

การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และแรงจูงใจในการทำงาน
ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย
A Study of The Acceptance of Artificial Intelligence Technology And Work Motivation
that Affect Work Efficiency of Personnel In Tour Operators In Thailand

วรดา ภาวนานุรักษ์
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ: woradapawanurak@gmail.com

Worada Pawananurak
Major in Management, Faculty of Business Administration,
Ramkhamhaeng University, Thailand
Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand
Corresponding Author: woradapawanurak@gmail.com

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยนำกรอบแนวคิดจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) และทฤษฎีความต้องการของแมคคลีแลนด์ (McClelland's Theory of Needs) มาประยุกต์ใช้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างบุคลากรในบริษัทนำเที่ยว จำนวน 385 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ แรงจูงใจในการทำงาน และประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวมอยู่ใน ระดับมาก ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ **ด้านแรงจูงใจในการทำงาน**: ความต้องการอำนาจ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด ตามมาด้วย ความต้องการความสำเร็จ ความต้องการสัมพันธภาพ **ด้านการยอมรับเทคโนโลยี**: การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด ตามมาด้วย พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน การใช้งานจริง และการรับรู้ประโยชน์ ตามลำดับ

ดังนั้น องค์การควรส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ใช้งานง่ายและเห็นประโยชน์ชัดเจน ควบคู่ไปกับการสร้างเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพที่ตอบสนองต่อความต้องการอำนาจและความสำเร็จของบุคลากร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กรในระยะยาว

คำสำคัญ ปัญญาประดิษฐ์, การยอมรับเทคโนโลยี, แรงจูงใจในการทำงาน, ประสิทธิภาพในการทำงาน, บริษัทนำเที่ยว

Abstract

This independent study aimed to study the acceptance of artificial intelligence technology and its impact on employee performance in travel agencies in Thailand. The study utilized a quantitative approach, applying the conceptual framework of the Technology Acceptance Model (TAM) and McClelland's Theory of Needs. The researcher collected data via an online questionnaire from a sample of 385 travel agency employees and analyzed the data using descriptive and inferential statistics. The results of the study revealed that factors affecting acceptance of artificial intelligence technology and job motivation are important factors influencing the performance of employees in travel agencies, and overall work efficiency at a high level. Factors with a statistically significant positive impact on work efficiency include:

In terms of **work motivation**: Need for Power was the most influential factor, followed by Need for Achievement and Need for Affiliation. **In terms of technology acceptance**: Perceived Ease of Use was the most influential factor, followed by Behavioral Intention, Actual System Use, and Perceived Usefulness, respectively.

Therefore, organizations should promote the use of easy-to-use and clearly beneficial technologies, along with creating career paths that respond to employees' needs for power and achievement, to enhance long-term work efficiency at both the individual and organizational levels.

Keywords: Artificial Intelligence, Technology Acceptance, Work Motivation, Work Efficiency, Tour Operators

1. บทนำ

ในยุคที่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มีความสำคัญเทียบเท่าเครื่องจักรไอน้ำในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม และสามารถเพิ่มผลิตภาพองค์กรได้ถึง 10-20% แต่การนำมาปรับใช้ในภาคธุรกิจไทยกลับเป็นไปอย่างเชื่องช้าและจำกัดอยู่เพียงบริษัทขนาดใหญ่ แม้คนไทยจะคุ้นเคยกับการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในชีวิตประจำวันก็ตาม สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจไทย ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เป็นเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ดังนั้น การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ช่องว่างในการยอมรับเทคโนโลยีดังกล่าว โดยสำรวจว่าปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากร การยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และแรงจูงใจในการทำงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทนำเที่ยวของไทยอย่างไร

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคำระดับการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาคำระดับแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาคำระดับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรกับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย
5. เพื่อการศึกษาคำระดับการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย

1.2 สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน อายุงาน) ที่แตกต่างกัน การยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย แตกต่างกัน
- สมมติฐานที่ 2** การยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ ความง่ายในการใช้งาน ทักษะคิดต่อการใช้งาน พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน การใช้งานจริง) ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย
- สมมติฐานที่ 3** แรงจูงใจในการทำงาน (ความต้องการความสำเร็จ/อำนาจ/สัมพันธภาพ) ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย

• ขอบเขตด้านเนื้อหา:

• **ตัวแปรอิสระ:** ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน อายุงาน), การยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (การรับรู้ประโยชน์, การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน, ทักษะคิดต่อการใช้งาน, พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน, การใช้งานจริง), และแรงจูงใจในการทำงาน (ความต้องการความสำเร็จ, ความต้องการอำนาจ, ความต้องการสัมพันธภาพ)

• **ตัวแปรตาม:** ประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร (ด้านคุณภาพ, ด้านปริมาณ, ด้านเวลา, ด้านค่าใช้จ่าย, ด้านวิธีการ)

• ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง:

• บุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 385 คน

• ขอบเขตด้านระยะเวลา:

• 18 พฤษภาคม 2568 ถึง 12 ตุลาคม 2568 (รวม 6 เดือน)

1.4 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

- **เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology):** เทคโนโลยีที่ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ โซลูชัน หรือโปรแกรมการทำงานที่ใช้คอมพิวเตอร์ทุกชนิดอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ระบบเครื่องและตัวอุปกรณ์ที่จัดเก็บและประมวลผลข้อมูล รวมถึงการสื่อสารระหว่างเครื่องจักรด้วยกันได้โดยอัตโนมัติ
- **ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence):** ความสามารถของสิ่งประดิษฐ์ในการแสดงปฏิกิริยาหรือกระทำการใด ๆ ในสถานการณ์หนึ่งเสมือนการทำงานของสมองมนุษย์
- **บริษัทนำเที่ยว (Tour Operator):** องค์กรที่ทำการผลิตรายการนำเที่ยวหรือแพ็คเกจทัวร์โดยมีหน้าที่ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว คำนวณค่าใช้จ่ายและทำการโฆษณา

- **การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance):** ความเต็มใจและความสามารถของบุคคลหรือองค์กรในการยอมรับและใช้เทคโนโลยีใหม่ โดยเกี่ยวข้องกับการประเมินประโยชน์และข้อเสีย
 - **การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness):** ระดับความเชื่อของผู้ใช้งานว่าเทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพให้กับงาน
 - **การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use):** ระดับความเชื่อของผู้ใช้งานว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้นมีความง่ายในการใช้งาน
 - **ทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using):** ระดับความรู้สึกความคิดเห็นของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยีอันเกิดจากการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน
 - **พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention):** ความตั้งใจหรือเจตนาที่ผู้ใช้งานพยายามใช้งานเทคโนโลยีนั้น ๆ
 - **การใช้งานจริง (Actual System Use):** ผลที่เกิดขึ้นหลังจากการที่ผู้ใช้งานมีการรับรู้ มีทัศนคติและพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน
- **แรงจูงใจ (Motivation):** แรงที่ผลักดันในการปฏิบัติของคนหรือสัตว์
- **ความต้องการความสำเร็จ (Need of Achievement):** ความปรารถนาที่จะกระทำกิจกรรมบางอย่างให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี
- **ความต้องการอำนาจ (Need of Power):** ความปรารถนาของบุคคลที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้อื่นในสังคม
- **ความต้องการสัมพันธภาพ (Need of Affiliation):** ความปรารถนาให้ตัวเองเป็นที่ยอมรับจากบุคคลอื่น
- **ประสิทธิภาพในการทำงาน (Work Efficiency):** การลดต้นทุนในการผลิต รวมถึงคุณภาพ การมีประสิทธิผล และความสามารถในการผลิต การดำเนินงาน ซึ่งมี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ คุณภาพงาน, ปริมาณงาน, เวลา, ค่าใช้จ่าย, และวิธีการ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย
2. ทำให้ทราบถึงระดับแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย
3. ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการกำหนดนโยบายหรือมาตรการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การค้นคว้าอิสระนี้ศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคล การยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย โดยกรอบแนวคิดนี้พัฒนาจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Fred D. Davis, 1985), ทฤษฎีความต้องการของ McClelland (David McClelland, 1985) และแนวคิดประสิทธิภาพในการทำงานของ Petersen and Plowman (Dr. Elmore Petersen and Edward Grosvenor Plowman, 1958)

2. ทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมนี้จะนำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี แรงจูงใจในการทำงาน และประสิทธิภาพในการทำงาน

2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย

ธุรกิจนำเที่ยวหมายถึงธุรกิจที่จัดกิจกรรมนำลูกค้าไปยังสถานที่ต่างๆ โดยมีผู้ผลิต ผู้ขาย และผู้ซื้อ ตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 หมายถึง การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือ ให้บริการ เกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก อาหาร ทักษนาจร หรือมัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวมีความสำคัญในการเป็น ตัวกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ผลิตบริการท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้กับประเทศ ธุรกิจนำเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจ ผลิตรายการนำเที่ยว (Tour Operator) และธุรกิจตัวแทนการเดินทาง (Travel Agent) สามารถจัดนำเที่ยวได้ทั้งแบบทั่วไป และแบบที่เป็นสากล เช่น Domestic, Inbound, และ Outbound Tour บริษัทนำเที่ยวมีโครงสร้างการดำเนินงานและแผนก งานที่หลากหลาย เช่น แผนกปฏิบัติการ แผนกบุคคล แผนกการเงิน แผนกยานพาหนะ และแผนกขายและการตลาด

2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

ปัญญาประดิษฐ์ (AI) คือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่สามารถทำงานและเลียนแบบกิจกรรมของมนุษย์ได้ เช่น การเรียนรู้ การวางแผน และการแก้ไขปัญหา โดยเน้นการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล AI ทำงานโดยรับข้อมูล วิเคราะห์และประมวลผลเพื่อตอบกลับผ่านภาษา ข้อความ หรือการกระทำ และสามารถคาดการณ์สถานการณ์ในอนาคต ได้ การทำงานของ AI เน้นทักษะการเรียนรู้ การใช้เหตุผล การแก้ไขข้อผิดพลาด และการมีความคิดสร้างสรรค์ จุดประสงค์ หลักของการใช้ AI คือเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน วิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมาก และลดข้อผิดพลาด AI แบ่งได้ เป็น 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่ แบ่งตามความสามารถ (ANI, AGI, ASI) และแบ่งตามฟังก์ชันการทำงาน (Reactive Machines, Limited Theory, Theory of Mind, Self-awareness) AI ถูกนำมาใช้หลากหลายในปัจจุบัน เช่น การดูแลรักษาความปลอดภัย การตลาด การขาย การบริการ การวิจัยและพัฒนา การบริหารทรัพยากรบุคคล การจัดการด้าน IT การผลิต บัญชีและการเงิน ธุรกิจ E-Commerce และการบริหารจัดการธุรกิจ

2.3 ประโยชน์ของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ต่อองค์กร

AI เชิงสร้างสรรค์ (Generative AI) สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับเศรษฐกิจโลกอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะใน ภาคส่วนค้าปลีก ธนาคาร เกษษกรรม การตลาด การปฏิบัติการลูกค้า วิศวกรรมซอฟต์แวร์ และการวิจัย และ พัฒนา องค์กรที่ใช้ Gen-AI First Organization จะผสาน AI เชิงรุก เรียนรู้และปรับตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมความร่วมมือ ระหว่างมนุษย์และ AI และตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลเป็นหลัก ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการกำหนดวิสัยทัศน์ พัฒนาแผนงาน ลงทุนในบุคลากรและเทคโนโลยี สร้างทีมข้ามสายงาน สร้างโอกาสการเรียนรู้ และส่งเสริมวัฒนธรรมที่ยอมรับ AI

2.4 กระแสการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

AI กำลังเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมาก โดยช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลจำนวน มหาศาล วิเคราะห์ข้อมูล และออกแบบการเดินทางที่ตรงใจ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น Booking.com และ Airbnb ได้นำ AI มาใช้ในการให้คำแนะนำลูกค้าจัดทำแผนการท่องเที่ยว ตรวจสอบประวัติลูกค้า และกำหนดราคา ซึ่งช่วย

ลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพบริการ และเพิ่มยอดขาย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ยังกระตุ้นให้หน่วยงานและพันธมิตรนำ AI มาใช้ในการบริหารจัดการข้อมูลและบริการ

2.5 แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การนำเทคโนโลยีที่ยอมรับมาใช้งานซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ กระบวนการยอมรับเทคโนโลยีมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ รับรู้ สนใจประเมินค่า ทดลอง และยอมรับ ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) พัฒนาโดย Davis (1985) เป็นทฤษฎีที่มีอิทธิพลในการอธิบายทัศนคติและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี TAM เน้นสองปัจจัยหลักคือ การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness - PU) และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use - PEOU) ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน

แรงจูงใจในการทำงาน (Work Motivation) เป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและประสิทธิภาพในการทำงาน แรงจูงใจสามารถเกิดจากปัจจัยภายใน (Intrinsic Motivation) เช่น ความภูมิใจในงาน หรือปัจจัยภายนอก (Extrinsic Motivation) เช่น ค่าตอบแทน ทฤษฎีความต้องการของ McClelland (McClelland's Theory of Needs) แบ่งความต้องการเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement - nAch), ความต้องการอำนาจ (Need for Power - nPow), และ ความต้องการการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (Need for Affiliation - nAff) McClelland เชื่อว่าแรงจูงใจเหล่านี้ขับเคลื่อนพฤติกรรมของมนุษย์และสามารถสะท้อนผ่านจินตนาการ

2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน

ประสิทธิภาพในการทำงานเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการบรรลุเป้าหมายขององค์กรในยุคปัจจุบัน การบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับการดำเนินงานมีบทบาทสำคัญในการยกระดับคุณภาพ ปริมาณ เวลา ค่าใช้จ่าย และวิธีการทำงาน หลักการบริหารจัดการงานที่มีประสิทธิภาพของ Petersen and Plowman (1958) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไว้ 5 ด้าน คือ ด้านคุณภาพ (Quality), ด้านปริมาณ (Quantity), ด้านเวลา (Time), ด้านค่าใช้จ่าย (Cost), และ ด้านวิธีการ (Method)

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศและต่างประเทศจำนวนมากได้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน โดยส่วนใหญ่พบว่าการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานทัศนคติ และอิทธิพลทางสังคม ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญต่อความตั้งใจในการใช้งานและการยอมรับเทคโนโลยี สำหรับแรงจูงใจ แรงจูงใจภายในและภายนอก เช่น ความต้องการความสำเร็จ เงินเดือน และโอกาสในการพัฒนา ล้วนส่งผลต่อประสิทธิภาพ

ช่องว่างของวรรณกรรม:

- **เติมเต็มช่องว่างในบริบทของอุตสาหกรรม:** จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีอยู่บนฐานข้อมูลงานวิจัยออนไลน์ พบว่า งานวิจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีส่วนใหญ่เน้นภาคส่วนอื่นๆ เช่น โรงแรม อสังหาริมทรัพย์ โรงพยาบาล ภาคการศึกษา หรือสำนักงานทั่วไป ไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทยโดยเฉพาะ

• **ความซับซ้อนของปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการทดแทนบทบาทมนุษย์:** งานวิจัยที่ผ่านมายังเน้นปัญญาประดิษฐ์ (AI) รูปแบบ ANI การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความเต็มใจที่จะยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในรูปแบบที่ซับซ้อนขึ้น หรือในบริบทที่ปัญญาประดิษฐ์ (AI) อาจเข้ามาทดแทนบทบาทของมนุษย์ได้ชัดเจน ยังคงจำเป็น

• **ความไม่สอดคล้องในการใช้ทฤษฎีประสิทธิภาพ:** แม้หลายงานวิจัยจะอ้างอิง Petersen and Plowman และใช้ปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพ (Quality), ด้านปริมาณ (Quantity), ด้านเวลา (Time), ด้านค่าใช้จ่าย (Cost) แต่บางงานกล่าวถึง 5 องค์ประกอบ ซึ่งรวม "วิธีการ" (Method) แต่ไม่นำมาประยุกต์ใช้ในกรอบวิจัย นี่เป็นช่องว่างที่ควรได้รับการสำรวจ

• **ผลกระทบของปัจจัยส่วนบุคคล:** ผลลัพธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลบางตัวยังมีความแตกต่างและขัดแย้งกันในแต่ละงานวิจัย นี่เป็นช่องว่างที่สามารถทำการศึกษาเชิงลึกเพิ่มเติม

การค้นคว้าอิสระนี้จึงมีความสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างเหล่านี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเชื่อมโยงการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) กับแรงจูงใจและประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ผ่าน Google Form

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

• **ประชากร:** บุคลากรของบริษัทนำเที่ยวที่จดทะเบียนในประเทศไทย (Tour Operator: DMC) ซึ่งรวมถึงพนักงานที่มีและไม่มีประสบการณ์ในการใช้งานปัญญาประดิษฐ์

• **กลุ่มตัวอย่าง:** เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรทั้งหมดได้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับประชากรไม่ทราบขนาด (Infinite Population Formula) ตามหลักสถิติ โดยอ้างอิงตามแนวคิดของ Cochran (1977) จากการกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ($Z=1.96$) และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% ($e=0.05$) ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมตามสูตรจึงเป็น 385 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 5 ส่วน:

• ส่วนที่ 1: คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม (ประเภทธุรกิจ, ประสบการณ์ใช้ AI)

• ส่วนที่ 2: ข้อมูลส่วนบุคคล (เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, ตำแหน่งงาน, อายุงาน)

• ส่วนที่ 3: ระดับความคิดเห็นด้านการยอมรับเทคโนโลยี AI (สร้างตามแนวคิด Fred D. Davis, 1985)

จำนวน 28 ข้อ

• ส่วนที่ 4: ระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในการทำงาน (สร้างตามแนวคิด David McClelland, 1985)

จำนวน 9 ข้อ

- ส่วนที่ 5: ระดับความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพในการทำงาน (สร้างตามแนวคิด Petersen and Plowman, 1958) จำนวน 15 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัดประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ (เห็นด้วยน้อยที่สุด - เห็นด้วยมากที่สุด)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการขออนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เผยแพร่แบบสอบถามออนไลน์ผ่านลิงก์ Google Form ไปยังกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2568 มีการติดตามความคืบหน้า และรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์ 385 ชุด ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาบันทึกลงในโปรแกรมสถิติและทำความสะอาดข้อมูลก่อนการวิเคราะห์

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

• สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics):

ใช้ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean), และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อบรรยายลักษณะของข้อมูลพื้นฐาน เช่น ปัจจัยส่วนบุคคลและระดับความคิดเห็นด้านการยอมรับเทคโนโลยี แรงจูงใจ และประสิทธิภาพในการทำงาน

• สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics):

° One-Way ANOVA: ทดสอบความแปรปรวนสำหรับข้อมูลที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม

° Multiple Regression Analysis: วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบผลกระทบของตัวแปรต้นต่อตัวแปรตาม

3.5 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. **ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity):** นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบและคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.66 ขึ้นไป ผลการตรวจสอบพบว่าทุกข้อคำถามมีค่า IOC อยู่ในช่วง 0.7-1.00

2. **ความเชื่อมั่น (Reliability):** ทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างนำร่อง 30 คน และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient: α) โดยการยอมรับเทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ มีค่าอยู่ที่ 0.965 แรงจูงใจในการทำงาน: 0.926 และ ประสิทธิภาพในการทำงาน มีค่า 0.950 ค่าความเชื่อมั่นทุกด้านสูงกว่า 0.70 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้และเหมาะสมสำหรับเก็บข้อมูลจริง

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 385 คน สรุปผลได้ดังต่อไปนี้

4.1 การนำเสนอข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (N = 385)

• **เพศ:** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 42.9)

รองลงมาคือเพศชาย (ร้อยละ 41.0) และเพศ LGBTQ+ (ร้อยละ 16.1)

• **อายุ:** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ใน ช่วงอายุ 51-60 ปี (ร้อยละ 37.1)

รองลงมาคือกลุ่มอายุ 20-30 ปี (ร้อยละ 23.9)

- **ระดับการศึกษา:** ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 31.7)
รองลงมาคือระดับปริญญาโท (ร้อยละ 24.4)
- **ตำแหน่งงาน:** ส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็น พนักงาน (ร้อยละ 30.6)
รองลงมาคือหัวหน้างาน (ร้อยละ 26.5)
- **ประสบการณ์การทำงานในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว:** ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ 5–10 ปี (ร้อยละ 31.7) ตามมาด้วย 16 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 31.4)

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น

- **การยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์:**
 - **ภาพรวม:** ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ใน ระดับมาก (3.5353).
 - **รายด้าน:** ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การใช้งานจริง (3.56) ซึ่งหมายถึง การใช้เครื่องมือที่มี AI (เช่น แอปพลิเคชัน หรือระบบอัตโนมัติ). ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ทักษะคิดต่อการใช้งาน (3.51).
- **แรงจูงใจในการทำงาน:**
 - **ภาพรวม:** ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ใน ระดับมาก (3.5524)
 - **รายด้าน:** ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความต้องการความสำเร็จ (3.5775) ซึ่งบุคลากรเต็มใจทำงานที่ท้าทายเพื่อพัฒนาตนเอง. ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความต้องการสัมพันธภาพ (3.5100)
- **ประสิทธิภาพในการทำงาน:**
 - **ภาพรวม:** ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ใน ระดับมาก (3.5280).
 - **รายด้าน:** ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านคุณภาพ (3.5697) โดยเฉพาะความสามารถในการปฏิบัติงานได้ตรงตามมาตรฐานคุณภาพที่หน่วยงานกำหนด ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านวิธีการ (3.4918)

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ, อายุ, การศึกษา, ตำแหน่งงาน, ประสบการณ์) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ: ปฏิเสธสมมติฐาน จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ไม่พบความแตกต่างของประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทุกปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 2: การยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน

ผลการทดสอบ: ยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3: แรงจูงใจในการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน

ผลการทดสอบ: ยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) แรงจูงใจในการทำงาน และประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในบริษัทนำเที่ยวไทยอยู่ใน ระดับมาก ในทุกด้าน

- **ข้อค้นพบหลัก:** ปัจจัยส่วนบุคคล ไม่ได้ส่งผลต่อความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงาน แต่การยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และแรงจูงใจในการทำงาน มีผลเชิงบวก ต่อประสิทธิภาพการทำงาน

- **กลไกที่มีอิทธิพล:** ความต้องการอำนาจ และ ความต้องการความสำเร็จ เป็นแรงจูงใจที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อประสิทธิภาพการทำงาน ส่วนในการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) นั้น การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลสูงสุด

- **องค์ความรู้ใหม่:** การพัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากรในบริบทนี้ ไม่จำเป็นต้องอ้างอิงปัจจัยส่วนบุคคล แต่ควร มุ่งเน้นไปที่การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และการสร้างระบบแรงจูงใจภายใน

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

- **การยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI):** บริษัทควรเลือกใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ใช้งานง่าย ลดความซับซ้อนของขั้นตอนการทำงาน และควรมีการจัดอบรมเพื่อให้บุคลากรมั่นใจในการใช้ปัญญาประดิษฐ์
- **การสร้างแรงจูงใจ:** ควรมุ่งเน้นไปที่การสร้าง เส้นทางอาชีพ ที่ชัดเจน และให้โอกาสความก้าวหน้าในตำแหน่ง งาน เพื่อตอบสนองความต้องการด้านอำนาจและความสำเร็จของบุคลากร นอกจากนี้ ควรพัฒนาระบบจูงใจ เช่น การตั้งเป้าหมายที่ท้าทาย และมอบรางวัลตามผลงาน
- **การสื่อสารคุณค่าของปัญญาประดิษฐ์ (AI):** องค์กรควรเน้นย้ำว่า ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ช่วยเพิ่มคุณภาพงาน ลด ต้นทุน และเพิ่มความรวดเร็วในการทำงาน เพื่อให้บุคลากรเห็นประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

- ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ภาวะผู้นำ และ วัฒนธรรมองค์กร
- ควรพิจารณาใช้วิธีวิจัยแบบ ผสม (Mixed Method) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น
- ควรขยายขอบเขตการศึกษาเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น เช่น ธุรกิจการบิน หรือบริการสุขภาพ
- ควรศึกษา ผลกระทบระยะยาว ของการใช้ AI ต่อประสิทธิภาพและความพึงพอใจของบุคลากร

7. เอกสารอ้างอิง

กฤตภาสิน มิ่งโสภา. (2564). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน. *วารสาร วิทยาการจัดการ บริทัศน์,

23*(2), 209–222. [https://so03.tci-](https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msaru/article/view/254445) thaijo.org/index.php/msaru/article/view/254445

กฤตพล ณ พัทลุง, & ปิยะมาศ สือสวัสดิ์ฉนิษฐ์. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน

บริษัทเอกชนในจังหวัดสงขลา. *วารสาร โรจน์แก่นสารเคเคมี, 9*(1), 224–232. <https://so02.tci->

thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/267027

กิริชัญญา ของโพธิ์. (2565). บรรยากาสองคัครที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในยุคดิจิทัลของบุคลากร สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (ส่วนกลาง). (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร).

<https://so05.tcithaijo.org/index.php/DPUStuthiparithatJournal/article/view/267071>

จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์, & ปณิศา มีจินดา. (2566). บทบาทของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก. *RMUTT Global Business and Economics Review*.

<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/RMUTTGber/article/download/264322/178813/1061241>

จุฑาพร พรอินทร์. (2567). ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานและบรรยากาสองคัครที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร.

(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง)

กันทัช วรรณอนอม. (n.d.). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวและการวางแผนจัดรายการนำเที่ยว.

<https://www.car.chula.ac.th/display7.php?bib=1845734>

ชลธิชา ชีรวงศธร. (2565). การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลังของเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:305171

ททท. (2567, July 13). เร่งนำพลัง AI เพิ่มศักยภาพ “ท่องเที่ยว”. *Thai Travel Press*.

<https://www.thaitravelpress.com/2024/07/ai.html>

ทรงพล รวมีใหม่. (2565). การพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนผ่านเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน.

<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMSD/article/view/257784>

ทรงพล โคตัน. (2567). ปัจจัยด้านการทำงานเป็นทีมและปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกองปฏิบัติการดับเพลิงและกู้ภัยสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยกรุงเทพมหานคร.

(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

ธนาคารกสิกรไทย. (n.d.). 5 ประโยชน์ของระบบ AI กับการประยุกต์ใช้ในธุรกิจ. *Katalyst*.

<https://katalyst.kasikornbank.com/th/blog/Pages/5-benefits-of-ai-system-for-business.html>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). การเปลี่ยนแปลงภาคการท่องเที่ยวไทย กับก้าวต่อไปหลังเปิดประเทศ.

<https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/bot-magazine/Phrasiam-65-3/the-knowledge-65-3-3.html>

ธนภรณ์ พรรณราย. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์). <https://shorturl.at/bhnH4>

นฤมล ไทรตระกูล. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).

<https://ir.buu.ac.th/dspace/bitstream/1513/361/1/62930032.pdf>

นิตยา คลังเพชร. (2567). การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการตลาดดิจิทัล.

<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou/article/view/273997>

นิตยา ไชยสุระ. (2565). ปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการในโรงเรียนเอกชน
สังกัดสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดสกลนคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร).

https://gsmis.snru.ac.th/e-thesis/file_att1/2022101863421229107_fulltext.pdf

นิตยา ทวีชีพ. (2567). เทคโนโลยี AI กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างยั่งยืน.

<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc>

rmu/article/download/268914/181867/1158534

นิรภัย จันทร์สวัสดิ์. (2565). ประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness). *LinkedIn*.

<https://www.linkedin.com/newsletters/industrial-management-6879691079172661248/>

ปวีณนุช ภูกัน. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการศึกษา

โรงเรียนนวมินทราชูทิศ กรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์).

<https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Paweenuch.Phoo.pdf>

ภัทราพร บุญมั่น. (n.d.). ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขต
กรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร). <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sun17/6114070028.pdf>

ภัทรานิษฐ์ สุวรรณรัตน์. (2564). การศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงาน แรงจูงใจในการทำงาน และสภาพแวดล้อมการทำงาน
ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน กรณีศึกษา บริษัท ผลิตภัณฑ์โคมไฟเคมบริวเจอร์ในจังหวัดระยอง.
(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/5328/1/patranid_suwa.pdf

มานะ ศรีวิชัย. (2563). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติใน
จังหวัดสกลนคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร).

https://gsmis.snru.ac.th/e-thesis/file_att1/2021032260426423117_fulltext.pdf

วิภาลักษณ์ ดุจแสงทอง. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสำนักงานสาธารณสุข
เทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่).

<https://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/17545>

วิภัทร เลิศกูรวิงศ์. (2564). ปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยี ทักษะ และอิทธิพลทางสังคม ทำนายความตั้งใจในการใช้งาน
แอปพลิเคชันโรงพยาบาลภาครัฐ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:274867

ศุภรัตน์ กุลโชติ. (2566). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร สังกัดเทศบาลนครหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา. (รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).

<https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2016/18115/1/641052154326.pdf>

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (n.d.). Artificial intelligence (AI) ปัญญาประดิษฐ์ (เอไอ) <https://shorturl.at/cmhd9>

- สุปริญญ์ คุ่มถนอม. (2567). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และแรงจูงใจให้สัมฤทธิ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงคมนาคมแห่งหนึ่ง (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
<https://so05.tcithaijo.org/index.php/DPUSuthiparithatJournal/article/view/278449>
- สุปรีดา โกษาแสง, กฤษดา ผ่องพิทยา, & สมชาย เทพแสง. (2565). เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับการบริหารสถานศึกษาในยุค Digital Transformation. *วารสารบริหารการศึกษามศว, 19*(37).
<https://ejournals.swu.ac.th/index.php/EAJ/article/view/15478>
- สุทธิ พรหมเสนา. (2563). The Technology Acceptance Model — TAM (ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี) พื้นฐานที่ต้องรู้ในการบริการจัดการระบบสารสนเทศ. <https://shorturl.at/4NrKC>
- อนันต์ วรดิพงษ์, ปณิดา วรณพิรุณ, & ปรัชญนันท์ นิลสุข. (2561). การศึกษารูปแบบดิจิทัลเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาสำหรับการศึกษาระดับพื้นฐาน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยศิลปากร, 11*(2), 1204.
<https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-EJournal/article/download/141943/105105/>
- อภิสรดา คชรัฐแก้วฟ้า. (2566). การศึกษาผลกระทบจากการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ด้านความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานออฟฟิศในประเทศไทย. (สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล). <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/5260>
- อาทิตย์ ศรีบุญโรจน์. (2566). แรงจูงใจในการทำงาน ความพึงพอใจในงานที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงแรมห้าดาวริมแม่น้ำเจ้าพระยา ในเขตกรุงเทพมหานคร. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ). <https://shorturl.at/0aQU6>
- Abdelwahed, N. A. A., & Doghan, M. A. A. (2023). Developing employee productivity and performance through work engagement and organizational factors in an educational society. *Societies, 13*(3), 65.
<https://doi.org/10.3390/soc13030065>
- Bell, E. (2025, March 11). How AI is used in business. *Investopedia*.
<https://www.investopedia.com/how-ai-is-used-in-business-8611256>
- Brennen, A. (2025, January 13). Quality of work life and employee efficiency in public and private hospitals in Kenya. *Cogent Business & Management, 12*(1), Article 2492380.
<https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2492380>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dynamic Intelligence Asia. (2565). การประยุกต์ใช้ AI ปัญญาประดิษฐ์ที่เป็นตัวช่วยสำคัญในด้านอุตสาหกรรม. <https://www.dia.co.th/articles/ai-in-industry/>
- Dynamic Intelligence Asia. (2565). ปัญญาประดิษฐ์ (AI) คืออะไร หลักการทำงาน และการใช้ในอุตสาหกรรม. <https://www.dia.co.th/articles/what-is-artificial-intelligence/>
- George, D., & Mallery, P. (2014). *IBM SPSS Statistics 21 step by step: A simple guide and reference*. Pearson.
- Herzberg, F. (1979). *The managerial choice: To be efficient and to be human*. Dow Jones-Irwin.

- Inayat, W., & Khan, M. J. (2021). A study of job satisfaction and its effect on the performance of employees working in private sector organizations, Peshawar. **Education Research International, 2021**, Article 1751495. <https://doi.org/10.1155/2021/1751495>
- Khanachang, S. (2567). คัมภีร์สร้างองค์การและวัฒนธรรมองค์การแบบเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ **First Organization**. <https://shorturl.at/tVE7G>
- Ma, S. (2024, June 20). Enhancing tourists' satisfaction leveraging artificial intelligence in the tourism sector. **Pacific International Journal**.
- Manjeet, M., & Datta, P. (2024). The human energy crisis: Employee's performance and need for resilience. **International Journal of Business and Economic Development, 12*(2), 32–50.*
- MarketingOops. (2567, November 16). เจาะ ‘พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทย 2025’ การศึกษา จาก‘SiteMinder’. <https://www.marketingoops.com/reports/thai-tourist-2025/>
- Marketeer Team. (2568). คนไทยเชื่อ AI มากที่สุดในภูมิภาค เน้นบันเทิง แต่ปรับใช้กับงาน น้อย. **Marketeer Online**. <https://marketeeronline.co/archives/397539>
- Maslow, A. H. (1970). **Motivation and personality** (2nd ed.). Harper & Row.
- McClelland, D. C. (1951). **Personality**. William Sloane Associates. <https://archive.org/details/personality00mcclelland>
- McClelland, D. C. (1961). **The achieving society**. Van Nostrand.
- McClelland, D. C. (1985). Human motivation. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139878289>
- McKinsey & Company. (2024). Artificial intelligence in travel. <https://www.mckinsey.com/>
- McKinsey Digital. (2024). Digital transformation in tourism. <https://www.mckinsey.com/>
- McKinsey Insights. (2023). The future of tourism: Bridging the labor gap, enhancing customer experience. <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/future-of-tourism-bridging-the-labor-gap-enhancing-customer-experience>
- McKinsey Insights. (2024). What is the future of travel? <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-the-future-of-travel>
- Nolan, J. (2025, June 18). How AI and automation can improve worker productivity. **Millo**. <https://millo.co/how-ai-and-automation-can-improve-worker-productivity>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). **Psychometric theory** (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Nzimakwe, T. I., & Utete, R. (2024). Staff training and employee performance: Perspectives of the workplace. **International Journal of Business Ecosystem & Strategy, 6*(1), 80–86.* <https://dx.doi.org/10.36096/ijbes.v6i1.475>
- Petersen, E., & Plowman, E. G. (1941). **Business organization and management**. R.D. Irwin. <https://catalog.hathitrust.org/Record/006071628/Home>

- Petersen, E., & Plowman, E. G. (1948). *Business organization and management* (Rev. ed.). R.D. Irwin. <https://catalog.hathitrust.org/Record/001124311/Home>
- Petersen, E., & Plowman, E. G. (1953). *Business organization and management* (3rd ed.). R.D. Irwin. <https://catalog.hathitrust.org/Record/006601833/Home>
- Petersen, E., & Plowman, E. G. (1958). *Business organization and management* (4th ed.). R.D. Irwin. <https://catalog.hathitrust.org/Record/006111647/Home>
- Petersen, E. (1962). *Business organization and management* (5th ed.). R.D. Irwin. <https://catalog.hathitrust.org/Record/006716517/Home>
- Peterson, C. R., & Plowman, S. A. (1949). *Work efficiency of personnel*. McGraw-Hill.
- Plowman, E. G., & Peterson, M. J. (1989). *Elements of effective performance*. SAGE Publications.
- PowerGistics. (2022, September 28). 7 ways to use technology to improve workplace productivity. *PowerGistics*. <https://powergistics.com/blog/use-technology-to-improve-workplace-productivity/>
- Prachachat. (2567). ดร.ณภัทร ชีเอกชนไทย ยังดันตัวนำ AI มาใช้น้อย กระจุกตัวแคบบริษัท ใหญ่.*ประชาชาติธุรกิจ*. <https://www.prachachat.net/finance/news-1591884>
- Smith, B. (2025, January 10). How companies can leverage automation to drive efficiencies and boost employee satisfaction.*Forbes*. <https://www.forbes.com/councils/forbestechcouncil/2025/01/10/how-companies-can-leverage-automation-to-drive-efficiencies-and-boost-employee-satisfaction/>
- Sonnenberg, N. (2024, April 30). Saving seconds is better than hours. *TIME*. <https://time.com/6972307/saving-seconds-is-better-than-hours/>
- Tectroniq. (2024, August 26). The impact of technology on workplace efficiency and productivity. *Tectroniq*. <https://www.tectroniq.com/post/the-impact-of-technology-on-workplace-efficiency-and-productivity/>
- World Economic Forum. (2024). Artificial intelligence as a driving force for the economy and society. <https://www.weforum.org/events/world-economic-forum-annual-meeting-2024/themes/artificial-intelligence-as-a-driving-force-for-the-economy-and-society/>
- World Economic Forum. (2024). Industry applications of generative AI. <https://www.weforum.org/events/world-economic-forum-annual-meeting-2024/sessions/industry-applications-of-generative-ai/>
- World Economic Forum. (2024). The future of jobs report 2024. <https://www.weforum.org/>