

ชื่อเรื่อง	รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับในปัญญาประดิษฐ์ต่อผล การดำเนินการด้านการตลาดของสายการบินสัญชาติไทย
ผู้วิจัย	ดร.เนตรศิริ เรืองอริยภักดิ์
ปีที่ทำวิจัยเสร็จ	2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการยอมรับในปัญญาประดิษฐ์ของสายการบินสัญชาติไทย 2) ระดับผลการดำเนินการด้านการตลาดของสายการบินสัญชาติไทย และ 3) รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับในปัญญาประดิษฐ์ต่อผลการดำเนินการด้านการตลาดของสายการบินสัญชาติไทย เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mix Methods Research: MMR) แบบคู่ขนาน (Convergent Parallel Design) ในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยอาศัยแบบสอบถาม (Questionnaires) เก็บข้อมูลจากผู้โดยสารสายการบินสัญชาติไทย จำนวนทั้งสิ้น 310 คน และในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร 3 ท่านของสายการบินสัญชาติไทย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารสายการบินสัญชาติไทยมีการยอมรับในปัญญาประดิษฐ์โดยรวมในระดับมาก โดยมีการยอมรับในระดับมากเกี่ยวกับความสามารถขององค์กร และคุณสมบัติของปัญญาประดิษฐ์ รวมถึงเห็นว่าผลการดำเนินการด้านการตลาดของสายการบินสัญชาติไทยโดยรวมในระดับมาก รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับในปัญญาประดิษฐ์ต่อผลการดำเนินการด้านการตลาดของสายการบินสัญชาติไทยที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ลักษณะความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพบว่า การยอมรับในปัญญาประดิษฐ์มีความสัมพันธ์ทางตรงต่อการดำเนินการด้านการตลาดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศ อาชีพร่วมส่งผลต่อผลการดำเนินการด้านการตลาดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: ปัญญาประดิษฐ์, ผลการดำเนินการด้านการตลาด