาเชื่อว่าการใช้ ChatGPT จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทางวิชาการหรือประสิทธิภาพการทำงาน

1.4.2 ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม หมายถึง ระดับที่นักศึกษาเชื่อว่า ChatGPT นั้นใช้งานง่ายและต้องใช้ความพยายามเพียงเล็กน้อยในการโต้ตอบด้วย

1.4.3 ปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล หมายถึง ระดับความตั้งใจของนักศึกษาที่จะใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมใหม่ เช่น ChatGPT และความสามารถในการรับและฝึกฝนทักษะทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ

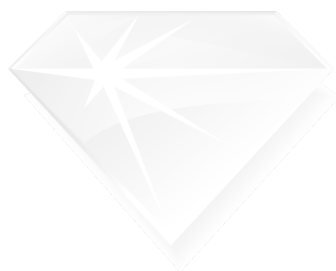
1.4.4 ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง หมายถึง ระดับที่นักศึกษา พบว่า ChatGPT สนุกสนานหรือเพลิดเพลินในการใช้งาน รวมถึงระดับที่พวกเขาเพลิดเพลินกับการค้นพบเครื่องมือ AI ทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ

1.4.5 ปัจจัยความเคยชิน หมายถึง ระดับที่นักศึกษามีรูปแบบการใช้ ChatGPT อย่างเป็นประจำและสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางวิชาการ ซึ่งอาจรวมถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความถี่ในการใช้งาน ระยะเวลาการใช้งาน และระดับที่ใช้งาน ChatGPT ร่วมกับขั้นตอนการทำงาน

1.4.6 ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ หมายถึง ระดับที่นักศึกษา มีความเชื่อว่าข้อมูลข่าวสารที่ระบบนำเสนอมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และเป็นปัจจุบัน

1.4.7 ความตั้งใจในการใช้ระบบ หมายถึง ระดับที่นักศึกษา มีความมุ่งมั่นที่จะใช้ระบบอย่างสม่ำเสมอ

1.4.8 นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ความหมายและแนวคิดของความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม แรงจูงใจด้านความบันเทิง ความเคยชิน นวัตกรรมส่วนบุคคล และความถูกต้องของเทคโนโลยีสารสนเทศ

1) ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) หมายถึง ระดับความ เชื่อของบุคคลว่าการใช้ระบบจะช่วยทำให้เขามีโอกาสเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่ง ประกอบด้วยปัจจัยที่ได้จากการพัฒนาและรวมทฤษฎีต่าง ๆ 5 ปัจจัย (สิงห์ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555) ดังนี้

1.1) Perceived Usefulness คือ ระดับความเชื่อด้านประโยชน์ของผู้ใช้ว่า การใช้ ระบบจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้ผลของการปฏิบัติงานดีขึ้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโมเดล TAM (Technology Acceptance Model) และเป็นกรอบทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายและทำนายพฤติกรรม การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ โดยเฉพาะในบริบทของการใช้งานระบบหรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ใหม่ใน องค์กรหรือสถาบัน ปัจจุบันโมเดล TAM ได้ถูกนำมาใช้งานในหลายสถาบันและองค์กรทั่วโลกเพื่อ เข้าใจและอธิบายพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ

1.2) Extrinsic Motivation คือ ผู้ที่ใช้ระบบในการปฏิบัติงานจะนำไปสู่ ผลงานที่มีค่าและทำให้ได้รับในสิ่งที่ดีกว่าผู้อื่น เช่น การได้รับการตอบแทนหรือรางวัล หรือการรับ รางวัลพิเศษตามผลงานที่ดี เป็นต้น ซึ่งแรงกระตุ้นที่มาจากภายนอกสามารถเป็นการขับเคลื่อน พฤติกรรมและการทำงานของบุคคลในทางที่ต้องการอย่างใกล้ชิดกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ เป็นไปได้ที่มีอยู่ นอกจากนี้ยังเป็นส่วนหนึ่งของ MM Model (Motivation Model) ซึ่งเป็นกรอบ ทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายแรงจูงใจที่มาจากภายนอกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการทำงานหรือการศึกษา

1.3) Job-fit คือ ความสามารถของระบบที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการ ปฏิบัติงานของแต่ละบุคคลได้ เป็นส่วนหนึ่งของ MPCU Model (Model of Perceived Computer Usefulness) ซึ่งเป็นกรอบทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายความสามารถของระบบในการช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคล โดยเฉพาะในส่วนของการใช้คอมพิวเตอร์หรือเทคโนโลยี สารสนเทศในการปฏิบัติงาน

1.4) Relative Advantage คือระดับของการใช้ระบบที่ทำให้เข้าใจว่าเป็น สิ่งที่ดีกว่าที่ผ่านมา หรือหมายถึง ระดับที่เทคโนโลยีใหม่เหนือกว่าเทคโนโลยีที่มีอยู่แล้ว หรือระดับที่

ผู้ใช้พิจารณาว่าการใช้เทคโนโลยีใหม่นั้นมีประโยชน์และคุ้มค่ากว่าการใช้เทคโนโลยีเดิม ความเห็นอกเห็นใจนี้อาจเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ ความสะดวกสบาย หรือคุณสมบัติที่ดีกว่าของเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ DOI Model (Diffusion of Innovations Model) เป็นกรอบทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายและทำนายกระบวนการแพร่กระจายของนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ โดยสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยีใหม่

1.5) Outcome Expectations คือ ความคาดหวังถึงผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นความคาดหวังจากการปฏิบัติงานและ ความคาดหวังส่วนบุคคล เป็นส่วนหนึ่งของ SCT Model (Social Cognitive Theory Model) ซึ่งเป็นกรอบทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายพฤติกรรมโดยให้ความสำคัญกับปัจจัยทางสังคม ความคาดหวังในผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อของบุคคลว่าการกระทำหรือการทำงานบางอย่างจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่เฉพาะเจาะจงหรือการเปลี่ยนแปลงบางอย่างที่เขาหวังไว้ โดยเฉพาะการพิจารณาผลลัพธ์เป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจในการดำเนินการต่อไป

กล่าวโดยสรุป ความคาดหวังในประสิทธิภาพถือได้ว่ามีความสำคัญสำหรับการยอมรับและใช้งานระบบใหม่ ๆ โดยเฉพาะในสถานการณ์องค์กรที่ต้องการพัฒนาและปรับปรุงการทำงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในยุคสมัยที่เทคโนโลยีเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ การเข้าใจและนำไปปรับใช้ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพนี้จะช่วยให้องค์กรมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้งานอย่างเต็มประสิทธิภาพและมีผลลัพธ์ที่ดีต่อการดำเนินธุรกิจของตน

2) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) หมายถึง ความคาดหวังในระดับความง่ายต่อการใช้งานหรือความง่ายในการใช้ความพยายามในการทำงานบนระบบหรือเทคโนโลยีใหม่ ประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก (สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทวงศ์จุฑารภัทร, 2555) ดังนี้

2.1) Perceived Ease of Use คือ ความรู้สึกหรือความเชื่อของผู้ใช้งานว่าการใช้งานระบบหรือเทคโนโลยีนั้นมีความง่ายหรือความยากอย่างไร โดยการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความง่ายในการใช้งาน เช่น การเรียนรู้วิธีการใช้งาน การนำเสนอข้อมูล หรือการปรับแต่งตามความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ TAM Model (Technology Acceptance Model) ซึ่งเป็นกรอบทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายและทำนายพฤติกรรมในการยอมรับเทคโนโลยีใหม่

2.2) Complexity คือ หมายถึง ระดับของความซับซ้อนหรือความยากในการเข้าใจและใช้งานระบบหรือเทคโนโลยีที่กำลังถูกใช้ ความซับซ้อนของระบบสามารถมาจากหลายปัจจัย เช่น โครงสร้างของระบบ การออกแบบของตัวอินเทอร์เฟซ ความซับซ้อนของฟังก์ชัน หรือการเชื่อมต่อกับระบบอื่น ๆ แต่ละปัจจัยสามารถทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกยากที่จะเข้าใจหรือใช้งานระบบได้

ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ใช้งานมีความไม่พอใจหรือลังเลในการใช้งาน โดยความซับซ้อนของระบบยังเป็นส่วนหนึ่งของ MPCU Model (Model of Perceived Computer Usefulness) ซึ่งใช้ในการอธิบายความสามารถของระบบในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคล

2.3) Ease of Use คือ ระดับของความง่ายในการใช้งานระบบหรือเทคโนโลยีที่กำลังถูกใช้ หรือหมายถึง ปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการใช้งานระบบหรือเทคโนโลยีนั้นเป็นเรื่องง่าย ซึ่งสามารถมาจากการออกแบบอินเทอร์เฟซที่เข้าใจง่าย การจัดเรียงและการนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน หรือการให้คำแนะนำและการสนับสนุนการใช้งานที่เป็นมิตร อีกทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งของ IDT Model (Information System Design Theory) ที่ใช้ในการอธิบายและการออกแบบระบบสารสนเทศ ซึ่ง IDT Model มุ่งเน้นการออกแบบระบบให้มีความใช้งานได้ง่ายต่อผู้ใช้งาน

3) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation) คือ ความสนุกหรือความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดการยอมรับการใช้เทคโนโลยีโดยตรง

Chiu, Wang, Fang & Huang (2014) กล่าวว่าแรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง แรงผลักดันภายในที่ส่งเสริมพฤติกรรมของบุคคลด้วยเหตุผลและอารมณ์ โดยกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการ และสร้างกระทำที่เป็นประโยชน์ต่อการบรรลุเป้าหมาย การจูงใจเป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นให้ดำเนินการหรือทำงานด้วยสิ่งที่มีเร้าและเป็นที่ตั้งใจ ซึ่งการจูงใจไม่ได้เพียงแค่เป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้าอย่างธรรมดา แต่มีการตั้งใจในการกระตุ้นและทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์แก่ตัวเองหรือองค์กร เช่น พนักงานอาจทำงานอย่างเต็มที่เพื่อหวังความสำเร็จและการยอมรับจากผู้บริหาร เป็นต้น ในทางกลับกัน การตอบสนองสิ่งเร้าอาจไม่ได้มีการตั้งใจหรือการกระตุ้นจากภายนอก และมักเกิดขึ้นเป็นภาวะที่เป็นไปโดยธรรมชาติ เช่น การก้มหน้าเมื่อได้ยินเสียงเรียก แต่ไม่ได้มีการตั้งใจหรือกระตุ้นจากภายในให้เกิดพฤติกรรมนี้ขึ้น นอกจากนี้ Tyrväinen, Karjaluoto & Saarijärvi (2020) ยังได้สรุปสาเหตุการเกิดแรงจูงใจไว้ดังนี้

(1) แรงจูงใจเกิดจากความต้องการความสุขส่วนบุคคล (Hedonistic) ซึ่งเชื่อว่าเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้มนุษย์มีแรงจูงใจ เนื่องจากมนุษย์ต้องการความสุขส่วนตัวและพยายามหลีกเลี่ยงความเจ็บปวด

(2) แรงจูงใจมีต้นกำเนิดจากสัญชาตญาณ (Instinctive) ซึ่งเชื่อว่ามนุษย์มีปฏิกิริยาโต้ตอบต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ โดยไม่จำเป็นต้องเรียนรู้ เนื่องจากสัญชาตญาณมีอยู่พร้อมกับการเกิดของมนุษย์ เช่น การตอบสนองต่ออาหาร น้ำ หรือสิ่งเร้าทางเพศ

(3) แรงจูงใจเกิดจากการมีเหตุผล (Cognitive) ซึ่งเชื่อในความสามารถในการตัดสินใจและกระทำตามความตั้งใจและความปรารถนาของมนุษย์ ซึ่งสามารถกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ได้

(4) แรงจูงใจเกิดจากแรงขับ (Drive) ซึ่งเชื่อว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและอุปนิสัยของมนุษย์ โดยการมีแรงขับที่แตกต่างกันไปนั้นเกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ที่ได้สะสมมาเป็นเวลานาน

ดังนั้น การเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับสาเหตุของแรงจูงใจช่วยให้เราสามารถทำนายและเข้าใจพฤติกรรมของบุคคลได้ดียิ่งขึ้น และช่วยให้เราสามารถออกแบบกิจกรรมหรือโปรแกรมที่สามารถกระตุ้นและบริหารจัดการแรงจูงใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Babin, Darden & Griffin (1994) กล่าวว่า แรงจูงใจด้านความบันเทิง มีความเชื่อมโยง กับแรงกระตุ้นด้านความรู้สึกสนุกสนาน และสำราญใจ ส่วน Holbrook & Hirschman (1982) ได้ให้คำนิยามแรงจูงใจด้านความบันเทิง คือ ปัจจัยที่ใช้ในการพยากรณ์ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค และมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความพึงพอใจและความภักดีของผู้บริโภคในบริบทของเทคโนโลยีสมัยใหม่ แรงจูงใจด้านความบันเทิง ได้ถูกนิยามไว้ว่า หมายถึง ความสนุกหรือความเพลิดเพลินที่เป็นผลมาจากการใช้งานเทคโนโลยี (Vieira, et al., 2018)

4) ความเคยชิน (Habit) คือ การที่บุคคลมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมโดยอัตโนมัติ เพราะสืบเนื่องจากสิ่งที่เรียนรู้มาในอดีตที่เคยปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ จนกลายเป็นความเคยชิน

Hanson & Huff (1986) กล่าวว่า พฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างซ้ำ ๆ อาจมีความสัมพันธ์กับความเคยชินในบางกรณี ในขณะที่อาจมีความสัมพันธ์ที่แปรผันกับความตั้งใจในกรณีอื่น ๆ อีกทั้งยังได้แนะนำว่าความถี่ในการแสดงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างซ้ำ ๆ อาจจะไม่สามารถระบุได้ว่าเป็นพฤติกรรมที่มาจากความเคยชิน นั้นเพราะเหตุผลที่อาจมีให้กับการกระทำพฤติกรรมที่ซ้ำกันอาจมาจากความตั้งใจหรือการคิดโดยรอบ ตัวอย่างเช่น การให้สัญญาณลงจอดของเครื่องบิน การทำอาหารของคนประกอบอาหาร การรักษาคนไข้ของแพทย์ และการขับรถเพื่อไปทำงาน เป็นต้น ดังนั้นการระบุว่าพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างซ้ำ ๆ เป็นผลมาจากความเคยชินหรือไม่จึงเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและต้องพิจารณาจากมุมมองที่หลากหลาย เพื่อให้เข้าใจได้ถูกต้องว่าพฤติกรรมนั้นเกิดขึ้นด้วยเหตุผลใดบ้าง

นอกจากนี้ Verplanken & Orbell (2003) ได้แนะนำตัวชี้วัดความเคยชิน (The Self-Report Habit Index, SRHI) อ้างอิงจากแนวคิดของความเคยชิน สามารถอธิบายได้โดยอาศัยคุณสมบัติ 3 ประการจาก ได้แก่

(1) พฤติกรรมที่ขาดการตระหนักถึงสิ่งที่กระทำ หมายถึง การกระทำที่เกิดขึ้นอย่างอัตโนมัติโดยไม่ต้องมีการตระหนักหรือคิดเกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ ล่วงหน้า

(2) ความยากในด้านจิตใจเกี่ยวกับการควบคุมพฤติกรรม หมายถึง การกระทำที่มีการควบคุมเป็นเรื่องยากและมีความสำคัญกับสมดุลในด้านจิตใจ

(3) การมีผลในด้านจิตใจ หมายถึง การกระทำที่มีผลต่อสภาวะจิตใจของบุคคล

ตัวชี้วัด SRHI ประกอบด้วยคุณลักษณะต่าง ๆ เช่น ความถี่ในการกระทำ พฤติกรรม การกระทำโดยอัตโนมัติ การกระทำโดยขาดการตระหนักถึงสิ่งที่กำลังทำ การกระทำโดยปราศจากการคิด เป็นต้น และจะเกี่ยวข้องกับความถี่ในการกระทำที่เป็นประจำ เช่น การกระทำที่ทำเป็นรูปแบบ และกระทำเป็นเวลานาน โดยตัวชี้วัดเหล่านี้เป็นเครื่องมือที่มีความเหมาะสมในการใช้งาน และควรมีการตรวจสอบและปรับปรุงให้เหมาะสมกับการศึกษาในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เชื่อถือได้อย่างแท้จริง

5) นวัตกรรมส่วนบุคคล (Personal Innovativeness)

อังครักษ์ มีวรรณสุขกุล (2553) กล่าวว่า นวัตกรรม (Innovation) คือ แนวความคิดหรือวิธีการปฏิบัติใหม่ ๆ ที่พัฒนาได้ดีกว่าวิธีการปฏิบัติเดิม เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้ เกิดความเชื่อถือ ตลอดจนรับรู้ว่าเป็นสิ่งที่ดี มีประโยชน์ มีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การปฏิบัติจริงอย่างต่อเนื่อง

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2559) กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่ต้องสามารถผลิตออกมาเป็นสินค้า บริการ หรือแนวคิดทาง ธุรกิจที่แปลกใหม่กว่าที่มีอยู่ และที่สำคัญคือต้องอยู่รอดได้ด้วยตัวเอง

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2561) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม คือ “สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม” โดยหมายรวมถึง สิ่งที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ความสามารถ หรือกระบวนการผลิต และบริการใหม่ ๆ และเน้นเป็นไปเพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน อีกทั้งยังสามารถเพิ่มมูลค่าทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคมอีกด้วย

นิติ รัตนปริชาเวช (2554) ระบุว่า นวัตกรรม คือ กระบวนการการสร้างให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งใหญ่หรือเล็ก มากหรือ น้อย ให้เกิดกับผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการ เพื่อสร้างความใหม่ให้กับองค์กร อันเป็นการเพิ่มคุณค่า ให้กับผู้บริโภคและองค์กรเอง

นวัตกรรมมีกระบวนการเริ่มต้นที่สำคัญประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนของการสำรวจความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงสภาพแวดล้อมรอบตัวที่อาจมีผลต่อการดำเนินชีวิตหรือได้รับผลจากการดำรงชีวิตของผู้บริโภค และส่วนของการค้นหาเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะสามารถนำมาสนับสนุนหรือปรับประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมให้เกิดขึ้น โดยกระบวนการ 2 ส่วนดังกล่าวไม่สามารถที่จะแล้วเสร็จได้ด้วยการทำงานของหน่วยงานเดียว จำเป็นที่จะต้องมีส่วนร่วม ค้นหาวิจัยทั้งส่วนที่เป็นหน่วยงานอื่นภายในองค์กรและหุ้นส่วน (Partner) ผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก เพื่อการ

ร่วมมือกันพัฒนาออกแบบกระบวนการหรือผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ที่มีประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการโดยที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมบริบทรอบตัว นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกธุรกิจ

ดังนั้น กล่าวโดยสรุปแล้ว นวัตกรรมจึงเป็นแนวความคิดหรือวิธีการที่เป็นเอกลักษณ์ และมีความสามารถในการพัฒนาและปรับปรุงจากวิธีการหรือแนวคิดเดิม ๆ โดยมุ่งเน้นที่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่มีคุณค่าและประโยชน์ โดยสามารถให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้ และรับรู้คุณค่าของมันได้ นวัตกรรมมักเกิดขึ้นจากการนำความรู้และความสามารถใหม่ ๆ มาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือแนวคิดทางธุรกิจที่แปลกใหม่กว่าเดิม และมักจะต้องสามารถอยู่รอดได้ด้วยตัวเองในระยะยาว

6) ความถูกต้องของสารสนเทศ (Information Accuracy)

ความหมายของสารสนเทศ

เกรียงศักดิ์ พราวศรี (2544) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สารสนเทศเป็นข้อมูล ที่ผ่านการประมวลผล หรือการวิเคราะห์แล้ว อยู่ในรูปแบบที่มีความหมาย สามารถนำไปประกอบ ในการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ได้ตามวัตถุประสงค์

สมคิด พรหมจ้อย และสุพัตร์ พิบูลย์ (2544) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สารสนเทศเป็นข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ หรือประมวลผลแล้ว อยู่บนรูปที่มีความหมายนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจหรือนำไปใช้ในเรื่องต่าง ๆ ได้ตามวัตถุประสงค์

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2546) ให้ความหมายของสารสนเทศว่าเป็นข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบแล้วเป็นการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบผล การดำเนินงาน ตั้งแต่เริ่มดำเนินงานและจัดทำให้อยู่ในรูปแบบที่พร้อมจะนำไปใช้ได้อาจอยู่ใน รูปแบบต่าง ๆ ตามความเหมาะสม เช่น แผนภูมิ แผนผัง ทั้งนี้เนื้อหาสาระของสารสนเทศที่น่าเสนอมีความถูกต้องตรงกับความเป็นจริงตรงต่อความต้องการของผู้ใช้ มีความสมบูรณ์ ครอบคลุม เพียงพอต่อการตัดสินใจใช้ง่ายมีความชัดเจน ไม่ยุ่งยากซับซ้อนดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็นให้มีความต้องการใช้ และสามารถจัดเป็นระบบได้ตั้งแต่การเตรียมการจัดเก็บข้อมูลการประมวลผลและ การวิเคราะห์ข้อมูล การนำไปใช้ประโยชน์ การปรับแก้ให้เหมาะสม ปรับเปลี่ยนไปใช้ได้ ในหลากหลายสถานการณ์

กมลรัฐ อินทรทัศน์ (2550) ได้ให้ความหมายว่าเทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การนำ เทคโนโลยีมาใช้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสารสนเทศทำให้สารสนเทศมีประโยชน์และใช้งานได้กว้างขวางมากขึ้นเทคโนโลยีสารสนเทศยังเอื้อประโยชน์ทำให้การสื่อสารกันและกันของมนุษย์ทำได้อย่างไร้ขีดจำกัดมากขึ้นทั้งนี้อาจแบ่งประเภทของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารออกเป็นประเภทหลัก ๆ ได้ 3 ประเภท คือ อินเทอร์เน็ต อินทราเน็ต และเวิร์ลไวด์เว็บ

Merdick & Ross (1978) กล่าวว่า สารสนเทศ หมายถึง ข้อมูลที่ ผ่านการเลือกสรรแล้วประมวลผล หรือข้อมูลที่ใช้เป็นข้อถกเถียง อ้างอิงหรือใช้เป็นพื้นฐานการตัดสินใจล่วงหน้า หรือช่วยในการวินิจฉัยสั่งการได้

กล่าวโดยสรุป สารสนเทศ หมายถึง ข้อมูลที่ผ่านการประมวลผลหรือการวิเคราะห์แล้ว และมีความหมายที่นำไปใช้ในการตัดสินใจหรือใช้ในเชิงปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ การประมวลผลหรือวิเคราะห์ข้อมูลนั้นเพื่อให้สารสนเทศนั้นมีความหมายและคุณค่าในการใช้งาน ซึ่งการนำสารสนเทศมาใช้จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถตัดสินใจหรือดำเนินการต่าง ๆ ได้อย่างมั่นใจมากขึ้น และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในการแก้ไขปัญหาหรือการดำเนินการต่าง ๆ ในองค์กรหรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น สารสนเทศจึงเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการดำเนินชีวิตและการทำงานของบุคคลและองค์กรในยุคดิจิทัลที่มีการสะสมข้อมูลมากมาย การให้ความสำคัญแก่ความถูกต้องและความเชื่อถือได้ของสารสนเทศเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เนื่องจากสารสนเทศที่ไม่ถูกต้องอาจทำให้เกิดการตัดสินใจที่ผิดพลาดหรือการดำเนินงานที่ไม่เหมาะสม ดังนั้น การรักษาคุณภาพและความถูกต้องของสารสนเทศเป็นสิ่งสำคัญที่ควรให้ความสนใจอย่างยิ่งในการจัดการและใช้งานข้อมูลในทุกๆ ด้านของชีวิตและองค์กรในปัจจุบัน

นอกจากนี้ ยังได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของความถูกต้องของสารสนเทศดังนี้

Bol, Kramer & Maas (2016) กล่าวว่า ความถูกต้องของสารสนเทศ คือ การตระหนักถึงความแม่นยำของข้อมูลสารสนเทศที่นำมาใช้เผยแพร่ โดยจะต้องวิเคราะห์ กลั่นกรองข้อมูลให้มีความถูกต้องและเป็นปัจจุบันก่อนนำไปเผยแพร่ ก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้อื่น นอกจากนี้ ข้อมูลจะมีความน่าเชื่อถือถูกต้องเพียงใดขึ้นอยู่กับความถูกต้องในการบันทึกข้อมูลด้วย

Ajzen, Joyce, Sheikh & Cote (2011) กล่าวว่า ความถูกต้องของสารสนเทศ หมายถึง คุณภาพของข้อมูลที่ต้องการและเชื่อถือได้ในการแสดงผลหรือการส่งถึงผู้ใช้งาน ความถูกต้องของสารสนเทศนี้คือความเที่ยงตรงของข้อมูลกับความเป็นจริงหรือความตรงกับความเป็นจริงของเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่สารสนเทศกล่าวถึง ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากในการดำเนินการต่าง ๆ เช่น การตัดสินใจ การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นต้น การมีความถูกต้องของสารสนเทศจะช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถทำการตัดสินใจหรือดำเนินการต่าง ๆ ได้อย่างมั่นใจและเป็นรากฐานที่ดีสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อสรุปหรือการสร้าง ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง โดยสารสนเทศที่มีความถูกต้องจะมีคุณค่าสูงในการสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงวิทยาศาสตร์ การพัฒนานวัตกรรม และในการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

กล่าวโดยสรุป ความถูกต้องของสารสนเทศหมายถึงคุณภาพของข้อมูลที่มีความแม่นยำและเชื่อถือได้เมื่อนำมาใช้เผยแพร่หรือใช้ในการตัดสินใจ สารสนเทศที่ถูกต้องจะต้องผ่านการวิเคราะห์และกลั่นกรองข้อมูลให้มีความถูกต้องและเป็นปัจจุบันก่อนนำไปใช้งาน ความถูกต้องของสารสนเทศจะมีผลต่อความเชื่อถือและความน่าเชื่อถือของข้อมูลนั้น ๆ ต่อผู้ใช้งาน ซึ่งสารสนเทศที่ถูกต้องจะเป็นฐานที่เชื่อถือได้ในการดำเนินการต่าง ๆ เช่น การตัดสินใจ การวิเคราะห์ข้อมูล หรือการสร้าง ความเข้าใจ

เกี่ยวกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น การรักษาความถูกต้องของสารสนเทศมีความสำคัญอย่างมากในทุก ๆ ด้านของชีวิตและองค์กร สารสนเทศที่มีความถูกต้องจะช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถทำการตัดสินใจหรือดำเนินการต่าง ๆ ได้อย่างมั่นใจและเป็นรากฐานที่ดีสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อสรุปหรือการสร้าง ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องในยุคที่ข้อมูลมีความสำคัญและมีจำนวนมากขึ้นอย่างมาก

2.1.2 ความหมาย กระบวนการ และทฤษฎีส่วนขยายรวมการให้ความยอมรับเทคโนโลยี

ความน่าเชื่อถือสามารถปรับปรุงการดำเนินการของมนุษย์ในลักษณะสิ่งนี้ได้รับการอนุมัติอย่างเป็นทางการรับประกันอย่างมั่นคง มั่นใจความประโยชน์ของความเรียบง่ายในการใช้งานและความสะดวกสบายของเทคโนโลยี มันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้คนเมื่อพวกเขายอมรับการใช้เทคโนโลยีมาใช้ตามผลงานวิจัย Aggelidis & Chatzoglou (2009) ซึ่งสืบเนื่องมาจากการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) มันช่วยให้เกิดการปรับปรุงพฤติกรรมที่แพร่หลายในใช้เทคโนโลยีและพยายามทำความเข้าใจและใช้งานใหม่เข้าสู่การใช้งานตามงานของ Davis (1989) ซึ่งแบ่งออกเป็นลักษณะการใช้เทคโนโลยีใหม่นั้น อาจมีการวางแผนที่ดีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ต่อมาความเคยชินและการนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ ChatGPT ตามงานวิจัยของ อัครเดช ปิ่นสุข และนิตนา ฐานิตธนกร (2559) อีกทั้งยังเน้นการทำความเข้าใจการนำเทคโนโลยีมาใช้งานที่ส่งผลได้รับสิ่งจูงใจสำหรับตนเองหรือการแสวงหาที่เกี่ยวข้องซึ่งกำหนดโดยการศึกษาของ เกวรินทร์ ละเอียดดินันท์ และนิตนา ฐานิตธนกร (2559) โดยเมื่อผู้ใช้มีข้อมูลก่อนหน้าจะทำให้เกิดขั้นตอนการให้การรับเทคโนโลยีมาใช้ตามทฤษฎีของ Roger (1962) ซึ่งบอกว่า การได้รับข้อมูลที่ระบุไว้ข้างต้นจะนำไปสู่ขั้นตอนที่ช่วยพัฒนาพฤติกรรมในการเข้าใจและใช้ข้อมูลเทคโนโลยีใหม่ ๆ และแบ่งเป็นขั้นตอน 5 ขั้นตอน: การตระหนัก, สนใจ, ประเมิน, การทดลอง และการขออนุญาตใช้เทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมการปรับปรุงพฤติกรรมดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคล ข้อมูลนี้ได้รับการยืนยันจาก ภาณุพงศ์ เสกทวีลาภ (2557) ซึ่งให้ข้อมูลการคัดเลือกนวัตกรรม หมายถึงขั้นตอนที่เกิดขึ้นในจิตใต้สำนึกของแต่ละบุคคลจากนั้น Strzelecki (2023) ได้กล่าวถึงหลักการที่ส่งเสริมการใช้และการประยุกต์ใช้อุปกรณ์เทคโนโลยี (UTAUT2) ซึ่งเป็นส่วนขยายของ UTAUT ซึ่งอธิบายพฤติกรรม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี มีการใช้หลักการสี่ประการคาดหวังด้านประสิทธิภาพ, คาดหวังด้านความพยายาม, อิทธิพลที่มาจากทางสังคม และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน ซึ่งมีประโยชน์สำหรับการทำความเข้าใจและประเมินการตั้งใช้งานเทคโนโลยีในองค์กร อีกทั้ง มีหัวข้อที่เพิ่มเข้ามาปัจจัยที่ยังสามารถในการสร้างนวัตกรรมในระดับบุคคล (Personal Innovativeness) นอกจากนี้ มีการพิจารณาปัจจัยด้านความถูกต้องของตัวข้อมูล (Information Accuracy) และอิทธิพลต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความพอใจและความสุขที่ใช้งาน ChatGPT ที่พัฒนาโดย Foroughi, et al. (2023) ทฤษฎีที่สนับสนุนการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) ถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายพฤติกรรมของนักเรียน

ต่อนวัตกรรม ด้วยปัจจัยที่แตกต่างกันซึ่งผลต่อการใช้งานเทคโนโลยี และมีการตัดปัจจัยด้านมูลค่า ราคา (Price Value) ออกจาก UTAUT และมีการเพิ่มปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการเรียนรู้ และการนำไปประยุกต์ใช้งาน ChatGPT ในด้านการประหยัดเวลาและการปรับแต่งกระบวนการเรียนรู้ หลังจากการวิเคราะห์และพิจารณาข้อมูลจากการวิจัยที่ถูกกล่าวถึง สรุปได้ว่า ChatGPT มีศักยภาพที่จะเพิ่มประสิทธิภาพทางการเรียนรู้และการทำงานของบุคคลในหลายด้านอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ได้มีผู้ให้ความหมายของการยอมรับเทคโนโลยี ดังนี้

สิงห์ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์ตรุภทร (2555) ได้กล่าวถึงการยอมรับเทคโนโลยี ว่าเป็นการอธิบายถึงวิธีการและเหตุผลของแต่ละบุคคลในการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่เพื่อ พยากรณ์พฤติกรรมบุคคลในการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำไปสู่การให้คำอธิบายและสร้างความเข้าใจในอิทธิพลของปัจจัยที่ก่อให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยี

ขวัญตา กิระวิสาสกิจ (2542) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีหมายถึง การตัดสินใจใช้เทคโนโลยีทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม โดยระยะเวลาในการตัดสินใจยอมรับนั้นไม่มีกำหนดแน่นอนตายตัว ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของเทคโนโลยีนั้น ๆ

เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล (2554) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีหมายถึง การนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ซึ่งเมื่อแน่ใจแล้วว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้นเป็นไปได้สิ่งที่ตามมา คือก่อให้เกิดการลงทุนกับการยอมรับ

ดังนั้นจากความหมาย กระบวนการ และทฤษฎีส่วนขยายรวมการให้ความยอมรับเทคโนโลยีจากการวิจัยก่อนหน้านี้ ดังนั้นนักวิเคราะห์จึงได้มีการตัดสินใจของให้ความยอมรับเทคโนโลยี ไม่เพียงแต่เป็นกระบวนการเฉพาะสถานการณ์ที่มีการใช้เทคโนโลยีเท่านั้น เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตของเราอย่างแท้จริง ความเข้าใจนี้เกิดขึ้นผ่านทางหลายทฤษฎีและการเรียนการสอนที่วิเคราะห์ถึงพฤติกรรมต่าง ๆ กับการนำเทคโนโลยีเพื่อนำความคิดและมุมมองมาสู่ชีวิตธรรมดาดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคล โดยขั้นตอนและกระบวนการต่าง ๆ ที่แต่ละทฤษฎีและการเรียนการสอนได้วิเคราะห์นั้นเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยในการเข้าใจและอธิบายการให้ความยอมรับเทคโนโลยีในมิติต่าง ๆ ของมนุษย์ในสังคมในปัจจุบันและอนาคต

2.1.3 ความหมายตั้งใจใช้ หมายถึง การตั้งใจใช้ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับจุดประสงค์ของผู้เลือกที่จะใช้นวัตกรรม ส่งผลต่อพฤติกรรมในแต่ละวันของเรา การตั้งใจนี้มักถูกอ้างอิงโดยนักการตลาดและนักจิตวิทยาเพื่อทำความเข้าใจแนวโน้มส่วนตัวของแต่ละบุคคลในการนำเทคโนโลยีมาใช้ (คำนายอภิปรัชญาสกุล, 2558) นอกจากนี้ การตั้งใจนี้ยังมีอิทธิพลของสิ่งนี้ต่อแผนและการดำเนินการทางเทคโนโลยีได้รับการตรวจสอบโดย Strzelecki (2023) เป้าหมายของเราในการโต้ตอบกับเทคโนโลยีมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของเราในแต่ละวัน สิ่งนี้ส่งผลต่อพฤติกรรมและเป้าหมายของเราในการโต้ตอบในแต่ละวัน (นฤมล สิริพันธ์สวัสดิ์ และปราโมทย์ ลือนาม, 2565) โดยมีปัจจัยสำคัญ

ทั้งหมดอยู่ใน ความคิดเห็นและการมองเห็น (Attitude) และปฏิบัติกันในกลุ่มเคารพและอ้างอิง (Subjective Norm) ทั้งนี้ พฤติกรรมการประยุกต์ใช้ระบบ (Use Behavior) ก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี การยอมรับนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมักได้รับอิทธิพลจากความคิดเห็นและการคาดการณ์เกี่ยวกับการใช้งานจากความสัมพันธ์, คำแนะนำ และแรงจูงใจจากบุคคลที่มีอิทธิพลในสังคม (Subjective Norm) ตัวแปรทั้งสองนี้มีส่วนสำคัญในการสร้าง เจตนาและพฤติกรรมใช้งานเทคโนโลยี

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการท่านอื่นได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์ (2545) กล่าวว่า ความตั้งใจ (Intention) หมายถึงการเอาใจจดจ่อซึ่งเป็นการตัดสินใจที่จะเลือกหรือกระทำในวิธีใดวิธีหนึ่งมีทิศทางแน่นอนของจิตมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนต่อสิ่งที่ปรารถนาและแสดงออกตามที่ทัศนคติหรือมีความเชื่อต่อสิ่งนั้น

มนทกานต์ เมฆระ (2546) ความตั้งใจไว้เป็นสิ่งที่สามารถบ่งชี้ได้ว่าบุคคลมีการวางแผนมากน้อยเพียงใดในการกระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง ซึ่งความตั้งใจที่จะกระทำนั้นจะยังอยู่จนกระทั่งถึงเวลาและโอกาสที่เหมาะสม จากนั้นบุคคลจึงจะแสดงพฤติกรรมออกมาในลักษณะที่สอดคล้องกับความตั้งใจ ดังนั้น ถ้าสามารถวัดความตั้งใจในการกระทำได้ ก็จะสามารถอธิบายพฤติกรรมได้อย่างถูกต้องและใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

นิธินาถ วงศ์สวัสดิ์ และปวีณา คำพุกกะ (2557) กล่าวว่า ความตั้งใจเกิดจากทัศนคติและรูปแบบของการรับรู้ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมแบบอย่างของกลุ่มและสังคม คือ สภาพของพฤติกรรมที่เป็นปกติ หรือการกระทำตามแบบอย่างในการแสดงออกที่สังคมเป็นผู้กำหนดให้ประพฤติดังหรือไม่ประพฤติดัง ถ้าทัศนคติและการรับรู้เป็นไปในทางบวกหรือสร้างสรรค์ จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจทางด้านพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ซึ่งจะแสดงออกมาอย่างชัดเจน ถ้าทัศนคติและการรับรู้มีความขัดแย้งไม่ตรงกัน จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจทางด้านพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในทิศทางตรงข้ามฉะนั้น ทัศนคติและรูปแบบของการรับรู้เป็นสิ่งที่บ่งชี้ถึงความเป็นไปได้ในการอธิบายความตั้งใจทางด้านพฤติกรรมทั้งในทางบวก และทางลบ

ดังนั้นจากความหมายของการความพร้อมที่จะใช้งาน นักวิจัยสามารถสรุปได้ว่า การสอนและการเรียน ต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีมีความสำคัญต่อการวิเคราะห์พฤติกรรมการดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคล และการเลือกใช้สินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีนั้น ๆ โดยการนำเสนอแง่มุมของความตั้งใจที่ลึกซึ้งซึ่งจะเสนอความช่วยเหลือให้ผู้อ่านได้รับมัน กระบวนการทางใจซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจและพฤติกรรมใช้งานเทคโนโลยีในชีวิตประจำวันแต่ละบุคคล

2.1.4 กระบวนการความพร้อมที่จะใช้งานของผู้บริโภค กระบวนการการความพร้อมที่จะใช้งานของผู้บริโภคถูกจำแนกออกเป็นขั้นตอนหลัก ๆ 5 ขั้นตอน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2560) ซึ่งเป็นเส้นทางเลือกวิธีการทำสิ่งที่เห็นตรงกันตามผู้บริโภคต้องการ การเข้าใจความปรารถนา (Need

Recognition) ขั้นแรกของผู้บริโภครับรู้ถึงความปรารถนาหรือความปรารถนาในบางอย่างซึ่งเป็นผลมาจากภายในหรือภายนอก ต่างกันตามสถานการณ์และความปรารถนาส่วนบุคคล การค้นหาข้อมูล (Information Search) การค้นหาถูกใช้เพื่อสร้างทางเลือกในการซื้อสินค้าหรือการบริการ เป็นขั้นตอนที่สำคัญเนื่องจากมีผลต่อตัดสินใจการซื้อของผู้บริโภค การพิจารณาตัวเลือก (Evaluating Alternative Options) เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ข้อมูลและเปรียบเทียบตัวเลือกที่มีอยู่ เพื่อให้มีการตัดสินใจเป็นประโยชน์ที่สุดสำหรับผู้ซื้อสินค้า การตัดสินใจ (Purchase Decision) เป็นกระบวนการขั้นตอนที่เกิดขึ้นเมื่อคนที่บริโภคพิจารณาตัวเลือกที่มีอยู่และทำการตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุดตรงกับความต้องการของตนและสุดท้ายการกระทำหลังเหตุการณ์ (Post-Purchase Behavior) เป็นช่วงหลังจากสิ่งที่ได้เกิดขึ้นเมื่อเลือกรายการหรือสิทธิประโยชน์ลูกค้าจะใช้รายการนั้น และอาจมีการตอบสนองต่อคุณภาพของผลประโยชน์ที่มีอิทธิพลต่อวิธีการในอนาคตและความพอใจนอกจากนี้ Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) ได้กล่าวถึงความพร้อมในการใช้งาน (Intention to Use) ซึ่งชี้วัด บอกถึงพฤติกรรมรับบริการของคนบริโภคได้ และมีตัวแปรที่สอดคล้องที่เกี่ยวข้อง เช่น การแบ่งปันข้อมูล (Word of Mouth Communications), ความรู้สึกไวต่ออิทธิพลของราคา (Price Sensitivity), และการแจ้งปัญหา (Complaining) ซึ่งมีส่วนสำคัญในการวัดในความพอใจและการนำบริการไปใช้ของผู้บริโภค

จากความพร้อมของกระบวนการสอน ผู้วิจัยสามารถระบุได้ว่าความพร้อมในการจ้างงานที่เกิดขึ้น นั้นแสดงถึงจิตใจของผู้บริโภค สินค้าหรือบริการที่ผุดขึ้นมาในใจทันที เป็นผลจากความคิด ความคิดเห็น หรือความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเหตุการณ์ที่ดึงดูดใจเกิดขึ้นสามารถแนะนำหรือคาดการณ์ว่าลูกค้าจะประพฤติตนอย่างไรเมื่อใช้สินค้าหรือบริการนั้น

2.1.5 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้ คือแนวคิดและแรงจูงใจที่อาจพาถึงความสำเร็จระหว่างแนวคิดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ความคิดเห็นร่วมด้วยแนวคิด เจตนา และการกระทำของบุคคล นักวิจัยใช้ทฤษฎีความความพร้อมคุณสมบัตินั้นเป็นข้อมูลอ้างอิงอันล้ำค่าได้คาดการณ์และอธิบายพฤติกรรมการใช้บริการ พฤติกรรมความพร้อมผู้บริโภคที่มีโอกาสใช้เจตจำนงนั้นสูงกว่า การวิเคราะห์ความพร้อมที่จะใช้งาน เชื่อมโยงกับความคิดเห็นและแนวคิดที่ผู้บริโภคมีต่อผู้ผลิตและสัญลักษณ์สินค้า การรักษารูปลักษณ์และผลของการภักดีของสัญลักษณ์สินค้า ส่งเสริมความเชื่อและการวางใจของคนบริโภค การเข้าใจและการตระหนักเป็นปัจจัยสำคัญที่เสริมพฤติกรรมและความความพร้อมที่จะใช้งานของผู้บริโภค (Rahman, et al., 2015) เราพบว่าบทบาทของสังคมยังเสริมบทบาทในการกระตุ้นความพร้อมที่จะใช้งานของผู้บริโภคด้วย (Kim & James, 2016) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพร้อมในการดำเนินการ เช่นความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความง่ายในการใช้งาน แรงจูงใจทางอารมณ์ และประสบการณ์แรงจูงใจของลูกค้าในการใช้งานที่

ได้รับการปรับปรุงเป็นผลมาจากการเรียนรู้เทคโนโลยีหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ในวิถีชีวิตของตนมากขึ้น (Foroughi, et al., 2023)

จึงทำการวิจัยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานมีความสำคัญ เหตุผลชัดเจนระบุว่าจุดประสงค์การใช้งานก็มีอิทธิพลต่อตัวเลือกการใช้งาน การนำเสนอตัวบ่งชี้จากโมเดล UTAUT2 เห็นความสำคัญแนวคิดนี้ในการประมาณความตั้งใจที่จะใช้ ChatGPT นักวิจัยได้พัฒนาโมเดลการวิจัยที่มีประสิทธิภาพสำหรับการใช้ UTAUT2 ซึ่งช่วยให้เรารู้ถึงทางเลือกที่ผู้บริโภคลเลือกใช้ ChatGPT และให้โครงสร้างที่ครอบคลุมของเข้าใจและความไว้วางใจในการนำเสนอข้อมูลได้อย่างครบถ้วน

2.1.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเทคโนโลยี ChatGPT แชนบอตที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี AI ซึ่งเปิดตัวโดย OpenAI นั้นมาพร้อมกับโมเดลภาษาขนาดใหญ่ที่ช่วยให้สามารถสร้างข้อความต้นฉบับเพื่อตอบกลับประกาศเริ่มโดยผู้ใช้ เทคโนโลยีนี้เปิดตัวในเดือนพฤศจิกายนปี 2565 พร้อมให้บริการฟรีผ่านบัญชี OpenAI (OpenAI, 2023) อย่างไรก็ตามการเพิ่มขึ้นของ generative AI ซึ่งมี ChatGPT เป็นตัวแบบอย่าง ทำให้เกิดปัญหาที่เป็นไปได้กับประสิทธิภาพ อุทสาหกรรมและองค์กรต่าง ๆ การประยุกต์ใช้ ChatGPT ที่เป็นไปได้ประการหนึ่งอยู่ในขอบเขตของการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษา ซึ่งนำเสนอโอกาสในการพิจารณาวัตถุประสงค์ของการประเมินอีกครั้ง และวิธีที่จะสามารถปรับแต่งการเรียนรู้ได้ แทนที่จะหันมาใช้ซอฟต์แวร์เพื่อการประเมิน สถาบันต่าง ๆ สามารถใช้ ChatGPT เพื่อสอนการพิจารณาเบื้องต้น การเรียบเรียง และส่วนของ AI ในโลกปัจจุบัน ด้วยวิธีนี้ ChatGPT ดูเหมือนว่าจะจะเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์สำหรับการศึกษา การประเมินผล และการฝึกอบรมเชิงนวัตกรรมและครอบคลุม ซึ่งสอดคล้องกับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วกับความรู้ (Strzelecki, 2023) ซึ่ง ChatGPT เป็นแชทบอทที่โดดเด่นที่พัฒนาโดย OpenAI นอกจากนี้ ChatGPT ยังเป็นที่นิยมอย่างรวดเร็วและมีผู้ใช้งานมากกว่าล้านคนในเวลาเพียงห้าวันจากเปิดตัวในวันที่ 30 เดือนพฤศจิกายน 2565 โดยในเดือนมกราคม 2566 ChatGPT มีผู้เข้าชมเฉลี่ย 13 ล้านคนต่อวัน ตามมาด้วยผู้เข้าชมเฉลี่ยประมาณ 30 ล้านคนต่อวันในเดือนกุมภาพันธ์ 2566 ทำให้มีค่าใช้จ่ายประมาณ 100,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อวันในการเรียกใช้ ChatGPT บน Microsoft Azure Cloud อย่างไรก็ตาม คาดว่าจะมีรายได้รวม 200 ล้านดอลลาร์ OpenAI ภายในสิ้นปี 2566 (Ming, Jais, Hui, Soon, Siew & Ling, 2023)

ChatGPT คือ แชนบอตที่ขับเคลื่อนด้วย AI ซึ่งสามารถใช้เป็นผู้ช่วยดิจิทัลในการตอบคำถาม ให้คำอธิบาย และสร้างสื่อการเรียนรู้ที่จัดทำขึ้นโดยใช้ ChatGPT แบบสาธารณะทำงานบน Generative Pre-trained Transformer (GPT) 3.5 และเมื่อเร็ว ๆ นี้ Open-AI ได้เปิดตัวระบบโมเดลภาษาล่าสุดชื่อ GPT4 ซึ่งได้รับการรวมเข้ากับ ChatGPT Plus อย่างจำกัด GPT4 สามารถรับ Input ข้อมูลที่เป็นทั้งรูปภาพและข้อความเพื่อสร้าง Output ข้อความตามที่ต้องการ ซึ่งให้ประสิทธิภาพระดับมนุษย์ในเกณฑ์มาตรฐานทางวิชาชีพและทางวิชาการหลายประการ ด้วยความ

ชำนาญในการเรียนรู้และปรับตัวเมื่อเวลาผ่านไป ChatGPT มีศักยภาพในการประยุกต์ใช้ทางการเรียนการสอน ทำให้ผู้เรียนทั่วโลกเข้าถึง มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้น (Foroughi, et al., 2023)

2.1.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อาทิตย์ เกียรติกำจร และภูมิพร ธรรมสถิตเดช (2557) บทบาทที่มีนัยสำคัญของปัจจัยที่ไม่ควรมองข้ามการศึกษาเรื่องการใช้เทคโนโลยี งานวิจัยของโรงพยาบาลศิริราชเกี่ยวกับการให้ความรู้ด้วยเทคโนโลยีบนกระดานขาวทางการแพทย์ที่สามารถสื่อสารและทำงานร่วมกันได้ เน้นว่าการบังคับใช้ที่คาดหวังเทคโนโลยีนี้เป็นตัวกระตุ้นสำคัญที่สุดสำหรับการนำมาใช้ ข้อมูลการศึกษามอบแสงสว่างเนื่องจากมีองค์ประกอบมากมายในการคัดเลือกว่านวัตกรรมกระดานขาวนี้ ซึ่งรวมถึงความร่วมมือของชุมชน ต้องการใช้มุมมองและความเข้าใจที่หลากหลายในการประยุกต์ สนับสนุนการใช้วิธีการประเมินเพื่อเข้าใจความคาดหวัง ซึ่งเปิดเผยความสำคัญและประโยชน์ที่คาดหวังของผู้เรียนมีการใช้นวัตกรรมกระดานขาวในรายวิชาเรียนการแพทย์ที่โรงพยาบาลศิริราช

สุมาลี มั่นแย้ม (2560) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมที่จะใช้งานแอปพลิเคชันผู้ช่วยข้อมูลส่วนบุคคลบนสมาร์ตโฟน จากการสำรวจข้อมูลการทดสอบจำนวน 160 คน พบว่า ส่วนประกอบที่มีความสำคัญต่อ ความพร้อมใช้งานแอปได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน การรับทราบประโยชน์ที่ได้รับ การรับทราบความสนุกสนาน และเหมาะสมในบางกรณีระหว่างงานและเทคโนโลยี นอกจากนี้การวิเคราะห์ระหว่างกลุ่มผู้ใช้สรีและภูเกิลแอสซิสแทนพบความแตกต่างเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้งาน ความสนุกสนาน และเหมาะสมในบางกรณีระหว่างงานและเทคโนโลยี

นธิภาส จันทรร (2565) วิจัยเรื่องปัจจัยการเข้าใจดิจิทัลและการให้ความยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน เป้าตั้งพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ จากแบบสอบถาม 430 คน พบว่า ผู้ซื้อสลากดิจิทัลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดได้แก่ การเข้าใจประโยชน์ การใช้งานง่าย ความเรียบง่าย และความเข้าใจดิจิทัล การวิเคราะห์ระดับ .05 แสดงความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยและทางเลือกในการซื้อ

นฤมล สิริพันธ์สวัสดิ์ และปราโมทย์ ลีอนาม (2565) ตรวจสอบตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเพื่อยืนยันตัวตนทางดิจิทัล ด้วยโฆษณาประสบการณ์และสำหรับคนที่ไม่เคยใช้มาก่อนผลสำรวจ 403 คน แสดงปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ได้แก่ ความคาดหวังประสิทธิภาพบริการ นวัตกรรมส่วนบุคคล สภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมและความคาดหวัง ความพยายาม หรืออิทธิพลทางสังคม การวิจัยพบเพศ อายุ และประสบการณ์ จุดมุ่งหมายในการเข้าถึงระบบไม่เกี่ยวข้องกับมัน

จักรพันธ์ จันทลา, รุจิรา พลแพงขวา, กมลกา แดงสกุล และกชพร สว่าง (2566) ตรวจสอบองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับใช้ D.DOPA Digital ID ผ่านสมาร์ทโฟนในอุดรธานี ผลการสำรวจ 400 คน แสดงความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ผลการศึกษาถึงความสำคัญของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของบุคคล แสดงถึงความเป็นศูนย์รวมของทุกปัจจัยที่ถูกพิจารณา

อภิสรดา คชรัฐแก้วฟ้า (2566) ได้ศึกษาอิทธิพลจากการยอมรับใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ด้านความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานออฟฟิศในประเทศไทย โดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มพนักงานออฟฟิศในประเทศไทย ผู้ที่มีประสบการณ์ใช้งานหรือคุ้นเคยกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการทำงาน จำนวน 456 คน ผลการศึกษาวิจัย พบว่ามีจำนวน 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการใช้งาน ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน และปัจจัยทัศนคติ ส่งผลเชิงบวกต่อปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

กัตตกมล พิศแสงาม (2566) ได้ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์แชทบอทบริการด้านการเงินของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์แชทบอทบริการด้านการเงินของผู้สูงอายุ ภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และการศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการในการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์แชทบอทบริการด้านการเงินของผู้สูงอายุ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อทำการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการรับรู้ความง่าย ด้านความต้องการใช้งาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์แชทบอทบริการด้านการเงินของผู้สูงอายุ โดยมีอำนาจพยากรณ์ ร้อยละ 74.5 2) ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านประสิทธิภาพบริการ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านความถูกต้องแม่นยำ และด้านความปลอดภัย ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์แชทบอทบริการด้านการเงินของผู้สูงอายุ โดยมีอำนาจพยากรณ์ ร้อยละ 65.9 และ 3) ศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์แชทบอทบริการด้านการเงินของผู้สูงอายุมีความสัมพันธ์ทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

R. Yilmaz & F. G. K. Yilmaz (2023) นำเสนอผลการวิจัยเน้นศึกษาความเข้าใจของ ChatGPT กลุ่มตัวอย่าง 239 คน พบการรับรู้เชิงบวกต่อ ChatGPT โดยเฉพาะความสะดวกในส่วนของการใช้งาน การวิเคราะห์ที่ไม่พบความแตกต่างระหว่างระดับชั้น

Strzelecki (2023) นำเสนอการศึกษาเรื่องยอมรับ ChatGPT กลุ่มตัวอย่าง 534 นักศึกษา พบความเคยชินเป็นปัจจัยในการทำนายพฤติกรรมใช้งาน ChatGPT

Ming, et al. (2023) ได้นำเสนอผลการสอนและความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดความตั้งใจที่จะใช้ ChatGPT สำหรับค้นหาข้อมูลการเงิน ผลลัพธ์การสำรวจที่ดำเนินการผ่านแบบสอบถามออนไลน์ของผู้ใช้ปัจจุบันได้สรุปถึงหลายปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจของผู้ใช้ในการใช้ ChatGPT เพื่อค้นหาข้อมูลทางการเงิน ความคาดหวังในความเป็นประโยชน์และการใช้งานเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้มีความตั้งใจที่แข็งแกร่งในการนำ ChatGPT ไปใช้สำหรับการค้นหาข้อมูลทางการเงิน นอกจากนี้ พฤติกรรมที่เกิดจากความสนุกสนาน นอกจากนี้ อิทธิพลทางสังคมก็มีความสำคัญเช่นกัน ซึ่งส่งผลต่อความพร้อมในการใช้งานของบุคคลนั้น ChatGPT เพื่อค้นหาข้อมูลทางการเงิน ซึ่งมีความถูกต้องและความสำคัญของข้อสรุปของการวิจัยที่นำเสนอ ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับศักยภาพของ ChatGPT ในบทบาทของเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสำหรับการค้นหาข้อมูลทางเศรษฐกิจและมีผลบังคับใช้ในการวิเคราะห์และพัฒนาในอนาคต

Foroughi, et al. (2023) ได้ตีพิมพ์ผลการเรียนการสอนที่สำคัญเกี่ยวกับองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อจุดประสงค์การใช้งาน ChatGPT จากกลุ่มนักเรียนชาวมาเลเซียจำนวน 406 คน ผลลัพธ์รวบรวมจากการสำรวจนี้ได้สรุปถึงการเลือกใช้ ChatGPT ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ความคาดหวังเกี่ยวกับเป็นประโยชน์และความคาดหวังในพบว่าความตั้งใจในการใช้งานของบุคคลได้รับอิทธิพลอย่างมากจากความสะดวกในการใช้งาน ChatGPT โดยผลลัพธ์นี้ยืนยันถึงความสำคัญของประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์และการจัดการที่เรียบง่าย แรงบันดาลใจที่มีที่มาจากความสนุกสนานและคุณค่าในการเรียนรู้ ก็คิดว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการเลือกสิ่งที่คุณจะใช้ ChatGPT ซึ่งช่วยกระตุ้นทั้งความคิดสร้างสรรค์และการมีต่อตนเองในการเรียนรู้ นอกจากนี้ ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมในระดับบุคคลและความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานจะขึ้นอยู่กับความถูกต้องของข้อมูลเมื่อใช้ ChatGPT และปัจจัยกำหนด ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญเนื่องจากส่งผลประสิทธิภาพและพึงพาในการนำ ChatGPT ไปใช้งาน ผลการวิจัยนี้ยังชี้ให้เห็นว่าปัจจัยทั้งหมดที่ถูกสำรวจ เช่น อิทธิพลทางสังคม สภาพแวดล้อมที่การใช้งานไม่ขึ้นอยู่กับความคุ้นเคยหรือการสนับสนุน ChatGPT โดยทั่วไป แต่ทุกรายการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ ChatGPT ในบริบทต่าง ๆ

Rodríguez, Montoya, Fernández & Lara (2023) ได้นำเสนอผลคำแนะนำที่น่าสนใจเกี่ยวกับใช้ ChatGPT ในมหาวิทยาลัย เพื่อทำความเข้าใจถึงภาวะความคิดที่ซับซ้อน โดยเฉพาะเรื่องความคิดเห็นของนักเรียนเกี่ยวกับข้อดีของพวกเขา นักวิจัยรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างที่เป็นตัวแทนโดยใช้การสำรวจออนไลน์ที่ประกอบด้วยนักศึกษามหาวิทยาลัยในสเปนจำนวน 400 คนที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี ผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่า เพศไม่ได้มีผลต่อโครงสร้างทั้งหมดของการใช้ ChatGPT ในมหาวิทยาลัย ในทวิความคิดเด่นที่สำคัญ เป็นส่วนมากนักศึกษามีประสบการณ์การใช้งานเป็นตัวกำหนดทั้งหมด ประสบการณ์การใช้ประโยชน์และอรรถประโยชน์ที่คาดหวัง แรงบันดาลใจที่มาจากความสนุกสนาน มูลค่าราคา และความเคยชินถูกพิจารณาเป็นปัจจัยกำหนดความตั้งใจที่จะใช้

ChatGPT สำคัญมากทั้งประสบการณ์ ความคาดหวัง และแรงบันดาลใจเหล่านี้ได้ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน ChatGPT นอกจากนี้ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน ความเคยชิน และความตั้งใจยังมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ใช้ การศึกษานี้แสดงให้เห็นภาพรวมของตัวแปรที่ส่งผลต่อการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ ChatGPT ในบริบทของมหาวิทยาลัยและเน้นความสำคัญของประสบการณ์และความคาดหวังในการพัฒนาและนำ ChatGPT เพื่อนำไปใช้ในสถานศึกษา

ผลลัพธ์จากวิธีการนี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย โดยสรุปจากการวิจัย สมมติฐาน และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้บนพื้นฐานทฤษฎีต่อไปนี้แสดงความสำคัญขององค์ประกอบหลายอย่างที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT

- 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทยมีความคาดหวังมากสำหรับการให้ประสิทธิภาพของระบบ ChatGPT สิ่งนี้ส่งผลดีต่อความตั้งใจที่จะใช้
- 2) ความคาดหวังในความพยายาม นักศึกษาที่มีความคาดหวังในความพยายามที่ต้องใช้ ChatGPT เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการระบุเจตนา
- 3) แรงจูงใจด้านความบันเทิง ความปรารถนาที่จะใช้ ChatGPT นั้นขึ้นอยู่กับความสนุกในการใช้บริการ
- 4) ความเคยชิน ประสบการณ์ที่ผ่านมาในการใช้ระบบแชทส่วนตัว (ChatGPT) มีผลต่อความสามารถในการปรับตัวและความพร้อมในการใช้งาน
- 5) ปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล ความสามารถในการปรับเปลี่ยนและการสร้างนวัตกรรมด้านบุคคลมีผลในการกำหนดความตั้งใจ
- 6) ความถูกต้องของสารสนเทศ ความถูกต้องของสารสนเทศที่ได้รับมีความสำคัญและมีผลเมื่อประเมินความตั้งใจของผู้ใช้ในการใช้ระบบในขณะเดียวกันก็ประเมินความตั้งใจของผู้ใช้ในการใช้บริการระบบ ChatGPT

การเรียนการสอนนี้สรุปถึงปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจของนักศึกษาในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีความหลากหลายและมีความสำคัญต่อการพัฒนาและปรับแต่งระบบในอนาคต

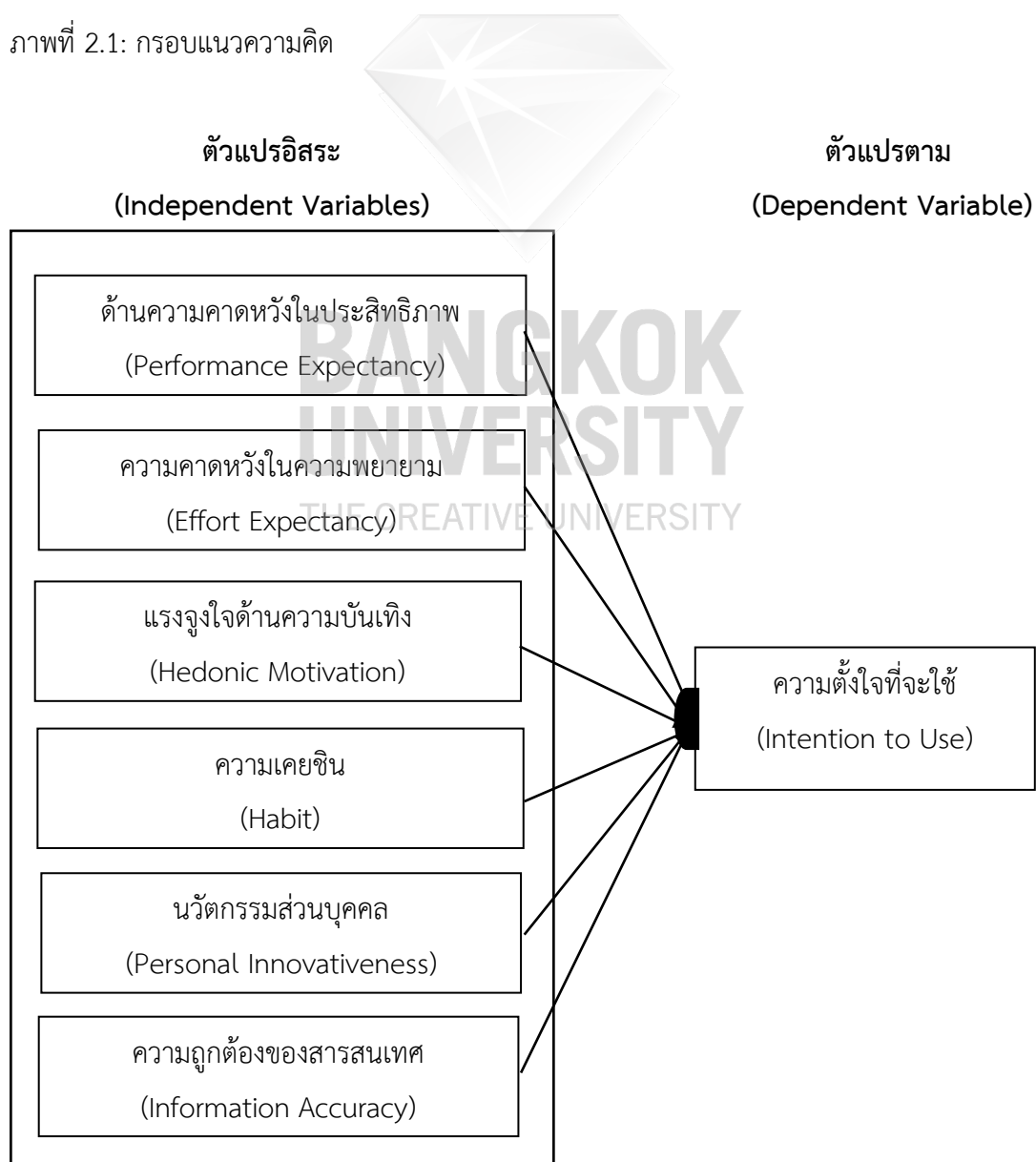
2.2 สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโท ณ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศดังนี้

- 1) ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)
- 2) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy)
- 3) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation)
- 4) ความเคยชิน (Habit)
- 5) นวัตกรรมส่วนบุคคล (Personal Innovativeness)
- 6) ความถูกต้องของสารสนเทศ (Information Accuracy)

2.3 กรอบแนวความคิด

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวความคิด



บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 การออกแบบงานวิจัย

งานวิจัยที่นำเสนอในรายวิชานี้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) ซึ่งใช้การสำรวจเพื่อใช้งานเป็นวิธีการวิจัยหลัก (Survey Method) รวมถึงการจัดทำแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล (Questionnaire) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบและวิเคราะห์สิ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของบุคคลในการใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกประชากรเป้าหมายเป็นนักศึกษาปริญญาโททั้งหมดประมาณ 560 คน ณ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย และใช้กลยุทธ์การคัดเลือกโดยเจตนา (Purposive Sampling) ตามหลักการของ กัลยา วาณิชยบัญชา (2542) โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายเป็นนักศึกษาที่เคยใช้ระบบ ChatGPT ก่อนหน้านี้ ส่วนการเก็บข้อมูลกรอกแบบสำรวจออนไลน์โดยใช้ Google Form ในช่วง 1-31 ธันวาคม 2566

ในส่วนกำหนดขนาดของตัวอย่างงานวิจัย แนวคิดในการประมาณปริมาณแบบสอบถามในการทดสอบ pilot จำนวน 40 ชุด โดยใช้โปรแกรม G*Power เวอร์ชัน 3.1.7.9 ตามค่าของ Cohen (1977) ที่ได้รับการตรวจสอบและยืนยันจากนักวิจัยจำนวนมาก (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2555 และ Erdfelder, Faul, & Buchner, 1996) การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างนี้ถูกดำเนินการโดยการกำหนดผลลัพธ์จีเพาเวอร์ ($1 - \beta$) เท่ากับ 0.80 และค่าอัลฟา (α) เท่ากับ 0.20 โดยประมาณ จำนวนตัวแปรทำนายเป็น 6 ตัวแปร และขนาดของอิทธิพล (effect Size) คือ 0.0360357 (ที่คำนวณค่า Partial R² เท่ากับ 0.03478225) ผลลัพธ์ที่ได้คือขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีน้อยกว่า 237 ชุด (Cohen, 1977) เพื่อรับประกันทางสถิติที่เพียงพอสำหรับการวิจัย จึงรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง 237 ตัวอย่าง หรือนักวิทยาศาสตร์ประเมินความเหมาะสมและแน่นอนของตัวแปรทุกตัว หลังจากคำนวณแล้ว ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคถูกกำหนดให้อยู่ในช่วง .761–.886 มีความมั่นใจสูงเพราะมีค่าและเชื่อมโยงกันที่สูงใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า .70 (Nunnally, 1978) ซึ่งนักวิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณเพื่อสรุปผล

3.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัย

แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ในการรวบรวมข้อมูล โดยการพัฒนาแบบสำรวจตามทฤษฎี การวิเคราะห์วรรณกรรมและงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังได้รับข้อเสนอแนะจากวิทยากรที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ และกลุ่มนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทยที่เคยใช้ระบบแชทจีพีที แบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

กลุ่มคำถามข้อแรกจะสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ ใช้รูปแบบคำถามปิดลักษณะหลายคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ในการใช้งานจีพีที ระยะเวลาใช้งานจีพีทีต่อวัน ช่องทางการใช้ และเหตุผลในการใช้จีพีที

กลุ่มคำถามข้อสองจะสำรวจความคิดเห็นบวกเกี่ยวกับการใช้ระบบแชทจีพีที ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม การบันเทิง ความคุ้นเคย นวัตกรรมส่วนบุคคล และความถูกต้องของข้อมูล รวมถึงการตั้งใจใช้ระบบ โดยอ้างอิงจาก Venkatesh, et al. (2012); Nikou & Economides (2017) และ Foroughi, et al. (2023) จำนวน 30 ข้อ

- | | |
|-----------------------------------|-------------|
| 1) ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ | จำนวน 4 ข้อ |
| 2) ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม | จำนวน 4 ข้อ |
| 3) ปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล | จำนวน 4 ข้อ |
| 4) ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง | จำนวน 4 ข้อ |
| 5) ปัจจัยความเคยชิน | จำนวน 4 ข้อ |
| 6) ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ | จำนวน 4 ข้อ |
| 7) ปัจจัยความตั้งใจที่จะใช้ | จำนวน 6 ข้อ |

ในส่วนที่ 2 ของแบบสอบถามที่ใช้วัดระดับความเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยของผู้ตอบต่อคำถามด้วยแบบ Likert Scale ซึ่งเป็นแบบวัดที่มีลักษณะเป็นแบบอันตรภาคชั้น แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับ 1 ที่แสดงความเห็นด้วยน้อยที่สุด จนถึงระดับ 5 ที่แสดงความเห็นด้วยมากที่สุด

ส่วนในข้อคำถามปลายเปิดของส่วนที่ 3 ขออนุญาตให้เพิ่มปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานระบบนี้

3.4 ความเชื่อมั่น ความตรงของเนื้อหา และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง

เจ้าหน้าที่วิจัยได้ศึกษาดัชนีเป้าหมายที่สอดคล้องกัน (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของคำถามต่าง ๆ ที่จะใช้ในการศึกษานี้ โดยวิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างจากที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีประสบการณ์ทางธุรกิจได้รับแบบสอบถามจากการวิจัย IT และการค้าปลีกออนไลน์ ซึ่งรวมไปถึง ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์, นายอนุสรณ์ บัวเฟื่อน, นายพิรุณญาณ ธนวุฒิศิริรัตน์ และนายกิตติสันต์

คาทิพย์ เพื่อให้ได้คำแนะนำและการอภิปรายจากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง การประมาณค่าบันทึกความสอดคล้องที่เกิดขึ้น (IOC) ของแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่าค่า IOC ทั้งหมดมีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งแสดงว่าคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา (Soonthorndhai, 2006)

นักวิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) แต่ละตัวแปรในแบบสอบถามโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งเป็นวิธีการวัดความคงที่ของแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ตอกย้ำถึงว่าค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแต่ละตัวแปรมีค่าระหว่าง 0.827 - 0.940 ซึ่งอยู่ในระดับที่ใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.70 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นสูงตามเกณฑ์ที่กำหนด (Nunnally, 1978) ซึ่งช่วยยืนยันการสำรวจใช้ตรวจสอบมีความเชื่อถือได้และความเหมาะสมต่อการใช้งานสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้

ตารางที่ 3.1: ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ส่วนของคำถาม	Cronbach's Alpha	
	n = 40	n = 237
ตัวแปรอิสระ		
ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy: PE)	.842	.840
ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy: EE)	.872	.806
ปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล (Personal Innovativeness: PI)	.852	.772
ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation: HM)	.857	.706
ปัจจัยความเคยชิน (Habit: H)	.909	.856
ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ (Information Accuracy: IA)	.827	.761
ตัวแปรตาม		
ปัจจัยความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use: IU)	.940	.886

นอกจากนี้ นักวิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์หาความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วย Factor Analysis เพื่อทำความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่มีต่อกันในแบบสอบถาม โดยนักวิจัยได้พิจารณาค่าน้ำหนัก (Factor Loading) ของแต่ละข้อคำถามเพื่อดูว่าข้อคำถามไหนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยใดบ้าง โดยค่าน้ำหนักที่มีค่ามากกว่า 0.3 ถูกจัดให้อยู่ในปัจจัยนั้น ซึ่งตัวอย่างข้อคำถามที่ใช้ในวิจัยนี้

จากการตรวจสอบ Factor Analysis ที่สอดคล้องกับการคำนวณพบว่าแต่ละที่อยู่มี่ความสัมพันธ์กับตัวแปรที่ได้รับ กำหนดไว้ โดยค่าน้ำหนักของแต่ละข้อคำถามมีค่ามากกว่า 0.3 ซึ่งช่วยในการแสดงถึงความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงในแต่ละปัจจัย จากผลการวิเคราะห์นี้ สามารถยืนยันว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยมีความตรงเชิงโครงสร้างและเหมาะสมสำหรับการใช้ในการวิจัยครั้งนี้ (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2544) ทั้งนี้ปัจจัยทั้ง 7 ที่ถูกพิจารณาในวิจัยนี้ได้แก่ ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE), ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (EE), ปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล (PI), ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง (HM), ปัจจัยความเคยชิน (H), ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ (IA) และปัจจัยความตั้งใจที่จะใช้ (IU) ได้นำมาพิจารณาและตรวจสอบความถูกต้องโดยข้อมูลทั้งหมด 237 รายในกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ n = 237

	PE	EE	PI	HM	H	IA	IU
PE1	.567						
PE2	<u>.245</u>						
PE3	.865						
PE4	.779						
EE1		.752					
EE2		.760					
EE3		.851					
EE4		.789					
PI1			.810				
PI2			.730				
PI3			.780				
PI4			.821				
HM1				.419			
HM2				.429			
HM3				.446			
HM4				.523			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ): การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ $n = 237$

H1					.403		
H2					.749		
H3					.751		
H4					.463		
IA1						.443	
IA2						.351	
IA3						<u>.057</u>	
IA4						.324	
IU1							.710
IU2							.778
IU3							.797
IU4							.699
IU5							.833
IU6							.708

จากตาราง 3.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบของแต่ละปัจจัย จะพบว่า

ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy: PE)

การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy: PE) ได้ผลดีในการจัดโครงสร้างของตัวแปรเหล่านี้ โดยใช้เทคนิค Factor Analysis เพื่อแยกแยะและจัดกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์ประกอบนี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่

- 1) PE1: ผู้ฉันคิดว่าการใช้ ChatGPT มีประโยชน์ในงานของฉัน
- 2) PE2: การใช้งาน ChatGPT ควรเพิ่มโอกาสความสำเร็จที่เป็นส่วนสำคัญ ๆ ในงานของฉัน
- 3) PE3: การใช้งาน ChatGPT น่าจะช่วยให้ฉันทำงานและโครงการต่าง ๆ ได้รวดเร็วขึ้น
- 4) PE4: การใช้งาน ChatGPT น่าจะเพิ่มผลลัพธ์ในการทำงานของฉัน

ข้อจำกัดที่อาจพบในองค์ประกอบนี้คือในข้อคำถามที่ 2 (PE2) ที่ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบนี้มีค่าน้อยกว่า 0.3 คือ งานวิจัยในอนาคตจะต้องปรับข้อคำถามนี้ออกหรือปรับคำเขียนเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจเนื้อหาในข้อนี้ชัดเจนขึ้น

ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy: EE)

การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy: EE) ได้ผลดีในการจัดโครงสร้างของตัวแปรเหล่านี้ โดยใช้เทคนิค Factor Analysis เพื่อแยกแยะและจัดกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์ประกอบนี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่

- 1) EE1: การเรียนรู้วิธีการใช้งาน ChatGPT น่าจะเป็นเรื่องง่ายสำหรับฉัน
- 2) EE2: การโต้ตอบของฉันกับ ChatGPT ชัดเจนและเข้าใจง่าย
- 3) EE3: ฉันคิดว่าการใช้งาน ChatGPT เป็นเรื่องง่าย
- 4) EE4: ฉันคิดว่าจะสามารถใช้งาน ChatGPT ได้อย่างชำนาญ

ค่าน้ำหนักของทุกข้อคำถามใน EE มีค่าระหว่าง .752 - .851 ซึ่งแสดงถึง ข้อคำถามควรจัดอยู่กลุ่มเดียวกันในปัจจัยข้อนี้

ปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล (Personal Innovativeness: PI)

การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล (Personal Innovativeness: PI) ได้ผลดีในการจัดโครงสร้างของตัวแปรเหล่านี้ โดยใช้เทคนิค Factor Analysis เพื่อแยกแยะและจัดกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์ประกอบนี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่

- 1) PI1: ฉันชอบทดลองใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ
- 2) PI2: ถ้าฉันได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ฉันจะทดลองใช้งานเทคโนโลยีนั้น
- 3) PI3: ในบรรดาครอบครัวหรือเพื่อนของฉัน ฉันมักจะเป็นคนแรกที่ได้ลองใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ

- 4) PI4: และโดยปกติแล้ว ฉันไม่ลังเลที่จะลองใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ

ค่าน้ำหนักของทุกข้อคำถามใน PI มีค่าระหว่าง .730 - .821 ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ที่แน่นอนระหว่างข้อความของแต่ละคำถามในปัจจุบัน องค์ประกอบนี้เป็นส่วนสำคัญในการเข้าใจและวิเคราะห์พฤติกรรมที่แสดงถึงนวัตกรรมส่วนบุคคลของผู้ใช้ในการทดลองใช้งาน ChatGPT และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation: HM)

การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation: HM) ได้ผลดีในการจัดโครงสร้างของตัวแปรเหล่านี้ โดยใช้เทคนิค Factor Analysis เพื่อแยกแยะและจัดกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์ประกอบนี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่

- 1) HM1: การใช้งาน ChatGPT น่าจะเป็นเรื่องสนุก
- 2) HM2: การใช้งาน ChatGPT น่าจะทำให้ฉันเพลิดเพลินและใช้เวลาส่วนมากในการใช้งานได้
- 3) HM3: การใช้งาน ChatGPT น่าจะสร้างความบันเทิงให้กับฉันได้มาก
- 4) HM4: การใช้งาน ChatGPT น่าจะเป็นระบบที่ทำให้ฉันมีความพอใจได้

ค่าน้ำหนักของทุกข้อคำถามในปัจจุบันอยู่ในช่วง .419 - .523 ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ที่สมดุลและแน่นอนระหว่างข้อความของแต่ละคำถามในปัจจุบัน องค์ประกอบนี้เป็นส่วนสำคัญในการเข้าใจและวิเคราะห์พฤติกรรมที่แสดงถึงแรงจูงใจกิจกรรมสันตนาการของผู้ใช้ตลอดระยะเวลาทดลองใช้งาน ChatGPT และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยความเคยชิน (Habit: H)

การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความเคยชิน (Habit: H) ได้ผลดีในการจัดโครงสร้างของตัวแปรเหล่านี้ โดยใช้เทคนิค Factor Analysis เพื่อแยกแยะและจัดกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์ประกอบนี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่

- 1) H1: การใช้งาน ChatGPT น่าจะเป็นความเคยชินสำหรับฉัน
- 2) H2: ฉันน่าจะใช้งาน ChatGPT ทุกครั้ง
- 3) H3: ฉันน่าจะจำเป็นต้องใช้ระบบ ChatGPT ในงานของฉัน
- 4) H4: การใช้งาน ChatGPT อาจกลายเป็นสิ่งที่ฉันใช้เป็นประจำ

ค่าน้ำหนักของทุกข้อคำถามในปัจจุบันอยู่ในช่วง .403 - .751 ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ที่สมดุลและแน่นอนระหว่างข้อความของแต่ละคำถามในปัจจุบัน องค์ประกอบนี้เป็นส่วนสำคัญในการเข้าใจและวิเคราะห์พฤติกรรมที่แสดงถึงความเคยชินของผู้ใช้ในการใช้งาน ChatGPT และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ (Information Accuracy: IA)

การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ (Information Accuracy: IA) ได้ผลดีในการจัดโครงสร้างของตัวแปรเหล่านี้ โดยใช้เทคนิค Factor Analysis เพื่อแยกแยะและจัดกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์ประกอบนี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่

- 1) IA1: ข้อมูลที่ฉันน่าจะได้รับจาก ChatGPT นั้นถูกต้อง
- 2) IA2: ข้อมูลที่ฉันน่าจะได้รับจาก ChatGPT นั้นแม่นยำตรงประเด็นกับสิ่งที่ฉันต้องการ
- 3) IA3: ข้อมูลที่ฉันน่าจะได้รับจาก ChatGPT มีความน่าเชื่อถือ
- 4) IA4: ข้อมูลที่ฉันน่าจะได้รับจาก ChatGPT มีความครบถ้วนและละเอียดเพียงพอ

ข้อจำกัดที่อาจพบในองค์ประกอบนี้คือในข้อคำถามที่ 3 (IA3) ที่ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบนี้มีค่าน้อยกว่า 0.3 ทั้งนี้ ข้อจำกัดนี้จะต้องถูกพิจารณาในงานวิจัยเพื่อความเข้าใจในการแก้ไขของปัจจัยนี้บริบทใช้งาน ChatGPT

ปัจจัยความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use: IU)

การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use: IU) ได้ผลดีในการจัดโครงสร้างของตัวแปรเหล่านี้ โดยใช้เทคนิค Factor Analysis เพื่อแยกแยะและจัดกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์ประกอบนี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 6 ข้อ ได้แก่

- 1) IU1: ฉันมีแนวโน้มที่จะใช้ ChatGPT ในการทำงานของฉันมากขึ้นในอนาคต
- 2) IU2: ฉันวางแผนที่จะใช้ ChatGPT ในการทำงานของฉันในอนาคต
- 3) IU3: ฉันคาดการณ์ว่าฉันจะใช้ ChatGPT ในการทำงานของฉันต่อไปในอนาคต
- 4) IU4: ฉันจะใช้ ChatGPT ในระหว่างการทำงานประจำวันของฉัน
- 5) IU5: สมมติว่าฉันมีสิทธิ์เข้าถึง ChatGPT ฉันคาดการณ์ว่าฉันจะใช้ ChatGPT ในการทำงานของฉัน

6) IU6: เมื่อพิจารณาถึงความเสี่ยงของการใช้งาน ChatGPT ฉันคิดว่าฉันยังคงจะใช้ ChatGPT ต่อไป

ซึ่งข้อคำถาม ทั้ง 6 ข้อคำถาม ปัจจัยความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use) การกระจายน้ำหนักระหว่างองค์ประกอบ .699 - .833 เป็นข้อคำถามที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ เนื่องจากการกระจายน้ำหนักระหว่างองค์ประกอบมีค่ามากกว่า 0.3

3.5 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

นักวิจัยดำเนินการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

3.5.1 นักวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายข้อมูลประชากรในกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสนใจกับสัดส่วนเพื่อแสดงข้อมูลทางสถิติที่เกี่ยวข้องกับการทดสอบ

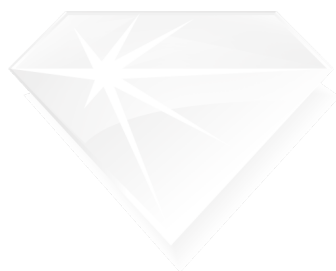
3.5.2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ นักวิจัยได้ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อประสิทธิภาพในการใช้ระบบแชทจีพีทีของนักศึกษาปริญญาโท โดยใช้วิธีของเพียร์สัน ซึ่งให้ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะบ่งบอกถึงทิศทางและความแข็งแกร่งของความสัมพันธ์ ความสัมพันธ์นั้น ๆ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ค่า R อยู่ระหว่าง -1 ถึง 1 เป็นช่วงค่าที่ค่า R อาจมีได้ โดยที่ -1 หมายถึง ความสัมพันธ์ทางลบที่แข็งแกร่งที่สุด, 1 หมายถึง ความสัมพันธ์ทางบวกที่แข็งแกร่งที่สุด, และ 0 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์

2) ค่า R เป็นบวก หากค่า R เป็นบวก, แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกัน, คือ เมื่อตัวแปรหนึ่งเพิ่มขึ้น ตัวแปรอีกตัวก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นด้วย

3) ค่า R เป็นลบ: หากค่า R เป็นลบ, แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองในทิศทางตรงกันข้าม, คือ เมื่อตัวแปรหนึ่งเพิ่มขึ้น ตัวแปรอีกตัวก็มีแนวโน้มลดลง การวิเคราะห์ค่า R ช่วยให้เราเข้าใจลักษณะและทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และช่วยในการทำนายพฤติกรรมของตัวแปรในกรณีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.5.3 การทดสอบปัจจัยด้านความคาดหวัง นักวิจัยได้ทำการทดสอบปัจจัยด้านความคาดหวังที่มีผลต่อการใช้ระบบแชทจีพีทีของนักศึกษาปริญญาโท โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณด้วยวิธี Enter ซึ่งสามารถอธิบายวิธีการที่ใช้ในการคำนวณแต่ละครั้ง ในการคาดการณ์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้กรอบตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโท



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

บทที่ 4

ผลการศึกษา

เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย นักวิจัยได้เข้าร่วมสำรวจข้อมูล ตัวอย่าง 237 คน ที่ได้รับการสำรวจในช่วง 1-31 ธันวาคม 2566 การใช้แบบสำรวจเพื่อรวบรวมข้อมูล และใช้เครื่องมือทางสถิติและการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบข้อมูลนำไปสู่ผลสรุปที่มีความเชื่อมั่นและความสอดคล้องสูง ในแต่ละตัวแปร นักวิเคราะห์ได้วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยการหาค่าอัลฟาของครอนบัค ซึ่งมีค่าระหว่าง .706 - .940 ซึ่งถือว่ามีค่าความเชื่อมั่นที่ผ่านเกณฑ์ เนื่องจากค่าที่ได้ใกล้เคียง 1 และ ไม่ต่ำกว่า .65 (Nunnally, 1978) หลังจากนั้น จึงนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล และเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 สรุปผลข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

นักวิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน รวมถึงพฤติกรรมของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ที่ใช้งาน ChatGPT ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประสิทธิภาพในการใช้งาน ChatGPT, ระยะเวลาใช้ ChatGPT เพื่อการทำงานในแต่ละวัน, ใช้งาน ChatGPT ผ่านช่องทางไหน และวัตถุประสงค์ที่ใช้ ChatGPT โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ซึ่งสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	100	42.60
หญิง	136	57.40

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
ต่ำกว่า 21 ปี	0	0
21-30 ปี	143	60.30
31-40 ปี	81	34.22
41 ปีขึ้นไป	13	17.20
3. สถานภาพ		
โสด	159	67.10
สมรส	71	30.00
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	7	3.00
4. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4	1.70
15,000 – 30,000 บาท	124	52.30
30,001 – 45,000 บาท	66	27.80
45,001 – 60,000 บาท	27	11.40
60,001 – 75,000 บาท	11	4.60
75,001 – 90,000 บาท	5	2.10

จากข้อมูลในตาราง 4.1 เป็นที่เห็นได้ชัดจากผู้เข้าร่วมการสำรวจส่วนใหญ่มีเพศเป็นหญิง จำนวน 136 คน ซึ่งเป็นร้อยละ 57.40 ขณะที่ผู้ชายจำนวน 100 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 42.60

ในเรื่องของช่วงอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 143 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 60.30 โดยมีกลุ่มที่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 81 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 26.20 และยังมีผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี อีกจำนวน 13 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 17.20

ในเรื่องสถานภาพ ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นโสด จำนวน 159 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 67.10 ส่วนกลุ่มที่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 71 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 30.00 และยังมีผู้ที่เป็นหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ อีกจำนวน 7 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 3.00

ในส่วนของค่าจ้างต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามมีเงินเดือนเดือนต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52.30 และมีค่าจ้างเดือนละ 30,001 – 45,000 บาท

จำนวน 66 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 27.80 รองลงมาจากรายได้ 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 27 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 11.40 รองลงมาจากรายได้ 60,001 – 75,000 บาท จำนวน 11 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 4.60 และยังมีกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 75,001 – 90,000 บาท จำนวน 5 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 2.10 นอกจากนี้ยังมีผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท อีกจำนวน 4 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 1.7

ตารางที่ 4.2: ข้อมูลพฤติกรรม ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ที่ใช้ระบบ ChatGPT

ข้อมูล	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
5. ท่านมีประสบการณ์ในการใช้งาน ChatGPT นานเท่าไร		
น้อยกว่า 1 ปี	96	40.50
1 ปี	126	53.20
มากกว่า 1 ปี	14	5.90
6. ท่านจะใช้ ChatGPT เพื่อการทำงานในแต่ละวันเป็นระยะเวลาเท่าไร		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	94	39.70
ตั้งแต่ 1-4 ชั่วโมง	118	49.80
ตั้งแต่ 5-8 ชั่วโมง	22	9.3
มากกว่า 8 ชั่วโมงขึ้นไป	2	0.80
7. ท่านจะใช้งาน ChatGPT ผ่านช่องทางไหน		
Smartphone	71	30.00
iPhone/iPad	68	28.70
PC/Notebook	91	38.40
ทั้งหมด	7	3.00
8. วัตถุประสงค์ที่ท่านน่าจะใช้ ChatGPT		
เพื่อสร้างสรรค์งานเขียน เช่น การเขียนเรื่องสั้นนิยาย	13	5.50
เพื่อคิดไอเดียใหม่ๆ เช่น คิดคอนเทนต์ คิดแคปชั่น	22	9.30
เพื่อตอบคำถามความรู้ เช่น การแก้โจทย์คณิตศาสตร์	11	4.6
เพื่อช่วยทำเช็คลิสต์ เช่น วางแพลนท่องเที่ยว	19	8.20
ทั้งหมดที่ได้กล่าวมา	171	4.90

จากตาราง 4.2 พบว่าผู้ที่เข้าร่วมการสำรวจส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้งาน ChatGPT มาเป็นเวลา 1 ปี จำนวน 126 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 53.20 และมีผู้ที่มีความชำนาญต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 96 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 40.50 นอกจากนี้ยังมีผู้ที่มีประสบการณ์มากกว่า 1 ปี จำนวน 14 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 5.90

ในเรื่องของการใช้ ChatGPT เพื่อการทำงานในแต่ละวัน, ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มมีการใช้งานต่างกัน โดยมีผู้ที่ใช้งานตั้งแต่ 1-4 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 118 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 49.80 และมีผู้ที่ใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 94 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 39.70 รองลงมาจากนี้ยังมีผู้ที่ใช้งานตั้งแต่ 5-8 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 22 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 9.30 และมีผู้ที่ใช้งานมากกว่า 8 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 2 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 0.80

เมื่อพูดถึงช่องทางการใช้งาน ChatGPT, ผู้ที่ตอบแบบสอบถามในกลุ่มมีแบ่งออกเป็น PC/Notebook จำนวน 91 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 38.40, Smartphone จำนวน 71 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 30.00, iPhone/iPad จำนวน 68 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 28.70, และท่ามกลางกลุ่มนี้ยังมีผู้ที่ใช้งานทุกช่องทาง จำนวน 7 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 3.00

ในแง่มุมมองของวัตถุประสงค์ที่ท่านน่าจะใช้ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย, ส่วนใหญ่ยืนยันว่าใช้เพื่อช่วยงานทั้งหมด จำนวน 171 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 72.20 รองลงมา, เพื่อคิดไอเดียใหม่ๆ เช่น คิดคอนเทนต์ คิดแคปชั่น จำนวน 22 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 9.30 รองลงมา, เพื่อช่วยทำเช็คลิสต์ เช่น วางแผนท่องเที่ยว จำนวน 19 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 8.00 รองลงมา, เพื่อสร้างสรรค์งานเขียน เช่น การเขียนเรื่องสั้นนิยาย จำนวน 13 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 5.50 และเพื่อตอบคำถามความรู้ เช่น การแก้โจทย์คณิตศาสตร์ จำนวน 11 คน คิดในอัตราส่วนร้อยละ 4.60

4.2 ผลการเรียนรู้การสอนด้านตัวแปร

นักวิจัยได้ตั้งคำถามเพื่อทดสอบทิศทางของอิทธิพลระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของพีร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังในประสิทธิภาพของ ChatGPT ที่นักศึกษาปริญญาโทใช้

ผลวิเคราะห์แสดงถึงทิศทางและความแข็งแกร่งของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ต้องการตรวจสอบ โดยมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ, ความคาดหวังในความพยายาม, นวัตกรรมบุคคล, แรงจูงใจด้านความบันเทิง, ความเคยชิน, และความถูกต้องของสารสนเทศ ผลลัพธ์ที่ได้จะช่วยให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในปริญญาโทนักศึกษาต่อความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของพวกเขา

การวิเคราะห์นี้จะเสริมสร้างความเข้าใจในพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักศึกษาปริญญาโทใช้ ChatGPT, ซึ่งผลต่อการพัฒนาปรับแต่งให้เหมาะสมตามความต้องการและความปรารถนาของลูกค้า

ตารางที่ 4.3: การวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์เพื่อทดสอบทิศทางของอิทธิพลระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยนวัตกรรมบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง ปัจจัยความเคยชิน ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ ที่มีผลเชิงบวกต่อการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

Variable	Mean	S.D.	Cronbach's Alpha	PE	EE	PI	HM	H	IA	IU
ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE)	4.09	.39	.840	1						
ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (EE)	3.93	.41	.806	.362**	1					
ปัจจัยความสามารถในการสร้างนวัตกรรมในระดับบุคคล (PI)	3.99	.40	.772	.395**	.435**	1				
ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง (HM)	4.00	.39	.706	.405**	.427**	.477**	1			
ปัจจัยความเคยชิน (H)	3.92	.50	.856	.409**	.340**	.415**	.456**	1		
ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ (IA)	3.94	.40	.761	.498**	.304**	.363**	.469**	.456**	1	
ปัจจัยการความพร้อมที่จะใช้งาน (IU)	4.02	.35	.886	.497**	.479**	.527**	.536**	.471**	.500**	1

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากข้อมูลในตาราง 4.3 ที่ผ่านมา

ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่มีความสำคัญทางสถิติในระดับ .01 (Pearson's Correlation เท่ากับ .497) ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงบวกกับการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทยอย่างชัดเจน

ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม ก็แสดงผลที่มีความสำคัญทางสถิติในระดับ .01 (Pearson's Correlation เท่ากับ .479) ซึ่งบ่งบอกถึงความสัมพันธ์ที่เชิงบวกกับการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ปัจจัยนวัตกรรมบุคคล แสดงผลที่มีความสำคัญทางสถิติในระดับ .01 (Pearson's Correlation เท่ากับ .527) ซึ่งบ่งบอกถึงความสัมพันธ์ที่เชิงบวกกับการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง แสดงผลที่มีความสำคัญทางสถิติในระดับ .01 (Pearson's Correlation เท่ากับ .536) ซึ่งบ่งบอกถึงความสัมพันธ์ที่เชิงบวกกับการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ปัจจัยความเคยชิน แสดงผลที่มีความสำคัญทางสถิติในระดับ .01 (Pearson's Correlation เท่ากับ .471) ซึ่งบ่งบอกถึงความสัมพันธ์ที่เชิงบวกกับการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ แสดงผลที่มีความสำคัญทางสถิติในระดับ .01 (Pearson's Correlation เท่ากับ .500) ซึ่งบ่งบอกถึงความสัมพันธ์ที่เชิงบวกกับการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ทำให้เห็นได้ชัดเจนว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้านคือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ, ความคาดหวังในความพยายาม, นวัตกรรมบุคคล, แรงจูงใจด้านความบันเทิง, ความเคยชิน, และความถูกต้องของสารสนเทศ มีความสัมพันธ์ที่เชิงบวกกับการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย โดยทั้งหมดนี้มีความน่าเชื่อถือทางสถิติที่ .01 (Sig. = .000)

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานของแต่ละสมมติฐาน

ตารางที่ 4.4: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ของปัจจัยด้านความคาดหวังใน

ประสิทธิภาพ ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยนวัตกรรมบุคคล

ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง ปัจจัยความเคยชิน ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ

ที่มีผลเชิงบวกต่อการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT)

ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression (การถดถอย)	14.621	6	2.437	37.622	.000 ^b
Residual (ความคลาดเคลื่อน)	14.898	230	.065		
Total	29.519	236			

จากตาราง 4.4 จากการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนในการถดถอยเชิงพหุคูณที่แสดงในตาราง เป็นการยืนยันถึงความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ระหว่างตัวแปรอิสระที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ, ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม, ปัจจัยนวัตกรรมบุคคล, ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง, ปัจจัยความเคยชิน, และ ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ กับตัวแปรตามที่เป็นความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ค่า Sig. ที่มีค่าเท่ากับ .000 ในสมการทั้งหมดนี้เป็นหลักฐานทางสถิติที่ชัดเจนที่ระดับ .01 ทำให้เรามั่นใจได้ว่ามีความสัมพันธ์ทางสถิติที่มีนัยสำคัญระหว่างปัจจัยทั้ง 6 ด้านกับความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.5: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยนวัตกรรมบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง ปัจจัยความเคยชิน ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ ที่มีผลเชิงบวกต่อการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

Dependent Variable: Intention to Use, R = .704, R ² = .495, Constant (a) = .482						
Independent Variables	B	Std. Error	T	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	.655	.277	2.888	.004		
ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE)	.142**	.052	2.731	.007**	.658	1.519
ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (EE)	.147**	.047	3.150	.002**	.724	1.382
ปัจจัยนวัตกรรมบุคคล (PI)	.174**	.050	3.457	.001**	.657	1.522
ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง (HM)	.160**	.054	2.944	.004**	.609	1.643
ปัจจัยความเคยชิน (H)	.078	.041	1.909	.057	.667	1.500
ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ (IA)	.144**	.052	2.780	.006**	.630	1.587

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 4.5 นำเสนอการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้วิธี Enter สามารถสรุปสมมติฐานที่เราตั้งไว้ในกระบวนการทดสอบ (Hypothesis Testing) ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 - ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ:

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท โดยมีความสำคัญทางสถิติในระดับ .01 (Sig. = .007) การตีความ สามารถยืนยันได้ว่า นักศึกษาที่มีความต้องการการดำเนินการที่สูงและมีความมั่นใจและตั้งใจใช้ระบบนี้

สมมติฐานข้อที่ 2 - ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม:

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท โดยมีความสำคัญทางสถิติ

ในระดับ .01 (Sig. = .002) การตีความ นักศึกษาที่มีความคาดหวังมากในการพยายาม มีความตั้งใจที่มากเหมือนกันในการใช้ระบบนี้

สมมติฐานข้อที่ 3 - ปัจจัยด้านนวัตกรรมบุคคล:

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยนวัตกรรมบุคคล มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท โดยมีความสำคัญทางสถิติในระดับ .01 (Sig. = .001) การตีความ นักศึกษาที่มีนวัตกรรมบุคคลสูง มีความตั้งใจที่มากเหมือนกันในการใช้ระบบนี้

สมมติฐานข้อที่ 4 - ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง:

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท โดยมีความสำคัญทางสถิติในระดับ .01 (Sig. = .004) การตีความ นักศึกษาที่มีแรงจูงใจด้านความบันเทิงมีความตั้งใจที่มากเหมือนกันในการใช้ระบบนี้

สมมติฐานข้อที่ 5 - ปัจจัยด้านความเคยชิน:

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านความเคยชิน ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท โดยมีความสำคัญทางสถิติในระดับ .01 (Sig. = .057) การตีความ นักศึกษาที่มีความเคยชินไม่มีความตั้งใจที่มากเหมือนกันในการใช้ระบบนี้

สมมติฐานข้อที่ 6 - ปัจจัยด้านความถูกต้องของสารสนเทศ:

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านความถูกต้องของสารสนเทศ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท โดยมีความสำคัญทางสถิติในระดับ .01 (Sig. = .006) การตีความ นักศึกษาอย่างใดที่ควรของสารสนเทศมีความตั้งใจที่มากเหมือนกันในการใช้ระบบนี้

การวิเคราะห์อิทธิพล ระหว่างตัวแปรต่างๆ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter เป็นเทคนิคทางสถิติที่มีประโยชน์อย่างยิ่งในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานระบบแชทภาษาประสาทประสาท ChatGPT ของนักศึกษาระดับปริญญาโท ณ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ทางสถิติที่ได้รับบ่งบอกถึงความสำคัญของตัวแปรแต่ละตัว พบว่าตัวแปรด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพมีผลต่อความตั้งใจใช้งานเป็นอย่างมีนัยสำคัญ (Sig. = .007) รวมไปถึงตัวแปรเชิงความคาดหวังด้านความพยายามที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งานเช่นกัน (Sig. = .002) ในขณะที่ตัวแปรด้านความสามารถในการสร้างนวัตกรรมส่วนบุคคลยังพบว่ามีผลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างมีนัยสำคัญ (Sig. = .001) เช่นกัน นอกจากนี้ ตัวแปรด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิงและความถูกต้องของสารสนเทศก็พบว่ามีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้งานอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน (Sig. = .004 และ Sig. = .006 ตามลำดับ) ส่วนตัวแปรความเคยชินพบว่าไม่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจใช้งานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .057)

ดังนั้น ตัวแปรที่มีอำนาจในการพยากรณ์ได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยนวัตกรรมบุคคล ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.174 ค่านี้บ่งบอกถึงความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งระหว่างปัจจัยดังกล่าวกับความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT โดยการพยากรณ์มีความน่าเชื่อถือสูงที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ตามลำดับ ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิงมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.160 และเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ต่อมาคือ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.147 ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลที่น่าสนใจต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ ปัจจัยด้านความถูกต้องของสารสนเทศมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.144 และเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลที่น่าสนใจต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และสุดท้าย ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.142 และเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

มีความคลาดเคลื่อนโดยประมาณไม่เกิน ± 0.227 สรุปได้ว่า สมการถดถอยที่ได้นี้สามารถใช้ในการพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

$$Y (\text{ความตั้งใจในการใช้}) = .482 + .174 (\text{การสร้างนวัตกรรมในระดับบุคคล}) + .160 (\text{ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง}) + .147 (\text{ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม}) + .142 (\text{ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ}) + .144 (\text{ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ})$$

ปัจจัยนวัตกรรมบุคคลเพิ่มอีก 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่, ความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาระดับปริญญาโทจะเพิ่มขึ้นอย่างสำคัญด้วยมีค่าถดถอยเชิงบวกที่มีค่าเท่ากับ 0.174 หน่วย เป็นผลคล้ายกับที่คาดการณ์ไว้

หากปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นคงที่ ความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีทีจะเพิ่มขึ้นอย่างสำคัญด้วยมีค่าถดถอยเชิงบวกเท่ากับ 0.160 หน่วย

หากปัจจัยความคาดหวังในความพยายามเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นคงที่ ความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีทีจะเพิ่มขึ้นอย่างสำคัญด้วยมีค่าถดถอยเชิงบวกเท่ากับ 0.147 หน่วย

หากปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นคงที่ ความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีทีจะเพิ่มขึ้นอย่างสำคัญด้วยมีค่าถดถอยเชิงบวกเท่ากับ 0.144 หน่วย

และสุดท้าย หากปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นคงที่ ความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีทีจะเพิ่มขึ้นอย่างสำคัญด้วยมีค่าถดถอยเชิงบวกเท่ากับ 0.142 หน่วย

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแสดงให้เห็นว่า สมมติฐานข้อที่ 7 สามารถอธิบายได้ว่า ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที ได้แก่ ปัจจัยนวัตกรรมบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ และปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในขณะที่ปัจจัยความเคยชินไม่มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอื่น

Collinearity หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวทำให้เกิดปัญหาการคำนวณผลลัพธ์ที่ไม่แม่นยำ เรียกปรากฏการณ์นี้ว่า Multicollinearity ซึ่งอาจเกิดขึ้นเมื่อตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูงหรือเมื่อกลุ่มตัวแปรมีความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม วิธีตรวจสอบ Multicollinearity (Cohen, 1962)

วิธีตรวจสอบ multicollinearity ได้แก่ ค่า VIF ค่า Tolerance และ Eigen Value ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่เกิน 4 ส่วนค่า Tolerance หากต่ำกว่า 0.2 แสดงว่ามีปัญหา Multicollinearity ตารางนี้แสดงค่าตรวจสอบ Collinearity ของตัวแปรอิสระ (Pedhazur, 1997) ตาราง 4.6: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ

ตารางที่ 4.6: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ

Independent Variables	Tolerance	VIF
ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE)	.658	1.519
ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (EE)	.724	1.382
ปัจจัยนวัตกรรมบุคคล (PI)	.657	1.522
ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง (HM)	.609	1.643
ปัจจัยความเคยชิน (H)	.667	1.500
ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ (IA)	.630	1.587

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 4.6 พบว่า การคำนวณค่า Tolerance ค่าน้อยที่สุด คือ .724 ไม่ต่ำกว่า .200 หรือ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ที่มีค่ามากที่สุด คือ 1.643 และน้อยกว่า 4.000 มีความหมายว่า ตัวแปรอิสระไม่มีเกี่ยวข้องกันทางความสัมพันธ์ หรือไม่เกิด Multicollinearity นั่นเอง

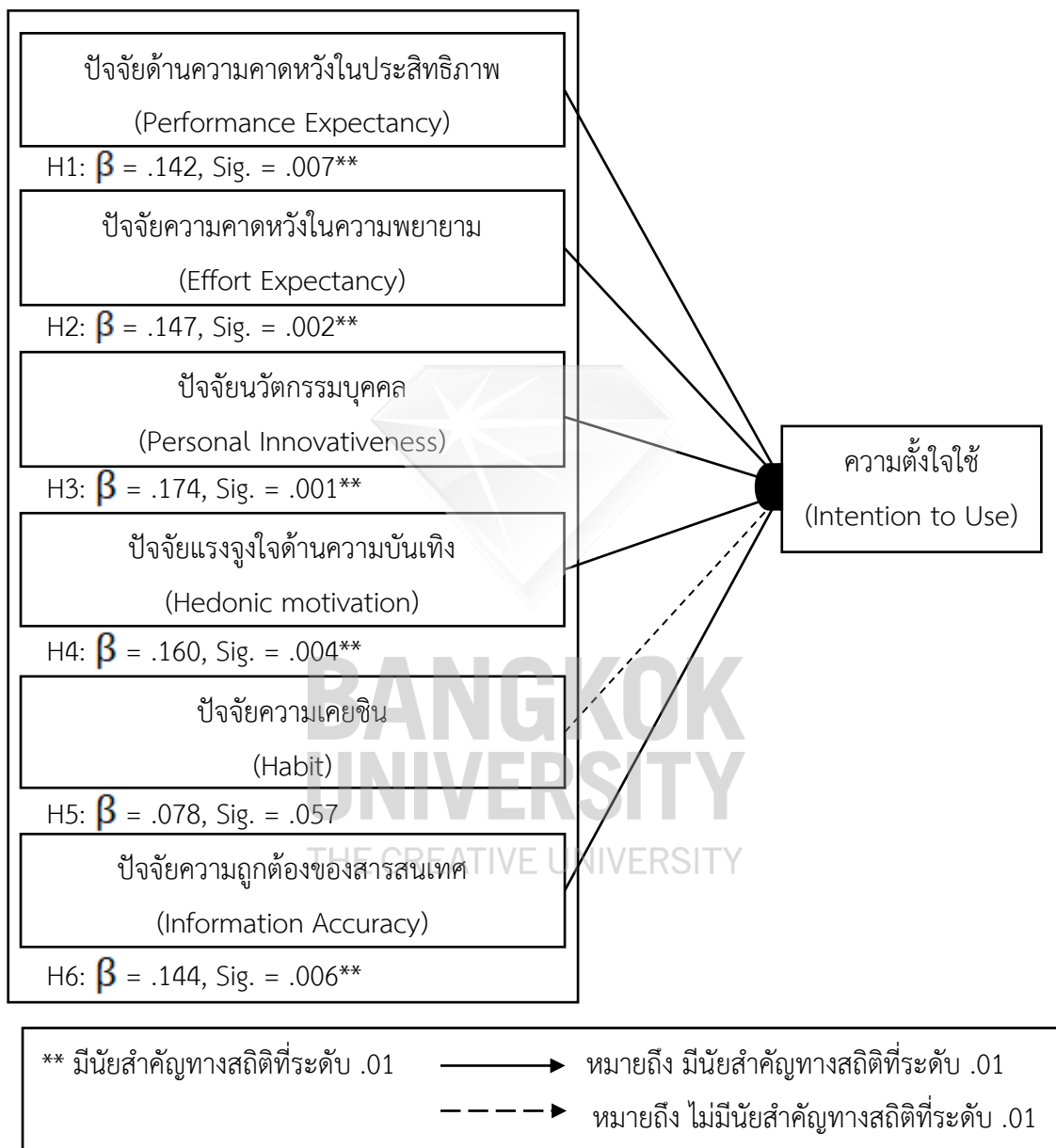
4.5 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

ผ่านการทดสอบสมมติฐานด้วย การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ได้พบว่า ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยความสามารถในการสร้างนวัตกรรมในระดับบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง และปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ ส่งผลอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ปัจจัยความเคยชินไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังภาพที่ 4.1 และตาราง 4.5



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ภาพที่ 4.1: ผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทยนั้น มีตัวแปรมากมายที่มีอิทธิพล การศึกษาครั้งนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อตรวจสอบปัจจัยเหล่านั้น เช่น ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความพยายาม นวัตกรรมส่วนบุคคล แรงจูงใจด้านความบันเทิง ความคุ้นเคย และความถูกต้องของข้อมูล ว่ามีผลอย่างไรต่อความตั้งใจในการใช้ ChatGPT

การศึกษานี้ใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย จำนวน 237 คน เก็บข้อมูลระหว่าง 1-31 ธันวาคม 2566 แล้ววิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติ

5.1 สรุปผลการเรียนการสอนภาพรวม

ผลการทดลองพบว่า ปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วล้วนมีผลสำคัญต่อการใช้ ChatGPT อย่างบวกของกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุ 21-30 ปี โสัด รายได้ 15,000-30,000 บาท ใช้งาน 1-4 ชั่วโมงผ่านเน็ตบุค เพื่อช่วยในการสร้างรายการตรวจสอบ เช่น การวางแผนการเดินทาง หรือการเขียนผลงานที่มีนวัตกรรม เช่น การเขียนเรื่องสั้นหรือนวนิยาย

และวิเคราะห์ตามสมมติฐาน พบว่า ยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยนวัตกรรมบุคคล (Personal Innovativeness) ($\beta = .174$) ตามมาคือ ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic motivation) ($\beta = .160$) รองลงมาคือ ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) ($\beta = .147$) รองลงมาคือ ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ (Information Accuracy) ($\beta = .144$) และ ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ($\beta = .142$) ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทำให้ตัวแปรทั้ง 5 ตัวนี้ สามารถอธิบายอิทธิพลเชิงบวกต่อการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ได้ร้อยละ 49.50 และอีกร้อยละ 48.50 เกิดจากอิทธิพลตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษา และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ $\pm .277$

ส่วนปัจจัยความเคยชิน (Habit) ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้ระบบดังกล่าว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตาราง 1 (Table 1) และค่า Variance Inflation Factor (VIF)

ไม่เกิน 10 หากแสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง หรือไม่เกิด Multicollinearity (O'Brien, 2007) ซึ่งนักวิจัยสามารถสร้างสมการการถดถอยได้ดังนี้

$$Y \text{ (ความตั้งใจในการใช้)} = .482 + .174 \text{ (ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมในระดับบุคคล)} \\ +.160 \text{ (ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง)} +.147 \text{ (ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม)} +.142 \\ \text{(ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ)} +.085 \text{ (ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ)}$$

5.2 การอภิปรายผล

ในการเรียนการสอนปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกส่งผลต่อการความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยนวัตกรรมบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง ปัจจัยความเคยชิน และปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ ส่งผลความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย พบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่หนึ่งกล่าวว่า เกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพของระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทยนั้น เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณนั้น พบว่าปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการใช้งานระบบ ChatGPT ดังนั้นสมมติฐานจึงได้รับการยอมรับ โดยเกิดจากการพิจารณาข้อดีข้อเสียก่อนตัดสินใจ เนื่องจากการใช้งานระบบดังกล่าวนี้นักศึกษาเชื่อว่าจะส่งผลต่อผลตอบแทนในการกิจของตน ซึ่งเป็นตัวแปรพยากรณ์พฤติกรรมที่สำคัญที่สุดตามงานวิจัยของ Venkatesh, et al. (2012) ChatGPT เป็นแชทบอตขับเคลื่อนด้วย AI มีโมเดลภาษาขนาดใหญ่สามารถสร้างข้อความโต้ตอบต่อการสั่งการของผู้ใช้ได้ตามที่ OpenAI (2023) กล่าวไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของอาทิตย์ เกียรติกำจร และภูมิพร ธรรมสถิตเดช (2557) และงานวิจัยของนฤมล สิริพันธ์สวัสดิ์ และปราโมทย์ ลือนาม (2565) ที่ชี้ให้เห็นว่าความคาดหวังเกี่ยวกับประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยี

สมมติฐานข้อที่สองกล่าวว่า ความคาดหวังในความพยายามนั้นมีผลให้นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทยใช้ระบบ ChatGPT มากขึ้น การวิเคราะห์สถิติด้วยวิธีการถดถอยเชิงพหุคูณพบว่า ความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ .01

ดังนั้นสมมติฐานจึงได้รับการยอมรับ ซึ่งแสดงว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทยนั้นได้นำความคาดหวังในความพยายามมาใช้ในการพิจารณาเลือกใช้งาน ChatGPT ในการทำงาน โดยกำหนดพฤติกรรมการใช้งานตรง แสดงถึงความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีนั้น ๆ เนื่องจาก ChatGPT ไม่ต้องใช้ความพยายามและสะดวกต่อการใช้งาน (Strzelecki, 2023) ChatGPT

ยังเป็นแชทบอตขับเคลื่อนด้วย AI ซึ่งสามารถใช้เป็นผู้ช่วยดิจิทัลในการตอบคำถาม ให้คำอธิบาย และสร้างสื่อการเรียนรู้ได้อย่างง่ายดาย (Foroughi, et al., 2023) สอดคล้องกับการวิจัยของอาทิตย์ เกียรติกำจร และภูมิพร ธรรมสถิตเดช (2557) และ Ming, et al. (2023) ที่พบว่า ความคาดหวังในการใช้งานมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี

สมมติฐานข้อที่สามกล่าวว่า ปัจจัยนวัตกรรมบุคคล มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจของ นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ในการใช้ระบบแชท ChatGPT ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยดังกล่าวมี อิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานระบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ดังนั้นสมมติฐานจึงได้รับการยอมรับ ลักษณะนี้แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาระดับปริญญาโทนั้น น่าจะใช้ระบบ ChatGPT ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยความตั้งใจสูง เนื่องจากพวกเขาโดดเด่นด้วย ศักยภาพที่สูงกว่าในการพัฒนารูปแบบ (Foroughi, et al., 2023) รวมถึงความพร้อมที่จะรับ เทคโนโลยีใหม่ ๆ (Strzelecki, 2023) ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ (นฤมล สิริพันธ์สวัสดิ์ และปราโมทย์ ลือนาม, 2565 และ Strzelecki, 2023)

สมมติฐานข้อที่สี่กล่าวว่า ปัจจัยด้านการบันเทิงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ โปรแกรม ChatGPT ของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ผลการทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุการกำหนด พบว่า ปัจจัยด้านการบันเทิงมี อิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้โปรแกรม ChatGPT อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งแสดง ให้เห็นว่า นักศึกษาระดับปริญญาโทได้นำปัจจัยด้านการบันเทิงมาใช้ในการตัดสินใจใช้โปรแกรม ChatGPT การทำงาน เนื่องจากแรงบันดาลใจจากความสนุกสนานช่วยให้ ChatGPT ในการเรียนการสอนของพวกเขานั้นมีความบันเทิง พร้อม เพลิดเพลิน สามารถช่วยกระตุ้นให้ใช้โปรแกรม ChatGPT เพื่อความสนุกสนาน หรือมีความรู้ใหม่ (Foroughi, et al., 2023) นอกจากนี้ ChatGPT ยังมี ศักยภาพในการประยุกต์ใช้ทางการศึกษา ช่วยให้ผู้เรียนทั่วโลกเข้าถึงได้ (OpenAI, 2023) ซึ่งมีความ น่าเชื่อถือในการสอบถาม (สุมาลี มั่นแย้ม, 2560)

สมมติฐานข้อที่ห้ากล่าวว่า ปัจจัยด้านความเคยชินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย หรือไม่ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคุณ พบว่า ปัจจัยด้านความเคย ชินไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที (ChatGPT) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีความแตกต่างกับ งานวิจัย Strzelecki (2023) ที่นำเสนอการศึกษาเรื่องยอมรับ ChatGPT กลุ่มตัวอย่าง 534 นักศึกษา พบความเคยชินเป็นปัจจัยในการทำนายพฤติกรรมใช้งาน ChatGPT

สมมติฐานข้อที่หกกล่าวว่า ปัจจัยด้านความถูกต้องของสารสนเทศ อิทธิพลเชิงบวกความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีที ของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์การถดถอยแบบหลายตัวแปร พบว่า ปัจจัยด้านความถูกต้องของสารสนเทศ มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบแชทจีพีทีของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท ได้นำปัจจัยด้านความถูกต้องของสารสนเทศมาใช้ในการเลือกที่จะใช้งานระบบ ChatGPT ในการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุมาลี มั่นแถม (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมในการใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน พบว่า เหมาะสมบ้างเมื่อมีการใช้งานเทคโนโลยี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของจักรพันธ์ จันทลา และคณะ (2566) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีและการใช้งานระบบพิสูจน์ตัวตนดิจิทัลผ่านสมาร์ตโฟน โดยพบว่าความน่าเชื่อถือของระบบมีผลมากที่สุด

ดังนั้น ผู้บริหารหรือผู้ดูแลการตลาดที่ใช้ระบบ ChatGPT ในประเทศไทยสามารถนำผลวิจัยนี้ไปใช้ในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในการพัฒนาระบบ ChatGPT สำหรับนักศึกษาปริญญาโท โดยให้คำถามหลัก ๆ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจทางความบันเทิง ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ และปัจจัยความถูกต้องของข้อมูล เพื่อเพิ่มการตั้งใจใช้งาน ChatGPT ในกลุ่มนักศึกษาปริญญาโทมากขึ้น ในอนาคต งานวิจัยสามารถเก็บข้อมูลจากผู้ใช้ทั่วไปหรือผู้ใช้ในมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบความคล้ายคลึงหรือความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้ใช้ต่าง ๆ หรือเทียบกับ Generation Z X หรือ Baby Boomers ต่าง ๆ ต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

ผลจากการเรียนรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ นักศึกษาปริญญาโทอยากใช้ระบบ ChatGPT เราสามารถนำข้อมูลนี้ไปพัฒนาเนื้อหาเพิ่มเติม เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน โดยแต่ละด้าน

5.3.1 ด้านความสามารถในการสร้างนวัตกรรมในระดับบุคคล

ปัจจัยนี้สามารถนำไปพัฒนาระบบให้สามารถแสดงความคิดเห็น วาดรูป เพิ่มพีเจอรี่ใหม่ ๆ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมได้

5.3.2 ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง

ข้อมูลนี้สามารถนำไปปรับปรุงระบบให้มีความสนุกสนานมากขึ้น เช่น เพิ่มพีเจอรี่แบ่งปันภาพ หรือเปลี่ยนสีของหน้าจอ

5.3.3 ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ

ปัจจัยที่ทำให้อยากใช้ระบบ ChatGPT เพราะเหตุผลด้านประสิทธิภาพนี้ สามารถนำไปตรวจสอบและกำหนดความสำคัญของประโยชน์ที่ ChatGPT นำเสนอ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยนำเสนอข้อมูลที่จำเป็น อย่างเช่น การใช้งานในการเขียนข้อความ หรือคำแนะนำเพื่ออธิบายวิธีใช้ประโยชน์จากระบบ

5.3.4 ด้านความคาดหวังในความพยายาม

ปัจจัยนี้สามารถนำไปใช้ปรับปรุงการทำงานของกรอบงาน ChatGPT นั้นใช้งานง่ายมากขึ้น และรวดเร็วขึ้น อย่างเช่น พัฒนาความเข้าใจภาษาไทยให้ดีขึ้น หรือใช้พูดคุยนการเขียน

5.3.5 ด้านความถูกต้องของสารสนเทศ

ปัจจัยนี้สามารถตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล พัฒนาระบบให้สามารถตรวจสอบ และอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล เพื่อความถูกต้องของข้อมูล และน่าเชื่อถือ และการจัดหมวดหมู่ข้อมูล จัดหมวดหมู่ และจัดเรียงข้อมูล ให้สามารถค้นหาได้ง่าย และสะดวก

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้การวิจัยในอนาคตมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ข้าพเจ้าขอเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.4.1 ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่อง เช่น พฤติกรรมการใช้งาน การศึกษาพฤติกรรมการใช้งาน จะช่วยให้เข้าใจว่า ผู้ใช้ได้ตอบกับระบบอย่างไร ใช้ฟีเจอร์อะไรบ้าง พบปัญหาอะไรบ้าง และความพึงพอใจ การศึกษาความพึงพอใจ ช่วยให้นักพัฒนา ทราบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจกับระบบมากน้อยแค่ไหน ช่วยให้สามารถปรับปรุงการใช้ระบบให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้มากขึ้น

5.4.2 ควรเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย มีความสำคัญเพื่อให้ข้อมูลที่เข้ามามีความหลากหลายด้าน เช่น การรวมนักศึกษาจากทุกจังหวัดหรือกลุ่มวัยทำงานในยุคใหม่ เพื่อให้ข้อมูลมีความหมายและสามารถนำไปใช้ เพื่อลดอคติที่อาจเกิดขึ้นจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จำกัด ช่วยให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ และช่วยให้ได้ข้อมูลที่มีมุมมองและประสบการณ์ที่หลากหลาย

5.4.3 การพิจารณาการใช้เทคนิคสถิติเพิ่มเติม เช่น Structural Equation Modeling (SEM) เพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ อย่างละเอียดและเชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องและมีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ผลการศึกษา มีข้อดีคือ สามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหลายตัวพร้อมกัน ช่วยให้เข้าใจความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างตัวแปรได้ดีขึ้น

5.4.4 งานวิจัยครั้งถัดไปควรให้ความสำคัญกับการตีความผลลัพธ์และค่าน้ำหนักตัวแปรให้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น ปัจจัยความเคยชิน ในคำถามข้อที่ 5 ข้อมูลที่ฉันน่าจะได้รับจาก ChatGPT มีความน่าเชื่อถือ (IA3) การวิเคราะห์ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบในงานวิจัยนี้คือค่าน้ำหนักที่ต่ำกว่า 0.3 ซึ่งอาจนี่ถือเป็นข้อจำกัดที่สำคัญในตีความผลลัพธ์และการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ในงานวิจัยนี้

บรรณานุกรม

- กมลรัฐ อินทรทัศน์. (2550). *เทคโนโลยีสารสนเทศและทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- กัตตกมล พิศแลงาม. (2566). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้โปรแกรมปัญญาประดิษฐ์แชทบอทบริการด้านการเงินผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม*, 5(2), 16-31.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2542). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. สืบค้นจาก <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~jaimorn/re6.htm>.
- เกวรินทร์ ละเอียดดินันท์ และนิตนา ฐานิตธนกร. (2559). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. ใน *การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 12*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
- เกรียงศักดิ์ พราวศรี. (2544). *การจัดระบบสารสนเทศในการบริหารโดยใช้โรงเรียนเป็นฐานเพื่อการประกันคุณภาพการศึกษา*. กรุงเทพฯ: บุ๊คพอยท์.
- ขวัญตา กิระวิสาสกิจ. (2542). *การยอมรับมาตรฐาน ISO 9000 ของพนักงานโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จ*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2558). *คู่มือซอฟต์แวร์การวางแผนทรัพยากรองค์กร*. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิง.
- จักรพันธ์ จันทลา, รุจิรา พลแพงขวา, กมลกา แดงสกุล และกชพร สว่าง. (2566). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตนทางดิจิทัล (D.DOPA Digital ID) ผ่านสมาร์ตโฟน ของผู้ใช้บริการในจังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 13(2), 46-60.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2544). *การสุ่มตัวอย่าง (Sampling)*. สืบค้นจาก <http://www.watpon.in.th/Elearning/res22.htm>.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2548). *การใช้ SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นันทิชา พูลพาณิชัย. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการยอมรับเทคโนโลยี AI Chatbot โดยผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของกลุ่ม Baby Boomer*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- นิภาส จันทรร. (2565). ปัจจัยการรู้ดิจิทัลและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
สลาดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชันเป่าตังของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นฤมล สิริพันธ์สวัสดิ์ และปราโมทย์ ลือนาม. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ
ยืนยันตัวตนรูปแบบดิจิทัล (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์.
- นิธินาถ วงศ์สวัสดิ์ และปวีณา คำพุกกะ. (2557). ความตั้งใจของผู้ซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านอินเทอร์เน็ต.
สมาคมนักวิจัย, 2(19), 56-67.
- นิติ รัตนปริชาเวช. (2554). นวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. วารสารวิจัยและสาระสถาปัตยกรรม/
การผังเมือง, 8(2), 127-138.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). การกำหนดขนาดตัวอย่างและสถิติวิเคราะห์ใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ. กรุงเทพฯ:
สภาวิจัยแห่งชาติ.
- พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์. (2545). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ภานุพงศ์ เสกทวีลาภ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมการใช้ Cloud Storage ใน
ระดับSoftware-as-a-Service (SaaS) ของพนักงานองค์กรเอกชนในเขตพื้นที่เศรษฐกิจของ
กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มนทกานต์ เมฆระ. (2546). ปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2559). พฤติกรรมการรับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์.
วารสารบริหารธุรกิจ, 32(124), 8-28.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่: (Marketing management) ฉบับปรับปรุง
ใหม่. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- สมคิด พรหมจ้อย และสุพัทธ์ พิบูลย์. (2544). การประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา. นนทบุรี: จตุพร
ดีไซน์.
- สุมาลี มั่นแย้ม. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันผู้ช่วยส่วนตัว กรณีศึกษา:
แอปพลิเคชันสิริและกูเกิลแอสซิสแทนซ์. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ.
กรุงเทพฯ: สถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2561). นวัตกรรมแบบเปิด. สืบค้นจาก <https://www.nia.or.th/นวัตกรรมแบบเปิด-หนังสือ-.html.html>.

- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2546). *คู่มือการปฏิบัติงานสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา*. กรุงเทพฯ: องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).
- อาทิตย์ เกียรติกำจร และภูมิพร ธรรมสถิตเดช. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี: กรณีศึกษาการใช้เทคโนโลยี Interactive Whiteboard ในการเรียนการสอนของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล. ใน *โครงการประชุมวิชาการเสนอมผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 (The 15th Graduate Research Conferences)* (หน้า 545-555). ขอนแก่น: วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อภิสรา คชรัฐแก้วฟ้า. (2566). *การศึกษาอิทธิพลจากการยอมรับใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ด้านความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานออฟฟิศในประเทศไทย*. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อัครเดช ปิ่นสุข และนิตนา ฐานิตธนกร. (2559). การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพ การบริการอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติสหวิทยาการเอเชียอาคเนย์ 2559 ครั้งที่ 3*. นนทบุรี: โรงแรมริชมอนด์สไตลิส คอนเวนชัน.
- เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล. (2554). *ความตระหนักและการยอมรับการนำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาใช้ในองค์การภาครัฐ: ศึกษากรณีสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อังครักษ์ มีวรรณสุขสกุล. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ธุรกรรมการเงินผ่านนวัตกรรม 3G ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพา.
- Aggelidis, V. P., & Chatzoglou, P. D. (2009). Using a modified technology acceptance model in hospitals. *International Journal of Medical Informatics*, 78(2), 115-126.
- Ajzen, I., Joyce, N., Sheikh, S., & Cote, N. G. (2011). Knowledge and the prediction of behavior: The role of information accuracy in the theory of planned behavior. *Basic and Applied Social Psychology*, 33(2), 101-117.
- Babin, B., Darden, W., & Griffin, M. (1994). Work and/or fun: Measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644-656.

- Bol, J. C., Kramer, S., & Maas, V. S. (2016). How control system design affects performance evaluation compression: The role of information accuracy and outcome transparency. *Accounting, Organizations and Society*, 51, 64-73.
- Chiu, C., Wang, E., Fang, Y., & Huang, H. (2014). Understanding customers' repeat purchase intentions in B2C e-commerce: The roles of utilitarian value, hedonic value and perceived risk. *Information System Journal*, 24(1), 85-114.
- Cohen, J. (1962). The statistical power of abnormal-social psychological research: A review. *Journal of Abnormal Social Psychology*, 65(3), 145-153.
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Academic.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Diaz, M. (2024). *ChatGPT vs. Microsoft Copilot vs. Gemini: Which is the best AI chatbot?* Retrieved from <https://www.zdnet.com/article/chatgpt-vs-microsoft-copilot-vs-gemini-which-is-the-best-ai-chatbot/>.
- Erdfelder, E., Faul, F., & Buchner, A. (1996). G*POWER: A general power analysis program. *Behavior Research Methods Instruments & Computers*, 28(1), 1-11.
- Filieri, R., & McLeay, F. (2014). E-WOM and accommodation. *Journal of Travel Research*, 53(1), 44-57.
- Foroughi, B., Senali, M., Iranmanesh, M., Khanfar, A., Ghobakhloo, M., & Annamalai, N., et al. (2023). Determinants of intention to use ChatGPT for educational purposes: Findings from PLS-SEM and fsQCA. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 39, 1-20.
- Hanson, S., & Huff, J. O. (1986). Classification issues in the analysis of complex travel behavior. *Transportation*, 13(4), 273-291.
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140.
- Jaesny, S. (2023). *ChatGPT vs Microsoft Bing AI vs Google Bard: Understanding the world of ai-language models*. Retrieved from <https://www.qrcode-tiger.com/en/ai-language-models-and-qr-codes>.

- Kim, M. S., & James, J. (2016). The theory of planned behaviour and intention of purchase sport team licensed merchandise. *Sport, Business and Management*, 6(2), 228-243.
- Merdick, R. G., & Ross, J. E. (1978). *Introduction to management information system*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ming, K., Jais, M., Hui, Y., Soon, L., Siew, A., & Ling, L. (2023). Exploring factors affecting intention to use chatgpt for searching finance-related information. *International Journal of Academic Research Economics and Management Sciences*, 12(2), 534-548.
- Nikou, S. A., & Economides, A. A. (2017). Mobile-based assessment: Investigating the factors that influence behavioral intention to use. *Computers & Education*, 109, 56-73.
- Nunnally, C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- O'Brien, R. M. (2007). A caution regarding rules of thumb for variance inflation factors. *Quality & Quantity*, 41, 673-690.
- OpenAI. (2023). *Creating safe AGI that benefits all of humanity*. Retrieved from <https://openai.com/>.
- Pedhazur, E. J. (1997). *Multiple regression in behavioral research* (3rd ed.). Orlando, FL: Harcourt Brace.
- Rahman, A., Ching, Y. C., Ching, K. Y., Awanis, N., Chakraborty, A. K., & Chuah, C. H., et al. (2015). Surface modification of natural fiber using Bi₂O₃/TiO₂ composite for photocatalytic self-cleaning. *BioResources*, 10, 7405-7418.
- Rodríguez, J., Montoya, M., Fernández, M., & Lara, F. (2023). Use of ChatGPT at University as a tool for complex thinking: Students' perceived usefulness. *Journal of New Approaches in Educational Research*, 12(2), 323-339.
- Soonthornchai, W. (2006). *The questionnaire development* (Unpublished manuscript). Thailand: The National Assembly of Thailand.
- Strzelecki, A. (2023). To use or not to use ChatGPT in higher education? A study of students' acceptance and use of technology. *Interactive Learning Environments*, 31, 1-14.

- Tyrväinen, O., Karjaluoto, H., & Saarijärvi, H. (2020). Personalization and hedonic motivation in creating customer experiences and loyalty in omni channel retail. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 102233.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.
- Verplanken, B., & Orbell, S. (2003). Reflections on past behavior: A self-report index of habit strength. *Journal of Applied Social Psychology*, 33(6), 1313-1330.
- Vieira, V., Santini, F. O., & Araujo, C. F. (2018). A meta-analytic review of hedonic and utilitarian shopping values. *Journal of Consumer Marketing*, 35(4), 426-437.
- Yilmaz, R., & Yilmaz, F. G. K. (2023). Augmented intelligence in programming learning: Examining student views on the use of ChatGPT for programming learning. *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, 1(2), 1000005.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The Free Press.



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามงานวิจัย

**BANGKOK
UNIVERSITY**

THE CREATIVE UNIVERSITY

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

คำชี้แจง:

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ ประโยชน์เชิงวิชาการและเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจและเทคโนโลยี ChatGPT ดังนั้น จึงใคร่ขอ ความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด โอกาสนี้ผู้ ศึกษาวิจัย

สุชาครีย์ พิบูลธรรมศักดิ์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอกบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

ในความรู้เกี่ยวกับ ChatGPT

1. ChatGPT คืออะไร?

Chat Generative Pre-trained Transformer เป็นเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่พัฒนา โดย Open AI เพื่อสร้างข้อความที่เหมือนมนุษย์ ขับเคลื่อนโดยโมเดลภาษาขนาดใหญ่ (LLM) GPT- 3.5 เช่นเดียวกับ AI ที่ใช้โมเดลภาษาขนาดใหญ่อื่น ๆ ได้รับการพัฒนาเกี่ยวกับชุดข้อมูลข้อความขนาด ใหญ่ และสามารถสร้างข้อความใหม่ที่คล้ายกับข้อความที่ได้รับการป้อน ซึ่งต้องมีการสร้าง ทำความ เข้าใจ และแปลภาษามนุษย์โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ChatGPT จำลองการโต้ตอบของมนุษย์ และ น่าจะเป็นโมเดลภาษาที่มีประสิทธิภาพที่สุดที่มีอยู่ในปัจจุบัน (Foroughi, et al., 2023)

2. ChatGPT ทำอะไรได้บ้าง?

- สร้างสร้งงานเขียน
- คิดไอเดียใหม่ ๆ
- ช่วยทำเช็คลิสต์
- ตอบคำถามความรู้รอบตัว
- ช่วยเขียนโปรแกรมได้

3. ChatGPT ทำอะไรไม่ได้บ้าง?

- ถามข้อมูลแบบเรียลไทม์ หรือข้อมูลหลังจากปี 2021 ไม่ได้

- ตอบได้เฉพาะรูปแบบข้อความ
- ข้อมูลบางอย่างอาจผิดพลาดได้
- ภาษาไทยยังไม่ค่อยเสถียร
- ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลในเว็บไซต์ต่าง ๆ

4. โลโก้ของ ChatGPT



5. ตัวอย่างหน้าจอ การใช้งาน ChatGPT



ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: ให้ท่านตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด โดยเลือกตอบเพียงช่องเดียว

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. ต่ำกว่า 21 ปี

☐ 2. 21 – 30 ปี

☐ 3. 31 – 40 ปี

☐ 4. อายุ 41 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

☐ 1. โสด

☐ 2. สมรส

☐ 3. หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

☐ 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. รายได้ต่อเดือน

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท | ☐ 2. 15,000 – 30,000 บาท |
| ☐ 3. 30,001 – 45,000 บาท | ☐ 4. 45,001 – 60,000 บาท |
| ☐ 5. 60,001 – 75,000 บาท | ☐ 6. 75,001 – 90,000 บาท |

5. ท่านมีประสบการณ์ในการใช้งาน ChatGPT นานเท่าไร

- | | |
|---|----------------------------------|
| ☐ 1. น้อยกว่า 1 ปี | ☐ 2. 1 ปี |
| ☐ 3. 1 ปี | |

6. ท่านจะใช้ ChatGPT เพื่อการทำงานในแต่ละวันเป็นระยะเวลาเท่าไร

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. น้อยกว่า 1 ชั่วโมง | ☐ 2. ตั้งแต่ 1-4 ชั่วโมง |
| ☐ 3. ตั้งแต่ 5-8 ชั่วโมง | ☐ 4. มากกว่า 8 ชั่วโมงขึ้นไป |

7. ท่านจะใช้งาน ChatGPT ผ่านช่องทางไหน

- | | |
|---|--|
| ☐ 1. Smartphone | ☐ 2. iPhone/iPad |
| ☐ 3. PC/Notebook | ☐ 4. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

8. วัตถุประสงค์ที่ท่านนำจะใช้ ChatGPT

- | |
|--|
| ☐ 1. เพื่อสร้างสรรค์งานเขียน เช่น การเขียนเรื่องสั้นนิยาย |
| ☐ 2. เพื่อคิดไอเดียใหม่ ๆ เช่น คิดคอนเทนต์ คิดแคปชั่น |
| ☐ 3. เพื่อตอบคำถามความรู้ เช่น การแก้โจทย์คณิตศาสตร์ |
| ☐ 4. เพื่อช่วยทำเช็คลิสต์ เช่น วางแพลนท่องเที่ยว |
| ☐ 5. อื่น ๆ โปรดระบุ |

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อ
เพียงข้อละหนึ่งคำตอบ และโปรดทำให้ครบทุกข้อ

ตัวแปร		ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)						
1.1	ฉันคิดว่าการใช้ ChatGPT มีประโยชน์ในงานของฉัน					
1.2	การใช้งาน ChatGPT ควรเพิ่มโอกาสความสำเร็จที่เป็นส่วนสำคัญๆ ในงานของฉัน					
1.3	การใช้งาน ChatGPT น่าจะช่วยให้ฉันทำงานและโครงการต่าง ๆ ได้รวดเร็วขึ้น					
1.4	การใช้งาน ChatGPT น่าจะเพิ่มผลลัพธ์ในการทำงานของฉัน					
2. ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy)						
2.1	การเรียนรู้วิธีการใช้งาน ChatGPT น่าจะเป็นเรื่องง่ายสำหรับฉัน					
2.2	การโต้ตอบของฉันกับ ChatGPT ชัดเจนและเข้าใจง่าย					
2.3	ฉันคิดว่าการใช้งาน ChatGPT เป็นเรื่องง่าย					
2.4	ฉันคิดว่าจะสามารถใช้ใช้งาน ChatGPT ได้อย่างชำนาญ					
3. ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมในระดับบุคคล (Personal Innovativeness)						
3.1	ฉันชอบทดลองใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ					
3.2	ถ้าฉันได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ฉันจะทดลองใช้งานเทคโนโลยีนั้น					
3.3	ในบรรดาครอบครัวหรือเพื่อนของฉัน ฉันมักจะเป็นคนแรกที่ได้ลองใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ					

ตัวแปร		ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3.4	โดยปกติแล้ว ฉันไม่ลังเลที่จะลองใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ					
4. แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic motivation)						
4.1	การใช้งาน ChatGPT น่าจะเป็นเรื่องสนุก					
4.2	การใช้งาน ChatGPT น่าจะทำให้ฉันเพลิดเพลินและใช้เวลาส่วนมากในการใช้งานได้					
4.3	การใช้งาน ChatGPT น่าจะสร้างความบันเทิงให้กับฉันได้มาก					
4.4	การใช้งาน ChatGPT น่าจะเป็นระบบที่ทำให้ฉันมีความพึงพอใจได้					
5. ความเคยชิน (Habit)						
5.1	การใช้งาน ChatGPT น่าจะเป็นความเคยชินสำหรับฉัน					
5.2	ฉันน่าจะใช้งาน ChatGPT ทุกครั้ง					
5.3	ฉันน่าจะจำเป็นต้องใช้ระบบ ChatGPT ในงานของฉัน					
5.4	การใช้งาน ChatGPT อาจกลายเป็นสิ่งที่ฉันใช้เป็นประจำ					
6. ความถูกต้องของสารสนเทศ (Information Accuracy)						
6.1	ข้อมูลที่ฉันน่าจะได้รับจาก ChatGPT นั้นถูกต้อง					
6.2	ข้อมูลที่ฉันน่าจะได้รับจาก ChatGPT นั้นแม่นยำตรงประเด็นกับสิ่งที่ฉันต้องการ					
6.3	ข้อมูลที่ฉันน่าจะได้รับจาก ChatGPT มีความน่าเชื่อถือ					
6.4	ข้อมูลที่ฉันน่าจะได้รับจาก ChatGPT มีความครบถ้วนและละเอียดเพียงพอ					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT
ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อ
เพียงข้อละหนึ่งคำตอบ และโปรดทำให้ครบทุกข้อ

ตัวแปร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
7. การตั้งใจใช้ (Intention to Use)					
7.1 ฉันมีแนวโน้มที่จะใช้ ChatGPT ในการทำงานของฉันมากขึ้นในอนาคต					
7.2 ฉันวางแผนที่จะใช้ ChatGPT ในการทำงานของฉันในอนาคต					
7.3 ฉันคาดการณ์ว่าฉันจะใช้ ChatGPT ในการทำงานของฉันต่อไปในอนาคต					
7.4 ฉันจะใช้ ChatGPT ในระหว่างการทำงานประจำวันของฉัน					
7.5 สมมติว่าฉันมีสิทธิ์เข้าถึง ChatGPT ฉันคาดการณ์ว่าฉันจะใช้ ChatGPT ในการทำงานของฉัน					
7.6 เมื่อพิจารณาถึงความเสี่ยงของการใช้งาน ChatGPT ฉันคิดว่าฉันยังคงจะใช้ ChatGPT ต่อไป					

ปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อ ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ของ
นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ได้แก่อะไรบ้าง

โอกาสนี้ ผู้ศึกษาวิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือของฉันเป็นอย่างสูง

สุชาครีย์ พิบูลธรรมศักดิ์

suchakree.pibo@bumail.net



ภาคผนวก ข

จดหมายขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม

**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

90/2 หอพักวิสุทธิ ถนน หลานหลวง ซ.4 แขวง คลองมหานาค
เขต ป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ 10100 โทรศัพท์ 083-0872879
อีเมล แอดเดรส : suchakree.pibo@bumail.net

27 พฤศจิกายน 2566

เรื่อง โคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน กิตติสันต์ คำทิพย์
Head of E-Commerce
Central Food Wholesales Company

กระผม สุชาครีย์ พิบูลธรรมศักดิ์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เนื่องจากกระผมทราบว่า ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจ Ecommerce นี่ดี ดังนั้น ประสพการณ์ ความคิดเห็น ของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น กระผม ใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน คำดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ดังนี้ “+ 1” หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี “0” หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ “- 1” หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ



(กิตติสันต์ คำทิพย์)

ผู้เชี่ยวชาญ

ลงชื่อ

สุชาครีย์

(สุชาครีย์ พิบูลธรรมศักดิ์)

นักศึกษา

90/2 หอพักวิสุทธิ ถนน หลานหลวง ซ.4 แขวง คลองมหานาค
เขต ป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ 10100 โทรศัพท์ 083-0872879
อีเมล แอดเดรส : suchakree.pibo@bumail.net

27 พฤศจิกายน 2566

เรื่อง ใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน พิรุณญาณ ธนุพิศิรินทร์
Manager of CRM, Partnership and e-commerce
Minor Lifestyle

กระผม สุชากรีย์ พิบุลธรรมศักดิ์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เนื่องจากกระผมทราบว่า ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจ Retail & E-commerce นี้ดี ดังนั้น ประสพการณ์ ความคิดเห็น ของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่าย โดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น กระผม ใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ..... พิรุณญาณ ธนุพิศิรินทร์ ลงชื่อ..... สุชากรีย์
(พิรุณญาณ ธนุพิศิรินทร์) (สุชากรีย์ พิบุลธรรมศักดิ์)
ผู้เชี่ยวชาญ นักศึกษา

90/2 หอพักวิสุทธิ ถนน หลานหลวง ซ.4 แขวง คลองมหานาค
เขต ป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ 10100 โทรศัพท์ 083-0872879
อีเมล แอดเดรส : suchakree.pibo@bumail.net

27 พฤศจิกายน 2566

เรื่อง ใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณอนุสรณ์ บัวเผื่อน
Senior Manager – O2O Operations
บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด

กระผม สุชาครีย์ พิบูลธรรมศักดิ์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ChatGPT ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เนื่องจากกระผมทราบว่า ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจ e-commerce นี่ดี ดังนั้น ประสพการณ์ ความคิดเห็น ของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น กระผม ใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่จำเป็นถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ 
(อนุสรณ์ บัวเผื่อน)
ผู้เชี่ยวชาญ

ลงชื่อ 
(สุชาครีย์ พิบูลธรรมศักดิ์)
นักศึกษา

Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
1. Performance Expectancy (PE)		1. ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ			
Performance Expectancy (PE) (Venkatesh, et al., 2003; Strzelecki, 2023)	I believe that ChatGPT is useful in my works.	PE1: ฉันคิดว่าการใช้ ChatGPT มีประโยชน์ในงานของฉัน			
	Using ChatGPT increases your chances of achieving important things in your works.	PE2: การใช้งาน ChatGPT ควรเพิ่มโอกาสความสำเร็จที่เป็นส่วนสำคัญ ๆ ในงานของฉัน			
	Using ChatGPT helps you get tasks and projects done faster in your works.	PE3: การใช้งาน ChatGPT น่าจะช่วยให้ฉันทำงานและโครงการต่าง ๆ ได้รวดเร็วขึ้น			

Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
1. Performance Expectancy (PE)		1. ปัจจัยความคาดหวัง ในประสิทธิภาพ			
Performance Expectancy (PE) (Venkatesh, et al., 2003; Strzelecki, 2023)	Using ChatGPT increases your productivity in your works.	PE4: การใช้งาน ChatGPT น่าจะเพิ่มผลลัพธ์ในการทำงานของฉัน			
2. Effort Expectancy (EE)		2. ปัจจัยความคาดหวัง ในความพยายาม			
Effort Expectancy (EE) (Venkatesh, et al., 2003; Strzelecki, 2023)	Learning how to use ChatGPT is easy for me.	EE1: การเรียนรู้วิธีการใช้งาน ChatGPT น่าจะเป็นเรื่องง่ายสำหรับฉัน			
	My interaction with ChatGPT is clear and understandable.	EE2: การโต้ตอบของฉันกับ ChatGPT ชัดเจนและเข้าใจง่าย			

Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
2. Effort Expectancy (EE)		2. ปัจจัยความคาดหวัง ในความพยายาม			
Effort Expectancy (EE) (Venkatesh, et al., 2003; Strzelecki, 2023)	I find ChatGPT easy to use.	EE3: ฉันคิดว่าการใช้งาน ChatGPT เป็นเรื่องง่าย			
	It is easy for me to become skillful at using ChatGPT.	EE4: ฉันคิดว่าจะสามารถ ใช้ใช้งาน ChatGPT ได้ อย่างชำนาญ			
3. Hedonic motivation (HM)		3. ปัจจัยแรงจูงใจด้าน ความบันเทิง			
Hedonic motivation (HM) (Venkatesh, et al., 2012; Strzelecki, 2023)	Using ChatGPT is fun.	HM1: การใช้งาน ChatGPT น่าจะเป็น เรื่องสนุก			

Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
3. Hedonic motivation (HM)		3. ปัจจัยแรงจูงใจด้าน ความบันเทิง			
Hedonic motivation (HM) (Venkatesh, et al., 2012; Strzelecki, 2023)	Using ChatGPT is enjoyable.	HM2: การใช้งาน ChatGPT น่าจะทำให้ฉัน เพลิดเพลินและใช้เวลา ส่วนมากในการใช้งานได้			
	Using ChatGPT is very entertaining.	HM3: การใช้งาน ChatGPT น่าจะสร้าง ความบันเทิงให้กับฉัน ได้มาก			
	ChatGPT is a great way I can satisfy my intention to use it.	HM4: การใช้งาน ChatGPT น่าจะเป็นระบบ ที่ทำให้ฉันมีความพึงพอใจ ได้			
4. Habit (HT)		4. ปัจจัยความเคยชิน			
Habit (HT) (Venkatesh, et al., 2012; Strzelecki, 2023)	The use of ChatGPT has become a habit for me.	HT1: การใช้งาน ChatGPT น่าจะเป็นความ เคยชินสำหรับฉัน			
	I am addicted to using ChatGPT.	HT2: ฉันน่าจะใช้งาน ChatGPT ทุกครั้ง			

Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
4. Habit (HT)		4. ปัจจัยความเคยชิน			
Habit (HT) (Venkatesh, et al., 2012; Strzelecki, 2023)	I must use ChatGPT.	HT3: ฉันน่าจะจำเป็นต้อง ใช้ระบบ ChatGPT ในงาน ของฉัน			
	Using ChatGPT has become natural for me.	HT4: การใช้งาน ChatGPT อาจกลายเป็น สิ่งที่ฉันใช้เป็นประจำ			
5. Personal Innovativeness (PI)		5. ปัจจัยนวัตกรรมบุคคล			
Personal Innovative -ness (PI) (Rogers, 2003; Strzelecki, 2023)	I like experimenting with new information technologies.	PI1: ฉันชอบทดลองใช้งาน เทคโนโลยีใหม่ ๆ			
	If I heard about a new information technology, I would look for ways to experiment with it.	PI2: ถ้าฉันได้รับข้อมูล เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ฉันจะทดลองใช้งาน เทคโนโลยีนั้น			

Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
5. Personal Innovativeness (PI)		5. ปัจจัยนวัตกรรมบุคคล			
Personal Innovative-ness (PI) (Rogers, 2003; Strzelecki, 2023)	PI3: Among my family/friends, I am usually the first to try out new information technologies.	PI3: ในบรรดาครอบครัวหรือเพื่อนของฉัน ฉันมักจะเป็นคนแรกที่ได้ลองใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ			
	In general, I do not hesitate to try out new information technologies.	PI4: โดยปกติแล้ว ฉันไม่ลังเลที่จะลองใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ			
6. Information Accuracy (IA)		6. ปัจจัยความถูกต้องของสารสนเทศ			
Information Accuracy (IA) (Filieri & McLeay, 2014; Foroughi, et al., 2023)	The information I obtain from ChatGPT is correct.	IA1: ข้อมูลที่ฉันน่าจะได้รับจาก ChatGPT นั้นถูกต้อง			

Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
6. Information Accuracy (IA)		6. ปัจจัยความถูกต้องของ สารสนเทศ			
Information Accuracy (IA) (Filieri & McLeay, 2014; Foroughi, et al., 2023)	The information I obtain from ChatGPT is accurate.	IA2: ข้อมูลที่ฉันน่าจะได้รับจาก ChatGPT นั้นแม่นยำ ตรงประเด็นกับสิ่งที่ฉันต้องการ			
	The information I obtain from ChatGPT is reliable.	IA3: ข้อมูลที่ฉันน่าจะได้รับจาก ChatGPT มีความน่าเชื่อถือ			
	The information I obtain from ChatGPT is completeness and sufficient depth.	IA4: ข้อมูลที่ฉันน่าจะได้รับจาก ChatGPT มีความครบถ้วนและละเอียดเพียงพอ			

Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
7. Intention to Use (IU)		7. ปัจจัยความตั้งใจที่จะใช้			
Intention to Use (IU) (Nikou & Economides, 2017; Foroughi, et al., 2023)	I intend to use ChatGPT in my works in the future.	IU1: ฉันมีแนวโน้มที่จะใช้ ChatGPT ในการทำงาน ของฉันมากขึ้นในอนาคต			
	I plan to use ChatGPT in my works in the future.	IU2: ฉันวางแผนที่จะใช้ ChatGPT ในการทำงาน ของฉันในอนาคต			
	I predict I will use ChatGPT in my works in the future.	IU3: ฉันคาดการณ์ว่าฉันจะ ใช้ ChatGPT ในการทำงาน ของฉันต่อไปในอนาคต			
	I would use ChatGPT during my everyday work.	IU4: ฉันจะใช้ ChatGPT ใน ระหว่างการทำงาน ประจำวันของฉัน			

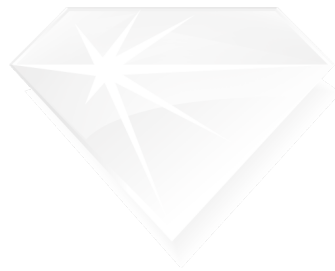
Factors	English V.	Thai V.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
7. Intention to Use (IU)		7. ปัจจัยความตั้งใจที่จะใช้			
Intention to Use (IU) (Nikou & Economides, 2017; Foroughi, et al., 2023)	Assuming that I had access to ChatGPT, I predict that I would use it.	IU5: สมมติว่าฉันมีสิทธิ์เข้าถึง ChatGPT ฉันคาดการณ์ว่าจะใช้ ChatGPT ในการทำงานของฉัน			
	Considering the risks of using ChatGPT, I will continue to use ChatGPT.	IU6: เมื่อพิจารณาถึงความเสี่ยงของการใช้งาน ChatGPT ฉันคิดว่าฉันยังคงจะใช้ ChatGPT ต่อไป			

บรรณานุกรม เฉพาะ Form to Expert

- Filieri, R., & McLeay, F. (2014). E-WOM and accommodation. *Journal of Travel Research*, 53(1), 44-57.
- Foroughi, B., Senali, M. G., Iranmanesh, M., Khanfar, A., Ghobakhloo, M., & Annamalai, N., et al. (2023). Determinants of intention to use ChatGPT for educational purposes: Findings from PLS-SEM and fsQCA. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1-20.
- Nikou, S. A., & Economides, A. A. (2017). Mobile-based assessment: Investigating the factors that influence behavioral intention to use. *Computers & Education*, 109, 56-73.

Strzelecki, A. (2023). To use or not to use ChatGPT in higher education? A study of students' acceptance and use of technology. *Interactive Learning Environments*, 1-14.

Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นายสุชาครีย์ พิบูลธรรมศักดิ์
อีเมล	suchakree.pibo@bumail.net
ประวัติการศึกษา	- สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะการจัดการโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่ง สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ - สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสภาราชนี จังหวัดตรัง
ประสบการณ์การทำงาน	- กรกฎาคม 2563 - มีนาคม 2565 บริษัท เอ เอ็ม เอ โลจิสติกส์ จำกัด ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคล 33/4 อาคารเดอะไนน์ทาวเวอร์ ชั้นที่ 33 ทาวเวอร์เอ ห้องเลขที่ TNA02 ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 - ตุลาคม 2566 – ปัจจุบัน ศูนย์ปรึกษาเพื่อการเลิกสุราและการเสพติด (1413 สายด่วนเลิกเหล้า) ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ธุรการ ประสานการเงินและบัญชี อาคารจุฬาพัฒน์ 14 ชั้น 12 ซอยจุฬา 12 แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กทม. 10