

ทัศนคติของผู้ประกอบการรายย่อยในกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี
ปัญญาประดิษฐ์

The attitude of small and medium enterprises in Bangkok affecting perceptions about artificial
intelligence.

รดาภัทร เสนสะอาด

เกวลิน เศรษฐกร

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการรายย่อยใน
กรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ AI จำนวน 400 คน โดยใช้
แบบสอบถามการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ
(Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD), t-test, F-test, One-Way ANOVA: F-test, Regression ใน
การทดสอบหากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะนำไปเปรียบเทียบรายคู่แบบ LSD

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการรายย่อยในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 269 คน
อายุต่ำกว่า 30 ปี มีธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดย่อม มีประเภทธุรกิจ ธุรกิจพาณิชย์กรรมหรือธุรกิจแบบซื้อมา
ขายไป มีทัศนคติที่มีผลต่อ ระดับรับรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี AI จากด้านต่างๆ คือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์
ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความตั้งใจที่จะใช้ ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง ซึ่งมีระดับความคิดเห็นใน
ระดับปานกลางเท่ากันทุกด้าน

คำสำคัญ : ทัศนคติ, การรับรู้, เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI), องค์ประกอบด้านความรู้,
องค์ประกอบด้านท่าที ความรู้สึก, องค์ประกอบด้านพฤติกรรม, ผู้ประกอบการรายย่อย กรุงเทพมหานคร

Abstract

This study aimed to The attitude of small and medium enterprises in Bangkok affecting perceptions about artificial intelligence by using 400 questionnaires. Statistics used for data analysis are frequency and percentage, standard deviation (SD), t-test, F-test, one-way ANOVA: F-test, Regression. Significant differences were found in the LSD

The study found that small entrepreneurs, mostly in Bangkok female 269 people under the age of 30 years have a small business or a small number. A business is a business, commercial or business sell to buy. An attitude that affects the level of awareness about the various aspects of artificial intelligence technology is Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Intention to Use, Perceived Risk, which is a moderate comment on equal terms.

Keyword : Attitude, Recognition, Artificial intelligence, Cognitive Component, Affective Component, Behavioral Component, Small and Medium Enterprises in Bangkok