

กลยุทธ์การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของ
พนักงานอสังหาริมทรัพย์



พรทิพย์ ที. พูนายน

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

กลยุทธ์การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์
ของพนักงานอสังหาริมทรัพย์

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 3 ธันวาคม พ.ศ. 2566

พททินท์ ที. พูนายน

นางสาวพรทิพย์ ที. พูนายน

ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุเทพ นิ่มสาย,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์กัญญาภัสส์ ปันจยี่สีห์,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

Visuddha. Natchnam,

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

สหรัตน์ อารีราษฎร์,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ เรื่อง กลยุทธ์การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานอสังหาริมทรัพย์ ฉบับนี้สำเร็จได้สำเร็จเป็นอย่างดีเยี่ยม เกิดจากคำชี้แนะของอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุเทพ นิ่มสาย ที่ชี้แนะแนวทางในการจัดทำ คั่นคว้า เรียบเรียง หาดูที่น่าสนใจให้งานวิจัย รวมถึงชี้แนะแนวทางในการพัฒนาตน ผลักดันให้กำลังใจ ให้เกิดความตั้งใจ ในการทำผลงานให้ออกมาสมบูรณ์ และขอขอบคุณผู้บริหาร และเพื่อนผู้ร่วมงาน ที่ให้ความร่วมมือ และเป็นแหล่งข้อมูลที่กระจายไปยังเครือข่าย ที่สามารถทำให้เก็บตัวอย่างและเกิดเป็นผลงานชิ้นนี้ เชื่อว่าข้อมูลที่ได้รับจากผลงานฉบับนี้จะได้เป็นประโยชน์กับผู้บริหารในบริษัทอสังหาริมทรัพย์ ที่จะนำไปพัฒนาบุคลากรและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ต่อไป

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้การอบรมในระดับปริญญาโท จากความรู้ที่ได้รับทั้งหลักสูตรนี้ ล้วนมีประโยชน์และสามารถนำมาต่อยอดต่อตนเอง ทั้งเรื่องการทำงาน และชีวิตส่วนตัว เชื่อว่าจะเป็นความรู้ที่ติดตัวที่จะพัฒนาตนเองให้เกิดความก้าวหน้ายิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ ขอขอบคุณครอบครัวและบริษัทที่ทำงานที่พร้อมให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจในการเรียนและจัดทำผลงานชิ้นนี้

สุดท้ายนี้งานวิจัยหัวข้อที่ผู้เขียนตั้งใจจัดทำขึ้นฉบับนี้ จะเป็นข้อมูลที่ทำให้เกิดการเข้าใจ และชี้แนะแนวทาง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดในการวางแผนกลยุทธ์การรับมือเทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในองค์กรอสังหาริมทรัพย์ เพื่อพัฒนาบุคลากร และองค์กรให้เกิดการรับรู้ และใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) นำไปเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานและเกิดประสิทธิผลที่ดียิ่งขึ้นให้กับบริษัทต่อไป

พรทิพย์ ที. พูนายัน

กลยุทธ์การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของ
พนักงานอสังหาริมทรัพย์

STRATEGY FOR PREPARING EMPLOYEES FOR THE TRANSITION TO ARTIFICIAL
INTELLIGENCE TECHNOLOGY IN REAL ESTATE

พรทิพย์ ที. พูนายัน 6550078

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุเทพ นุ่มสาย, Ph.D., รองศาสตราจารย์
กัญญาภัคส์ ปันจัยสิทธิ์, Ph.D., สหรัตน์ อารีราษฎร์, Ph.D.

บทคัดย่อ

ในการศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพนักงานอสังหาริมทรัพย์
เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อใช้ในการทำงาน 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของ
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อใช้ในการทำงาน และ 3) เพื่อศึกษา
ปัญหาและอุปสรรคต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อใช้ในการทำงาน เป็นการวิจัยเชิง
ปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานทุก
ระดับงานในบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 180 คน ใช้สถิติทำการวิเคราะห์
ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า 1) การรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์
ของปัญญาประดิษฐ์ในงานอสังหาริมทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 2) การรับรู้การใช้งาน
ง่าย และการรับรู้ประโยชน์ในการใช้มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ในงาน
อสังหาริมทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3) ทัศนคติการใช้งานมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม
ตั้งใจนำไปใช้ปัญญาประดิษฐ์ในงานอสังหาริมทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : ปัญญาประดิษฐ์ / การยอมรับเทคโนโลยี / อสังหาริมทรัพย์

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	4
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	4
1.4 กรอบแนวคิดและแนวทางการศึกษา	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.6 สมมติฐานงานวิจัย	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์	7
2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการรับรู้	11
2.3 แนวคิดและแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)	12
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องการเตรียมความพร้อม	16
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	20
3.1 วิธีการศึกษา	20
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	20
3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	21
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	21
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	22
3.6 การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	24
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
4.2 พฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในงานอสังหาริมทรัพย์	26
4.3 การวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานในบริษัทอสังหาริมทรัพย์	30
4.4 การทดสอบสมมติฐาน	33
บทที่ 5 การอภิปรายผลการวิจัย	38
5.1 สรุปผล	38
5.2 อภิปรายผล	39
5.3 ข้อเสนอแนะ	41
บรรณานุกรม	45
ภาคผนวก	49
ภาคผนวก ก แบบสอบถามสำหรับการเก็บข้อมูล	50
ประวัติผู้วิจัย	56

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
4.1	จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป	24
4.2	สายงานในอสังหาริมทรัพย์ที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน	26
4.3	การใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)	27
4.4.	ลักษณะการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)	28
4.5	ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)	28
4.6	ข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในสายงานอสังหาริมทรัพย์	29
4.7	เหตุผลไม่ลองใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)	29
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ประโยชน์	30
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	31
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการใช้	31
4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้	32
4.12	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การใช้งานง่ายกับการรับรู้ประโยชน์	33
4.13	การวิเคราะห์การรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์	33
4.14	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การใช้งานง่ายและการรับรู้ประโยชน์กับทัศนคติการใช้งาน	34
4.15	การวิเคราะห์การรับรู้การใช้งานง่ายและการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติการใช้งาน	35
4.16	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการใช้งานกับพฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้	36
4.17	การวิเคราะห์ทัศนคติต่อการใช้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้	37

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพ		หน้า
1.	ตัวอย่างบทบทเทคโนโลยี AI ต่อการส่งเสริมศักยภาพของภาคธุรกิจอุตสาหกรรม	1
2.	กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย	5
3.	ระยะเวลาของการพัฒนาเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)	10
4.	แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)	12
5.	แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี 2 (Technology Acceptance Model : TAM2)	14
6.	แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี 3 (Technology Acceptance Model : TAM3)	15



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบัน โลกเรานั้นไม่สามารถปฏิเสธได้เลยว่าเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ นั้นเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเราไปทั้งสิ้น เป็นสิ่งที่สร้างการเปลี่ยนแปลงและจะเป็นกุญแจสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและความอยู่รอดทางธุรกิจในอนาคต โดยการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในมิติต่าง ๆ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2559) และยิ่งในปัจจุบันที่เทคโนโลยีถูกพัฒนาเข้าสู่ยุคที่เรียกว่า ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) หรือเรียกชื่อย่อว่า AI ถือเป็นเทคโนโลยีที่สร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับสังคมในทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาคของธุรกิจ อุตสาหกรรม หน่วยงานรัฐ และความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันของคนในสังคม เพราะ AI ถือเป็นเทคโนโลยีที่มีความสามารถคล้ายกับสมองของมนุษย์ ที่สามารถเลียนแบบความสามารถของมนุษย์ที่ซับซ้อนได้ เช่น จดจำ แยกแยะ ให้เหตุผล ตัดสินใจ คาดการณ์ สื่อสารกับมนุษย์ ในบางกรณีอาจไปถึงขั้นเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง จึงทำหน้าที่แทนคน และ/หรือทำงานร่วมกับคน ได้ดีและมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ในระยะเวลาที่สั้น ซึ่งขึ้นอยู่กับงานนั้นๆ ดังจะเห็นได้จากภาพด้านล่างที่แสดงถึงตัวอย่างการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI ในภาคธุรกิจ ในต่างอุตสาหกรรม (สาวทช)

ตัวอย่าง บทบาทเทคโนโลยี AI

ต่อการส่งเสริมศักยภาพของภาคธุรกิจอุตสาหกรรม



1. อุตสาหกรรมบริการให้บริการทางการแพทย์
 - การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวินิจฉัยโรค
 - การตรวจรับโรครายภาค
 - การวินิจฉัยด้วยภาพ เช่น การฉายรังสี



5. อุตสาหกรรมเทคโนโลยีการสื่อสารและบันเทิง
 - การจัดเก็บสื่อ และการค้นหาข้อมูล
 - การสร้าง content การตลาด
 - การตลาดและการโฆษณาส่วนบุคคล



2. อุตสาหกรรมยานยนต์
 - รถยนต์ขับเคลื่อนอัตโนมัติ
 - รถยนต์อัจฉริยะ และผู้ช่วยขับ
 - การซ่อมแซมและรักษารถยนต์ด้วยระบบอัตโนมัติ



6. อุตสาหกรรมค้าปลีก
 - การออกแบบ และการผลิตเฉพาะบุคคล
 - การจัดการห่วงโซ่อุปทานของลูกค้า
 - การจัดการโลจิสติกส์ และการจัดส่งสินค้า



3. อุตสาหกรรมการบิน
 - การวางแผนการบินเฉพาะบุคคล
 - การตรวจรับการโฉบและการพ่วงบิน
 - การทำธุรกรรมโดยอัตโนมัติ



7. อุตสาหกรรมพลังงาน
 - มิเตอร์ไฟฟ้าอัจฉริยะ และข้อมูลแบบ real-time
 - Grid operation และ storage ที่มีประสิทธิภาพ
 - การซ่อมบำรุงโครงสร้างพื้นฐานที่สามารถคาดการณ์ได้



4. อุตสาหกรรมขนส่งและโลจิสติกส์
 - ระบบบรรจุกล่องและขนส่งอัตโนมัติ
 - การควบคุมการจราจรและลดปัญหาการติดขัด
 - การเพิ่มความปลอดภัยในอุตสาหกรรม



8. อุตสาหกรรมการผลิต
 - การปรับปรุงการตรวจสอบระบบ และการแก้ไขจุดผิดพลาดโดยอัตโนมัติ
 - การเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานและการผลิต

ภาพที่ 1 ตัวอย่างบทบาทเทคโนโลยี AI ต่อการส่งเสริมศักยภาพของภาคธุรกิจอุตสาหกรรม, ที่มา Addventures by SCG (2564)

ดังนั้นในประเทศชั้นนำจึงให้ความสำคัญที่จะพัฒนาเทคโนโลยี AI ให้ได้อย่างรวดเร็ว และสามารถประยุกต์ใช้ในบริบทที่หลากหลายเพื่อสร้างความได้เปรียบในหลายมิติ และเพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขันของประเทศ อาทิเช่น การลดต้นทุน และค่าใช้จ่าย, การยกระดับคุณภาพชีวิต, ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เพิ่มศักยภาพด้านผลผลิต เป็นต้น ดังเช่น รัฐบาลประเทศจีน มีแผนยุทธศาสตร์ ผลักดันประเทศจีนไปสู่การเป็นผู้นำด้าน AI ภายในปี 2030 โดยได้ทำความร่วมมือกับ Giant Tech Companies รวมถึงรัฐบาลประเทศญี่ปุ่น ได้มีการออกนโยบายสังคม 5.0 ของญี่ปุ่น เป็นการนำระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ หรือ Big Data มาใช้ร่วมกับหุ่นยนต์ สำหรับประเทศไทยนั้น ได้มีการวางแผนแม่บทปัญญาประดิษฐ์แห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (พ.ศ. 2564-2570) ขึ้นด้วยเช่นกัน (สวทช)

นอกจากนี้ ในภาพขององค์กร หลายองค์กรธุรกิจในปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานในองค์กรอย่างเป็นระบบมากขึ้น เช่น การรวบรวมและประมวลข้อมูลธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าที่มีอยู่มหาศาลเพื่อประเมินการปล่อยสินเชื่อที่เหมาะสมให้แก่ลูกค้า ในแต่ละรายของสถาบันการเงิน และการใช้หุ่นยนต์ในการให้บริการข้อมูลแก่ลูกค้าเพื่อทดแทนพนักงานบริการข้อมูลลูกค้า (Call Center) ของบริษัทเกี่ยวกับการให้บริการเครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น

แม้ว่าเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ไม่อาจสามารถทดแทนแรงงานมนุษย์ได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากแรงงานมนุษย์นั้นมีคุณสมบัติที่ดีกว่า อันได้แก่ คุณสมบัติด้านการใช้ทักษะทางสังคม คุณสมบัติด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และคุณสมบัติด้านการใช้ทักษะทางอารมณ์ (สุกชัย ศรีสุชาติ, 2561; สาคร กล้าหาญ และชชา ศัยกุล, 2563) แต่การเตรียมความพร้อมขององค์กรที่สร้างให้บุคลากรมีการรับรู้ เรียนรู้ และปรับตัว และนำจุดแข็งของแรงงานมนุษย์และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้ร่วมกันเพื่ออุดช่องว่างที่เป็นจุดอ่อน และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานอย่างเหมาะสม จะทำให้การดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพนำไปสู่ประโยชน์เชิงการแข่งขัน หรือรักษาผลประโยชน์ให้แก่องค์กรเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ บุคลากรวัยทำงานจึงจำเป็นต้องเตรียมตัวให้พร้อมและมีการปรับตัวโดยการเพิ่มทักษะดังกล่าว ดังที่ The Future of Jobs Report 2018 ของ World Economic Forum ได้ระบุว่าภายในปี ค.ศ. 2022 ร้อยละ 54 ของแรงงานทั้งหมดต้องได้รับการพัฒนาทักษะ ทั้งการเพิ่มทักษะ (reskill) และทักษะปัจจุบัน (upskill) เพื่อให้สามารถทำงาน ร่วมกับหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติได้ หากต้องการอยู่ในตลาดแรงงานต่อไป (WorldEconomic Forum, 2018) เป็นการเพิ่มศักยภาพทุนมนุษย์ผ่านการพัฒนาระดับทักษะแรงงานที่เน้นการเรียนรู้ตลอดชีวิตอีกด้วย (บุหงา ชัยสุวรรณ; พรรณพิลาส กุลฉิลิก; ชัชญา สกฤณา, 2565)

สำหรับอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์การนำเทคโนโลยี AI นั้นสามารถพัฒนาเข้ามาช่วยในงานก่อสร้าง แบบ End-to-End solutions เช่น การวิเคราะห์ วางแผน สํารวจโครงสร้างต่างๆ ก่อนก่อสร้าง เพื่อให้สามารถก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประหยัดต้นทุน รวมไปถึงติดตามสถานะระหว่างก่อสร้าง และหลังก่อสร้าง เพื่อให้บริการลูกค้า ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งการพัฒนาก็ยังไม่มีที่สิ้นสุด

สำหรับอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์การนำเทคโนโลยี AI นั้นสามารถพัฒนาเข้ามาช่วยในการบวนการต่างๆของอุตสาหกรรม ตั้งแต่การก่อสร้าง จนไปถึงการส่งมอบให้ลูกค้า

ด้านงานก่อสร้าง แบบ End-to-End solutions ที่สามารถช่วย การวิเคราะห์ วางแผน สํารวจโครงสร้างต่างๆ ก่อนก่อสร้าง เพื่อให้สามารถก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประหยัดต้นทุน รวมไปถึงติดตามสถานะระหว่างก่อสร้าง และหลังก่อสร้าง

ด้านการตลาดที่ทาง AI สามารถเรียนรู้และเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ตรงขึ้น ไม่เสียต้นทุนในการลงสื่อโฆษณา

ด้านการบริหารโครงการ สามารถพัฒนาเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และหุ่นยนต์ (AI & Robotics) เข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพในการบริหารจัดการทรัพย์สิน อาคารและสถานที่มากขึ้นเช่น การผสมผสานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เข้ากับกล้องวงจรปิด (AI-CCTV) ทำให้กล้องวงจรปิดสามารถเรียนรู้สิ่งต่างๆ (Machine Learning – ML) และพัฒนาการทำงานให้ดีขึ้นได้ด้วยตัวเองจากข้อมูลและสภาพแวดล้อมที่ได้รับ ทั้งการเฝ้าสังเกต จดจำ เฝ้าระวัง การตรวจตราทรัพย์สิน อาคาร สถานที่ ยานพาหนะ ซึ่งจะช่วยยกระดับการดูแลรักษาความปลอดภัยให้เข้มงวดและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถพัฒนาไปถึงการเฝ้าระวังด้วยระบบหุ่นยนต์ (Ground Robotic Surveillance) ซึ่งเป็นการผสมผสานเทคโนโลยีหุ่นยนต์ ปัญญาประดิษฐ์ และแพลตฟอร์มเข้าด้วยกัน เพื่อช่วยสนับสนุนงานด้านการเฝ้าระวังและรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ที่ EnCo ดูแล สามารถตรวจจับวัตถุและบุคคลต้องสงสัย พร้อมทั้งแจ้งเตือนมายังเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องได้ทันทีที่ตรวจพบ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญมากที่ทางพนักงานบริษัทอสังหาริมทรัพย์นั้นควรได้รับการเรียนรู้และมีการเตรียมพร้อม เพื่อทำงานร่วมกับเทคโนโลยี AI เพื่อทำให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงการต่อยอดไปถึงการพัฒนาสินค้าในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์

และจากการศึกษางานวิจัยต่างๆ พบว่าการวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมของพนักงานต่อเทคโนโลยี AI นั้นมีการศึกษาไม่มากนัก ซึ่งการวิจัยที่พบอย่างเช่น การเตรียมความพร้อมของพนักงานโรงแรมในกรุงเทพมหานคร (ปาริฉัตร วิชฎากรณ์กุล (2563)) พบว่าการรับรู้และการยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานโรงแรมในกรุงเทพมหานครในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ส่งผลไปถึงการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับ

การเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน และการวิจัย เรื่อง การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อความพร้อมรับมือในการเข้ามาแทนที่ของปัญญาประดิษฐ์กลุ่มจักรกลอัตโนมัติของพนักงานบริษัท เอกชน (เพ็ญพรรณ วันเพ็ญ (2561) พบว่าพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่มีลักษณะส่วนบุคคล แตกต่างกัน ความพร้อมรับมือในการเข้ามาแทนที่ของปัญญาประดิษฐ์กลุ่มจักรกลอัตโนมัติของพนักงานบริษัท เอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาจึงแตกต่างกัน และการรับรู้ มีความสัมพันธ์กับความพร้อมรับมือในการเข้ามาแทนที่ของปัญญาประดิษฐ์กลุ่มจักรกลอัตโนมัติของพนักงานบริษัท เอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางและไปในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาถึงการรับรู้และยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และเกิดการตระหนักถึงการเตรียมพร้อมของพนักงาน อสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย เพื่อองค์กรสามารถนำมาวางกลยุทธ์ในการนำเทคโนโลยี AI มาใช้กับองค์กรเพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างคนและเทคโนโลยี AI นำไปสู่การทำงานที่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กรในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- ศึกษามุมมองต่อการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในงานด้านอสังหาริมทรัพย์
- ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์
- ศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

ในการศึกษารั้ครั้งนี้ เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อม การรับรู้ และการยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.3.1 ด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นที่จะศึกษาการถึงปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจาก ข้อมูล 2 ส่วน ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลทุติยภูมิ โดยศึกษาทบทวน

วรรณกรรมที่เกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และข้อมูลปฐมภูมิโดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaires)

1.3.2 ด้านพื้นที่ศึกษาและกลุ่มเป้าหมาย

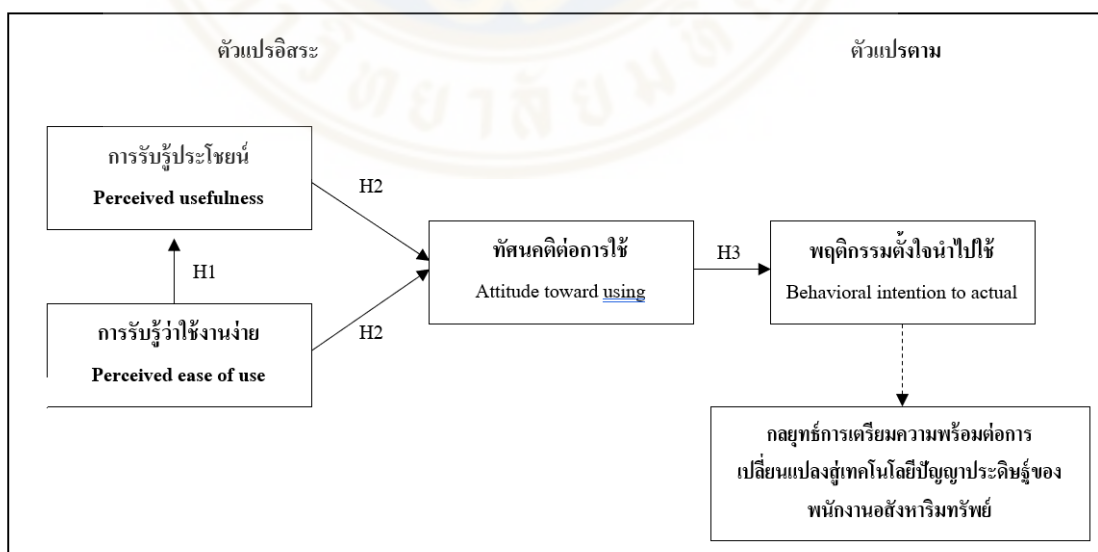
- 1) พื้นที่ศึกษา คือ บริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร
- 2) กลุ่มเป้าหมายคือ พนักงานทุกระดับงาน ในทุกสายงาน ในบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย รวมเป็นจำนวน 100 คน

1.3.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาดำเนินการศึกษาและเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนสิงหาคม จนถึงเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2566 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 4 เดือน

1.4 กรอบแนวคิดและแนวทางการศึกษา

จากการศึกษาทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) จึงนำมาประยุกต์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย เรื่องกลยุทธ์การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานอสังหาริมทรัพย์ ในกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่อิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการปฏิบัติงานของพนักงานอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร
- 2) นำข้อมูลที่ได้การวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ให้กับพนักงานอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร
- 3) ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาจะเป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพของการทำงาน of พนักงานอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานครให้เกิดประสิทธิผลมากขึ้น

1.6 สมมติฐานงานวิจัย

จากการศึกษาภาพกว้างของที่มา รวมถึงแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เชื่อมโยง นำมาสู่การตั้งสมมติฐานสำหรับงานวิจัยการเตรียมความพร้อมต่อเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานอสังหาริมทรัพย์ โดยมีสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H 1) การรับรู้ว่ายางานง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์

สมมติฐานที่ 2 (H 2) การรับรู้ว่ายางานง่าย และการรับรู้ว่ามีประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติการใช้งาน

สมมติฐานที่ 3 (H 3) ทัศนคติการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร สามารถอธิบายแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ตามรายการ ดังนี้

- 2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
- 2.3 แนวคิดและแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีการเตรียมความพร้อม
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

2.1.1 ความหมายและความเป็นมาของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

ในปี 1956 ศาสตราจารย์ John McCarthy ให้คำนิยาม ปัญญาประดิษฐ์ หรือ artificial intelligence (AI) เป็นครั้งแรกไว้ว่า “เป็นศาสตร์ทางด้านวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์ในการสร้างความฉลาดให้กับเครื่องจักร เป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยการสร้างความฉลาดให้กับเครื่องจักร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อให้สามารถคำนวณ คิดหาเหตุผล มีการเรียนรู้ได้เสมือนกับสมองของมนุษย์ และตอบสนองต่อสถานการณ์ต่างๆ ได้ ทั้งนี้เพื่อช่วยให้ระบบคอมพิวเตอร์สามารถทำงานแทนมนุษย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งต่อมานักวิจัยทางด้านปัญญาประดิษฐ์ช่วงแรกๆ นั้น นักวิจัยได้พัฒนาระเบียบวิธีการที่ลอกเลียนมาจากการแก้ไขปัญหามาเป็นขั้นตอนของมนุษย์ โดยช่วงปลายทศวรรษที่ 1980 และในช่วง 1990 นักวิจัยทางระบบปัญญาประดิษฐ์ก็ได้ประสบความสำเร็จในการพัฒนาระเบียบแนวคิดของระบบสำหรับใช้กับกลุ่มข้อมูลที่มีความไม่แน่นอนและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานทางด้านสถิติและหลักเศรษฐศาสตร์ (ณัฐ อรุณ, 2553)

ในปัจจุบันนักวิจัยและนักพัฒนาได้ใช้ศาสตร์ทางด้านปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ในด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาเกมคอมพิวเตอร์ ที่สามารถคำนวณและมีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมในเกมได้โดยอัตโนมัติ โดยที่ไม่ต้องกำหนดบทบาทที่ตายตัวอีกต่อไป อีกทั้งในเรื่องของวิทยาการหุ่นยนต์ที่มีการพัฒนาระบบให้ใกล้เคียงกับมนุษย์และสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์ได้ ตัวอย่างเช่น หุ่นยนต์ Asimo ของบริษัท ฮอนด้า (ณัฐ อรุณ, 2553)

Facebook เป็นอีกหนึ่ง Platform ที่นำเอาปัญญาประดิษฐ์ไปใช้ในภาคธุรกิจ จากบทความของ Karissa Bell ได้เขียนลงในเว็บไซต์ mashable.com และถอดข้อความภาษาไทยโดย iamemark ark ใจความว่า Facebook กำลังใช้ AI Project ที่มีความฉลาดและเข้าใจคำของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งมันสามารถตีความหมายของโพสต์กว่าพันข้อความภายในระยะเวลา 1 วินาที ซึ่งแม่นยำเหมือนกับมนุษย์ โดย Facebook ได้ใช้ AI หรือที่เรียกว่า DeepText เป็นตัวเรียนรู้ข้อความหรือประโยคต่างๆ จากผู้ใช้งานว่าพันล้านคำต่อวัน จึงทำให้มีเสถียรภาพสูง

ต่อมาประเทศจีนก็มีเปิดตัว ผู้ประกาศข่าว AI คนแรกของโลก หนูนางงานข่าว 24 ชั่วโมง โดยให้เหตุผลว่า AI สามารถทำงานได้ตลอด 24 ชั่วโมงซึ่งเหมาะสำหรับการติดตามและรายงานข่าวด่วนหรือฉุกเฉินซึ่งถือว่าการช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านการผลิตได้มากในอุตสาหกรรมสื่อ (สุพล พรหมมาพันธุ์, สิริรัตน์ มัชฌิมาดิลก, ปรีชา ตั้งเกรียงกิจ, 2018)

และสำหรับการประยุกต์ใช้ในองค์กรนั้น มีองค์กรหลายๆแห่งให้ความสำคัญกับการศึกษาเรื่องของปัญญาประดิษฐ์กันมากขึ้น โดยปัญญาประดิษฐ์นั้นมีความสำคัญกับองค์กรในด้านการเก็บข้อมูลที่มีลักษณะคล้ายกับเป็นหน่วยความจำขององค์กร สามารถหาคำตอบปรึกษาได้ทุกเวลา และสิ่งที่ระบบปัญญาประดิษฐ์มีประโยชน์ที่แตกต่างจากมนุษย์คือ กลไกที่ไม่นำความรู้สึก ความเหนื่อยล้า หรือ ความกังวลเข้ามาเป็นองค์ประกอบ อีกทั้งยังทำงานในส่วนที่เป็นงานที่มีความเป็นหรือเป็นงานที่น่าเบื่อหน่ายสำหรับมนุษย์ และยังช่วยเพิ่มความสามารถในฐานความรู้ขององค์กร ด้วยการใช้การเสนอแก้ปัญหาสำหรับงานเฉพาะด้าน ที่มีความซับซ้อนเกินไปสำหรับมนุษย์ (ณัฐ อรุณ, 2018)

ปัญญาประดิษฐ์ หรือ artificial intelligence (AI) หมายถึง ระบบประมวลผลที่มีต้นแบบมาจากโครงข่ายประสาทของมนุษย์ สามารถเรียนรู้และเพิ่มประสิทธิภาพการประมวลผลได้ตามจำนวนข้อมูลที่เพิ่มขึ้นผ่านกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองซึ่งสามารถจดจำ คิววิเคราะห์ เรียนรู้และเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆ ที่ซับซ้อนได้อย่างรวดเร็ว (deep learning) เสมือนระบบสมองของมนุษย์ จึงอาจเรียกได้ว่า “สมองกลอัจฉริยะ” (ขวัญชนก พุทธจันทร์ (2563)

2.1.2 ระดับตามความสามารถหรือความฉลาดของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

สมาคมโปรแกรมเมอร์ไทย, 2018 สรุประดับตามความสามารถหรือความฉลาดของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์แบ่งเป็น 3 ระดับ

1) ปัญญาประดิษฐ์เชิงแคบ (Narrow AI) หรือ ปัญญาประดิษฐ์แบบอ่อน (Weak AI) : คือ AI ที่มีความสามารถเฉพาะทางได้ดีกว่ามนุษย์(เป็นที่มาของคำว่า Narrow(แคบ) ก็คือ AI ที่เก่งในเรื่องแคบๆหรือเรื่องเฉพาะทางนั่นเอง) อาทิ เช่น AI ที่ช่วยในการผ่าตัด(AI-assisted robotic surgery) ที่อาจจะเชี่ยวชาญเรื่องการผ่าตัดว่าคุณหมออยู่ปัจจุบัน แต่แน่นอนว่า AIตัวนี้ไม่สามารถที่จะทำอาหาร ร้องเพลง หรือทำสิ่งอื่นที่นอกเหนือจากการผ่าตัดได้นั่นเอง ซึ่งผลงานวิจัยด้าน AI ณ ปัจจุบัน ยังอยู่ที่ระดับนี้ เช่น Siri ของ Apple พวกนี้ก็คือ Weak AI ทั้งสิ้น ทุกสิ่งที่มีมันทำหรือแก้ปัญหา คือสิ่งที่มันเรียนรู้มาเพื่อตอบสนองไปตามอัลกอริทึมของระบบ

2) ปัญญาประดิษฐ์ทั่วไป (General AI) : คือ AI ที่มีความสามารถระดับเดียวกับมนุษย์ สามารถทำทุกอย่างที่มนุษย์ทำได้และได้ประสิทธิภาพที่ใกล้เคียงกับมนุษย์

3) ปัญญาประดิษฐ์แบบเข้ม (Strong AI) : คือ AI ที่มีความสามารถเหนือมนุษย์ในหลายๆด้าน

2.1.3 ระดับตามความสามารถหรือความฉลาดของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

บทความจากเว็บไซต์ Thaiware (2021) ได้กล่าวว่าคนมักจะได้ยิน คำว่า Machine Learning หรือ Deep Learning เมื่อพูดถึง AI ทำให้หลายคนสงสัยว่ามันต่างกันหรือเกี่ยวข้องกันอย่างไร โดยแท้จริง 2 เทคโนโลยีนี้เป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยี AI นั่นเอง เป็นเทคโนโลยีที่ใช้สร้างความฉลาดให้ AI ได้เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ เพื่อจดจำไว้เหมือนกับสมอง

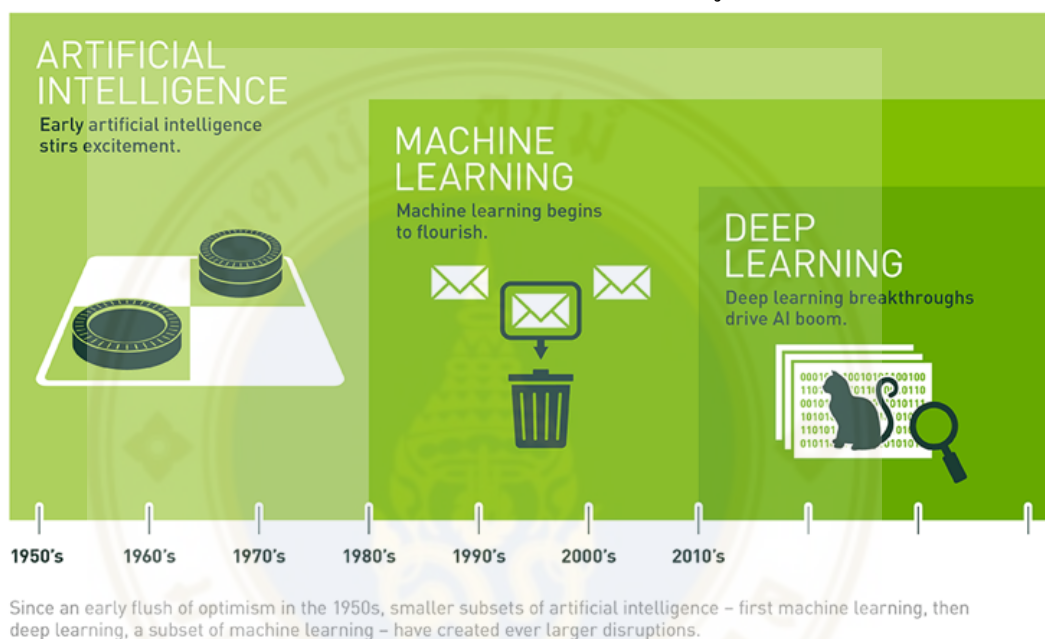
ซึ่งความแตกต่างของทั้ง 2 ประเภท สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1) Machine Learning - มีอัลกอริทึมในการเรียนรู้ด้วยวิธีการแบ่งหมวดหมู่ลักษณะเด่นของข้อมูล เพื่อใช้จำแนกและตัดสินใจ สิ่งแรกที่ต้องทำเมื่อใช้ Machine Learning ในการสร้าง AI คือมนุษย์ต้องสร้างโมเดลปัญหาก่อนขึ้นมาก่อนหนึ่งอย่าง เช่น หากอยากให้ AI จำแนกรถยนต์ได้ สิ่งที่ต้องทำคือการกระตุ้น และนำป้อนข้อมูลจำนวนมาก ทำให้ AI ได้รู้จักกับรถยนต์ ก็คือการฝึกให้ AI เรียนรู้

2) Deep Learning มีอัลกอริทึมที่ซับซ้อน เรียกว่า โครงข่ายประสาทเทียม (Neural Network) ซึ่งเทียบได้กับสมองของมนุษย์มากที่สุด ข้อได้เปรียบของการใช้ Deep Learning คือการเรียนรู้ของมันไม่ต้องมีแบบแผนหรือหมวดหมู่ที่ครอง ไม่ต้องสร้างการกระตุ้นใด ๆ มนุษย์แค่โยนรูปรถยนต์ลงไปให้มากที่สุด มันจะทำการตรวจสอบและแยกแยะรายละเอียดของรถด้วยตัวเอง เพื่อ

หาลักษณะเด่นเชิงลึก สามารถเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกันได้และประมวลออกมาเป็นคำตอบที่มั่นคงการณ์ได้ เราแค่ตรวจสอบว่ามันผิดหรือถูก ถ้าเราบอกผิด AI จะพยายามปรับและเรียนรู้ใหม่เพื่อให้ได้คำตอบที่แม่นยำที่สุด

เทคโนโลยี AI ส่วนใหญ่ที่เราพบเห็น มักเกิดขึ้นจากการเรียนรู้แบบ Machine Learning แต่ปัจจุบันการพัฒนาแบบ Deep Learning ก็เริ่มมีบทบาทมากขึ้นเราจะเห็นได้จากความสามารถของ AI ไม่ว่าจะเป็นระบบจดจำใบหน้า, การจำแนกเสียงคนใช้งานของ Siri นั่นก็เพราะส่วนหนึ่งมาจากเทคโนโลยี Deep Learning ที่ทำให้ AI มีประสิทธิภาพในการเรียนรู้ได้ลึกกว่าเดิม



ภาพที่ 3 ระยะเวลาของการพัฒนาเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)

ที่มา: สมาคมโปรแกรมเมอร์ไทย (2561)

จากการศึกษาถึงความรู้ ความเป็นมาของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์นั้นจึงสังเกตเห็นว่า การพัฒนาของ AI นั้นจะพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ จากในอดีตที่เราไม่คาดการณ์ว่าปัญญาประดิษฐ์นั้นสามารถโต้ตอบเราได้ถึงขนาดนี้ ดังนั้นการที่ AI นั้นจะมาทำหน้าที่ทดแทนมนุษย์ก็มีความเป็นไปได้ แต่ถึงกระนั้นการที่เรา รู้จักที่จะนำประโยชน์ของ AI มาประยุกต์ใช้กับสิ่งต่างๆ ที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีขึ้น ความสะดวกที่มากขึ้น และความเหน็ดเหนื่อยที่น้อยลง ก็ถือได้ว่า AI นั้นก็เป็นตัวช่วยที่ดีสำหรับมนุษย์ แต่มนุษย์นั้นก็ต้องเรียนรู้กับสิ่งนี้ด้วยเช่นกัน

2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมใดๆ จะขึ้นอยู่กับ การรับรู้จากสภาพแวดล้อม ของตน และความสามารถในการแปลความหมายของสภาพนั้นๆ ดังนั้น การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้ และสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจัยการรับรู้ประกอบด้วยประสาทสัมผัส และปัจจัยทางจิต คือความรู้เดิม ความต้องการ และเจตคติเป็นต้น การรับรู้จะประกอบด้วยกระบวนการสามด้าน คือการรับสัมผัสการแปลความหมายและอารมณ์

การเกิดการรับรู้ เราต้องศึกษาว่า การรับรู้เกิดได้โดยมีองค์ประกอบอย่างไรบ้างโดยลักษณะ สตรีวัฒน์ (2549: 50) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคลว่ามีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1) ความตั้งใจ (Attention) คือ การเอาใจใส่ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังนั้นการรับรู้จะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยได้จำแนกสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของคนไว้ดังต่อไปนี้

1.1) สิ่งเร้าภายนอก คุณสมบัติของสิ่งเร้าภายนอกที่ดึงดูดความตั้งใจหรือความสนใจ คือสิ่งของที่มีขนาดใหญ่ ระดับความเข้มหรือความหนักเบาของสิ่งเร้า การกระทำซ้ำ ๆ การเคลื่อนที่ หรือการเปลี่ยนระดับการเคลื่อนย้ายไปมา

1.2) สิ่งเร้าภายใน ได้แก่ ความสนใจ ความต้องการ หรือความหวัง ยังแบ่งเป็น 2 ประเภทได้อีกคือ

1.2.1) ความสนใจชั่วขณะ (Momentary Interest) ได้แก่ ความสนใจที่มีอยู่ขณะนั้น ๆ

1.2.2) ความสนใจที่ติดเป็นนิสัย (Habitual Interest) ได้แก่ ความสนใจเดิมที่บุคคลคิดเป็นนิสัย คนที่มีความพร้อมที่จะเลือกสนใจสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามความสนใจเดิมของตน

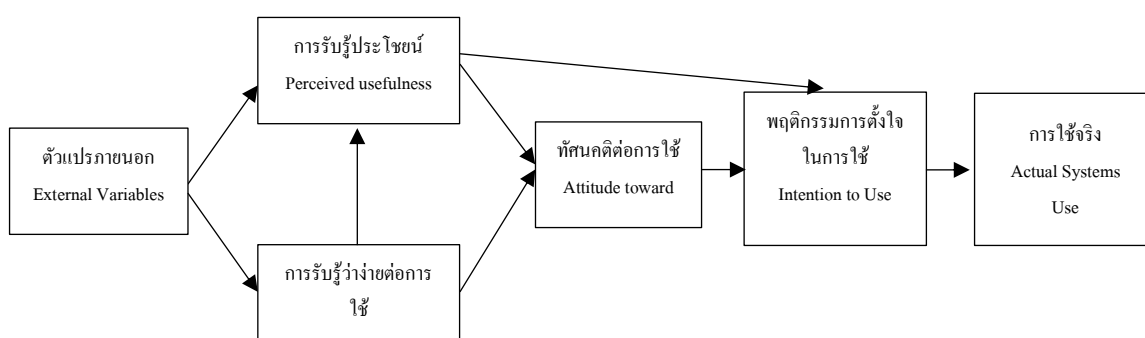
2) การเตรียมความพร้อมที่จะรับ (Preparatory Set) หมายถึง สภาพของจิตใจที่สงบและแน่วแน่ในสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพียงสิ่งเดียว การรับรู้พร้อมที่จะเกิดขึ้นได้

3) ความต้องการ หมายถึง สภาพจิตใจที่อยากได้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง เมื่อเป็นความอยากได้ การรับรู้ที่เกิดขึ้นก็จะมีประสิทธิภาพ

2.3 แนวคิดและแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

การยอมรับเทคโนโลยีเป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เป็นไปได้ โดยสิ่งที่ตามมาคือ ก่อให้เกิดการลงทุน กับการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีใน 3 ด้าน คือ พฤติกรรม ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยี และการใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น (เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล, 2554; สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์ จตุรภัทร, 2555) การยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้งานและ อยู่ร่วมกับเทคโนโลยีจากการที่ได้ใช้เทคโนโลยีทำให้เกิดประสบการณ์ความรู้ ทักษะและความต้องการใช้งานเทคโนโลยี (ศศิพร เหมือนศรีชัย, 2555)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ของ Davis (1989) เป็นแบบจำลองที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการวัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี ซึ่งถูกพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำแบบมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Fishbein and Ajzen (1975) และเป็นแบบจำลองที่ถูกนำไปใช้กันอย่างแพร่หลายในการอธิบายพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (McFarland & Hamilton 2006) โดยแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) อ้างว่า พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีนั้นขึ้นอยู่กับความรู้ของผู้ใช้ว่ามีการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) และการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) ในการใช้งาน ซึ่งแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ได้รับการพิสูจน์เชิงประจักษ์แล้วว่ามีความเที่ยงตรงสูง (Chau, 1996) และยังมีการศึกษาจำนวนมากที่แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) สามารถอธิบายทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีได้ดี และสามารถนำไปปรับใช้ได้ง่ายกว่า ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) และทฤษฎีการกระทำแบบมีเหตุผล (TRA) (Adams et al., 1992; Chau, 1996; Igbaria et al., 1995; Mathieson, 1991)



ภาพที่ 4 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)

ที่มา: Davis et al. (1989)

จากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 5 ปัจจัย ดังนี้

1) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้น มีความง่ายในการใช้งาน ผู้ใช้สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก หากเทคโนโลยีใดสามารถใช้งานได้ง่าย และไม่ซับซ้อน ก็จะส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีนั้นได้ง่ายขึ้น (Teo et al., 1999)

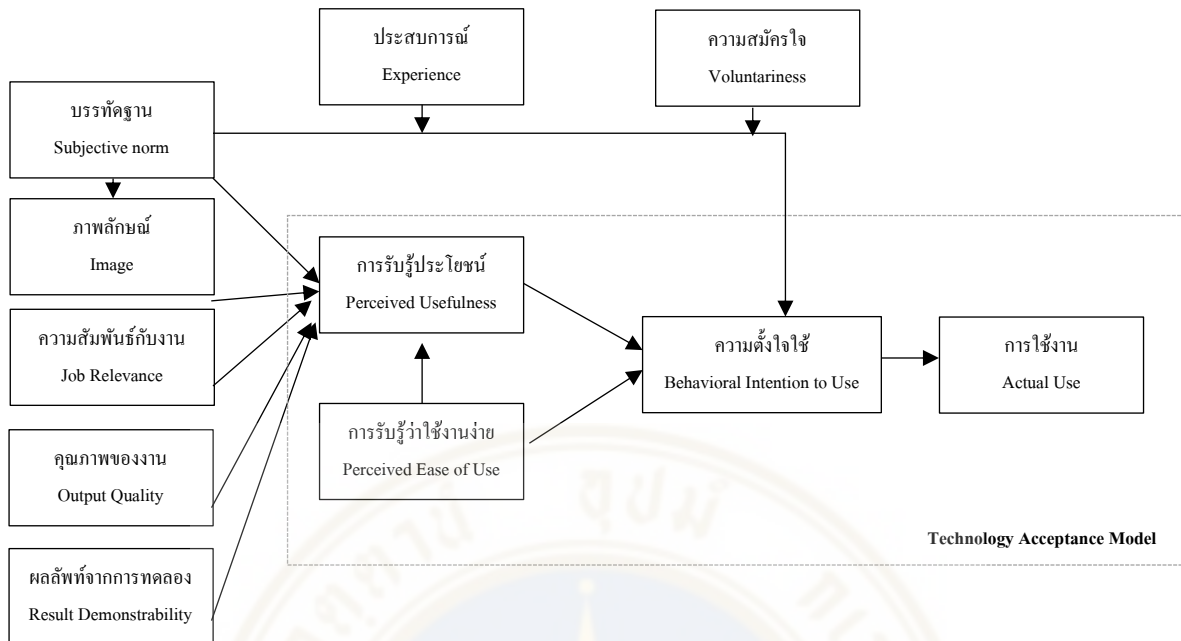
2) การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าเทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงาน โดยหากนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นทางเลือกสำหรับการปฏิบัติงานเดียวกัน เทคโนโลยีนั้นจะทำให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพดีขึ้นหรือช่วยให้งานนั้นเสร็จเร็วขึ้น (Teo et al., 1999)

3) ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยี ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของความเข้ากันได้กับเทคโนโลยีนั้น (Davis, 1989)

4) ความตั้งใจในการใช้ (Behavioral Intention to Use) หมายถึง ความสนใจความพร้อมหรือความเป็นไปได้ของบุคคลที่จะแสดง พฤติกรรมของการใช้งาน (Fishbein & Ajzen, 2011) ความตั้งใจเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการ กระทำหรือการแสดงพฤติกรรม โดยความตั้งใจจะเป็นตัวบ่งชี้ว่าบุคคลได้พยายามที่จะทำพฤติกรรม นั้น ยิ่งถ้าบุคคลมีความมุ่งมั่นตั้งใจ และมีความพยายามมากเพียงใด ความเป็นไปได้ของการที่บุคคลจะเกิดการกระทำพฤติกรรมก็จะมีมากเพียงนั้น (Konerding, 1999)

5) การใช้งานจริง (Actual System Use) หมายถึง การแสดงออกของพฤติกรรมหรือการกระทำของผู้บริโภค ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากความสนใจหรือความตั้งใจในการใช้งาน (Sharma & Sharma, 2019)

จากการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่าแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี หรือ TAM นั้นเป็นที่ยอมรับและนำมาใช้ในการวิจัยอย่างแพร่หลาย และ TAM นั้นได้ถูกปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สมบูรณ์ครบถ้วนขึ้น ซึ่งจากการศึกษายังพบว่ามี การปรับปรุงแบบจำลอง TAM 2 ที่อธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Chuttur, 2009) โดย Venkatesh และ Davis ได้เพิ่มปัจจัยอีก 7 ตัวเข้าไปในแบบจำลอง ดังภาพที่ 5 และต่อมาในปี 2008 Venkatesh และ Bala ได้นำเสนอ TAM 3 ที่มีการเพิ่มปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Model of the Determinants of Perceived Ease of Use) (ดร.ปราโมทย์ ถิ่นนาม, 2011) โครงสร้างของแบบจำลองดังกล่าวแสดงในภาพที่ 6



ภาพที่ 5 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี 2 (Technology Acceptance Model : TAM2)

ที่มา: (Venkatesh & Davis (2000))

แบบจำลองของปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน จำแนกออกเป็นสองกลุ่ม (Venkatesh&Bela, 2008) คือ (1) กลุ่มที่เป็ปัจจัยหลัก (Anchors) ที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อทั่วไปเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และ (2) กลุ่มที่เป็นปัจจัยปรับเปลี่ยน (Adjustments) ที่แสดงถึงความเชื่อที่ถูกแปรเปลี่ยนไปอันเนื่องมาจากประสบการณ์ตรง (Direct Experience) ที่ได้รับจากระบบที่ใช้องค์ประกอบของกลุ่มที่เป็ปัจจัยหลัก (Anchors) ประกอบไปด้วย

1) สมรรถนะของตนเองด้านคอมพิวเตอร์ (Computer Self-efficacy) ความหมาย ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่า มีความสามารถที่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานของตน โดยการใช้คอมพิวเตอร์ (Compeau & Higgins, 1995)

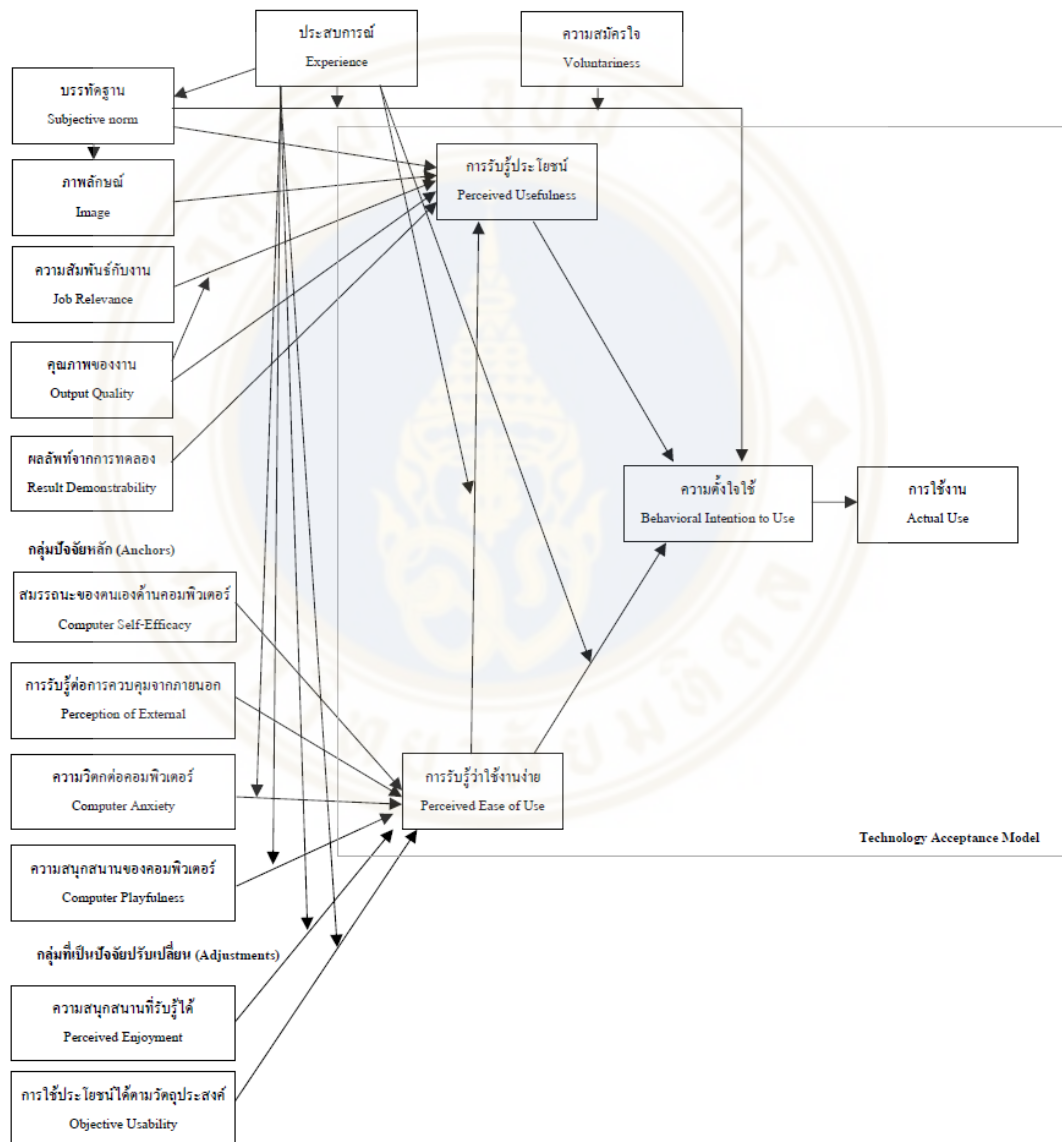
2) การรับรู้ต่อการควบคุมจากภายนอก หมายถึง ระดับผู้ใช้เชื่อว่า มีทรัพยากรทั้งในเชิงเทคนิคและด้านองค์กรเพียงพอที่จะสนับสนุนการใช้งานระบบ (Venkatesh, Morris, Davis & Davis, September 2003)

3) ความวิตกต่อคอมพิวเตอร์ หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้เกิดความหวาดกังวล หรือแม้แต่ว่า ความกลัวที่จะต้องใช้คอมพิวเตอร์ (Venkatesh, 2000)

4) ความสนุกสนานของคอมพิวเตอร์ หมายถึง ระดับความสุขที่ผู้ใช้รับรู้ได้เองเนื่องมาจากการมีปฏิสัมพันธ์กับคอมพิวเตอร์ (Webster & Martocchio, 1992)

5) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าไม่ต้องอาศัยความพยายามในการใช้งานระบบ (Davis, 1989)

ดังนั้นจากการศึกษาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี หรือ TAM 3 ที่ศึกษาถึง ปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานในกลุ่มของ กลุ่มที่เป็ปัจจัยหลัก (Anchors) ที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อทั่วไปเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ นั้น สามารถนำปัจจัยเฉพาะส่วนดังกล่าวมาประยุกต์ใช้งาน โดยไม่ได้นำทั้งแบบจำลอง TAM 3 ที่ปรากฏในภาพด้านล่าง มาทำการวิเคราะห์เนื่องจากความสัมพันธ์ที่มีความซับซ้อนมากเกินไปยากต่อการนำมาประยุกต์ใช้และวิเคราะห์



ภาพที่ 6 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี 3 (Technology Acceptance Model : TAM3)

ที่มา: Venkatesh & Bela (2008)

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการเตรียมความพร้อม

Downing and Thackrey (1971: 14-16, อ้างถึงใน นิตยา ปินดาวงศ์, 2559) ได้แบ่งองค์ประกอบของความพร้อมไว้ 4 องค์ประกอบด้วยกัน คือ

1. องค์ประกอบทางกายภาพ (Physical Factors) ได้แก่ ความพร้อมทางด้านร่างกาย การเจริญเติบโตทางร่างกาย จิตใจและสังคม หรือการบรรลุนิติภาวะด้านร่างกายทั่วไป
2. องค์ประกอบทางสติปัญญา (Intellectual Factors) ได้แก่ ความพร้อมด้านสติปัญญา โดยทั่วไปความสามารถในการรับรู้ (Perception) ความสามารถในการคิดอย่างมีเหตุผลและความสามารถในการตัดสินใจและคิดเพื่อแก้ปัญหา
3. องค์ประกอบด้านอารมณ์ แรงจูงใจและบุคลิกภาพ (Emotion, Motivational and Personality Factors) ได้แก่ ความมั่นคงทางอารมณ์และความต้องการที่จะเรียนรู้
4. องค์ประกอบทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors) ได้แก่ สภาพทางเศรษฐกิจ ความพอเพียง โอกาสในการหาประสบการณ์ทางสังคม เป็นต้น

นิตยา ปินดาวงศ์ (2559: 17) การเตรียมความพร้อมเป็นขั้นหนึ่งของลำดับขั้นการเรียนรู้ ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญอีก 3 สิ่งคือ วุฒิภาวะ ประสบการณ์เดิม และแรงจูงใจ

1. วุฒิภาวะ หมายถึง สภาวะของบุคคลที่มีความสามารถในอันที่จะทำอะไรได้เองตามธรรมชาติ โดยที่ความสามารถนั้น ไม่ได้เกิดจากการฝึกฝนหรือการเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อม วุฒิภาวะของบุคคล แสดงออกได้ทางร่างกาย อารมณ์ สังคมและสติปัญญา
2. ประสบการณ์เดิม การเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ต้องอาศัยประสบการณ์เดิม ครูจึงมักใช้เป็นแนวทางในการเตรียมเนื้อหาบทเรียน ให้เรียงลำดับจากง่ายไปหายาก ให้เหมาะแก่การเรียนรู้ได้ การที่ประสบการณ์เดิมมีผลต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ทางจิตวิทยาเรียกว่าเกิด “การถ่ายโยงการเรียนรู้” ทักษะเดิม ความรู้เดิม เป็นพื้นฐานทำให้เกิดความพร้อมในการเรียน
3. แรงจูงใจ เป็นความเต็มใจหรือความใคร่ที่จะเรียนรู้ การสร้างแรงจูงใจที่ดี คือ การสนองความต้องการของผู้เรียน เด็ก ๆ มักต้องการให้คนอื่นยอมรับ ต้องการความเอาใจใส่และต้องการความสำเร็จ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความพร้อม

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปาริฉัตร วิษุภากรณ์กุล (2563) ได้ศึกษาการวิจัยเรื่องการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของพนักงาน: กรณีศึกษา โรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำนวน 402 คน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ t-test, F-test และการวิเคราะห์การถดถอย

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้และการยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานโรงแรมในกรุงเทพมหานครในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง และยังพบอีกว่า การเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานโรงแรมในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง การรับรู้มีผลต่อการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ส่วนการยอมรับไม่มีผลต่อการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานโรงแรมในกรุงเทพมหานคร

บุหงา ชัยสุวรรณ, พรรณพิลาศ กุลดิลก, ชัชญา สกุนา (2565) ได้ศึกษาการวิจัยเรื่องสถานการณ์ แนวโน้ม และความต้องการความรู้และทักษะปัญญาประดิษฐ์ทางการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรวัยทำงานในประเทศไทย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับปัญญาประดิษฐ์และตลาดแรงงานไทยจำนวนทั้งสิ้น 40 คน ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์ความรู้และทักษะของบุคลากรในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ทางการสื่อสารระดับผู้ใช้งานนั้นพบว่า บุคลากรส่วนใหญ่สามารถใช้งานปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารได้เป็นอย่างดี และบางองค์กรบุคลากรมีทักษะการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยี ทั้งนี้ความรู้และทักษะของบุคลากรในด้านดังกล่าวมีหลายระดับแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับงานที่รับผิดชอบ สำหรับบุคลากรที่ยังไม่ได้มีการนำปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในส่วนของตนเองจะมีความรู้ในด้านดังกล่าวนี้ค่อนข้างน้อย ประกอบกับอายุช่วงวัยมีผลต่อการรับปัญญาประดิษฐ์เข้ามาใช้เช่นกัน

ภูษงค์ สุภาสาคร, ฐานิดา จิตรสุภาพ และเอกสิทธิ์ พัทธวงค์ศักดิ์ (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์ของแอปพลิเคชันขนส่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน และผลการวิจัยพบว่าการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันฯ มีอิทธิพลต่อความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคกลุ่มเพศหญิงในกรุงเทพมหานคร โดยด้านการนำมาใช้จริงมีผลต่อความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน ด้านการรับรู้ความเสี่ยง และด้านที่ส่งผลน้อยที่สุดคือด้านการรับรู้ถึงประโยชน์

พรชนก พลานุลย์, (2560) ได้ศึกษาการวิจัยเรื่องการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีการใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน ระบบพร้อมเพย์ ของรัฐบาลไทย ซึ่งพักอาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 370 คน ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ข้าราชการวัย 20 – 25 ปี รู้จักบริการพร้อมเพย์จาก TV และจากการทดสอบ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน แรงจูงใจด้านอารมณ์ อิทธิพลของสังคม การรับรู้ถึง

ประโยชน์ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการ
ธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทยอย่างมีนัยยะ

นฤมล ศรีมุกข์ และคณะ (2561) ได้ศึกษาการวิจัยเรื่องการเตรียมความพร้อมด้าน
นวัตกรรมของบุคลากรในบริษัทเอกชน: กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 385 คน โดย
ใช้สถิติในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test One-Way
ANOVA และ Pearson's Correlation ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรในบริษัทเอกชนที่มีอายุ
ประสบการณ์ทำงาน วุฒิการศึกษา ตำแหน่ง และประเภทของกิจการที่ทำงานแตกต่างกัน มีความ
พร้อมด้านนวัตกรรมแตกต่างกัน ขณะที่บุคลากรในบริษัทเอกชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพร้อม
ด้านนวัตกรรมไม่แตกต่างกัน และปัจจัยสนับสนุนจากองค์กรในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความ
พร้อมด้านนวัตกรรมของบุคลากรในบริษัทเอกชนในระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน เมื่อ
พิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยสนับสนุนจากองค์กร ด้านผู้นำ มีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้าน
นวัตกรรมของบุคลากรในบริษัทเอกชนในระดับสูง ในทิศทางเดียวกัน ขณะที่ปัจจัยสนับสนุนจาก
องค์กร ด้านนโยบายองค์กรและด้านสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านนวัตกรรมของ
บุคลากรในบริษัทเอกชนในระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน

เพ็ญพรรณ วันเพ็ญ (2561) ได้ศึกษาการวิจัยเรื่องการรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อความ
พร้อมรับมือในการเข้ามาแทนที่ของปัญญาประดิษฐ์กลุ่มจักรกลอัตโนมัติของพนักงานบริษัท
เอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน โดยใช้สถิติในการวิจัย ผลการวิจัย
พบว่า พนักงานบริษัทเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่
เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ระดับตำแหน่งงาน แตกต่างกัน ความพร้อมรับมือในการ
เข้ามาแทนที่ของปัญญาประดิษฐ์กลุ่มจักรกลอัตโนมัติของพนักงานบริษัท เอกชน ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน การรับรู้ประกอบด้วย แหล่งข้อมูลส่วนบุคคล และแหล่งข้อมูล
สื่อมวลชน มีความสัมพันธ์กับความพร้อมรับมือในการเข้ามาแทนที่ของปัญญาประดิษฐ์กลุ่มจักรกล
อัตโนมัติของพนักงานบริษัท เอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ
ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางและไปในทิศทางเดียวกัน

กล่าวโดยสรุปจากงานวิจัยที่ได้ทำการศึกษามานั้นยังไม่ได้มีการศึกษาถึงการยอมรับ
เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สำหรับพนักงานอสังหาริมทรัพย์ และจากผลวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้งาน
เทคโนโลยีประจักษ์นั้นล้วนให้การยอมรับอยู่ในระดับปานกลาง และผลในเรื่องของการรับรู้ถึง
ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน นั้นส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี

ซึ่งจากงานวิจัยพบว่า การใช้งานจริงและรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี อยู่ในระดับของความรู้ต่อเทคโนโลยีนี้นั้นมีหลายระดับขึ้นอยู่กับภาระหน้าที่และความรับผิดชอบ กล่าวคือ หากในตำแหน่งนั้นมีการใช้งานเยอะ ความรู้ก็จะเพิ่มมากขึ้น และสำหรับผู้ที่ไม่เคยใช้นั้นก็เป็นด้วยตำแหน่งหน้าที่เช่นกัน จึงไม่ได้สังเกตเห็นถึงประโยชน์ เลยไม่เกิดการใช้งาน (บุหงา ชัยสุวรรณ, พรรณพิลาศ กุลติลภ, ชัชญา สกฤษา (2565)) ซึ่งสอดคล้องกับ วิจัยของ นฤมล ศรีมุกข์ และคณะ (2561) ที่กล่าว อายุประสบการณ์ทำงาน วุฒิการศึกษา ตำแหน่ง และประเภทของกิจการที่ทำงานแตกต่างกัน มีความพร้อมด้านนวัตกรรมแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัย ของ เพ็ญพรรณ วันเพ็ญ (2561) ที่วิจัยถึงเรื่อง การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อความพร้อมรับมือในการเข้ามาแทนที่ของปัญญาประดิษฐ์กลุ่มจักรกลอัตโนมัติของพนักงานบริษัท เอกชน ที่กล่าวว่า ระดับตำแหน่งงานแตกต่างกัน ความพร้อมรับมือในการเข้ามาแทนที่ของปัญญาประดิษฐ์กลุ่มจักรกลอัตโนมัติของพนักงานบริษัท เอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน แต่สำหรับงานวิจัยทั้งหมดที่กล่าวมานั้นได้กล่าวว่าผลของการรับรู้ นั้น ปัจจัยที่จะให้เกิดการรับรู้ได้นั้น เป็นเรื่องของนโยบายองค์กร (นฤมล ศรีมุกข์ และคณะ (2561)) สิ่งอำนวยความสะดวกจากภาครัฐ (พรชนก พลาบุลย์, (2560)) และเรื่องของการสื่อสาร (เพ็ญพรรณ วันเพ็ญ (2561))

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานโรงแรมในกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีวิธีดำเนินการวิจัย มีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง การสร้างเครื่องมือและการเก็บรวบรวมตามลำดับดังนี้

- 3.1 วิธีการศึกษา
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการเก็บข้อมูล จากการสำรวจแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น รวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป สุดท้ายจึงนำข้อมูลทั้งหมดมาสรุปและอภิปรายผล เพื่อศึกษาถึงการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานทุกระดับงานในบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 100 คน ในกรุงเทพมหานคร

3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างประชากรแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยวิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างประชากรแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยข้อมูลที่ได้ และการทดสอบสมมติฐานจะทำการประมวลผลจากการหาข้อมูลที่จะได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับมุมมองต่อการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในงานด้านอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 6 ข้อ ประกอบไปด้วย สายงานในอสังหาริมทรัพย์ที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน เคยมีการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ลักษณะการใช้งาน บ้างใช้บ้างที่ช่วยส่งเสริมในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ มุมมองอย่างไรต่อข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

นอกจากนั้นแล้ว ผู้ศึกษาได้รับรวมข้อมูลจากผู้ที่ตอบแบบสอบถามถึงเหตุผลที่ไม่ลองใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) จากกลุ่มที่ไม่ลองใช้ปัญญาประดิษฐ์ในงานอสังหาริมทรัพย์ โดยสอบถามถึงเหตุผลไม่ลองใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตัวเลือกให้ตอบ (Checklist) มีระดับการวัดเป็นสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านการรับรู้ว่าเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ใช้งานง่าย ด้านการรับรู้ว่าเทคโนโลยี AI มีประโยชน์ ด้านทัศนคติต่อการใช้และด้านพฤติกรรมการตั้งใจนำไปใช้ ของพนักงานอสังหาริมทรัพย์จำนวน 18 ข้อ โดยใช้มาตราส่วนวัดการประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scaling) ซึ่งใช้ในเกณฑ์ 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบจำนวน 5 ข้อประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงานในภาคอุตสาหกรรมก่อสร้างหิรมทรัพย์ ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตัวเลือกให้ตอบ (Checklist) มีระดับการวัดเป็นสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมไปถึงวิทยานิพนธ์ วารสารทางวิชาการ เอกสารบทความ และสิ่งตีพิมพ์หรือข้อมูลการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตทั้งในประเทศ และต่างประเทศ พร้อมทั้งบันทึกแหล่งอ้างอิงเพื่อใช้ในการประกอบวิจัย

สำหรับการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการส่งแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผ่านเครือข่ายทางธุรกิจ ผู้ร่วมอาชีพและฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทก่อสร้างหิรมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามของพนักงานในบริษัท ซึ่งได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยก่อนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล และขอความร่วมมือ ในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง โดยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามฉบับนี้นำไปใช้ ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้นและข้อมูลทั้งหมดถือเป็นความลับ หลังจากตรวจคะแนนแล้วจึงนำมา บันทึกลงรหัส (Coding Form) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อทำการประมวลผลต่อไป

3.6 การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการรวบรวมและทำการประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลอธิบายตัวแปรของการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ไว้ ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ และประสบการณ์ โดยแสดงเป็นตารางแสดงค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency)

2. การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นที่ทำหน้าที่พยากรณ์ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไปกับ

ตัวแปรตาม 1 ตัว ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณนั้น จะต้องหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple correlation coefficient) เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น จำนวนทั้ง 2 ตัวขึ้นไป กับตัวแปรตาม ว่ามีความสัมพันธ์กันเช่นใด สำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ จะต้องหาค่าสมการถดถอย เพื่อใช้ในการพยากรณ์ของตัวแปรตาม (Y) และหาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน รวมทั้งหาค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple correlation) และกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาความคิดเห็นของพนักงานอสังหาริมทรัพย์เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อใช้ในการทำงาน 2. ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อใช้ในการทำงาน และ 3. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อใช้ในการทำงาน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานทุกระดับงานในบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 246 ชุด แต่มีแบบสอบถามที่มีการตอบครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 180 ชุด ซึ่งตามคำแนะนำของ Hair et al. (2010) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์สถิติควรมีจำนวนไม่น้อยกว่าจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (Observed variables) $\times 10$ หรือไม่น้อยกว่า 100 ตัวอย่าง ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 18 ตัวแปรจึงควรใช้จำนวนตัวอย่างไม่น้อยกว่า 180 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงดำเนินการวิเคราะห์สถิติต่อไปได้

สำหรับข้อมูลในแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 180 ชุดที่จะใช้ในการวิเคราะห์สถิติ สามารถจำแนกเป็นจำนวน และร้อยละได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป

	ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	71	39.44
	หญิง	98	54.44
	LGBTQ+	11	6.11

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป (ต่อ)

	ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	รวม	180	100.00
อายุ	25 - 35 ปี	43	23.89
	36 - 45 ปี	77	42.78
	46 - 55 ปี	47	26.11
	สูงกว่า 55 ปี	13	7.22
	รวม	180	100.00
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	90	50.00
	สูงกว่าปริญญาตรี	90	50.00
	รวม	180	100.00
ประสบการณ์ในการ	ต่ำกว่า 5 ปี	30	16.67
ทำงานภาคอุตสาหกรรม	5 - 10 ปี	40	22.22
อสังหาริมทรัพย์	10 ปีขึ้นไป	110	61.11
	รวม	180	100.00
ดำรงตำแหน่งในปัจจุบัน	พนักงาน	77	42.78
	หัวหน้างาน	52	28.89
	ผู้จัดการ	29	16.11
	ผู้บริหาร	22	12.22
	รวม	180	100.00

จากตารางที่ 4.1 สามารถจำแนกข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์สำหรับการวิเคราะห์สถิติ ได้ดังนี้

1. เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 54.44 รองลงมาคือ เพศชาย มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 39.44 และ LGBTQ+ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.11

2. อายุ พบว่า ส่วนใหญ่อายุ 36 - 45 ปี มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 42.78 รองลงมาอายุ 46 - 55 ปี มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 26.11 อายุ 25 - 35 ปี มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 23.89 อายุสูงกว่า 55 ปี มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.22

3. ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 50

4. ประสบการณ์ในการทำงานภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ พบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปีขึ้นไป มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 61.11 ประสบการณ์ 5 - 10 ปี มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 และประสบการณ์ต่ำกว่า 5 ปี มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67

5. ตำแหน่งในปัจจุบัน พบว่า ส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งพนักงาน มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 42.78 รองลงมาคือ หัวหน้างาน มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 28.89 ผู้จัดการ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 16.11 และผู้บริหาร มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 12.22

สรุปได้ว่า ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 180 รายในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.44 อายุ 36 – 45 ปี ร้อยละ 42.78 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 50 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 50 มีประสบการณ์ในการทำงานในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 61.11 และดำรงตำแหน่งเป็นพนักงาน ร้อยละ 42.78

4.2 พฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในงานอสังหาริมทรัพย์

ในการศึกษาพฤติกรรมหรือมุมมองในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในงานอสังหาริมทรัพย์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 180 ราย ใช้การจำแนกความถี่และร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.3 สายงานในอสังหาริมทรัพย์ที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน

สายงานในอสังหาริมทรัพย์ที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
สายงานจัดหาที่ดิน	2	1.11
สายงานพัฒนาธุรกิจ	30	16.67
สายงานตลาด	31	17.22
สายงานขาย	19	10.56
สายงานการออกแบบ	6	3.33
สายงานก่อสร้าง	22	12.22
สายงานดูแลหลังการขาย	5	2.78
สายงานฝากขายฝากเช่า	1	0.56
สายงานบริหารทรัพยากรมนุษย์	13	7.22

ตารางที่ 4.4 สายงานในอสังหาริมทรัพย์ที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน (ต่อ)

สายงานในอสังหาริมทรัพย์ที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
สายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ	5	2.78
สายงานการเงินการบัญชี	14	7.78
สายงานการจัดซื้อ	2	1.11
สายงานสนับสนุน	15	8.33
สายงานบริหาร	1	0.56
อื่น ๆ	14	7.78
รวม	180	100.00

จากตารางที่ 4.2 สายงานในอสังหาริมทรัพย์ที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน พบว่า ส่วนใหญ่คือสายงานตลาด มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 17.22 รองลงมาคือ สายงานพัฒนาธุรกิจ มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 สายงานก่อสร้าง มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 12.22 สายงานขาย มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 10.56 สายงานสนับสนุน มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 สายงานการเงินการบัญชี มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.78 อื่น ๆ มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.78 สายงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.22 สายงานการออกแบบ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 สายงานดูแลหลังการขาย มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78 สายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78 สายงานจัดหาที่ดิน มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.11 สายงานการจัดซื้อ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.11 สายงานฝากขายฝากเช่า มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.56 และสายงานบริหาร มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.56

ตารางที่ 4.5 การใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)

การใช้งานปัญญาประดิษฐ์ (AI)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยใช้	180	100.00
รวม	180	100.00

จากตารางที่ 4.3 ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 180 คนเคยใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 4.6 ลักษณะการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)

ลักษณะการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ (AI)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค้นหาข้อมูล	149	82.78
ประมวลผลข้อมูล	97	53.89
ลดขั้นตอนการทำงาน	101	56.11
พัฒนาสินค้าและออกแบบ	33	18.33
เพิ่มประสิทธิภาพของงาน	97	53.89

จากตารางที่ 4.5 ลักษณะการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ (AI) พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ในการค้นหาข้อมูล มีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 82.78 รองลงมาคือ ใช้เพื่อลดขั้นตอนการทำงาน มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 56.11 ใช้ในการประมวลผลข้อมูล มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 53.89 ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพของงาน มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 53.89 และใช้ในการพัฒนาสินค้าและออกแบบ มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33

ตารางที่ 4.7 ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ได้ดียิ่งขึ้น

ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้มีการใช้ AI	จำนวน	ร้อยละ
การสนับสนุนด้านความรู้ เช่น จัดหลักสูตรอบรม	125	69.44
การสนับสนุนด้านเทคโนโลยี	105	58.33
การสนับสนุนด้านนโยบายของบริษัทในการนำเทคโนโลยี AI มาใช้ในการทำงาน	78	43.33

จากตารางที่ 4.5 ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้มีการใช้ AI พบว่า ส่วนใหญ่คือ การสนับสนุนด้านความรู้ เช่น จัดหลักสูตรอบรม มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 69.44 รองลงมาคือ การสนับสนุนด้านเทคโนโลยี มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 และการสนับสนุนด้านนโยบายของบริษัทในการนำเทคโนโลยี AI มาใช้ในการทำงาน มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33

ตารางที่ 4.8 ข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในสายงานอสังหาริมทรัพย์

ข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์	จำนวน	ร้อยละ
มีความรู้ไม่เพียงพอ	71	39.44
ต้นทุนแพง	65	36.11

ตารางที่ 4.9 ข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในสายงานอสังหาริมทรัพย์ (ต่อ)

ข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์	จำนวน	ร้อยละ
งานไม่มีความต้องการใช้	20	11.11
การตัดสินใจบางอย่างต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของบุคคล	98	54.44
ขาดความเชื่อมั่นในข้อมูลของการประมวลผลของ AI	43	23.89
ความปลอดภัยทางไซเบอร์	89	49.44

จากตารางที่ 4.6 ข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ พบว่า ส่วนใหญ่คือ การตัดสินใจบางอย่างต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของบุคคล มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 54.44 รองลงมาคือ ความปลอดภัยทางไซเบอร์ มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 49.44 มีความรู้ไม่เพียงพอ มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 39.44 ต้นทุนแพง มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 36.11 ขาดความเชื่อมั่นในข้อมูลของการประมวลผลของ AI มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 23.89 และเห็นว่างานไม่มีความต้องการใช้ มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11

นอกจากนั้นแล้วผู้ศึกษาได้รับรวมข้อมูลจากผู้ที่ตอบแบบสอบถามถึงเหตุผลที่ไม่ลองใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) จากกลุ่มที่ไม่ลองใช้ปัญญาประดิษฐ์ในสายงานอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 36 ราย ดังนี้

ตารางที่ 4.10 เหตุผลไม่ลองใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)

เหตุผลไม่ลองใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีความจำเป็นต้องใช้งาน	18	50.00
ไม่มั่นใจในข้อมูลที่จะได้มา	16	44.44
กลัวข้อมูลรั่วไหล	11	30.56

จากตารางที่ 4.7 พบว่า เหตุผลที่ไม่ลองใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มากที่สุดคือ ไม่มีความจำเป็นต้องใช้งาน มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ ไม่มั่นใจในข้อมูลที่จะได้มา มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 และกลัวข้อมูลรั่วไหล มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 30.56 ตามลำดับ

สรุปได้ว่าพฤติกรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในสายงานอสังหาริมทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 180 ราย พบว่า โดยส่วนใหญ่ทำงานในสายงานของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบัน คือ สายงานตลาด ร้อยละ 17.22 การใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) คือ เคยใช้ ร้อย

ละ 100 ลักษณะการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) คือ ค้นหาข้อมูล ร้อยละ 82.78 ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ได้ดียิ่งขึ้น คือ การสนับสนุนด้านความรู้ เช่น จัดหลักสูตรอบรม ร้อยละ 69.44 และข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในสายงานอสังหาริมทรัพย์ คือ การตัดสินใจบางอย่างต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของบุคคล ร้อยละ 54.44

4.3 การวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานในบริษัทอสังหาริมทรัพย์

ในการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานในบริษัทอสังหาริมทรัพย์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 180 ราย ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ประโยชน์

การรับรู้ถึงประโยชน์	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การใช้เทคโนโลยี AI สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานดียิ่งขึ้น	3.69	0.97	มาก
เทคโนโลยี AI ทำให้เพิ่มศักยภาพในการทำงานให้สะดวกขึ้น	3.62	1.01	มาก
เทคโนโลยี AI ช่วยให้ข้อมูลที่ได้รับความนิยมครบถ้วน	3.40	0.88	ปานกลาง
เทคโนโลยี AI ช่วยตอบโจทย์วัตถุประสงค์ความต้องการในการใช้งานได้เป็นอย่างดี	3.45	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54	0.79	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า การรับรู้ประโยชน์ (Perceived usefulness) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การใช้เทคโนโลยี AI สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานดียิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.69 รองลงมาคือ เทคโนโลยี AI ทำให้เพิ่มศักยภาพในการทำงานให้สะดวกขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.62 เทคโนโลยี AI ช่วยตอบโจทย์วัตถุประสงค์ความต้องการในการใช้งานได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.45 ตามลำดับ และอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ เทคโนโลยี AI ช่วยให้ข้อมูลที่ได้รับความนิยมครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.4

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
สามารถเรียนรู้ระบบการทำงานของ AI ได้โดยง่าย ไม่ต้องมีความรู้ด้านเทคโนโลยีมากนัก	3.34	1.04	ปานกลาง
สามารถเรียนรู้ระบบการทำงานของ AI ได้อย่าง รวดเร็ว	3.57	0.88	มาก
การใช้งาน AI ช่วยให้การดำเนินงานง่ายขึ้นไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	3.76	0.77	มาก
เทคโนโลยี AI เป็นระบบที่ใช้งานง่าย	3.60	0.77	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.57	0.67	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การใช้งาน AI ช่วยให้การดำเนินงานง่ายขึ้นไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.76 เทคโนโลยี AI เป็นระบบที่ใช้งานง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.6 สามารถเรียนรู้ระบบการทำงานของ AI ได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.57 และอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถเรียนรู้ระบบการทำงานของ AI ได้โดยง่ายไม่ต้องมีความรู้ด้านเทคโนโลยีมากนัก มีค่าเฉลี่ย 3.34

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการใช้

ทัศนคติต่อการใช้	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
สามารถนำเทคโนโลยี AI ไปต่อยอดในการทำงานใน สายงานอสังหาริมทรัพย์ได้เป็นอย่างดี	3.53	0.90	มาก
ข้อมูลที่ได้จาก AI เป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้	3.44	0.88	มาก
มีความเชื่อมั่นและไว้วางใจในการมาใช้เทคโนโลยี AI	3.49	0.95	มาก
การนำเทคโนโลยี AI เข้ามาใช้งานในสายงานใน ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นความคิดที่ดี	3.57	0.92	มาก
พึงพอใจที่ได้ใช้งานเทคโนโลยี AI	3.65	0.87	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54	0.78	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ทักษะคติต่อการใช้ (Attitude toward using) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ฟังพอใจที่ได้ใช้งานเทคโนโลยี AI มีค่าเฉลี่ย 3.65 การนำเทคโนโลยี AI เข้ามาใช้งานในสายงานในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เป็นความคิดที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.57 สามารถนำเทคโนโลยี AI ไปต่อยอดในการทำงานในสายงานอสังหาริมทรัพย์ได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.53 มีความเชื่อมั่นและไว้วางใจในการมาใช้เทคโนโลยี AI มีค่าเฉลี่ย 3.49 และข้อมูลที่ได้จาก AI เป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 3.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้

พฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ข้อมูลที่ได้รับจากเทคโนโลยี AI ตรงตามความต้องการ เป็นข้อมูลที่มีคุณภาพ	3.64	0.78	มาก
มีความตั้งใจที่จะใช้งาน AI อย่างต่อเนื่องในการ ทำงานอนาคต	3.96	0.83	มาก
จะแนะนำให้กับบุคคลอื่นนำเทคโนโลยี AI มาใช้ในการ ทำงาน	3.89	0.86	มาก
คาดหวังต่อการใช้เทคโนโลยี AI เพื่อใช้ปฏิบัติงานให้ เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด	4.03	0.85	มาก
เห็นด้วยหากองค์กรมีการส่งเสริมการนำเทคโนโลยี AI มาปรับใช้กับการทำงาน	4.06	0.82	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92	0.72	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า พฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้ (Behavioral intention to actual) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ เห็นด้วยหากองค์กรมีการส่งเสริมการนำเทคโนโลยี AI มาปรับใช้กับการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมาคือ คาดหวังต่อการใช้เทคโนโลยี AI เพื่อใช้ปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.03 มีความตั้งใจที่จะใช้งาน AI อย่างต่อเนื่องในการทำงานอนาคต มีค่าเฉลี่ย 3.96 จะแนะนำให้กับบุคคลอื่นนำเทคโนโลยี AI มาใช้ในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.89 และข้อมูลที่ได้รับจากเทคโนโลยี AI ตรงตามความต้องการเป็นข้อมูลที่มีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.64

4.4 การทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดสมมติฐานไว้จำนวน 3 ข้อ ทำการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานตามลำดับ ดังนี้

4.4.1 การวิเคราะห์การรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์

ตามสมมติฐานข้อที่ 1 การรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ ในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้ศึกษาใช้สถิติถดถอยเชิงเส้นเดี่ยว (Simple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่า การรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ (AI) มาใช้ในงานอสังหาริมทรัพย์หรือไม่ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้ศึกษาจะใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยแสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การใช้งานง่ายกับการรับรู้ประโยชน์

ตัวแปร	การรับรู้การใช้งานง่าย	การรับรู้ประโยชน์
การรับรู้การใช้งานง่าย	1	
การรับรู้ประโยชน์	.642**	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.12 เมื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) .642 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายต่อไปได้ โดยแสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์การรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	0.869	0.244		3.569	.000**
การรับรู้การใช้งานง่าย	0.749	0.067	0.642	11.163	.000**

R = .642, R² = .412, Adj R² = .408, Std Error = .065, Sig. of F = .000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นเดียวพบว่า ค่า Sig. of F = .000 หมายความว่าตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม โดยการรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ (Sig. = .000) ของปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในงานอสังหาริมทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถเขียนสมการพยากรณ์การรับรู้ถึงประโยชน์ได้ดังนี้

$$Y = +0.869 + 0.749X$$

โดย Y หมายถึง การรับรู้ประโยชน์ (Perceived usefulness)

X หมายถึง การรับรู้การใช้งานง่าย (Perceived ease of use)

จากสมการถดถอยเชิงเส้นเดียวดังกล่าว หมายความว่า ถ้าปัจจัยอื่นคงที่ หากระดับการรับรู้การใช้งานง่ายเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การรับรู้ประโยชน์เพิ่มขึ้น .749 โดยสมการพยากรณ์ดังกล่าวสามารถทำนายได้ร้อยละ 41.2 ($R^2 = .412$)

4.4.2 การวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติการใช้งาน

ตามสมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้การใช้งานง่ายและการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติการใช้งาน ในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้ศึกษาใช้สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่า การรับรู้การใช้งานง่ายและการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติการใช้งานในการนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ในงานอสังหาริมทรัพย์หรือไม่ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้ศึกษาจะใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เพื่อตรวจสอบว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันเองสูงหรือไม่ โดยแสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การใช้งานง่ายและการรับรู้ประโยชน์กับทัศนคติการใช้งาน

ตัวแปร	การรับรู้การใช้งานง่าย	การรับรู้ถึงประโยชน์	ทัศนคติการใช้งาน
การรับรู้การใช้งานง่าย	1		
การรับรู้ประโยชน์	.642**	1	
ทัศนคติการใช้งาน	.642**	.806**	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.14 เมื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ พบว่า การรับรู้ประโยชน์กับการรับรู้การใช้งานง่ายมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) .642 ซึ่งมีค่าไม่เกิน .85 จึงถือว่าตัวแปรอิสระไม่เกิดความสัมพันธ์กันเองสูงเกินไป หรือไม่เกิดความสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) (Stevens, 1996) ดังนั้น จึงสามารถใช้ตัวแปรอิสระแต่ละตัวในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ได้ต่อไป และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า การรับรู้การใช้งานง่าย และการรับรู้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติการใช้งาน (r) .642 และ .806 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ โดยเลือกใช้วิธี Enter คือ การนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้าในสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพร้อมกัน แสดงผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์การรับรู้การใช้งานง่ายและการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติการใช้งาน

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0.327	0.185		1.769	0.079
การรับรู้ประโยชน์	0.660	0.055	0.670	12.015	0.000**
การรับรู้การใช้งานง่าย	0.244	0.064	0.212	3.808	0.000**

R = .822, R² = .676, Adj R² = .673, Std Error = .444, Sig. of F = .000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่า ค่า Sig. of F = .000 หมายความว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม โดยการรับรู้การใช้งานง่าย (Sig. = .000) และการรับรู้ประโยชน์ (Sig. = .000) มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในงานอสังหาริมทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ทัศนคติการใช้งานได้ดังนี้

$$Y = +0.327 + 0.66X_1 + 0.244X_2$$

โดย Y หมายถึง ทัศนคติการใช้งาน (Attitude toward using)

X_1 หมายถึง การรับรู้การใช้งานง่าย (Perceived ease of use)

X_2 หมายถึง การรับรู้ประโยชน์ (Perceived usefulness)

จากสมการถดถอยเชิงพหุคูณดังกล่าว หมายความว่า ถ้าปัจจัยอื่นคงที่ หากระดับการรับรู้การใช้งานง่ายเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ทัศนคติการใช้งานเพิ่มขึ้น .66 หน่วย หรือหากระดับการรับรู้ประโยชน์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ทัศนคติการใช้งานเพิ่มขึ้น .244 หน่วย โดยสมการพยากรณ์ดังกล่าวสามารถทำนายได้ร้อยละ 67.6 ($R^2 = .676$)

4.4.3 การวิเคราะห์ทัศนคติการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้

ตามสมมติฐานข้อที่ 3 ทัศนคติการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้ในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้ศึกษาใช้สถิติถดถอยเชิงเส้นเดี่ยว (Simple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่า ทัศนคติการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ในงานอสังหาริมทรัพย์หรือไม่ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้ศึกษาจะใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยแสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการใช้งานกับพฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้

ตัวแปร	ทัศนคติต่อการใช้	พฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้
ทัศนคติต่อการใช้	1	
พฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้	.841**	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.16 เมื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) .841 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายต่อไปได้ โดยแสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อการใช้อีมีทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้

Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.149	0.136			8.428	0.000**
ทัศนคติต่อการใช้	0.782	0.038	0.841		20.763	0.000**

$R = .841, R^2 = .708, \text{Adj } R^2 = .706, \text{Std Error} = .391, \text{Sig. of } F = .000$

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นเดียวพบว่า ค่า Sig. of F = .000 หมายความว่าตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม โดยทัศนคติการใช้งานมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้ (Sig. = .000) ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในงานอสังหาริมทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถเขียนสมการพยากรณ์การรับรู้ถึงประโยชน์ได้ดังนี้

$$Y = +1.149 + 0.782X$$

โดย Y หมายถึง พฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้ (Behavioral intention to actual)
X หมายถึง ทัศนคติการใช้งาน (Attitude toward using)

จากสมการถดถอยเชิงเส้นเดียวดังกล่าว หมายความว่า ถ้าปัจจัยอื่นคงที่ หากระดับทัศนคติการใช้งานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้เพิ่มขึ้น .782 โดยสมการพยากรณ์ดังกล่าวสามารถทำนายได้ร้อยละ 70.8 ($R^2 = .708$)

บทที่ 5

การอภิปรายผลการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพนักงานอสังหาริมทรัพย์เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อใช้ในการทำงาน 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อใช้ในการทำงาน และ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อใช้ในการทำงาน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานทุกระดับงานในบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 180 คน และผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ผลการวิจัยเสร็จสิ้นแล้วสามารถสรุป อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผล

ในการศึกษารั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานทุกระดับงานในบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 180 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.44 อายุ 36 – 45 ปี ร้อยละ 42.78 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 50 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 50 มีประสบการณ์ในการทำงานในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 61.11 และดำรงตำแหน่งเป็นพนักงาน ร้อยละ 42.78 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนี้มีพฤติกรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในสายงานอสังหาริมทรัพย์ โดยส่วนใหญ่ทำงานในสายงานของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบัน คือ สายงานตลาด ร้อยละ 17.22 การใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) คือ เคยใช้ ร้อยละ 100 ลักษณะการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) คือ ค้นหาข้อมูล ร้อยละ 82.78 ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ได้ดียิ่งขึ้น คือ การสนับสนุนด้านความรู้ เช่น จัดหลักสูตรอบรม ร้อยละ 69.44 และข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในสายงานอสังหาริมทรัพย์ คือ การตัดสินใจบางอย่างต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของบุคคล ร้อยละ 54.44

5.1.1 สรุประดับการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานในบริษัท อสังหาริมทรัพย์ พบว่า ด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived usefulness) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 ทักษะการใช้อุปกรณ์ (Attitude toward using) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 พฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้ (Behavioral intention to actual) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์การรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ พบว่า การรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ (Sig. = .000) ของปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในงานอสังหาริมทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยการรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลที่สำคัญต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Beta = .642) สามารถทำนายได้ร้อยละ 41.2 ($R^2 = .412$)

5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติการใช้งาน พบว่า การรับรู้การใช้งานง่าย (Sig. = .000) และการรับรู้ประโยชน์ (Sig. = .000) มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในงานอสังหาริมทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลที่สำคัญต่อทัศนคติการใช้งาน (Beta = .670) มากที่สุด รองลงมาคือ การรับรู้การใช้งานง่าย (Beta = .212) สามารถทำนายได้ร้อยละ 67.6 ($R^2 = 0.676$)

5.1.4 สรุปผลการวิเคราะห์ทัศนคติการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้ พบว่า ทัศนคติการใช้งานมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้ (Sig. = .000) ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในงานอสังหาริมทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยทัศนคติการใช้งานมีอิทธิพลที่สำคัญต่อพฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้งาน (Beta = .841) สามารถทำนายได้ร้อยละ 70.8 ($R^2 = .708$)

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 การรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ โดยสำหรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานในบริษัทอสังหาริมทรัพย์นั้น การรับรู้ประโยชน์หมายถึง การใช้เทคโนโลยี AI สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานดียิ่งขึ้น ทำให้เพิ่มศักยภาพในการทำงานให้สะดวกขึ้น ช่วยให้ข้อมูลที่ได้รับถูกต้องครบถ้วน และสามารถตอบโจทย์วัตถุประสงค์ความต้องการในการใช้งานได้เป็นอย่างดี ซึ่งการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) เป็นระดับความเชื่อของผู้ใช้งานว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้นมีความง่ายใน

การใช้งาน ผู้ใช้สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก หากเทคโนโลยีสามารถใช้งานได้ง่ายและไม่ซับซ้อนก็จะส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีนั้นได้ง่ายขึ้น (Teo et al, 1999) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้ (Davis, 1989) สอดคล้องกับการศึกษาของ วนิดา แซ่ตั้ง, ศักดิ์ชาย ตั้งวรรณวิทย์ และธนพล เจนสุทธิเวชกุล (2564) ที่ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ในประเทศไทย: มุมมองขององค์กร พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีผลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ รัชณี ชอบศิลป์ และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์ (2564) ที่ทำการศึกษาการรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ทัศนคติ และการยอมรับในการทำงานร่วมกับหุ่นยนต์ของพนักงานในบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แห่งหนึ่งในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรีที่พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน

5.2.2 การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติการใช้งาน โดยสำหรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานในบริษัทอสังหาริมทรัพย์นั้น การรับรู้การใช้งานง่ายหมายถึง การที่ผู้ใช้งานสามารถเรียนรู้ระบบการทำงานของ AI ได้โดยง่ายไม่ต้องมีความรู้ด้านเทคโนโลยีมากนัก สามารถเรียนรู้ระบบการทำงานของ AI ได้อย่างรวดเร็ว ช่วยให้การดำเนินงานง่ายขึ้นไม่ยุ่งยากซับซ้อน และเป็นระบบที่ใช้งานง่าย ซึ่งการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) เป็นระดับความเชื่อของผู้ใช้งานว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้นมีความง่ายในการใช้งาน ผู้ใช้สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก หากเทคโนโลยีสามารถใช้งานได้ง่ายและไม่ซับซ้อนก็จะส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีนั้นได้ง่ายขึ้น และการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) เป็นระดับความเชื่อของผู้ใช้งานว่าเทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงาน ทำให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพดีขึ้น หรือช่วยให้งานนั้นเสร็จเร็วขึ้น (Teo et al, 1999) โดยการรับรู้ประโยชน์ในการใช้ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Davis, 1989) สอดคล้องกับการศึกษาของ มาริยา เชนฮาร์ท (2563) ที่ทำการศึกษาความสัมพันธ์คานาบิคอลของการยอมรับเทคโนโลยีและความคาดหวังในการตัดสินใจเลือกใช้อีอาร์บีเอ็นบีแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ในการใช้

5.2.3 ทัศนคติการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้ โดยสำหรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานในบริษัทอสังหาริมทรัพย์นั้น ทัศนคติการใช้งานหมายถึง สามารถนำเทคโนโลยี AI ไปต่อยอดในการทำงานในสายงานอสังหาริมทรัพย์ได้เป็นอย่างดี ข้อมูลที่ได้จาก AI เป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้ มีความเชื่อมั่นและไว้วางใจในการใช้เทคโนโลยี AI การนำเทคโนโลยี AI เข้ามาใช้งานในสายงานในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นความคิดที่ดี และเกิดความพึง

พอใจที่ได้ใช้งานเทคโนโลยี AI โดยทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) เป็นความคิดเห็นของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยี ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของความเข้ากันได้กับเทคโนโลยีนั้น ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้งาน (Davis, 1989) สอดคล้องกับการศึกษาของ รัชณี ชอบศิลป์ และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์ (2564) ที่ทำการศึกษารับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และการยอมรับในการทำงานร่วมกับหุ่นยนต์ของพนักงานในบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แห่งหนึ่งในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรีที่พบว่า ทัศนคติในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการยอมรับในการทำงานร่วมกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม และสอดคล้องกับการศึกษาของ นภาพร ภูบุบผา (2562) ที่ทำการศึกษาศึกษาทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเครื่องคิดเลขยี่ห้อผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่พบว่า ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

จากผลการศึกษาที่พบว่า การรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานในบริษัทอสังหาริมทรัพย์ ดังนั้น ในการให้ผู้ใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ให้เกิดการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานจะต้องออกแบบระบบปัญญาประดิษฐ์ให้ผู้ใช้งานรู้ว่าเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์นั้นสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ยิ่งขึ้น ทำให้เพิ่มศักยภาพในการทำงานให้สะดวกขึ้น การจัดการระบบข้อมูลจะต้องมีความถูกต้องครบถ้วน และสามารถตอบโจทย์วัตถุประสงค์ความต้องการในการใช้งานของผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี ซึ่งเมื่อผู้ใช้งานรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานดังกล่าว ก็จะรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ในการทำงานด้านอสังหาริมทรัพย์ อันได้แก่ การที่ผู้ใช้งานสามารถเรียนรู้ระบบการทำงานของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ได้โดยง่ายไม่ต้องมีความรู้ด้านเทคโนโลยีมากนัก สามารถเรียนรู้ระบบการทำงานของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ได้อย่างรวดเร็วช่วยให้การทำงานง่ายขึ้นไม่ยุ่งยากซับซ้อน และเป็นระบบที่ใช้งานง่าย

เมื่อผู้ใช้งานรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานดังกล่าว ผู้ใช้งานก็จะเกิดทัศนคติที่มีต่อการใช้ ไม่ว่าจะเป็นทัศนคติในการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ไปต่อยอดในการทำงานด้านอสังหาริมทรัพย์ได้เป็นอย่างดี ซึ่งเมื่อเกิดความเชื่อถือนในข้อมูล มีความเชื่อมั่น และไว้วางใจการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ก็จะเห็นว่าการนำเอาเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ เข้ามาใช้งานในสายงานในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นความคิดที่ดี และเกิดความพึง

พอใจที่ได้ใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ต่อไป ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมตั้งใจนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ไปใช้งานต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะการวางกลยุทธ์การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานอสังหาริมทรัพย์

จากผลการศึกษาในส่วนของมุมมองต่อการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) (แบบสอบถาม ส่วนที่ 1) ประกอบไปด้วย สายงานที่มีการใช้งาน ลักษณะการใช้งานในภาคอสังหาริมทรัพย์ ปัจจัยที่ส่งเสริม และข้อจำกัดที่ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ รวมถึงข้อมูลของผู้ที่รู้จักเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์แต่ไม่เคยใช้งาน จึงสามารถมาวิเคราะห์และเสนอแนะกลยุทธ์ในการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานอสังหาริมทรัพย์ เพื่อมุ่งหวังให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานอสังหาริมทรัพย์ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อส่งต่อไปยังประสิทธิผลขององค์กรที่จะเจริญเติบโตมากขึ้น ดังนี้

1) กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy) จากที่ผู้วิจัยนั้นวิเคราะห์การนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้กับองค์กรนั้นเหมาะสมกับองค์กรที่ต้องการการเติบโต (Growth Strategy) เพราะเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์นั้นจะมาช่วยเสริมให้องค์กรเกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น

2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) จากการศึกษาในด้านธุรกิจอสังหาริมทรัพย์นั้น พบว่าการแข่งขันในปัจจุบันตลาดอสังหาริมทรัพย์นั้นเป็น Red Ocean ที่มีการแข่งขันสูง ดังนั้นการสร้างกลยุทธ์ความแตกต่าง (Differentiation) กลยุทธ์มุ่งเน้นลูกค้า (Customer Centric) หรือแม้กระทั่งกลยุทธ์การเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ซึ่งประโยชน์ของการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในธุรกิจนั้นจะช่วยทำให้ การวิเคราะห์เกิดความแม่นยำ รวดเร็ว สามารถหาจุดที่ลูกค้าต้องการ แก้ไขสถานการณ์ในธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นการที่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จึงควรกำหนดกลยุทธ์ด้านธุรกิจ และวางนโยบายให้ชัดเจน

3) ซึ่งจากผลวิจัยด้านมุมมองต่อการใช้ พบว่า 43% จากกลุ่มตัวอย่าง มองว่านโยบายองค์กรเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการใช้งาน ดังนั้นองค์กรจึงควรกำหนดนโยบายที่มุ่งหวังจะพัฒนาองค์กรให้เกิดการทำงานร่วมกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ เพื่อให้พนักงานนั้นมองเห็นถึงเป้าหมายขององค์กรที่สนับสนุนอย่างชัดเจน โดยองค์กรต้องมีแบบแผนในการดำเนินการดังนี้ กำหนดเป้าหมาย ตั้งทีมงานเพื่อคอยวางกรอบกลยุทธ์ ประกาศนโยบายเป้าหมายกับพนักงานถึงนโยบาย และติดตามผล เพื่อให้เกิดการทำงานที่ชัดเจนและประสบความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม

4) กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ(Functional Strategy) จากผลวิจัยมุมมองของพนักงาน อสังหาริมทรัพย์ต่อบัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์นั้น พบว่า อันดับแรก 69% เป็นเรื่องของความรู้ ความเข้าใจ ในการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ซึ่ง สำหรับพนักงานอสังหาริมทรัพย์ที่รู้จัก แต่ไม่เคยใช้นั้น ไม่มีความรู้และความเข้าใจ ประโยชน์ใน เรื่องเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ จึงไม่ทราบว่าจะใช้ประโยชน์อย่างไร ถัดมา 58% เป็นเรื่อง การสนับสนุนด้านเทคโนโลยี ในเชิงเครื่องมือในการเข้าถึง

สำหรับมุมมองในด้านข้อจำกัดในการใช้งาน พบว่า อันดับแรก 54% ยังเชื่อว่าการ ทำงานของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) นั้นยังต้องมีความรู้ ความชำนาญของคนมาอยู่ใน กระบวนการวิเคราะห์ พิจารณา ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองผู้ที่รู้จัก แต่ไม่เคยใช้ ที่ไม่เชื่อมั่นในข้อมูล ที่ ได้ และสำหรับด้านเทคโนโลยี 49% ยังมีความกังวลด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ ซึ่งสอดคล้อง กับผลของผู้ที่รู้จักแต่ไม่เคยใช้ที่มีความกังวลด้านข้อมูลรั่วไหล จากข้อมูลดังกล่าว จึงสามารถ กำหนดกลยุทธ์ไปยังแผนกที่เกี่ยวข้องดังนี้

- สำหรับแผนกทรัพยากรบุคคลนั้น ควรจัดทำแผนสำหรับพนักงานสำหรับ UPSKILL/ RESKILL ที่จะสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ ของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และการใช้งานที่ง่ายเพื่อ เกิดการกระตุ้นให้เกิดทัศนคติที่ดี

- สำหรับแผนกเทคโนโลยี ควรจัดทำแผน Technology Roadmap เพื่อการนำเอา เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาปรับใช้ในการทำงาน โดยวางแผนงาน ระยะเวลา และงบประมาณ เพื่อให้สามารถวางแผนถึงแนวทางการพัฒนาบุคลากร โดยต้องมีการวางกรอบการกำกับดูแลอย่าง รอบคอบ เพื่อให้เข้าใจถึงประโยชน์ การใช้งาน รวมถึงขอบเขต การวิเคราะห์ข้อมูลในการนำไปใช้ งาน ซึ่งต้องประกอบไปกับการวางนโยบาย มาตรการรักษาความปลอดภัยของซอฟต์แวร์ เพื่อ ปกป้องข้อมูลขององค์กร เพื่อให้พนักงานนั้นเกิดการใช้อย่างถูกต้องและเกิดประสิทธิภาพมาก ที่สุด

5.3.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการนำแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการศึกษา ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในงานธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งผลการศึกษานี้แสดงให้เห็น ว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้ ปัจจัย ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและด้านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ในการใช้มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ในการใช้งาน และทัศนคติในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งาน โดยปัจจัยแต่ละด้าน ดังกล่าวสามารถทำนายได้ร้อยละ 41.2, 67.6, และ 70.8 ($R^2 = .412, .676, \text{ และ } .708$) ตามลำดับ

แสดงว่าที่เหลือเกิดจากปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ไม่ได้มีการนำมาศึกษา ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ในการวิจัยเชิงปริมาณ ควรนำแบบจำลองอื่น ๆ เข้ามาร่วมทำการศึกษาด้วย เช่น แบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (IS Success Model) แบบจำลองการยอมรับและใช้เทคโนโลยีแบบบูรณาการ (UTAUT) แบบจำลองคุณภาพการให้บริการ (RATER) เป็นต้น

นอกจากนั้น อาจทำการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีปัญหาประดิษฐ์ในการทำงานด้านอสังหาริมทรัพย์ เช่น ผู้พัฒนาระบบ ผู้ดูแลระบบ และผู้ใช้งานระบบ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น



บรรณานุกรม

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, กระทรวงอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
2564). กลยุทธ์และทิศทางการขับเคลื่อน ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
สืบค้นจาก
<https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/nac/2021/slide/ss31-lec03.pdf>
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, กระทรวงอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
2564). กลยุทธ์และทิศทางการขับเคลื่อน ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
สืบค้นจาก
<https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/nac/2021/slide/ss31-lec03.pdf>
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2559). ถอดรหัสแนวโน้มใหญ่ของโลกปี 2020: โอกาสและการปรับตัว
ของธุรกิจในอนาคต [วารสารวิทยาการจัดการ]. วไลยอลงกรณ์ปริทัศน์.
- เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์. (2557). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อ
การตัดสินใจซื้อหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. [การ
ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ขวัญชนก พุทธจันทร์. (2563). ปัญญาประดิษฐ์ (AI: Artificial Intelligence). สืบค้นจาก
<https://www.lib.ku.ac.th/2019/index.php/covid-19/1045-artificialintelligence>
- ณัฐ อรุณ. (2553). ปัญญาประดิษฐ์กับการประยุกต์ใช้งาน [วารสารนักบริหาร]. มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ
- นภาพร ภูบุบผา. (2562). ทศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจ
ซื้อผลิตภัณฑ์รถยนต์ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑล. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
กรุงเทพมหานคร.
- นภาพร ภูบุบผา. (2563). ทศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจ
ซื้อผลิตภัณฑ์รถยนต์ ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑล. [วิทยานิพนธ์-บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บรรณานุกรม (ต่อ)

- นฤมล ศรีมุกข์, จิราภา ชุ่มจันทร์, ปิยนุช เกื้อเพชร, วรรณภรณ์ บริพันธ์ และ เจษฎา นกน้อย. (2018). การเตรียมความพร้อมด้านนวัตกรรมของบุคลากรในบริษัทเอกชน: กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. สืบค้นจาก <http://wjst.wu.ac.th/index.php>
- นางสาวมาริษา เชนฮาร์ท. (2563). ความสัมพันธ์ค่านิยมค่านิยมของการยอมรับเทคโนโลยีและความคาดหวัง ในการตัดสินใจเลือกใช้แอร์ [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต] สืบค้นจาก [chrome extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3080/1/61606317.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3080/1/61606317.pdf)
- บุหงา ชัยสุวรรณ, พรรณพิลาส กุลคิด, ชัชญา สกุนา. (2565). สถานการณ์แนวโน้ม และความต้องการ ความรู้และทักษะปัญญาประดิษฐ์ทางการสื่อสาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของ บุคลากรวัยทำงานในประเทศไทย [วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์]. มหาลัษณูรพา
- ปาริฉัตร วิชฎากรณ์กุล. (2563). การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานโรงแรมในกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาลัษณูรพา
- พรชนก พลาบุลย์. (2560). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PROMPTPAY) ของรัฐบาลไทย. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- พรพรรณ ต้นเจริญ, อริสสา สะอาดนัก (2564). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันของธุรกิจขนส่งอาหารของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก www://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.mis.ms.su.ac.th/MISMS02/PDF01/1288_20210712_12600061___Pornpun_Tancharoen.pdf
- เพ็ญพรรณ วันเพ็ญ. (2561). การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อความพร้อมรับมือในการเข้ามาแทนที่ของปัญญาประดิษฐ์กลุ่มจักรกลอัตโนมัติของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. สืบค้นจาก http://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.ba-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2561-5-7_1564997375.pdf

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ภูชงค์ สุภาสาคร, ฐานิดา จิตรสุภาพ และเอกสิทธิ์ พัทธวงษ์ศักดิ์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Food Delivery แปรนด์ Grab Food. [สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหิดล
- มาริยา เชนฮาร์ท. (2563). ความสัมพันธ์คานาบิคอลของการยอมรับเทคโนโลยีและความคาดหวังในการตัดสินใจเลือกใช้อีอาร์บีเอ็นบีแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพมหานคร.
- มาริยา เชนฮาร์ท (2563). ความสัมพันธ์คานาบิคอลของการยอมรับเทคโนโลยีและความคาดหวังในการตัดสินใจเลือกใช้อีอาร์บีเอ็นบีผ่านแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียล. สืบค้นจาก <http://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3080/1/61606317.pdf>
- รัชณี ขอบศิลป์ และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์. (2564). การรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และการยอมรับในการทำงานร่วมกับหุ่นยนต์ของพนักงานในบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แห่งหนึ่งในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 10(1), 36-50.
- วนิดา แซ่ตั้ง, ศักดิ์ชาย ตั้งวรรณวิทย์ และชนพล เจนสุทธิเวชกุล. (2564). การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ในประเทศไทย: มุมมองขององค์กร. *วารสารมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี)*, 13(25), 110-122.
- สมาคมโปรแกรมเมอร์ไทย. (ธันวาคม, 2018). ปัญญาประดิษฐ์ (AI : Artificial Intelligence) คืออะไร. สืบค้นจาก [https://www.thaiprogrammer.org/2018/12/whatisai/#:~:text=%E0%B8%8A%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B8%94%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%20AI%20\(Type%20of,%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%A5%E0%B8%B6%E0%B8%81%20\(Deep%20Learning](https://www.thaiprogrammer.org/2018/12/whatisai/#:~:text=%E0%B8%8A%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B8%94%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%20AI%20(Type%20of,%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%A5%E0%B8%B6%E0%B8%81%20(Deep%20Learning)

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สิทธิชัย ภูษาแก้ว (2560). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สุพล พรหมมาพันธุ์, สิริรัตน์ มัชฌิมาดิลก, ปรีชา ตั้งเกรียงกิจ. (2018). ปัญญาประดิษฐ์ : ก้าวสู่ยุคทองของสมองกลอัจฉริยะ [วารสาร Royal Thai Air Force Medical Gazette ฉบับที่ 3 เดือน กันยายน 2018 - ธันวาคม 2018]. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- Jutamard (T.t.). (2564). บทบาทเทคโนโลยี AI ต่อการส่งเสริมศักยภาพของภาคธุรกิจอุตสาหกรรม. สืบค้นจาก <https://addventures.co.th/kaarphathnaaethkhonolyii-ai-ecosystem-ainpraethsaithy-aelakaaraichethkhonolyii-ai-phaanklyuthth-open-innovation-kh-ng-scg/>.Add Addventures by SCG.
- Jutamard (T.t.). (2564). บทบาทเทคโนโลยี AI ต่อการส่งเสริมศักยภาพของภาคธุรกิจอุตสาหกรรม. สืบค้นจาก <https://addventures.co.th/kaarphathnaaethkhonolyii-ai-ecosystem-ainpraethsaithy-aelakaaraichethkhonolyii-ai-phaanklyuthth-open-innovation-kh-ng-scg/>.Add Addventures by SCG.
- Karissa Bell (กรกฎาคม, 2016). Inside the data center where Facebook trains and tests its apps. สืบค้นจาก <https://mashable.com/article/facebook-data-center-ai>. Mashable SE Asia
- Techsauce Team. (2561). เทคโนโลยี AI กับ Localization แบบไทยๆ ปรับใช้ตรงไหนได้บ้างในอนาคต. สืบค้นจาก <https://techsauce.co/tech-and-biz/ai-technology-in-thailand>.
- Techsauce Team. (2561). เทคโนโลยี AI กับ Localization แบบไทยๆ ปรับใช้ตรงไหนได้บ้างในอนาคต. สืบค้นจาก <https://techsauce.co/tech-and-biz/ai-technology-in-thailand>.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่องานวิจัย

กลยุทธ์การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสู่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์(AI) ของพนักงานในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการและกลยุทธ์ วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลและความคิดเห็นจากผู้ตอบแบบสอบถาม และนำข้อมูลมาใช้ในการศึกษาวิจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของพนักงานในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

โดยคำนิยามของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) หรือ ที่เรียกโดยย่อว่า “AI” นั้น หมายถึง ระบบประมวลผลของคอมพิวเตอร์ หุ่นยนต์ เครื่องจักร หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่มีการวิเคราะห์เชิงลึกคล้ายความฉลาดของมนุษย์ และสามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นการกระทำได้ โดยปัจจุบันมักพบเห็นในลักษณะตัวอย่างดังนี้

- การแนะนำสื่อ ข่าวสาร ตามความสนใจ อาทิเช่น Social Media ใน Facebook, Instagram หรือ แนะนำหนัง เพลงใน Netflix, Spotify
- เครื่องอิเล็กทรอนิกส์มีการเรียนรู้และจดจำข้อมูลของผู้ใช้บริการ เช่น Smart Home - ปรับระดับความเย็นของอุณหภูมิตามที่เจ้าของบ้าน
- การแนะนำเส้นทาง เช่น Google Map
- การใช้ในรูปแบบที่สามารถโต้ตอบหาข้อมูลได้ เช่น Chat GPT
- การนำมาช่วยลดขั้นตอนในงานด้านการตัดต่อภาพ วีดีโอ และการออกแบบ โดยการป้อนชุดคำสั่งให้ AI ประมวลผลออกมาตามคำสั่ง
- ระบบที่ใช้ในการระบุพิสูจน์และจำแนกตัวตนบุคคลโดยใช้ Biometric เช่น Facial Recognition
- ระบบสั่งงานด้วยเสียง เช่น Siri, Alexa, Google home

ทั้งนี้ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ และคำตอบที่ได้จะไม่มีการเปิดเผยต่อสาธารณะในรูปแบบรายบุคคล แต่จะเป็นการรายงานผลวิจัยข้อมูลส่วนรวมเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น และเพื่อประโยชน์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลตามความเป็นจริงอย่างครบถ้วน และผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความกรุณาในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้

แบบสอบถามนี้จะใช้ระยะเวลาประมาณ 10 - 15 นาที โดยประกอบไปด้วย 3 ส่วน ดังนี้

คำถามคัดกรอง

คำชี้แจง จงทำเครื่องหมาย ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ท่านได้ทำงานอยู่ในบริษัทอสังหาริมทรัพย์หรือไม่

- ใช่ (คำถามคัดกรองข้อที่ 2) ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

2. ท่านรู้จักเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) หรือไม่

- รู้จัก (คำถามส่วนที่ 1) ไม่รู้จัก (จบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 1 มุมมองต่อการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในงานด้านอสังหาริมทรัพย์

คำชี้แจง จงทำเครื่องหมาย ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1.1. สายงานในอสังหาริมทรัพย์ที่ท่านทำงานอยู่ในปัจจุบัน

- สายงานจัดหาที่ดิน
 สายงานพัฒนาธุรกิจ (Business Development)
 สายงานตลาด
 สายงานขาย
 สายงานด้านการออกแบบ
 สายงานก่อสร้าง
 สายงานดูแลหลังการขาย
 สายงานฝากขาย ฝากเช่า
 สายงานบริหารทรัพยากรมนุษย์
 สายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ
 สายงานการเงิน/การบัญชี

- สายงานการจัดซื้อ
- สายงานสนับสนุน (Admin)
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ท่านเคยมีการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) หรือไม่

- เคยใช้ (คำถามข้อที่ 3-5)
- ไม่เคยใช้ (คำถามข้อที่ 6.)

3. ลักษณะการใช้งานของท่านเป็นในลักษณะใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ค้นหาข้อมูล
- ประมวลผลข้อมูล
- เพื่อลดขั้นตอนการทำงาน
- นำไปพัฒนาสินค้า และออกแบบ
- เพิ่มประสิทธิภาพของงาน
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ปัจจัยใดบ้างที่ช่วยส่งเสริมให้ท่านมีการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ AI ได้ดียิ่งขึ้น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การสนับสนุนด้านความรู้ เช่น มีจัดหลักสูตรอบรม
- การสนับสนุนด้านเทคโนโลยี
- การสนับสนุนด้านนโยบายของบริษัทที่เปิดรับในการนำเทคโนโลยี AI มาปรับใช้ในการทำงาน
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ท่านมีมุมมองอย่างไรต่อข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในสายงาน อสังหาริมทรัพย์

- มีความรู้ไม่เพียงพอ
- ต้นทุนแพง
- งานไม่มีความต้องการใช้
- การตัดสินใจบางอย่างต้องอาศัย ความมีส่วนร่วมของบุคคล
- ทักษะที่ขาดความเชื่อมั่นในข้อมูลของการประมวลผล AI

- ความปลอดภัยทางไซเบอร์
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. เหตุใดท่านถึงไม่ลองใช้ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไม่มีความเข้าใจแน่ชัดเกี่ยวกับประโยชน์ของ AI
- ไม่มีความจำเป็นต้องใช้งาน
- ไม่มั่นใจในข้อมูลที่จะได้มา
- กลัวข้อมูลรั่วไหล
- จะใช้งานยาก
- ไม่อยากเสียเวลาที่จะเรียนรู้
- มีคนเคยบอกถึงข้อเสีย
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 มุมมองของท่านต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในด้านการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ว่าเทคโนโลยี AI มีประโยชน์ ด้านทัศนคติต่อการใช้ และด้านพฤติกรรมการณ์ตั้งใจนำไปใช้ ในสายงานของท่านที่ท่านได้ทำงานในบริษัทอสังหาริมทรัพย์เป็นอย่างไร

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความคิดเห็นดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด

4 = เห็นด้วยมาก

3 = เห็นด้วยปานกลาง

2 = เห็นด้วยน้อย

1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived usefulness)					
1.1	ท่านคิดว่าการใช้เทคโนโลยี AI นั้นสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานดียิ่งขึ้น					
1.2	ท่านคิดว่าเทคโนโลยี AI ทำให้เพิ่มศักยภาพในการทำงานให้สะดวกรวดเร็ว					

ส่วนที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.3	ท่านคิดว่าเทคโนโลยี AI ช่วยให้ข้อมูลที่ได้รับถูกต้องครบถ้วน					
1.4	ท่านคิดว่า AI ช่วยตอบโจทย์วัตถุประสงค์ความต้องการในการใช้งานได้เป็นอย่างดี					
2.	การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use)					
2.1	ท่านสามารถเรียนรู้ระบบการทำงานของ AI ได้โดยง่ายโดยไม่ต้องมีความรู้ในด้านเทคโนโลยีมากนัก					
2.2	ท่านสามารถเรียนรู้ระบบการทำงานของ AI ได้อย่างรวดเร็ว					
2.3	ท่านคิดว่าการใช้งาน AI ช่วยให้การดำเนินงานของท่านง่ายขึ้นไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน					
2.4	โดยภาพรวมแล้วเทคโนโลยี AI นั้นเป็นระบบที่ใช้งานง่าย					
3.	ทัศนคติต่อการใช้ (Attitude toward using)					
3.1	ท่านสามารถนำเทคโนโลยี AI ไปต่อยอดต่อในการทำงานในสายงานในอสังหาริมทรัพย์ได้เป็นอย่างดี					
3.2	ท่านคิดว่าข้อมูลที่ได้รับจาก AI เป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้					
3.3	ท่านมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจในการใช้เทคโนโลยี AI					
3.4	ท่านคิดว่าการนำเทคโนโลยี AI เข้ามาใช้งานในสายงานที่ท่านทำอยู่ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นความคิดที่ดี					
3.5	ท่านพึงพอใจที่ได้ใช้งานเทคโนโลยี AI					
4.	พฤติกรรมตั้งใจนำไปใช้ (Behavioral intention to actual)					
4.1	ท่านคิดว่าข้อมูลที่รับจากเทคโนโลยี AI ตรงตามความต้องการเป็นข้อมูลที่มีคุณภาพ					
4.2	ท่านมีความตั้งใจที่จะใช้ AI อย่างต่อเนื่องในการทำงานอนาคต					
4.3	ท่านแนะนำให้บุคคลอื่นนำเทคโนโลยี AI มาใช้ในการทำงาน					

ส่วนที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
4.4	ท่านคาดหวังต่อการใช้เทคโนโลยี AI เพื่อใช้ปฏิบัติงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ในงานที่ได้รับมอบหมายให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด					
4.5	ท่านเห็นด้วยหากองค์กรของท่านมีการส่งเสริมการนำเทคโนโลยี AI มาปรับใช้กับการทำงาน					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง จงทำเครื่องหมาย ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 25 ปี

25 – 35 ปี

36 – 45 ปี

46 – 55 ปี

สูงกว่า 55 ปี

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

4. ประสบการณ์ทำงานในภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์

ต่ำกว่า 5 ปี

5 – 10 ปี

10 ปีขึ้นไป

5. ปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่งใด

พนักงาน

หัวหน้างาน

ผู้จัดการ

ผู้บริหาร

อื่นๆ โปรดระบุ.....