

ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ  
ใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Technology Acceptance Factors and Service Quality Factors Influencing  
the Decision to Use Artificial Intelligence Technology in Education  
Among Master's Degree Students at Ramkhamhaeng University

ธเนศร์ ระดมงาม

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วยการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน รวมถึงปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ ความรวดเร็วในการตอบสนอง ความมั่นใจ ความเข้าใจ และความจำเป็นได้ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาโทจำนวน 400 คน ที่มีประสบการณ์ในการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และสัดส่วนความคลาดเคลื่อน 5% โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยการวิเคราะห์สถิติพรรณนาเพื่ออธิบายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง การทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มด้วยค่า t-test และ ANOVA เพื่อตรวจสอบผลของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่อายุไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีดังกล่าว นอกจากนี้ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

คำสำคัญ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์, ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี, ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ, การตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยี

## Abstract

This research aims to study the factors influencing the decision to use Artificial Intelligence (AI) technology in education among master's degree students at Ramkhamhaeng University. The study considers demographic factors, including gender, age, and average monthly income, as well as technology acceptance factors, which comprise perceived usefulness and perceived ease of use. Additionally, it examines service quality factors, including reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibility. The research employs a quantitative approach, using a sample of 400 master's degree students with experience in using AI technology. The sample was selected through Cochran's sampling method at a 95% confidence level and a 5% margin of error. Data were collected using an online questionnaire. The data analysis methods include descriptive statistics to describe the sample's characteristics, t-tests and ANOVA to test differences among demographic groups, and multiple regression analysis to examine the relationships between independent variables and the dependent variable.

The findings reveal that demographic factors, specifically gender and average monthly income, significantly influence the decision to use AI technology at the 0.05 significance level, while age does not have a significant impact. Furthermore, technology acceptance factors and service quality factors positively correlate with the decision to use AI technology.

**Keywords:** Demographic Factors, Technology Acceptance Factors, Service Quality Factors, Decision to Use Technology

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคดิจิทัล เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) มีบทบาทสำคัญในหลายด้าน เช่น การทำงาน การศึกษา และการพัฒนาธุรกิจ โดยเฉพาะในด้านการศึกษา AI ช่วยปรับปรุงกระบวนการเรียนรู้ วิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ และสร้างแบบจำลองเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้และการวิจัย อีกทั้งแนวโน้มการใช้งาน AI ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การยอมรับเทคโนโลยีสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ซึ่งอธิบายว่าปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความง่าย (Perceived Ease of Use) มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยี (Venkatesh & Davis, 2000, อ้างถึงใน ปราโมทย์ ลือนาม, 2554, หน้า 12) นอกจากนี้ คุณภาพบริการในมิติความน่าเชื่อถือ ความรวดเร็ว และความมั่นใจ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยโมเดล SERVQUAL ก็มีผลสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและส่งเสริมการใช้งานเทคโนโลยี (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988 as cited in Jebraeil et al., 2019)

มหาวิทยาลัยรามคำแหง ในฐานะสถาบันการศึกษาที่มุ่งขยายโอกาสและสร้างความเท่าเทียม และในปัจจุบัน นักศึกษาได้เริ่มนำ AI มาใช้สนับสนุนการเรียนรู้และการวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาโท เพื่อเพิ่มความเข้าใจในเนื้อหาวิชาการและพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานในอนาคต ซึ่งการวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ การยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งาน AI ของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง ผลการวิจัยสามารถนำไปพัฒนา นโยบายและกลยุทธ์ส่งเสริมการใช้ AI ในการศึกษา รวมถึงประยุกต์ใช้ในสถาบันการศึกษาและงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง
3. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง

### ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีขอบเขตศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ในการศึกษา โดยกลุ่มเป้าหมายของการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาโท ทุกสาขาวิชาในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่มีประสบการณ์การใช้งาน AI ในการเรียนรู้ เก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อความสะดวกและครอบคลุมถึงกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างถูกกำหนดจำนวน 400 คน โดยคำนวณจากสูตรของ Cochran ซึ่งเหมาะสมกับระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และสัดส่วนความคลาดเคลื่อน 0.05

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมถึงปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) ที่เน้นการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งาน นอกจากนี้ยังรวมถึงปัจจัยด้านคุณภาพบริการ (SERVQUAL

Model) ซึ่งประกอบด้วยความน่าเชื่อถือ ความรวดเร็วในการตอบสนอง ความมั่นใจ ความเข้าใจ และความจำเป็นได้ ซึ่งงานวิจัยนี้ดำเนินการในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2567

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของบุคคลในหลายด้าน ทั้งการลงทุน การบริโภค และการดำเนินชีวิต เพศสามารถกำหนดพฤติกรรมและความเชื่อตามค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรม ผู้หญิงมักปฏิบัติตามมาตรฐานสังคมมากกว่าผู้ชาย ส่วนอายุและอาชีพมีบทบาทในการกำหนดค่านิยม สถานะทางสังคม และความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากร รายได้ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดการบริโภค โดยรายได้สูงมีแนวโน้มบริโภคสินค้าหรูหรามากกว่า ขณะที่รายได้ต่ำมุ่งเน้นความจำเป็นพื้นฐาน (Wider et al., 2023)

### ทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA)

ทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ถูกคิดค้นโดย Fishbein และ Ajzen ในปี ค.ศ. 1975 ทฤษฎีนี้ได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ (Attitude) ความเชื่อ (Beliefs) ความตั้งใจ (Behavioral Intention) และพฤติกรรม (Behavior) โดยเน้นว่าการกระทำของมนุษย์นั้นเกิดขึ้นจากความตั้งใจที่มีเหตุผล และพฤติกรรมของบุคคลไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญหรือขาดการไตร่ตรองล่วงหน้า ทั้งนี้ การกระทำของบุคคลนั้นจะต้องมีความตั้งใจที่ชัดเจนและมีเหตุผลที่รองรับเสมอ (Fishbein & Ajzen, 1975, อ้างถึงใน ปราโมทย์ ลือนาม, 2554, หน้า 10)

ทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) อธิบายว่าพฤติกรรมและความตั้งใจของบุคคลถูกกำหนดขึ้นจากสองปัจจัยหลัก ได้แก่ (1) ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward Behavior) ซึ่งหมายถึงความเชื่อของบุคคลว่าการกระทำหรือการไม่กระทำบางสิ่งจะส่งผลในลักษณะใด และ (2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ที่สะท้อนความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับอิทธิพลของคนรอบข้างหรือสังคมต่อการตัดสินใจทำพฤติกรรมต่าง ๆ

ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward Behavior) เป็นความเชื่อที่บุคคลมีต่อลักษณะหรือผลลัพธ์ของพฤติกรรมที่พวกเขากำลังพิจารณาจะกระทำ หากบุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมใด พวกเขามีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตามพฤติกรรมนั้นมากกว่า ในทางกลับกัน ถ้าทัศนคติของบุคคลเป็นไปในทางลบ พวกเขามักจะไม่ปฏิบัติตามพฤติกรรมดังกล่าว

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) เป็นความเชื่อที่บุคคลมีเกี่ยวกับความคาดหวังของกลุ่มหรือสังคมที่พวกเขาเป็นส่วนหนึ่ง ซึ่งอาจมาจากครอบครัว เพื่อน หรือกลุ่มที่ใกล้ชิด หากบุคคลเชื่อว่ากลุ่มของพวกเขาคาดหวังให้ปฏิบัติตามพฤติกรรมใด พวกเขามักจะปฏิบัติตามสิ่งนั้นอย่างแรงกล้า อย่างไรก็ตาม หากมีความขัดแย้งหรือความซับซ้อนเกิดขึ้น อาจทำให้บุคคลไม่สามารถปฏิบัติตามได้ตามที่ตั้งใจ (Fishbein & Ajzen, 1975, อ้างถึงใน อภิสร ธรรมรักษ์, 2566, หน้า 12)

## **แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)**

ปราชญ์ ลือนาม (2554) ได้กล่าวถึงแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี หรือ TAM ซึ่งถูกพัฒนาโดย Davis (1985) ว่าเป็นแนวคิดที่สำคัญในการอธิบายและทำนายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ โดยใช้หลักการจากทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล แนวคิดนี้ช่วยให้สามารถเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี โดยแบ่งออกเป็นปัจจัยหลัก 2 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เทคโนโลยีนั้นจะนำมาให้ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยี (Perceived Ease of Use) ซึ่งถือเป็นตัวแปรภายนอก (External Variables) ดังนี้

1.การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง ความเชื่อของผู้ใช้ว่าเทคโนโลยีจะช่วยให้ประสิทธิภาพในการทำงานของพวกเขา ในขณะที่

2.การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง ความเชื่อของผู้ใช้ว่าเทคโนโลยีนั้นง่ายต่อการใช้งาน และไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายามมากในการใช้งาน

สองปัจจัยดังกล่าวมีผลกระทบโดยตรงต่อทัศนคติของผู้ใช้ (Attitude Toward Using) ในการยอมรับเทคโนโลยี รวมไปถึงการตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยีในที่สุด (Actual Use) และในบางกรณีอาจมีเพียงปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ ก็สามารถส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral intention) โดยที่ไม่จำเป็นต้องผ่านทัศนคติในการใช้งาน (Attitude Toward Using)

จากการศึกษาโดย Davis et al. (1989) ซึ่งใช้แบบจำลอง TAM ในการศึกษาระยะยาวกับผู้ใช้งาน พบว่าการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้เทคโนโลยีมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระยะยาว การทดลองนี้ทำให้เห็นว่าการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้เทคโนโลยีส่งผลให้ผู้มีความตั้งใจในการใช้งานเพิ่มขึ้น และความสัมพันธ์นี้สามารถนำไปใช้ทำนายพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีในอนาคตได้ โดยที่สามารถตัดทัศนคติต่อการใช้งานออกไปจากแบบจำลองได้ (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989, อ้างถึงใน ปราชญ์ ลือนาม, 2554, หน้า 12)

## **ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology : UTAUT)**

แบบจำลอง UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) พัฒนาโดย Venkatesh, Morris และ Davis (2003) เพื่อรวมทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 8 ทฤษฎี เช่น TRA, TPB, TAM และ DOI เป็นต้น (Venkatesh, Morris, & Davis, 2003 อ้างถึงใน สิงหะ จวีสุข และสุนันทา วงศ์ จตุรภัทร, 2555) โดยแบบจำลองนี้มีปัจจัยหลัก 4 ด้าน ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy), ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy), อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) และสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย (Facilitating Conditions) ซึ่งส่งผลต่อเจตนาในการใช้งาน (Behavioral Intention) และการใช้งานจริง (Use Behavior) (Venkatesh et al., 2003 as cited in Abbad, 2021, p. 7209)

นอกจากนี้ แบบจำลองยังมีตัวแปรเสริม 4 ตัว ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์ และความสมัครใจในการใช้งาน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงปัจจัยหลักกับเจตนาในการใช้งานและการใช้งานจริง โดยพบว่า

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม และอิทธิพลทางสังคม ส่งผลโดยตรงต่อเจตนาารมณ์การใช้งาน ส่วนสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยมีผลต่อการใช้งานจริงโดยตรง (Venkatesh, Morris, & Davis, 2003 อ้างถึงใน สิงหะ จวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยเพิ่มเติมชี้ว่าการพัฒนาต่อยอดแบบจำลอง เช่น UTAUT 2 หรือ Modified UTAUT มีความจำเป็นเพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายใหม่ที่ใช้งานเทคโนโลยีในบริบทองค์กร เช่น กลุ่มผู้บริหารที่ใช้อุปกรณ์และแอปพลิเคชันในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้งานที่หลากหลายและแตกต่างจากกลุ่มเป้าหมายเดิม (Venkatesh, Morris, & Davis, 2003 อ้างถึงใน สิงหะ จวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555)

### แบบจำลอง SERVQUAL

SERVQUAL เป็นแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นโดย Parasuraman, Zeithaml และ Berry ในปี 1988 ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการประเมินคุณภาพของการบริการ โดยแบบจำลองนี้มีพื้นฐานจากแนวคิดเรื่อง “แบบจำลองช่องว่างคุณภาพบริการ (GAP Model)” ซึ่งเน้นการวัดช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคกับการรับรู้ที่แท้จริงเกี่ยวกับคุณภาพของบริการที่พวกเขาได้รับ แบบจำลอง SERVQUAL ช่วยให้องค์กรสามารถวิเคราะห์และระบุปัญหาในกระบวนการให้บริการ และนำไปสู่การปรับปรุงเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าได้

ตามที่ Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1988) อธิบายแบบจำลอง SERVQUAL ประกอบด้วย 5 มิติหลักในการวัดคุณภาพของบริการ ดังนี้ (as cited in Shi & Shang, 2020)

1. ความเป็นรูปธรรม (Tangibility): หมายถึงความพร้อมและสภาพของโครงสร้างพื้นฐาน อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ รวมถึงรูปลักษณ์และความเป็นมืออาชีพของพนักงานบริการ ด้านนี้เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ลูกค้ามองเห็นและสัมผัสได้ ซึ่งมีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการตั้งแต่แรกเห็น

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability): ความสามารถของผู้ให้บริการในการส่งมอบบริการที่ถูกต้องและสม่ำเสมอตามที่สัญญาไว้ ความน่าเชื่อถือเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความไว้วางใจระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการ การรักษาความสัตย์สุจริตอย่างต่อเนื่องจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและยินดีที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

3. การตอบสนอง (Responsiveness): ความสามารถของผู้ให้บริการในการตอบสนองต่อความต้องการและข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การตอบสนองที่ทันเวลาและเหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

4. การสร้างความเชื่อมั่น (Assurance): การสร้างความมั่นใจและความไว้วางใจให้กับลูกค้า โดยผ่านทางความรู้ ความเชี่ยวชาญ และความสุภาพของพนักงาน การมีพนักงานที่มีความรู้และมั่นใจในสิ่งที่ทำ จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในระยะยาว

5. ความเข้าอกเข้าใจ (Empathy): ความสามารถของผู้ให้บริการในการแสดงความเข้าใจและใส่ใจต่อลูกค้าในแบบเฉพาะบุคคล ด้านนี้เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการและความรู้สึกของลูกค้า ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงการดูแลที่มีความหมายและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับองค์กร

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยในประเทศ

วรารวรรณ กลางถิ่น (2566) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เป็นกรอบแนวคิดสำคัญ ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

พีระพงษ์ แสงศรี (2566) ได้ทำการศึกษาการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยี AI ในระบบการศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยศึกษาการใช้ TAM ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยี AI ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ได้แก่ การรับรู้ถึงผลประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness), การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use), และอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ซึ่งทั้งหมดมีผลต่อความตั้งใจของนักเรียนในการนำ AI ไปปรับใช้ในกระบวนการเรียนรู้

วรรณิดา กอเงินกลาง และคณะ (2567) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้งาน ChatGPT ในประเทศไทย โดยใช้กรอบแนวคิดจาก TAM เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้งาน ผลการวิจัยซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 500 คน พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ การรับรู้ความไว้วางใจ (Trust) รองลงมาคือ การรับรู้ความเข้ากันได้ (Perceived Compatibility), การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness), และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) การศึกษานี้เน้นย้ำถึงบทบาทสำคัญของความไว้วางใจที่มีต่อการใช้งาน ChatGPT อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทที่เทคโนโลยี AI มีบทบาทในชีวิตประจำวันและการทำงาน

กัมศักดิ์ เอ่งฉ้วน (2566) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีแพลตฟอร์ม Google Classroom สำหรับการเรียนการสอนออนไลน์ในมหาวิทยาลัยรามคำแหง งานวิจัยนี้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 378 คน ซึ่งสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการยอมรับแพลตฟอร์มคือ การรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความสะดวก (Perceived Convenience) ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการยอมรับได้ถึง 70% ขณะที่การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานและความตั้งใจที่จะใช้มีผลรองลงมา การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาแพลตฟอร์มการเรียนการสอนควรมุ่งเน้นการสร้างความสะดวกและการตอบสนองต่อความต้องการของนักศึกษา

จุฬามาต หลวงโคตร และขวัญกัลยา ปุณนา (2567) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการการแพทย์ฉุกเฉินที่โรงพยาบาลศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย โดยใช้ RATER Model ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความไว้วางใจ (Assurance) ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) การเอาใจใส่ (Empathy) และการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ผลการวิจัยพบว่า การให้ความเชื่อมั่นและการเอาใจใส่จากบุคลากรมีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจใช้บริการ ขณะที่ด้านความเป็นรูปธรรมและความน่าเชื่อถือไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจ พร้อมทั้งเสนอแนวทางพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### งานวิจัยต่างประเทศ

Shi และ Shang (2020) ได้ทบทวนแนวคิดและการประยุกต์ใช้โมเดล SERVQUAL ซึ่งพัฒนาโดย Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1988) สำหรับวัดความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้บริโภคในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ผลการศึกษาเผยว่าโมเดลนี้มีบทบาทสำคัญในการประเมินและจัดการคุณภาพบริการในหลากหลายอุตสาหกรรม เช่น การท่องเที่ยว การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการแพทย์ แสดงให้เห็นว่า SERVQUAL เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการวัดและให้คำแนะนำสำหรับการพัฒนาคุณภาพบริการ

Rolo, Alves, Saraiva, และ Leandro (2023) ได้ศึกษาการใช้โมเดล SERVQUAL เพื่อประเมินคุณภาพการบริการในสถาบันอุดมศึกษา โดยเก็บข้อมูลจากนักศึกษา 271 คนของ Polytechnic Institute of Setúbal ประเทศโปรตุเกส งานวิจัยใช้แบบสอบถาม SERVQUAL ที่ครอบคลุม 5 มิติ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การให้ความมั่นใจ (Assurance) ความเป็นรูปธรรม (Tangibility) การตอบสนอง (Responsiveness) และการเอาใจใส่ (Empathy) ผลการวิจัยชี้ว่าความน่าเชื่อถือและความสามารถของอาจารย์เป็นมิติที่นักศึกษาให้ความสำคัญมากที่สุด ขณะที่ความเป็นรูปธรรมมีความสำคัญน้อยที่สุด ทั้งนี้พบว่าความคาดหวังที่สูงจากนักศึกษาส่งผลให้เกิดการเบี่ยงเบนเชิงลบในคุณภาพการบริการ

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง การวิจัยถูกออกแบบในรูปแบบเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูลที่มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ในระดับ 1-5 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากการคำนวณโดยใช้สูตรของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเน้นนักศึกษาที่มีประสบการณ์หรือความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยี AI

เพื่อให้เครื่องมือวิจัยมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยดัชนี IOC จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ และตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นสูงถึง 0.970 แสดงถึงคุณภาพที่เหมาะสมของแบบสอบถามที่จะนำไปใช้ในการวิจัยจริง นอกจากนี้ ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยยังถูกวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา เช่น การ

แจกแจงความถี่และค่าร้อยละ เพื่อบ่งชี้ลักษณะประชากรกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งวิเคราะห์สมมติฐานด้วย t-test และ F-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม และใช้ Multiple Regression Analysis ในการศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อการตัดสินใจใช้งาน AI

## ผลการวิจัย

### ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 218 คน เพศชาย จำนวน 182 คน สำหรับด้านอายุ ส่วนใหญ่มีอายุ 30 ถึง 39 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคืออายุ 40 ปี ถึง 49 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และน้อยที่สุดมีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 ถึง 30,000 บาท จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001 ถึง 50,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุดคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5

### ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีของนักศึกษา ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือด้านการรับรู้ความง่าย (Perceived Ease of Use)

### ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการ (Service Quality) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง รองลงมาคือด้านจับต้องได้ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านความมั่นใจ

### ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Decision to Use AI Technology) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณา

เป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention to Use) รองลงมาคือทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms)

#### การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกัน**

**ด้านเพศ :** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า  $t$  ( $t$ -test) พบว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านอายุ :** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า  $F$  ( $F$ -test) พบว่า นักศึกษาที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน :** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า  $F$  ( $F$ -test) พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันไป มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 15,000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นในการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์แตกต่างจาก นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ย 15,000 - 30,000 บาท และ 30,001 - 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาท มีระดับความคิดเห็นในการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ สูงกว่า กลุ่มรายได้เฉลี่ย 15,000 - 30,000 บาท และ 30,001 - 50,000 บาท

**สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง**

ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้ร้อยละ 47.7 และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ตัวแปรอิสระทุกด้านกับการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษานั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรอิสระด้านการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลมากกว่าการรับรู้ความง่าย

### **สมมติฐานที่ 3 : ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง**

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้ร้อยละ 62.9 และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ตัวแปรอิสระแต่ละด้านกับการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษานั้น พบว่าตัวแปรอิสระทุกด้านส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือความมั่นใจ (Assurance) รองลงมาคือจับต้องได้ (Tangibles) ความเข้าใจ (Empathy) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) และตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness)

### **อภิปรายผล**

**สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์แตกต่างกัน :** ผลการวิจัยพบว่า เพศ รายได้ มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะว่าความแตกต่างทางเพศมักส่งผลต่อทัศนคติ ความเชื่อ และความคุ้นชินในการใช้เทคโนโลยี โดยเพศชายมักมีความสนใจด้านเทคโนโลยีมากกว่าเพศหญิง ส่วนรายได้นั้น กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และเรียนในระดับปริญญาโท อาจเป็นกลุ่มที่ไม่ได้ประกอบอาชีพงานประจำเป็นหลัก หรืออาจเพิ่งเรียนจบจากระดับปริญญาตรี และอาจมีรายได้หลายช่องทาง จึงมีความสนใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ส่วนกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน สามารถตัดสินใจใช้บริการด้านเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ได้ง่ายกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า เพื่อเข้าถึงบริการด้านเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์แบบฟรีเมียม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Wider et al. (2023) ที่ระบุว่าเพศและรายได้สามารถส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจ ขณะที่ผลการศึกษาด้านอายุพบว่า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งอาจเป็นเพราะในปัจจุบัน เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มีหลากหลายบริการให้เลือกใช้ และนักศึกษาระดับปริญญาโทมีความหลากหลายทางอายุ ขณะเดียวกันก็มีความตั้งใจในการเลือกที่จะเข้ามาศึกษาเรียนต่อในระดับปริญญาโทอยู่แล้ว ด้วยเหตุนี้ อายุจึงไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

**สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ :** ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความง่าย (Perceived Ease of Use) มีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยี AI ของนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากนักศึกษาตระหนัก

ว่าเทคโนโลยีดังกล่าวสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการเรียน เช่น การค้นคว้าข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งหากเทคโนโลยีดังกล่าวใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน ย่อมส่งผลให้นักศึกษารู้สึกมั่นใจ และมีความเต็มใจที่จะนำมาใช้ประโยชน์มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Davis (1985) ที่พัฒนาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดในการอธิบายพฤติกรรมของการยอมรับเทคโนโลยี ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี มีปัจจัยหลัก 2 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เทคโนโลยีนั้นจะนำมาให้ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยี (Perceived Ease of Use)

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยหรือวรรณกรรมที่ใกล้เคียงได้แก่ วรารวรรณ กลางถิ่น (2566) ได้ศึกษาปัจจัยด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ในจังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์จาก AI เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ, พิระพงษ์ แสงศรี (2566) ได้ศึกษาการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในระบบการศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยี AI ได้แก่ การรับรู้ถึงผลประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และอิทธิพลทางสังคม (Social Influence), วรรณิดา กอเงินกลาง ศรีณัฏฐ์ ศศิธรนากรแก้ว และภานนท์ คุ่มสฤฯ (2567) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT อย่างต่อเนื่อง ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความไว้วางใจ (Trust) มีอิทธิพลสูงสุดต่อพฤติกรรมการใช้งานอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือการรับรู้ความเข้ากันได้ (Perceived Compatibility) การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use), ภิรมศักดิ์ เอ่งฉ้วน (2566) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีแพลตฟอร์ม Google Classroom สำหรับการเรียนการสอนออนไลน์ในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการยอมรับแพลตฟอร์ม Google Classroom ได้แก่ การรับรู้ว่ามีประโยชน์และการรับรู้ว่าสะดวก ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการยอมรับได้ถึง 70% ในขณะที่การรับรู้ว่าง่ายและความตั้งใจที่จะใช้มีอิทธิพลรองลงมา โดยการรับรู้ว่ามีประโยชน์มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีมากที่สุด

**สมมติฐานที่ 3 : ปัจจัยด้านคุณภาพบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยี**  
**ปัญญาประดิษฐ์ :** จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพบริการทุกด้านส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความรวดเร็วในการตอบสนอง (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) ความเข้าใจ (Empathy) และจับต้องได้ (Tangibles) โดยความมั่นใจ (Assurance) มีอิทธิพลสูงสุด เนื่องจากนักศึกษาคาดหวังว่าเทคโนโลยีดังกล่าวจะทำงานได้อย่างแม่นยำ เชื่อถือได้ และตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว

เช่น การค้นหาข้อมูลหรือประมวลผลที่รวดเร็วทันเวลา นอกจากนี้ ความมั่นใจในระบบ เช่น ความปลอดภัยของข้อมูลและการมีผู้เชี่ยวชาญคอยสนับสนุน จะช่วยสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ใช้งาน ขณะเดียวกัน การออกแบบระบบที่คำนึงถึงผู้ใช้ เข้าใจง่าย และเข้าถึงได้สะดวก จะช่วยลดความยุ่งยากในการใช้งาน ยิ่งหากระบบมีความทันสมัย ใช้งานง่าย และมีอุปกรณ์ที่รองรับอย่างเหมาะสม ก็จะช่วยเพิ่มความประทับใจและกระตุ้นให้เกิดการใช้งานมากขึ้น ปัจจัยเหล่านี้จึงสะท้อนให้เห็นว่าคุณภาพบริการมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและสนับสนุนการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยี AI ของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry ในปี 1988 เพื่อใช้เป็นเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ เพื่อที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งจากการวิจัยชี้ให้เห็นว่าองค์ประกอบของ SERVQUAL ทั้ง 5 นั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยี AI

โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาศ หลวงโคตร และขวัญกัลยา ปุณนา (2567) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการการแพทย์ฉุกเฉิน โรงพยาบาลศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความเชื่อมั่นและการเอาใจใส่จากบุคลากร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด โดยผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของข้าพเจ้าที่นักศึกษาให้ความสำคัญกับความมั่นใจ (Assurance) ที่มีต่อการให้บริการด้านเทคโนโลยี AI มากที่สุด สำหรับงานวิจัยหรือวรรณกรรมในต่างประเทศที่เกี่ยวข้องนั้น Shi และ Shang (2020) ได้ทำการศึกษา ประเมินคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) โดยเน้นการศึกษาและประยุกต์ใช้โมเดล SERVQUAL ผลการศึกษาพบว่าโมเดล SERVQUAL มีบทบาทสำคัญในการประเมินคุณภาพการจัดการในองค์กรต่าง ๆ การวิจัยยังพบว่าในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมา โมเดล SERVQUAL ได้รับการประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ทั่วโลก รวมถึงการศึกษาซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของข้าพเจ้าที่องค์ประกอบทั้งหมดของ SERVQUAL นั้น ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยี AI เช่นเดียวกับ Rolo, Alves, Saraiva, และ Leandro (2023) ได้ทำการศึกษาการใช้เครื่องมือ SERVQUAL เพื่อวัดคุณภาพการบริการในสถาบันอุดมศึกษา โดยนำข้อมูลจากนักศึกษาของสถาบัน Polytechnic Institute of Setúbal ในโปรตุเกส มาทำการประเมินคุณภาพการบริการที่สถาบันนี้ให้บริการแก่นักศึกษา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในแนวคิด SERVQUAL Model ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของข้าพเจ้าคือปัจจัย SERVQUAL Model นั้น มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยี AI ของนักศึกษา

### ข้อเสนอแนะงานวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยรามคำแหง” สรุปข้อเสนอแนะได้ดังนี้

## ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความง่าย (Perceived Ease of Use) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งาน AI โดยควรพัฒนาเทคโนโลยีให้ใช้งานง่าย เช่น เพิ่มฟังก์ชันปรับแต่ง (Customization Features) จัดทำวิดีโอสอนการใช้งาน และออกแบบระบบช่วยเหลือ (AI Chat Assistant) เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง ในด้านการบริหารองค์กร ควรเน้นการออกแบบอินเทอร์เฟซที่เรียบง่าย เพิ่มฟังก์ชันอัตโนมัติ เช่น การกรอกข้อมูลและวิเคราะห์เบื้องต้น เพื่อลดความซับซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งาน และสำหรับพนักงาน ควรมีโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความเข้าใจและลดความกังวลในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ส่วนลูกค้า ควรพัฒนาระบบ AI ที่ตอบสนองรวดเร็วและแม่นยำ เช่น ระบบแชทอัตโนมัติที่มีปฏิสัมพันธ์อย่างเป็นธรรมชาติ เพื่อเพิ่มความสะดวกและประสบการณ์ที่ดี

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลาย เช่น นักศึกษาปริญญาตรีหรือบุคลากรในสายอาชีพต่าง ๆ และเพิ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้อง เช่น อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หรือแรงจูงใจ (Motivation) รวมถึงประยุกต์ใช้แนวคิด เช่น ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ หรือ Business Model Canvas เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของเทคโนโลยีต่อผู้ใช้งานหรือองค์กรประกอบทางธุรกิจ และควรเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเข้าใจมุมมองของผู้ใช้งานในบริบทต่าง ๆ เช่น การนำ AI มาใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตหรือการพัฒนาารูปแบบธุรกิจให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีใหม่

## เอกสารอ้างอิง

- จุฑามาศ หลวงโคตร และขวัญกัลยา ปุณนา. (2567). คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการการแพทย์ฉุกเฉิน โรงพยาบาลศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย. วารสารอนามัยสิ่งแวดล้อม และสุขภาพชุมชน, 9(2), 808-815.
- ปราโมทย์ ลีอนาม. (2554). แนวความคิด และวิวัฒนาการของแบบจำลองการยอมรับการใช้เทคโนโลยี. วารสารการจัดการสมัยใหม่, 9(1), 10-17.
- พีระพงษ์ แสงศรี. (2566). การยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์กับระบบการศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- กิมศักดิ์ เอ่งฉ้วน. (2566). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีแพลตฟอร์ม Google Classroom ที่ใช้ในการเรียนการสอนออนไลน์. วารสารบรรณศาสตร์ มศว, 16(2), 90-102.
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (ม.ป.ป.). ประวัติมหาวิทยาลัยรามคำแหง. สืบค้นจาก <https://www.ru.ac.th/th/AboutUs/page?view=History>

- วรรณิดา กอเงินกลาง, ศรัณย์ธร ศศิชนาการแก้ว, และภานนท์ คุ่มสฤา. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT อย่างต่อเนื่อง. วารสารมหาจุฬานาคธรรณ, 11(2), 120-129.
- วรารณ กลางถิ่น. (2566). ปัจจัยด้านปัญญาประดิษฐ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ในจังหวัดบุรีรัมย์. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- สิงหะ จวีสุข, & สุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศลาดกระบัง.
- อภิสร าชรัฐแก้วฟ้า. (2566). การศึกษาผลกระทบจากการยอมรับใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ด้านความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานออฟฟิศในประเทศไทย. (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยมหิดล, วิทยาลัยการจัดการ.
- Abbad, M. M. M. (2021). Using the UTAUT model to understand students' usage of e-learning systems in developing countries. *Education and Information Technologies*, 26, 7205–7224. DOI:10.1007/s10639-021-10573-5
- Jebraeily, M., Rahimi, B., Fazlollahi, Z., & Lotfnezhad Afshar, H. (2019). *Using SERVQUAL Model to Assess Hospital Information System Service Quality*. Hormozgan Medical Journal, 23(1), e86977. DOI:10.5812/hmj.86977
- Rolo, A., Alves, R., Saraiva, M., & Leandro, G. (2023). The SERVQUAL instrument to measure service quality in higher education – A case study. *SHS Web of Conferences*, 160, 01011. DOI:10.1051/shsconf/202316001011
- Shi, Z., & Shang, H. (2020). A Review on Quality of Service and SERVQUAL Model. *Lecture Notes in Computer Science*, 12204, 188-204. DOI:10.1007/978-3-030-50341-3\_15
- Wider, W., Tanucan, J.C.M., Wu, X., Mutua, C., Pang, N.T.P., Ling, G.H.T., & Cheisvianny, C. (2023). The role of demographic factors on religious beliefs: Evidence from five countries. *F1000Research*, 12(372). DOI:10.12688/f1000research.131998.1