

ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) TECHNOLOGY READINESS INFLUENCING BEHAVIORAL INTENTION TO USE AMONG STUDENTS AT RAMKHAMHAENG UNIVERSITY, BANGKOK

Watcharapong TUNPORNCHAI^{1*}, Niwet THAMMA¹, Maedhawi ANYWATNAPONG¹ and Wilaipun TARICHKUL¹

1 Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand; pol_taro@hotmail.com

(Corresponding Author)

ARTICLE HISTORY

Received: 10 April 2026

Revised: 24 April 2026

Published: 16 May 2026

ABSTRACT

This research aimed to investigate the factors influencing the intention to use Artificial Intelligence (AI) among students at Ramkhamhaeng University, Bangkok. From a total population of 142,595 students, a sample size of 420 was determined based on the Rule of Thumb. Convenience sampling was employed to select the sample, specifically screening for students with prior experience in using AI. The study was tested and conceptualized based on the Technology Readiness Index (TRI) and the Technology Acceptance Model (TAM). The findings revealed that Perceived Ease of Use had a statistically significant positive influence on the students' intention to use AI. Similarly, Perceived Usefulness was found to have a statistically significant positive impact on their intention to use. Furthermore, Optimism demonstrated a statistically significant positive influence on the usage intention. Lastly, the Discomfort factor also showed a statistically significant positive influence on the intention to use AI among Ramkhamhaeng University students in Bangkok.

Keywords: Technology Readiness Index, Technology Acceptance, Intention to Use

CITATION INFORMATION: Tunpornchai, W., Thamma, N., Anywatnapong, M., & Tarichkul, W. (2026). Artificial Intelligence (AI) Technology Readiness Influencing Behavioral Intention to Use among Students at Ramkhamhaeng University, Bangkok. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 4(5), 24

ความพร้อมทางเทคโนโลยีด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร

วัชรพงษ์ ตันทรัพย์^{1*}, นิเวศน์ ธรรมะ¹, เมธาวิ อนิวรรณพงศ์¹ และ วิไลพรรณ ทาริซกุล¹

1 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง; pol_taro@hotmail.com (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

บทคัดย่อ

งานวิจัยชุดนี้เป็นการศึกษาเพื่อหาเหตุปัจจัยในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร โดยมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 142,595 คน ทำการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยอ้างอิงตามเกณฑ์ (Rule of Thumb) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 420 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จากประชากรผู้ใช้ปัญญาประดิษฐ์ที่เป็นนักศึกษาของรามคำแหง คัดเลือกเฉพาะผู้ที่มีประสบการณ์ในการการใช้ปัญญาประดิษฐ์ทดสอบโดยใช้ทฤษฎีดัชนีชี้วัดความพร้อมทางนวัตกรรมและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร ในทิศทางเดียวกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ พบอิทธิพลของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร ในทิศทางเดียวกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติพบอิทธิพลปัจจัยการมองโลกในแง่ดีต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร ในทิศทางเดียวกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ และพบอิทธิพลของปัจจัยความไม่สะดวกใจต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร ในทิศทางเดียวกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ดัชนีชี้วัดความพร้อมทางนวัตกรรม, การยอมรับเทคโนโลยี, ความตั้งใจใช้งาน

ข้อมูลการอ้างอิง: วัชรพงษ์ ตันทรัพย์, นิเวศน์ ธรรมะ, เมธาวิ อนิวรรณพงศ์ และ วิไลพรรณ ทาริซกุล. (2569). ความพร้อมทางเทคโนโลยีด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 4(5), 24

บทนำ

ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เป็นอีกหนึ่งเทคโนโลยีที่กำลังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม พฤติกรรม และวิถีการดำเนินชีวิตของคนทั้งโลก การมาของปัญญาประดิษฐ์ทำให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ มากมาย เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกทั้งในแง่การสร้างสรรค์ และการค้นหาข้อมูล โดยเฉพาะในวงการการศึกษา ปัญญาประดิษฐ์กำลังเข้ามาเป็นเสมือนผู้ช่วยในการเรียนรู้และการสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวกับกิจกรรมทางการศึกษา เช่น การค้นหาข้อมูล การสร้างสรรค์ภาพและวิดีโอ การสร้างแผนและกลยุทธ์ต่าง เป็นต้น องค์การสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) คาดการณ์ว่า ตลาดเอไอจะขยายตัวไปสูงถึง 4.8 ล้านล้านดอลลาร์ ในปี 2033 โดยขยายตัวเพิ่มขึ้น 25 เท่า ภายในระยะเวลา 10 ปี (United Nations Conference on Trade and Development, 2024) จากผลการสำรวจของ Uninet พบว่า มีคนไทยถึงร้อยละ 73.84 ใช้ประโยชน์จาก AI โดยเจนเนอเรชั่นวายและแซดใช้ประโยชน์จาก AI ในการทำงานสูงกว่าร้อยละ 30 และมากกว่าร้อยละ 70 สนับสนุนการมีอยู่และการพัฒนา AI (Uninet, 2024) นอกจากนั้น AI ยังเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือในอนาคตที่จะต่อยอดทางด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมได้อีกมากมาย จากเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมดนั้นแสดงให้เห็นถึงความน่าสนใจในตลาดส่วนนี้ โดยปัจจุบันตลาด AI มีผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของเทคโนโลยีรายหลักๆ ดังนี้ ChatGPT, Gemini จาก Google, Copilot จาก Microsoft, DeepSeek และอื่นๆ มากมาย นอกจากนั้นยังพบ AI ที่ใช้ในกิจกรรมเฉพาะอย่างมากมาย เช่น Suno ที่ใช้ในการสร้างเสียงดนตรีต่างๆ หรือ Prompt Lap ที่ใช้สร้างแคปชั่นต่างๆ เป็นต้น จากเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมด ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงเหตุปัจจัยแห่งการตัดสินใจใช้ AI ของกลุ่มนักศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักศึกษาที่อยู่ในเขตเมืองหลวงของประเทศไทย อันได้แก่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งถือเป็นเมืองใหญ่เมืองหนึ่งของโลกและเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาของประเทศไทย

วัตถุประสงค์งานวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยความพร้อมทางเทคโนโลยีด้านปัญญาประดิษฐ์ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย พบว่า มี 2 แนวคิดทฤษฎีที่มีความสอดคล้องกับกับงานวิจัยครั้งนี้ แนวคิดแรกคือ ทฤษฎีดัชนีชี้วัดความพร้อมทางนวัตกรรม (Technology Readiness Index: TRI) และแนวคิดต่อมา คือ ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

ดัชนีชี้วัดความพร้อมทางนวัตกรรม เป็นทฤษฎีของ Parasuraman (2000) ซึ่งใช้อธิบายปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของคนเมื่อมีเทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้น โดยทฤษฎีจะประกอบด้วย ดัชนีการชี้วัด 4 ประการ โดย 2 ดัชนีแรกเป็นดัชนีทางทัศนคติในแง่บวก และอีก 2 ดัชนี แสดงทัศนคติในเชิงลบ ดังนี้

การมองโลกในแง่ดี (Optimism: OP) คือ มุมมองและความเชื่อเชิงบวกที่ว่าเทคโนโลยีนั้นสามารถควบคุมได้ อีกทั้งยังมีความยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพในการใช้งาน

ความเป็นนวัตกรรม (Innovativeness: IN) คือ ภาพสะท้อนที่แสดงถึงความเป็นผู้นำในการตอบสนองเมื่อมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้

ความไม่สะดวกใจ (Discomfort: DI) คือ การรับรู้ถึงปัญหาที่เกิดจากการขาดแคลนหรือความล่าช้าของเทคโนโลยี ซึ่งบางครั้งก็เป็นการรับรู้ที่มากเกินไปจนเกิดความจำเป็น

ความรู้สึกไม่มั่นคง (Insecurity: INS) คือ ความไม่ไว้วางใจในเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่มุมมองของการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้

การยอมรับเทคโนโลยี เป็นทฤษฎีที่ใช้อธิบายปรากฏการณ์ที่แสดงเหตุปัจจัยซึ่งเป็นเหตุให้มนุษย์หรือคนในสังคมนั้นๆ ใช้เทคโนโลยี (Davis, 1989) ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้

การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) หมายถึง การที่ผู้รับรู้ว่าเทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์อย่างไร ในหลายมิติ

การรับรู้ความง่าย (Perceived ease of use: PEOU) หมายถึง การที่ผู้รับรู้ว่าเทคโนโลยีนั้นๆ ทำให้เกิดความง่ายในมิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตอย่างไร

TRI และ TAM เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อเทคโนโลยีที่ได้รับการพัฒนาและถูกนำไปใช้งานก็ต่อเมื่อมีความเป็นมิตรต่อผู้ใช้ (User-friendly) ดังนั้น ปัจจัยจากทั้งสองทฤษฎีนี้จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องทำการศึกษาในงานวิจัยนี้

ความตั้งใจใช้งาน (Intention to Use: IU) นั้น เป็นตัวแปรตามที่นิยมนำมาศึกษาในมิติด้านการตลาดมาโดยตลอด เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การตัดสินใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์ของลูกค้า ซึ่งถือเป็นวัตถุประสงค์หลักในการทดสอบครั้งนี้

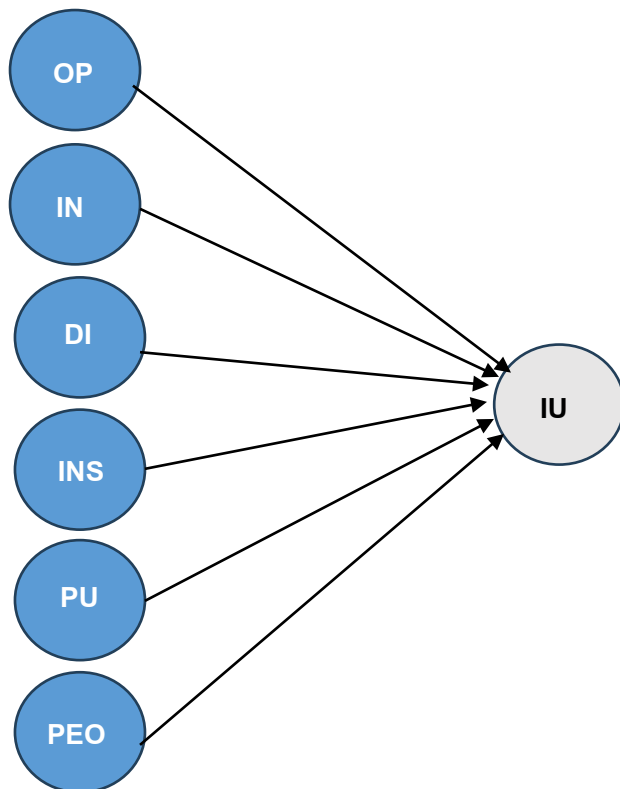
วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างอ้างอิงตามเกณฑ์ (Rule of Thumb) ของ Hair et al. (2010) สำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ซึ่งกำหนดให้มีจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 100 ตัวอย่าง โดยใช้สัดส่วน 20 ตัวอย่างต่อ 1 พารามิเตอร์ (Parameter) ในการศึกษาครั้งนี้มีข้อคำถามจำนวน 21 ข้อ จึงกำหนดให้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 420 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากประชากรผู้ใช้ปัญญาประดิษฐ์ที่เป็นนักศึกษาของรามคำแหง จำนวน 142,595 คน ในปี 2025 (สำนักบริการทางวิชาการและทดสอบประเมินผล (สวป.) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2025) ซึ่งจะคัดเลือกเฉพาะผู้ที่มีประสบการณ์ในการการใช้ปัญญาประดิษฐ์จนครบจำนวน เครื่องมือในการวิจัยใช้แบบสอบถามที่ข้อคำถามทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Validity) ผ่านการทดสอบดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบค่าดัชนีทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.5 และทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability) โดยสถิติค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ข้อคำถามรวมทั้งแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.774 และเมื่อพิจารณารายตัวแปรตามข้อคำถามสำหรับตัวแปรนั้นๆ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคมีค่ามากกว่า 0.7 ทุกข้อ ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์การพิจารณาความน่าเชื่อถือและเพื่อเป็นการยืนยันความเข้ากันได้ขององค์ประกอบแต่ละตัวแปร งานวิจัยชุดนี้ได้ทำการทดสอบการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ทุกข้อคำถามของตัวแปรแต่ละตัวนั้นมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) มากกว่า 0.6 หลังจากนั้นนำชุดข้อมูลไปทำการทดสอบการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลและสรุปสมมติฐานงานวิจัยต่อไป

ตัวแปรอิสระ (Exogenous) ประกอบด้วย การมองโลกในแง่ดี แทนค่าด้วย OP, ความเป็นนวัตกรรม แทนค่าด้วย IN, ความไม่สะดวกใจ แทนค่าด้วย DI, ความรู้สึกไม่มั่นคง แทนค่า INS, การรับรู้ประโยชน์ แทนค่าด้วย PU และการรับรู้ความง่าย แทนค่าด้วย PEOU

ตัวแปรตาม (Endogenous) คือ ความตั้งใจใช้งาน แทนค่า IU

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย

- H₁ การมองโลกในแง่ดีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร
- H₂ ความเป็นนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร
- H₃ ความไม่สะดวกใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร
- H₄ ความรู้สึกไม่มั่นคงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร
- H₅ การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร
- H₆ การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มนักศึกษารามคำแหงที่ใช้งาน AI แสดงผลได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ตอบมากที่สุด (จำนวนผู้ตอบทั้งหมด 420 คน)

คุณลักษณะ	คำถามที่ตอบมากที่สุด	ร้อยละ	จำนวนที่ตอบ (คน)
เพศ	หญิง	77.87	327
เป็นนักศึกษารามคำแหงในกรุงเทพ	หัวหมาก	88.49	371
อายุ	14-29 ปี	35.98	151
รายได้	15,001-25,000 บาทต่อเดือน	42.47	178
การศึกษา	กำลังศึกษาหรือจบปริญญาตรี	75.84	318
อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน	43.65	183

คุณลักษณะ	คำถามที่ตอบมากที่สุด	ร้อยละ	จำนวนที่ตอบ (คน)
ความถี่ในการใช้	2-4 ครั้งต่อสัปดาห์	38.64	162
AI ที่ใช้ประจำ	Chat GPT	58.40	245
ประเภทการใช้	ค้นหาข้อมูล	76.69	322
ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	ฟรี	79.35	333

จากตารางที่ 1 แสดงลักษณะโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแสดงลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้ตอบส่วนใหญ่ ร้อยละ 77.87 เป็นเพศหญิง ซึ่งเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่หัวหมาก กรุงเทพฯ ร้อยละ 88.49 อายุอยู่ระหว่าง 14-29 ปี (เจนเนอเรชั่นแซด) ร้อยละ 35.98 เงินเดือนอยู่ในช่วง 15,001 บาท ถึง 25,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 42.47 กำลังศึกษาหรือจบปริญญาตรี ร้อยละ 75.84 อาชีพเป็นพนักงานเอกชน ร้อยละ 43.65 ความถี่ในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ต่อสัปดาห์ คือ 2-4 ครั้ง ร้อยละ 38.64 ปัญญาประดิษฐ์ที่ใช้งานประจำ คือ แชทจีพีที (Chat GPT) ร้อยละ 58.40 ประเภทการใช้งานส่วนใหญ่ใช้ในการค้นหาข้อมูล ร้อยละ 76.69 และใช้แบบไม่เสียค่าบริการ ร้อยละ 79.35

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบการถดถอยเชิงพหุของปัจจัยความพร้อมทางเทคโนโลยีด้านปัญญาประดิษฐ์ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	ค่าเบต้า	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน	ค่าเบต้าปรับเรียบ	t	Sig.	F	Sig.
ค่าคงที่	-0.482	0.215		-2.245	0.025*	86.466	0.000*
OP	0.170	0.059	0.141	2.882	0.004*		
IN	0.077	0.062	0.062	1.244	0.214		
DI	0.088	0.036	0.101	2.488	0.013*		
INS	-0.003	0.034	-0.004	-0.088	0.930		
PU	0.274	0.052	0.254	5.315	0.000*		
PEOU	0.508	0.058	0.439	8.723	0.000*		

Sig < 0.05 R = 0.786 R² = 0.617

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบอิทธิพลพบว่า ปัจจัยการรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 0.508 ในทิศทางเดียวกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบอิทธิพลของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 0.274 ในทิศทางเดียวกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และพบอิทธิพลปัจจัยการมองโลกในแง่ดีต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 0.170 ในทิศทางเดียวกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และพบอิทธิพลของปัจจัยความไม่สะดวกใจต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 0.088 ในทิศทางเดียวกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สมการที่ได้มีความสามารถในการพยากรณ์ ร้อยละ 61.7 สามารถแสดงเป็นสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

$$IU = (-0.482) + 0.508PEOU + 0.274PU + 0.170OP + 0.088DI$$

สรุปสมมติฐานงานวิจัย

ยอมรับ H₁ การมองโลกในแง่ดีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร
ปฏิเสธ H₂ ความเป็นนวัตกรรมไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร

ยอมรับ H₃ ความไม่สะดวกใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร
ปฏิเสธ H₄ ความรู้สึกไม่มั่นคงไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร
ยอมรับ H₅ การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร
ยอมรับ H₆ การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

จากการทดสอบเชิงอิทธิพลหาเหตุปัจจัยแห่งการใช้ปัญญาประดิษฐ์ของนักศึกษารามคำแหง กรุงเทพมหานคร พบว่า การจะทำให้นักศึกษารามคำแหงใช้ปัญญาประดิษฐ์มากขึ้นนั้นปัจจัยแรกสุดที่ควรให้ความสำคัญ คือ การรับรู้ความง่าย ยิ่งปัญญาประดิษฐ์ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน และยังทำให้ชีวิตง่ายขึ้นเท่าไรจะยิ่งทำให้ความตั้งใจที่จะใช้เพิ่มมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้น ในการออกแบบปัญญาประดิษฐ์โดยเฉพาะของกลุ่มนักศึกษารามคำแหง ความง่ายในการใช้งานและการสื่อสารในการสร้างการรับรู้ปัญญาประดิษฐ์ตัวนั้นใช้งานง่ายเพียงใด ความตั้งใจที่จะใช้จะยิ่งมากขึ้นตาม อันดับต่อมา คือ การรับรู้ประโยชน์ ประโยชน์ของปัญญาประดิษฐ์ คือ ปัจจัยต่อไปที่จะทำให้การใช้งานเพิ่มสูงขึ้น กล่าวคือ การออกแบบปัญญาประดิษฐ์ที่ทำให้เห็นประโยชน์ และเพิ่มการสื่อสารให้รับรู้ถึงประโยชน์มากขึ้น หลากหลายขึ้น กลุ่มนักศึกษารามคำแหงจะยิ่งสนใจที่จะใช้งานมากยิ่งขึ้นเท่านั้น อันดับต่อมาคือ ปัจจัยการมองโลกในแง่ดี แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารเกี่ยวกับการใช้ปัญญาประดิษฐ์ ยิ่งทำให้มุมมองเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์นั้นๆ เป็นเชิงบวก และทำให้รับรู้จากการสื่อสารว่าเป็นสิ่งควบคุมได้ ยังส่งเสริมและสนับสนุนการใช้อย่างมากขึ้นทำให้ความตั้งใจที่จะใช้ของนักศึกษารามคำแหงจะใช้งานมากขึ้นด้วย อันดับสุดท้ายคือ ปัจจัยความไม่สะดวกใจ การเกิดการรับรู้ความขาดแคลนหรือล่าช้าทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น เป็นอย่างที่เราพบได้ว่าปัญญาประดิษฐ์จะต้องอาศัยความเร็วของอินเทอร์เน็ตในการประมวลผลสิ่งต่างๆ ก็ตาม ดังนั้นแม้ว่านักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะทราบอยู่แล้วว่ามีข้อจำกัดในเรื่องนี้ และปัญญาประดิษฐ์ที่ประมวลผลไวและเร็วนั้นก็ยิ่งพึ่งพิงความเร็วของอินเทอร์เน็ต แต่ก็เป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะเผชิญสภาวะดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ปัญญาประดิษฐ์ที่ผู้พัฒนาปล่อยออกมาในท้องตลาดนั้นก็ยังไม่ใช่เทคโนโลยีล่าสุดหรือเต็มขีดความสามารถ ดังนั้น การสื่อสารให้ทราบถึงความเสี่ยงของเทคโนโลยีในเรื่องดังกล่าวนี้ เป็นสิ่งที่จำเป็นและพึงกระทำเพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้มากขึ้น รวมถึงทราบข้อจำกัดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อม ดังนั้น การส่งเสริมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ของกลุ่มนักศึกษารามคำแหงในกรุงเทพมหานครนั้น การทำให้ทราบความเสี่ยงของเทคโนโลยีนั้นๆ และข้อจำกัดรวมถึงขีดความสามารถ เงื่อนไขการใช้งาน จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะช่วยให้เกิดการใช้งานมากยิ่งขึ้นไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาในงานวิจัยจะทำให้เห็นถึงปัจจัยที่เป็นเหตุให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้ปัญญาประดิษฐ์ในนักศึกษารามคำแหง หากต้องนำเสนอกลยุทธ์เพื่อใช้ในการเพิ่มการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในนักศึกษารามคำแหง การสื่อสารที่สร้างการรับรู้ปัญญาประดิษฐ์นั้นๆ มีประโยชน์ในหลายมิติ ที่สำคัญต้องนำเสนอพร้อมกับความง่ายในการใช้งานที่ไม่ซับซ้อนมากด้วยจึงจะกระตุ้นให้เกิดการใช้งาน นอกจากนั้นต้องแสดงให้เห็นด้วยว่าปัญญาประดิษฐ์นั้นเป็นสิ่งที่เราควบคุมได้แม้จะมีความเสี่ยงด้านข้อจำกัดต่างๆ ก็ต้องนำเสนอในความเสี่ยงและข้อจำกัดนั้นๆ ออกไปด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะนักศึกษารามคำแหงในกรุงเทพมหานคร จึงยังไม่สามารถบอกได้ว่านักศึกษาในวิทยาเขตอื่นๆ และนักศึกษาในมหาวิทยาลัยอื่นๆ นั้นมีปัจจัยที่ทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ชุด

เดียวกันหรือไม่ ผู้วิจัยจึงแนะนำขยายขอบเขตการวิจัยออกไป รวมถึงการศึกษาเชิงเปรียบเทียบที่ชัดเจนมากขึ้น นอกจากนั้นเรื่องเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มีความก้าวหน้าเป็นอย่างยิ่งจึงควรทำการศึกษาใหม่ทุกปี และศึกษาร่วมกับเครื่องมือใหม่ที่ใช้ร่วมกัน เช่น เอไอเอเจนต์ (AI Agent) หรือ แผนผังการทำงานของเอไอ (AI Workflow) นอกจากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วผู้วิจัยเสนอแนะให้นำเอาปัจจัยอื่นๆ เข้ามาวิเคราะห์เพิ่มเติมเพราะถึงแม้ว่าตัวแบบดังกล่าวจะมีความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามได้ถึงร้อยละ 61.7 แต่ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ยังไม่ถูกค้นพบอีกร้อยละ 38.3 เช่น ปัจจัยภายนอกต่างๆ สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง หรือตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาผู้ใช้เทคโนโลยี

เอกสารอ้างอิง

- สำนักบริการทางวิชาการและทดสอบประเมินผล มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2569). ข้อมูลเกี่ยวกับสถิติและจำนวน. สืบค้นจาก <http://www.regis.ru.ac.th/index.php/10-2013-12-20-06-46-50/20-stat>.
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Parasuraman, A. (2000). Technology readiness index (TRI): A multiple-item scale to measure readiness to embrace new technologies. *Journal of Service Research*, 2(4), 307-320.
- Sharma, S. K., Mudgal, S. K., Gaur, R., Chaturvedi, J., Rulaniya, S., & Sharma, P. (2024). Navigating sample size estimation for qualitative research. *Journal of Medical Evidence*, 5(1), 13-19.
- UniNet. (2567). คนไทย 73.84% ใช้ AI ในชีวิตประจำวัน ยิ่งรายได้สูง ยิ่งใช้ AI เยอะ [73.84% of Thai people use AI in daily life; the higher the income, the more AI usage]. สืบค้นจาก <https://www.uni.net.th/index.php/uncategorized/8012/>.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2024,). *AI market projected to hit \$4.8 trillion by 2033, emerging as dominant frontier technology*. สืบค้นจาก <https://unctad.org/news/ai-market-projected-hit-48-trillion-2033-emerging-dominant-frontier-technology>.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2026 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).