

**บทบาทของ Generative Artificial Intelligence (Gen AI) ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
ของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT(Chat
Generative Pre-trained Transformer)**

**“The Role of Generative Artificial Intelligence (Gen AI) in Enhancing Work Efficiency
among Generation Y in Bangkok: A Case Study of Chat GPT (Chat Generative Pre-
trained Transformer)”**

นางสาว ชาลิสา ใจสุวรรณ

สาขาการจัดการอุตสาหกรรม หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Chalisa Jaisuwan

Industrial Management, Master Degree of Business Administration

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1.เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) 2.เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer) 3.เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จาก

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเป็นการดำเนินการวิจัยด้วยแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.901 โดยใช้สถิติ t-test, ONE WAY ANOVA และ Multiple Regression ในการวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ , ระดับการศึกษา , รายได้ ที่ต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานครต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และความสัมพันธ์ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่แตกต่างกันในการรับรู้ ประโยชน์ , ทศนคติต่อการใช้ , ความตั้งใจในการใช้ , การใช้จริง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ:ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์,ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน

ABSTRACT

This research aims to: (1) study the demographic factors affecting the work efficiency of Generation Y in Bangkok through the case study of Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer), (2) examine the impact of technology acceptance factors on the work efficiency of Generation Y in Bangkok, and (3) assess the overall work efficiency of Generation Y users of ChatGPT in Bangkok.

The data were collected from a sample group of 400 individuals using a questionnaire with a reliability score of 0.901. Statistical methods used in the analysis included t-test, One-Way ANOVA, and Multiple Regression Analysis.

The results revealed that different demographic factors—namely age, education level, and income significantly affected the work efficiency of Generation Y in Bangkok at the 0.05 level. Furthermore, differences in technology acceptance factors, such as perceived usefulness, attitude toward usage, intention to use, and actual usage, also significantly influenced work efficiency at the 0.05 level.

Keywords :Demographic Factors, Technology Acceptance Factors, Work Efficiency

1.บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยี Generative Artificial Intelligence (Gen AI) อย่าง Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer)เป็น software ที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างแพร่หลายและอยู่ภายใต้บริษัท Open AI ซึ่งเป็นองค์กรที่พัฒนางานวิจัยเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์ส่งผลให้ Chat GPT กลายเป็น AI chatbots ที่ดีที่สุดในปี 2025 (Ortiz,2025) เมื่อเทียบกับคู่แข่ง AI chatbots ค่าอื่น ๆ อาทิเช่น Microsoft Copilot Claude Perplexity.ai และ Jasper ในขณะที่ตัวแทนทาง Brad Lightcap ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการของ Open AI ให้สัมภาษณ์กับทางสำนักข่าวซีเอ็นบีซีว่า บริษัทกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วแม้จะเผชิญกับการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นในอุตสาหกรรม AI โดยปัจจุบันมีผู้ใช้งาน Chat GPT จนมียอดทางสถิติถึง 400 ล้านคนในเดือนกุมภาพันธ์ 2568 ที่ผ่านมา และเพิ่มขึ้น 33% จาก 300 ล้านคน จากเดือนธันวาคม 2567 (กัญญาภักทิสศรี,2568) จึงเป็นที่น่าสนใจว่าในยุคปัจจุบัน การคาดการณ์การเติบโตของอุตสาหกรรม AI นับตั้งแต่การเกิดขึ้นของ Chat GPT ตามรายงานของ Grand View Research ถูกคาดว่าจะตลาด AI จะเติบโตด้วยอัตราการเติบโตต่อปีแบบทบต้น (CAGR) ที่ 36.6% ตั้งแต่ปี 2024 ถึงปี 2030 และการเติบโตอย่างรวดเร็วนี้ถูกสร้างขึ้นจากการใช้เทคโนโลยี AI ที่มีบทบาทเพิ่มขึ้น เช่น Chat GPT ในการบริการลูกค้า โดยเน้นที่การพัฒนา การสร้างเนื้อหาและรวมไปกับการใช้งานในวัตถุประสงค์อื่น อย่างเช่น การศึกษา การหาข้อมูลในชีวิตประจำวัน ทำให้ได้เห็นว่าผู้คนในปัจจุบันมีการไว้วางใจและเชื่อมั่นในด้านประสิทธิภาพของ Chat GPT เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เลือกใช้ Chat GPT คือความง่ายของการใช้งาน (Vaghasiya ,2025)

จากการรวบรวมสถิติการใช้งานของ Chat GPT จากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เช่น Open AI, Reuters และนักวิเคราะห์ในอุตสาหกรรม AI ตามสถิติหลักของ Chat GPT มีผู้ใช้งานประจำสัปดาห์ 400 ล้านคน รวมถึงสมาชิก ระดับ Plus จำนวน 15.5 ล้านคน และลูกค้าระดับ Enterprise จำนวน 1.5 ล้านคน มีผู้ใช้งานจำนวน 122.58 ล้านคนต่อวัน พบว่าผลการค้นหามีมากกว่าถึง 1 พันล้านรายการในทุกวัน ส่งผลให้ปัจจุบันนี้ Chat GPT กลายเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้เยี่ยมชมมากที่สุด เป็นอันดับ 5 ของโลก และมีส่วนแบ่งการตลาดถึง ร้อยละ 62.5%

หากกล่าวถึงข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่มีผู้ใช้ Chat GPT มากที่สุดในปัจจุบันนี้ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีผู้ใช้งานรายเดือนประมาณ 70 ล้านราย คิดเป็นร้อยละ 19.01% ของฐานผู้ใช้งาน Chat GPT ทั่วโลก รองลงมาคือประเทศอินเดียคิดเป็นร้อยละ 7.86% , บราซิลคิดเป็นร้อยละ 5.05% , แคนาดา ร้อยละ 3.57% สหราชอาณาจักรคิดเป็นร้อยละ 3.48% และประเทศอื่นๆคิดเป็นร้อยละ 61.03%

ทั้งนี้สามารถจำแนกกลุ่มผู้ใช้งานตามเกณฑ์อายุของผู้ใช้ Chat GPT ได้ดังต่อไปนี้ กลุ่มช่วงอายุที่ใช้งาน Chat GPT มากที่สุดได้แก่ ช่วงอายุ 18-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.61% รองลงมาได้คือกลุ่มช่วงอายุ 35-54 ปี คิดเป็นร้อยละ 31% และอันดับท้ายสุดคือช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 12% โดยการแบ่ง

ผู้ใช้งานตามเพศ พบว่าร้อยละ 54.66% เป็นชาย และร้อยละ 45%.34 เป็นหญิง (Nerdynav ,2025) โดยทางบริษัท Open Ai ได้มีการพัฒนา Model Chat GPT เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเลือกใช้งาน Chat GPT Feature ในขณะเดียวกันทางบริษัท Open AI ได้เตรียมแผนที่จะปรับปรุง Model GPT-5 เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึง AI ที่ครอบคลุมทุกด้านได้อย่างสะดวกสบาย โดยไม่ต้องเลือกโมเดลที่แตกต่างกันตามลักษณะงานเหมือนที่มีในปัจจุบันและมุ่งมั่นที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของตนง่ายขึ้นและเข้าถึงได้ง่ายสำหรับผู้ใช้งานทุกระดับ ให้เป็นโมเดลที่ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน (Masuo,2025)

ดังนั้นในอนาคต Generative Artificial Intelligence (Gen AI) อย่าง Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) มีบทบาทการใช้งานในชีวิตประจำวันและการทำงานของประชากรโลกมากขึ้น จะส่งผลต่อพฤติกรรมหรือรูปแบบการใช้ชีวิตรวมไปถึงการใช้เพื่อประสิทธิภาพการทำงาน ในทางที่ดีอย่างเช่น การเรียบเรียงภาษาอย่างเป็นธรรมชาติ การสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีความหลากหลาย การใช้งานสะดวก ไม่ซับซ้อน แต่ในทางตรงกันข้ามยังคงพบข้อเสียในการใช้งานอย่างเช่น การแสดงข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ความเสี่ยงด้านจริยธรรมและกฎหมาย รวมไปถึงความเป็นส่วนตัวความปลอดภัยของข้อมูล (เนตรชนก ตรีธยาภิวัฒน์ และ ศรีนัยพร ชัยวิศิษฐ์ ,2567)

เนื่องด้วยในปัจจุบันประชากรไทยเริ่มนำเทคโนโลยี Generative Artificial Intelligence (Gen AI) อย่าง Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) เข้ามามีบทบาทในการใช้งานในชีวิตประจำวันและการทำงานมากขึ้น โดยมีอัตราการเติบโตรายปีอยู่ที่ค่าเฉลี่ยร้อยละ 23.46 % มีมูลค่าทางการตลาดอยู่ที่ประมาณ 3.8 หมื่นล้านบาท ทำให้คาดการณ์แนวโน้มของการเติบโต ภายในปี พ.ศ.2573 จะมีประชากรไทยจำนวนร้อยละ 35% ประชากรไทยที่มีประสบการณ์ในการนำใช้ Generative Artificial Intelligence (Gen AI) อย่าง Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) มาใช้ทำงานและพบว่าประสิทธิภาพมากขึ้น (THE STANDARD WEALTH,2024) กลุ่มประชากรส่วนใหญ่ในปัจจุบันมีการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความง่ายของการใช้งาน เพราะมีอัตราการเติบโต เมื่อมีผู้สมัครเพื่อใช้งานถึงจำนวน 100 ล้านคนในระยะเวลา 2 เดือน แต่ในส่วนของผู้ใช้งานเองยังมีทัศนคติต่อการใช้ Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ดีขึ้นได้ในบางส่วนแต่ไม่สามารถที่จะสามารถทำแทนมนุษย์ทั้งหมดได้ (คณาจารย์จากสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาฯ,2566) จากข้อมูลของบริษัท ไวซ์ไซท์ (ประเทศไทย) จำกัด เก็บข้อมูลตั้งแต่ 27 พฤศจิกายน 2565 ถึง 12 มีนาคม 2566 ผ่านเครื่องมือ ZOCIAL EYE พบว่า ชาวออนไลน์มี Engagement กับ Chat GPT ทั้งสิ้นจำนวน 1,811,162 ครั้ง ได้กล่าวถึงการใช้ Chat GPTจำนวน 12,452 ข้อความ พบว่าร้อยละ 73 % มีความรู้สึกละอายและเป็นกลาง และร้อยละ 13 % มีทัศนคติต่อประโยชน์และความสามารถความสะดวกในการใช้งานในเชิงบวก และร้อยละ 14 % พบว่ามีความกังวลต่อการใช้งาน Chat GPT ในทางที่ผิดและจะนำไปสู่ผลเสียทำให้ประสิทธิภาพการทำงานของมนุษย์ลดลงเพราะขาดการวิเคราะห์ด้วยตนเองในอนาคต (Thai PBS Digital Media,2566)

นอกจากนี้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์อย่าง Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) เมื่อนำมาใช้งานพบประสิทธิภาพการในด้านคุณภาพของงานดีขึ้นและลดเวลาในการทำงานให้สามารถทำงานได้เร็วขึ้น สามารถสร้างมูลค่าได้มากขึ้น (ชนารักษ์ สารเถื่อนแก้ว,2567)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นเหตุผลให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับ บทบาทของ Generative Artificial Intelligence (Gen AI) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) โดย จำแนกเกณฑ์ตาม เพศ, อายุ , ระดับการศึกษา, อาชีพ , รายได้ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y อย่างไร ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี 1. การรับรู้ประโยชน์ 2. การรับรู้ความง่ายในการใช้ 3.ทัศนคติต่อการใช้ 4.ความตั้งใจในการใช้ การใช้จริง ของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับใด ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน 1. คุณภาพของงาน 2.ปริมาณของงาน 3.เวลาในการทำงาน 4.ค่าใช้จ่ายในการใช้งาน ได้อย่างไร

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer)
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer)
3. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer)

1.3 สมมุติฐาน

- 1.ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ (เพศ, อายุ , ระดับการศึกษา, อาชีพ , รายได้) ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer)ต่างกัน
- 2.เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ต่างกัน ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ , การรับรู้ความง่ายในการใช้ ,ทัศนคติต่อการใช้ ,ความตั้งใจในการใช้ , การใช้จริง) ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) ต่างกัน

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

วิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับบทบาทของ Generative Artificial Intelligence (Gen AI) ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) ประกอบไปด้วยข้อมูล

ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่

1. ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ , ระดับการศึกษา, อาชีพ , รายได้
2. ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี The Technology Acceptance Model (TAM) ประกอบด้วย
 1. การรับรู้ประโยชน์ 2. การรับรู้ความง่ายในการใช้ 3.ทัศนคติต่อการใช้ 4.ความตั้งใจในการใช้ การใช้จริง

ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่

- 1.ประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน ได้แก่ คุณภาพของงาน ,ปริมาณของงาน, เวลาในการทำงาน,ค่าใช้จ่ายในการใช้งาน

4.2 ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มประชากร คือ กลุ่มคน Generation Y ซึ่งเป็นผู้ที่เกิดระหว่าง ตั้งแต่ พ.ศ.2523-2540 อายุระหว่าง 27 – 44 ปี (นับถึงปี พ.ศ. 2567) ทั้งหมด จากข้อมูล ประชากรทะเบียนราษฎรพบว่าวัยทำงานมีจำนวน 768,194 คน (ที่มา: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ข้อมูล ณ วันที่ 4 กันยายน 2567)

กำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 400 คน จากกลุ่มประชากรทั้งหมด ใช้การคำนวณตามตาราง Taro Yamane ขนาดของกลุ่มความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ $\pm 5\%$ (Yamane, 1967)

4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา เมษายน 2568 - มิถุนายน 2568 ระยะเวลา 3 เดือน

2.ทบทวนวรรณกรรม

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ความหมายของประชากรศาสตร์ (Demography) คือ การศึกษาเกี่ยวกับประชากรมนุษย์ โดยวิเคราะห์โครงสร้าง องค์ประกอบของกลุ่มประชากรโดยใช้เกณฑ์ตามอายุ เพศ รายได้ การศึกษา การเปลี่ยนแปลงจำนวนประชากร การย้ายถิ่นฐานที่อยู่อาศัย รวมไปถึงการวิเคราะห์อัตราการเกิดไปจนถึงการเสียชีวิตของประชากร ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคตโดย Graunt (1620-1674)ถือว่าเป็นบิดาแห่งประชากรศาสตร์ผู้ริเริ่มเก็บข้อมูลทางสถิติประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic characteristics) หมายถึง ศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของประชากรตามลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบไปด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ระดับรายได้ อาชีพ และระดับตำแหน่งงาน รัชพร วิศรียา (2566) นอกจากนี้ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คือ คุณสมบัติเฉพาะของแต่ละบุคคลโดยแบ่ง ตามลักษณะประชากร ได้ดังนี้ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง รายได้ โดยปัจจัยดังกล่าวนี้ เป็น ปัจจัยที่ส่งผลในด้านประสิทธิภาพแตกต่างกันสุดารัตน์ สะโคอยู่และคณะ(2565)

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี The Technology Acceptance Model (TAM)

ความหมายของทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี TAM – Technology Acceptance Model) หมายถึง กระบวนการที่ใช้ในการคาดการณ์พฤติกรรมของผู้ใช้งาน และเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีไปใช้ให้ประสบความสำเร็จ ส่วนวัตถุประสงค์ในทางปฏิบัติของ TAM คือนำเสนอการให้ข้อมูลแก่ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับแนวทางที่สามารถนำมาพัฒนาระบบเกี่ยวกับเทคโนโลยีให้การนำไปได้อย่างมีประสิทธิภาพให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของทฤษฎีนี้ (Davis, 1989) โดย Davis ได้เริ่มต้นพัฒนาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีด้วยการกำหนดกรอบแนวคิดของกระบวนการที่เป็นตัวกลางระหว่างลักษณะของระบบสารสนเทศ กับการใช้งานระบบจริง แบบจำลองนี้มีพื้นฐานมาจาก (Theory of Reasoned Action) ซึ่งเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมนุษย์ โดยมีปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี The Technology Acceptance Model (TAM)เกิดจากหลักแนวคิดที่ว่าพื้นฐานหลักมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลที่พัฒนาโดย Fishbein Ajzen (1975)ซึ่งเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมที่อธิบายว่าพฤติกรรมของมนุษย์ถูกกำหนดโดย 1.การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) 2.การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) 3.ทัศนคติต่อการใช้ (Attitude Toward Using) 4.ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้ (Behavioral Intention to Use) 5.การใช้งานจริง (Actual System Use ส่งผลให้มีความเชื่อมั่นและการไว้วางใจที่จะนำมาใช้งานจริงเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ นนทียา เนาว์สุวรรณ และ สุกฤกษ์ โพธิ์ไพรัตน์ (2565)

2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวประสิทธิภาพการทำงาน

ความหมายประสิทธิภาพการทำงาน คือ ความสามารถของบุคคลและองค์กรในเพื่อความสำเร็จผลทำให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเป็นมาตรการรักษาสมดุลในการปฏิบัติงานในด้านคุณภาพของงานปริมาณของงาน เวลาในการทำงาน ค่าใช้จ่าย กระบวนการทำงานให้เป็นแนวทางปฏิบัติให้บรรลุตามเป้าหมายและเกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น ประกอบด้วย 1. คุณภาพของงาน (Quality) คือ มีคุณภาพที่ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจ ดังนั้นการทำงานมีความถูกต้องตามมาตรฐาน

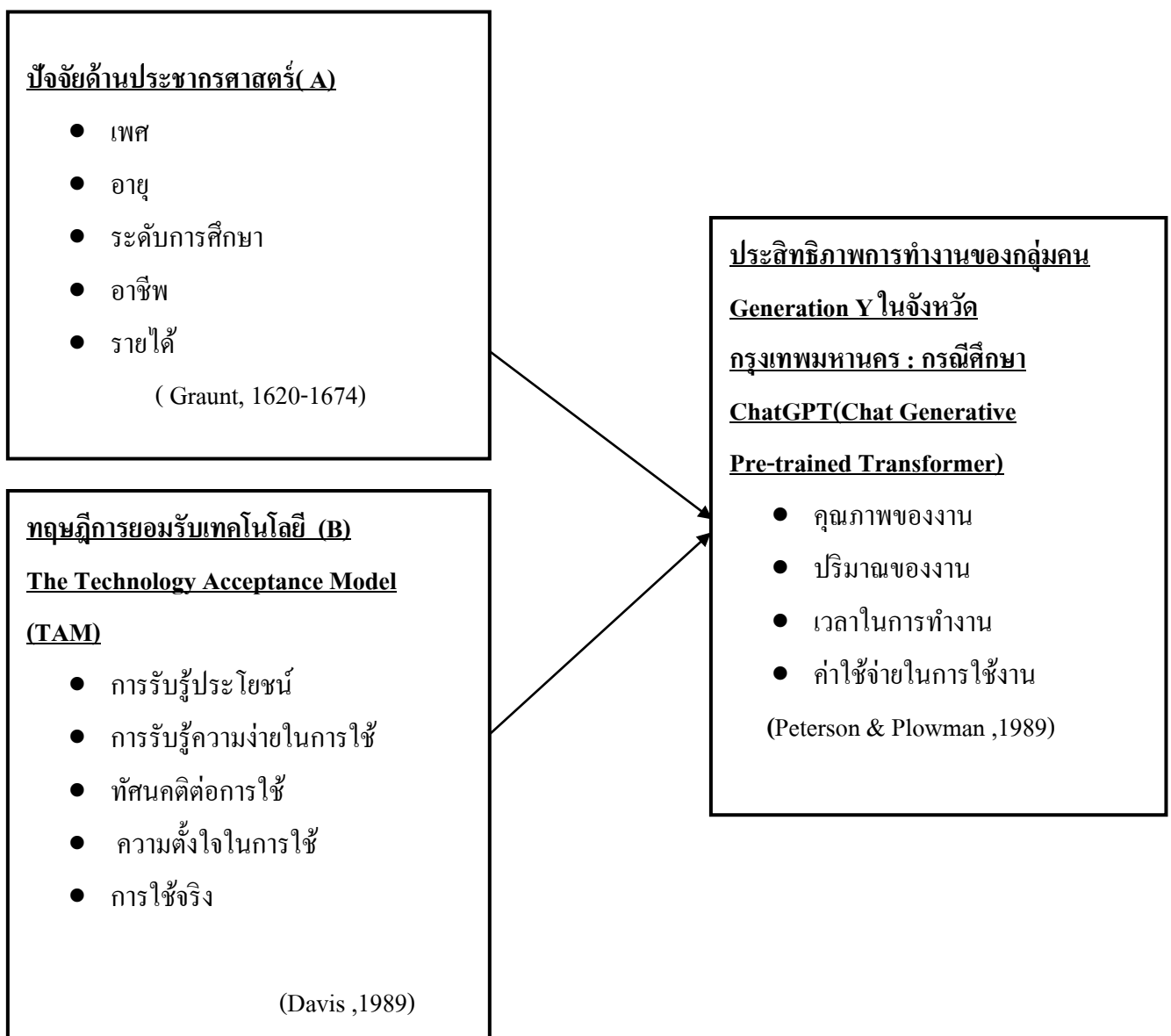
สร้างความพึงพอใจให้ต่อผู้ใช้บริการ 2. ปริมาณงาน (Workload) คือ จะต้องเป็นไปตามความคาดหวังของหน่วยงาน โดยผลงานที่ปฏิบัติได้มีปริมาณที่เหมาะสมตามที่กำหนดไว้ในแผนงาน หรือเป้าหมายอย่างเหมาะสม 3. เวลา (Time) คือ เวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงานต้องมีเหมาะสมกับงานให้ทันตามเวลาที่กำหนด หรือสามารถลดเวลาการทำงานลงได้ 4. ค่าใช้จ่าย (Costs) คือ การดำเนินการทั้งหมดจะต้องเหมาะสมกับงานและก่อเกิดประโยชน์สูงสุด สายฝน ขจรกลิ่น และ วันชัย ปานจันทร์ (2567)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ศึกษาบทบาทของ Generative Artificial Intelligence (Gen AI) ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer)

(ตัวแปรอิสระ Independent variable)

(ตัวแปรตาม Dependent variable)



3.วิธีการดำเนินวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้กลุ่มเป้าหมายประชากรคือกลุ่ม Generation Y ที่ทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มคน Generation Y คือ ผู้ที่เกิดระหว่างตั้งแต่ พ.ศ. 2523-2540 มีอายุระหว่าง 27 – 45 ปี (นับถึงปี พ.ศ. 2567) และจากข้อมูลประชากรทะเบียนราษฎร์ (วัยทำงาน) รวมทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีจำนวนทั้งหมด 768,194 คน แสดงมาดังนี้(ที่มา: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ข้อมูล ณ วันที่: 4 กันยายน 2567) ใช้การคำนวณตามตาราง Taro Yamane ขนาดของกลุ่มความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ $\pm 5\%$ (Yamane, 1967)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้คือ โดยการใช้ข้อมูลแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบขึ้นตามแนวทางของการวิจัยเชิงปริมาณ โดยคำนึงถึงความเหมาะสม และครอบคลุมต่อวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลัก ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล การวิเคราะห์ข้อมูลตาม ทฤษฎีประชากรศาสตร์ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถามตามการตั้งสมมุติฐานหาความแตกต่าง

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี โดยสร้างเครื่องมือวิเคราะห์ปัจจัยของการยอมรับเทคโนโลยีที่ต่างกัน ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้ทัศนคติต่อการใช้ ความตั้งใจในการใช้ การใช้จริง) โดยใช้หลักของทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี The Technology Acceptance Model (TAM) กลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเกิดประสิทธิภาพการทำงาน ในการสร้างเครื่องมือวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อคุณภาพของงาน ปริมาณของงาน เวลาในการทำงาน และค่าใช้จ่ายในการใช้งาน เพื่อหาความแตกต่างของผลลัพธ์หลังจากกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้ใช้งาน Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือแบบสอบถามเพื่อนำใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างถูกต้องตามความเป็นจริง โดยมีการกำหนดขั้นตอนการวิจัยตามดังต่อไปนี้

จากนั้นนำแบบสอบถามที่สร้างเพื่อเป็นเครื่องมือวิจัยนำมาทำการตรวจสอบหาความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดและทฤษฎีของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม หากพบความไม่สอดคล้องได้ดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้องก่อนที่จะส่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นส่งให้ผู้แบบสอบถามทำการตอบกลับโดยมีการกำหนดหัวข้อแบบสอบถามได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อที่ 1.เพศ	ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
ข้อที่ 2.ช่วงอายุ	ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
ข้อที่ 3.ระดับการศึกษา	ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
ข้อที่ 4.อาชีพ	ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Nominal Scale)
ข้อที่ 5.รายได้	ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี The Technology Acceptance Model (TAM) ได้แก่การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้ ทักษะคิดต่อการใช้ ความตั้งใจในการใช้ มากำหนดเป็นหัวข้อในการตอบสอบถามเพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี The Technology Acceptance Model (TAM) โดยแบ่งคำถามออกเป็นจำนวน 12 ข้อ เป็นประเภทมาตรวัดอันตรภาคหรือช่วง(Interval Scale) ประเมินแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยคำตอบเป็นแบบเลือกตอบตามระดับความคิดเห็น แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยแบบสอบถามส่วนที่ 3 กำหนดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเกิดประสิทธิภาพการทำงาน กลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานครเมื่อนำ Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) มาประยุกต์ในการใช้งานตามโดยวัดระดับความพึงพอใจ ตามหัวข้อดังนี้ คุณภาพของงาน, ปริมาณของงาน ,เวลาในการทำงาน, ค่าใช้จ่าย โดยกำหนดให้มีแบบสอบถามจำนวน 9 ข้อ เป็นประเภทมาตราอันดับ (Ordinal Scale) ในการใช้งาน ประเมินแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยคำตอบเป็นแบบเลือกตอบตามระดับความพึงพอใจ โดยแบบสอบถามส่วนที่ 3 กำหนดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ

3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้เครื่องมือวิจัยมีความถูกต้องและเชื่อถือได้ ผู้วิจัยได้ทำการหาค่าเที่ยงตรง (Reliability) ของแบบสอบถามหรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ความสอดคล้องของข้อคำถามกับขอบเขตของความรู้ที่ผู้วิจัยทำการค้นคว้าและศึกษา

3.3.1 การหาความเที่ยง (Reliability) ความเที่ยงเป็นดัชนีที่แสดงถึงความแม่นยำและความเที่ยงตรงของ กระบวนการวัด คำนวณด้วยวิธีการหาความสอดคล้องภายในของมาตร (Internal Consistency) แบบครอน บาร์ค (Cronbach's Alpha) โดยในครั้งนี้ใช้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ประเมิน แบบสอบถามการวิจัย IOC คือ ค่า ความ หรือเนื้อหา (IOC : Index of item objective congruence) เป็นการนำข้อคำถามแต่ละข้อไปให้ ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา จำนวน 3 ท่านโดยให้ เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

จากการทำแบบประเมิน IOC จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ผู้วิจัยได้นำมาคำนวณหาค่า IOC ปรากฏ ว่า ได้ค่าการประเมิน IOC อยู่ที่ 1

3.3.2 ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยการนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มี ลักษณะคล้ายกัน (Try-out) จำนวน 40 ชุด มาทำการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ สถิติ Cronbach's Alpha โดยใช้สูตร สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)

โดยกำหนดเกณฑ์ค่าวัดความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 0.70 ผู้วิจัยสามารถคำนวณค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.901 ถือว่าค่าอยู่ในเกณฑ์ที่มีค่าความน่าเชื่อถือสูงมาก สามารถนำข้อมูลวิจัยไปใช้ได้จริง (Cronbach,1990)

3.3.5 นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้ว มาตรวจสอบเพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีความชัดเจนถูกต้อง และจัดทำ แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยผู้วิจัยได้หาแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่มีความน่าเชื่อถือ โดย ศึกษาจาก บทความข่าวสาร บทความวิจัย หนังสือ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการใช้งาน Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ตามทฤษฎีและแนวคิดที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา

3.4.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ในการสำรวจและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ "บทบาทของ Generative Artificial Intelligence (Gen AI) ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer) ผู้วิจัยได้ ดำเนินการดังนี้

3.4.2.1 การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence) ของแบบสอบถามผู้วิจัยได้จัดทำแบบประเมิน IOC ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ท่าน ดำเนินการตรวจสอบและเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยใช้สูตร) แบบครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha)

3.4.2.2 ส่งแบบสอบถาม (Online Survey) ทั้งจำนวน 400 ชุด ให้กับกลุ่มประชากรตัวอย่างที่อยู่ในช่วงอายุ Generation Y (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523–2540) และทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นผู้ที่มีประสบการณ์การใช้งาน Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer) ในการปฏิบัติงาน

3.4.2.3 นำข้อมูลจากส่งแบบสอบถาม (Online Survey) ทั้งจำนวน 400 ชุดมาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในคอมพิวเตอร์และสรุปผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มประชากรตัวอย่าง ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติได้แก่

3.5.1 สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) มาวิเคราะห์และอธิบายผลของข้อมูลเพื่อให้สามารถทราบถึงผลลัพธ์ของการวิจัยตามดังต่อไปนี้

3.5.1.1 ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มาวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) เพื่อจำแนกหาความแตกต่างในการใช้งาน Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer)

3.5.1.2 ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี The Technology Acceptance Model (TAM) โดยจำแนกคำถามออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1.การรับรู้ประโยชน์ 2.การรับรู้ความง่ายในการใช้ 3.ทัศนคติต่อการใช้ 4. ความตั้งใจในการใช้ 5.การใช้จริง เพื่อประเมินระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี โดยหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3.5.1.3 ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเกิดประสิทธิภาพการทำงาน เพื่อศึกษาหาการวัดระดับความพึงพอใจได้แก่ 1.คุณภาพของงาน 2. ปริมาณของงาน 3.เวลาในการทำงาน4.ค่าใช้จ่าย ในการใช้งาน Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) นำมาหาค่าเฉลี่ยและหาค่าเบี่ยงเบน ตามเกณฑ์การแปลผลค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อมาใช้ในการอธิบายผลการวิจัย โดยแบ่งระดับต่าง ๆ ตามอันตรภาคชั้น (Class Interval) ของช่วงคะแนนเฉลี่ย

3.5.2 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานวิจัยและวิเคราะห์หาอิทธิพลระหว่างตัวแปรของข้อมูลที่มีความสัมพันธ์ กับตัวแปรที่ต้องการศึกษาค้นคว้าตามทั้ง 2 สมมติฐาน ได้แก่

3.5.2.1 สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน เพศ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) ต่างกัน ใช้สถิติทดสอบสมมติฐาน (T-test) มาทำการทดสอบและวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากรตัวอย่าง ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน อายุ , ระดับการศึกษา, อาชีพ , รายได้ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer)ต่างกัน ใช้สถิติทดสอบสมมติฐาน (ONE WAY ANOVA) มาทำการทดสอบและวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยประชากรที่มีมากกว่า 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

3.5.2.2 สมมติฐานที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ต่างกัน ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ , การรับรู้ความง่ายในการใช้ ,ทัศนคติต่อการใช้ ,ความตั้งใจในการใช้ , การใช้จริง) ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) ต่างกัน ใช้สถิติทดสอบสมมติฐาน (Multiple Regression) มาทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

4.ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากข้อมูลแบบสอบถาม ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพระดับการศึกษา รายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาเพศชาย จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 อยู่ในช่วงอายุ 33-36 ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 เรียนจบระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 และมีเงินเดือน 20,001 - 30,000 บาทจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 247 คนคิดเป็นร้อยละ 61.8

4.2 วิเคราะห์ผลของการยอมรับเทคโนโลยี Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer)

วิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การยอมรับเทคโนโลยี

ภาพรวม

การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1.การใช้ Chat GPT ช่วยให้ทำงานเสร็จเร็วขึ้น	3.65	1.08	มาก	3
2. การใช้ Chat GPT ช่วยให้คุณแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนได้ง่ายขึ้น	3.68	1.01	มาก	1
3. การใช้ Chat GPT ช่วยให้คุณมีแนวคิดหรือแนวทางใหม่ๆ สำหรับการทำงาน	3.56	0.98	มาก	4
4. การใช้ Chat GPT ช่วยให้คุณสามารถพัฒนาผลงาน/ผลการปฏิบัติงานได้ดีขึ้นกว่าเดิม	3.68	0.98	มาก	2
รวม	3.61	0.84	มาก	

จากตารางที่ 4.7 การยอมรับเทคโนโลยี The Technology Acceptance Model (TAM) Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer) โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก $\bar{x}$ (= 3.86 , S.D. = 0.6454) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 3.92 , S.D. = 0.9415) รองลงมา การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ($\bar{x}$ = 3.64 , S.D. = 0.8412) การใช้จริง (Actual Use) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 3.95 , S.D. = 0.7292) และค่าเฉลี่ยที่มีน้อยที่สุดคือ ความตั้งใจในการใช้ (Behavioral Intention to Use) $\bar{x}$ (= 3.93 , S.D. = 0.6897) ตามลำดับ

4.3การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัด

กรุงเทพมหานคร : เมื่อนำ Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) มาประยุกต์ในการใช้งาน วิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ประสิทธิภาพการทำงาน ภาพรวม

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ประสิทธิภาพการทำงานของ

ประสิทธิภาพการทำงาน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1.คุณภาพของงาน	3.94	0.63	มาก	3
2.ปริมาณของงาน	4.06	0.61	มาก	1
3.เวลาในการทำงาน	3.83	0.71	มาก	4
4.ค่าใช้จ่าย	4.01	0.63	มาก	2
รวม	3.96	0.53	มาก	

จากตารางที่ 4.13 พบว่าการยอมรับเทคโนโลยี Chat ประสิทธิภาพการทำงานของ Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer) เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ด้านปริมาณของงาน ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=4.065$, S.D. = 0.617) และรองลงคือด้าน ค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}=4.01$, S.D. = 0.63) ด้านคุณภาพของงาน ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}=3.94$, S.D. = 0.63) และอันดับท้ายสุดคือ ด้านเวลาในการทำงาน ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ $\bar{x} (=3.83$, S.D. = 0.71) ตามลำดับ

5.สรุปการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer)

1. สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer) ต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคล	ประสิทธิภาพการทำงาน			
	คุณภาพของงาน	ปริมาณของงาน	เวลาในการทำงาน	ค่าใช้จ่าย
เพศ	-	-	-	-
อายุ	✓	✓	✓	-
ระดับการศึกษา	✓	-	-	-
อาชีพ	-	-	-	-
รายได้	✓	✓	✓	-

2. สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) ต่างกัน

ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี	ประสิทธิภาพการทำงาน			
	คุณภาพของงาน	ปริมาณของงาน	เวลาในการทำงาน	ค่าใช้จ่าย
การรับรู้ประโยชน์	✓	✓	✓	-
การรับรู้ความง่ายในการใช้	✓	-	-	-
ทัศนคติต่อการใช้	-	✓	-	✓
ความตั้งใจในการใช้	✓	-	✓	-
การใช้จริง	✓	✓	✓	-

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากข้อมูลตอบของประชากรศาสตร์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีสัดส่วน โดยเฉลี่ยมาก ถึง ร้อยละ 65.75 มีช่วงอายุ 33-36 ปีคิดเป็น ร้อยละ 36.25 โดยส่วนใหญ่และจบระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ.70.00 โดยกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีระดับรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 20,001 บาท - 30,000 บาทต่อเดือน

ปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี Chat GPT ของกลุ่มตัวอย่าง ตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) พบมีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี การใช้จริง (Actual Use) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x} = 3.95$, S.D. = 0.7292) $\bar{x} (= 3.86$, S.D. = 0.6454) ในลำดับถัดมาคือ ความตั้งใจในการใช้ (Behavioral Intention to Use) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด $\bar{x} (= 3.93$, S.D. = 0.6897) รู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) ($\bar{x} = 3.92$, S.D. = 0.9415) การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 0.8412) อยู่ในลำดับท้ายสุดตามลำดับ

การเกิดประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร : เมื่อนำ Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) มาประยุกต์ในการใช้งาน พบว่าการยอมรับเทคโนโลยี Chat ประสิทธิภาพการทำงานของ Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer) เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ด้านปริมาณของงาน ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 4.065$, S.D. = 0.617) และรองลงคือด้าน ค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x} = 4.012$, S.D. = 0.636) ด้านคุณภาพของงาน ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x} = 3.940$, S.D. = 0.633) และอันดับท้ายสุดคือ ด้านเวลาในการทำงาน ค่าเฉลี่ยอยู่ $\bar{x} (= 3.832$, S.D. = 0.711) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) แบ่งออกเป็น อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่มีความแตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพประสิทธิภาพการทำงาน จากการสรุป วิจัยในครั้งนี้พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพศ ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ด้านคุณภาพของงาน กลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในประสิทธิภาพการทำงาน ด้านคุณภาพ ปริมาณของงาน ด้านคุณภาพของงาน และเวลาการทำงาน เมื่อใช้ Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer) และพบว่า อายุที่ต่างกันเมื่อใช้ Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer) จะส่งผลต่อประสิทธิภาพด้านคุณภาพ ด้านเวลาในการทำงาน ปริมาณงานปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ การศึกษาที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในด้าน เวลาในการทำงาน ค่าใช้จ่ายใน การทำงาน และปริมาณงาน เมื่อใช้ Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer) แต่พบว่า

การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพด้านคุณภาพ ด้านคุณภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานครต่างกัน และอาชีพที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในภาพรวม เมื่อใช้ Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์รายได้ที่ต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในภาพรวม เมื่อใช้ Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer) คุณภาพงาน ด้านเวลาในการทำงาน ปริมาณงาน

ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) ต่างกัน พบว่า ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ต่างกันในด้านดังต่อไปนี้

การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) พบว่า ค่า $B = 0.163$, $Beta = 0.255$, $Sig = 0.000$ จึงกล่าวได้ว่ากลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่รับรู้ประโยชน์ของ Chat GPT(Chat Generative Pre-trained Transformer) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.255 มาเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ทำงานเร็วขึ้น และแก้ปัญหายาก ๆ ได้ และช่วยเพิ่มคุณภาพงานได้ดีขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การรับรู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use)พบว่า ค่า $B = 0.021$, $Beta = 0.038$, $Sig = 0.446$ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด แต่ในทางสถิติการค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ พบว่าไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากกลุ่มคน Generation Y เป็นกลุ่มประชากรที่สามารถเรียนรู้และมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีอยู่แล้วดังนั้น การใช้งาน GPT Chat (Chat Generative Pre-trained Transformer) จึงไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน

ทัศนคติต่อการใช้ (Attitude Toward Using)พบว่า ค่า $B = 0.158$, $Beta = 0.183$, $Sig = 0.001$ กลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานครมีทัศนคติเชิงบวก อย่างเช่น รู้สึกดีต่อการใช้ GPT Chat (Chat Generative Pre-trained Transformer) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญและเกิดคุณค่าในการทำงานซึ่ง ส่งผลต่อประสิทธิภาพงานทำงานอย่างชัดเจน และกลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ยังมีทัศนคติในการเปิดรับการใช้งาน GPT Chat (Chat Generative Pre-trained Transformer) มากกว่า และมีแนวโน้มทดลองใช้ในรูปแบบต่าง ๆ มากขึ้นในอนาคต ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการทำงานใหม่ ๆ ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning)

ความตั้งใจในการใช้ (Behavioral Intention to Use) พบว่า ค่า $B = 0.155$, $Beta = 0.198$, $Sig = 0.002$ ความตั้งใจในการใช้งาน Chat GPT อย่างต่อเนื่อง เช่น ตั้งใจจะแนะนำผู้อื่น หรือเลือก Chat GPT เป็นตัวเลือกแรกในการหาข้อมูล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

การใช้จริง (Actual Use) พบว่า ค่า $B = 0.155$, $Beta = 0.205$, $Sig = 0.000$ กลุ่มคน Generation Y ใน กรุงเทพมหานครได้นำ Chat GPT (Chat Generative Pre-trained Transformer) เข้ามามีบทบาทใช้ทำงานจริงเพื่อ แก้ปัญหาการทำงาน การวางแผนงาน หรือใช้ในชีวิตส่วนตัว เช่น หาข้อมูลเที่ยว เปรียบเทียบสินค้า ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและใช้ในชีวิตประจำวัน

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการใช้งาน GPT Chat (Chat Generative Pre-trained Transformer) เป็นเครื่องมือที่เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์ในปัจจุบันและมีแนวโน้มที่จะมีบทบาทมากขึ้นในอนาคต ดังนั้นหากประชากรส่วนใหญ่มีการนำ Generative Artificial Intelligence (Gen AI) มาใช้ในการปฏิบัติงานหรือการศึกษาควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลก่อนนำไปใช้งานทุกครั้ง นอกจากนี้การใช้ GPT Chat (Chat Generative Pre-trained Transformer) อาจจะเป็นเทคโนโลยีที่มีบทบาทต่อกลุ่มประชากร Gen Z คือ คนที่เกิดหลัง พ.ศ. 2541-2565 (1998-2024) และ Gen Alpha คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2566 อย่างต่อเนื่องในอนาคตดังนั้นควรมีการศึกษาและขยายผลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี เพื่อวิเคราะห์และหาความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดผลเสียที่จะตามมาในอนาคต หากนำใช้งานในทางที่ไม่เหมาะสมหรือรวมไปถึงการนำ GPT Chat (Chat Generative Pre-trained Transformer) มาใช้งานโดยที่ก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านทักษะและการวิเคราะห์จากตัวบุคคลเอง.

เอกสารอ้างอิง

Business & Technology. (2024). ChatGPT คืออะไร? เผยข้อดีและกระบวนการทำงานของ ChatGPT. AiGenCorp. <https://aigencorp.com/what-is-chatgpt-and-benefits/>

Field, H. (2024, May 13). OpenAI launches new AI model GPT-4o and desktop version of ChatGPT. CNBC. <https://www.cnbc.com>

Garn, D. (2025). The best AI chatbots for 2025: Compare features and costs. TechTarget. <https://www.techtarget.com/searchenterpriseai/tip/The-best-AI-chatbots-Compare-features-and-costs>

Graunt, J. (n.d.). John Graunt F.R.S. (1620–74): The founding father of human demography, epidemiology and vital statistics. National Center for Biotechnology Information. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10919065/>

Hetler, A. (2025). ChatGPT: What is it? TechTarget. <https://www.techtarget.com/whatis/definition/ChatGPT>

Learning of Public. (2015, September 11). แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์. https://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post_11.html

McDonald, P. (n.d.). Demography: The scientific study of population. International Union for the Scientific Study of Population. <https://iussp.org/en/what-demography-peter-mcdonald>

Moore, O. (2025). Top 100 Gen AI Consumer Apps (Part 4). a16z. <https://a16z.com/100-gen-ai-apps-4/Nerdynav.> (2025). 2025 Key ChatGPT Statistics. <https://nerdynav.com/chatgpt-statistics/>

Ortiz, S. (2024). The best AI chatbots of 2025: ChatGPT, Copilot, and notable alternatives. ZDNet. <https://www.zdnet.com/article/best-ai-chatbot/>

Patel, R. (2024). 7 ข้อจำกัด ChatGPT ที่ควรระวัง!!! ก่อนเริ่มใช้งาน. <https://deemmi.com/seven-limitation-chatgpt/>

Perez, S. (2025, March 6). ChatGPT doubled its weekly active users in under 6 months, thanks to new releases. TechCrunch. <https://techcrunch.com/2025/03/06/chatgpt-doubled-its-weekly-active-users-in-under-6-months-thanks-to-new-releases/>

Sage Journals. (n.d.). John Graunt F.R.S. (1620–74): The founding father of human demography, epidemiology and vital statistics. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/09677720221079826>

Subbrain. (2023). ChatGPT – AI. <https://www.sub-brain.com/knowledge/chatgpt-pros-con/>

THE STANDARD WEALTH. (2024). คนไทยเกิน 1 ใน 3 มีแนวโน้มที่จะใช้ AI ทั้งใช้กับชีวิตส่วนตัวและใช้เกี่ยวกับการทำงาน. <https://thestandard.co/thai-1-of-3-uses-ai-both-personal-and-work>

Thai PBS. (n.d.). เช็กกระแสความฮิตในไทย ChatGPT แห่ตอบ AI เปลี่ยนโลก. <https://www.thaipbs.or.th/now/content/90>

Vaghasiya, K. (2025). The latest ChatGPT statistics and user trends (2022–2025). WiserNotify. <https://wisernotify.com/blog/chatgpt-users/>

กัญญาก็ค ทิศศรี. (2568, 21 กุมภาพันธ์). ChatGPT ผู้ใช้แตะ 400 ล้าน OpenAI เตรียมปล่อย GPT-5 มีรุ่นโอเพ่นซอร์ส. กรุงเทพธุรกิจ. <https://www.bangkokbiznews.com/tech/1167823>

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (n.d.). ลักษณะทางประชากร แรงจูงใจของผู้บริโภคและพฤติกรรมการใช้บริการโคเวิร์คกิงสเปซในเขตกรุงเทพมหานคร. <https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=3968&context=chulaetd>

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (n.d.). เทคโนโลยี ChatGPT: สิ่งนี้จะทำให้เราตกใจหรือตกงาน?. <https://www.chula.ac.th/news/123573/>

ชนชาติ นุ่มนนท์. (2565, 22 ธันวาคม). ChatGPT ระบบเอไอที่กำลังเข้ามาเปลี่ยนการทำงานของผู้คน. กรุงเทพธุรกิจ. <https://www.bangkokbiznews.com/tech/gadget/1044290>

ชั้นยพร วิศริยา. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในองค์กรของประชากรวัยทำงาน Generation Y หลังสถานการณ์ COVID-19 [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/2703/1/g641110113.pdf>

วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์. (n.d.). กลยุทธ์การสื่อสารภาพลักษณ์และพฤติกรรม การเปิดรับสื่อของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานครของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jar/article/view/273860/187483>

สุภารัตน์ สะโคอยู่ & แสงจิตต์ ใต้แสง. (2565). ปัจจัยในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เอลเลค แอนด์ เอลเทค (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดปทุมธานี [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

สุมัยยา นาคนาวา. (2564). ทักษะคติพฤติกรรมและส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อทัศนคติการใช้บริการร้านอาหารฮาลาลของผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิม [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต]. วิทยาลัยดุสิตธานี.