



แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุฒพันธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

นายธนากร ดำรงสกุลวงษ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ปีการศึกษา 2567

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพูนธ์ขององค์กรในธุรกิจสงหาริมทรัพย์



นายธนากร ดำรงสกุลวงษ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ปีการศึกษา 2567

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ



ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

เรื่อง แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทธรักษ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

โดย นายธนากร ดำรงสกุลวงศ์

ได้รับอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุนีย์ วรรณโกมล)

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รักษารินทร์ แสนราช)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชูขณะ เตชคณา)

ชื่อ : นายธนากร ดำรงสกุลวงศ์
ชื่อการค้นคว้าอิสระ : แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรใน
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
สาขาวิชา : บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระหลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รักนรินทร์ แสนราช
ปีการศึกษา : 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และเพื่อวิเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 100 ราย รายงานนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent samples t-test และ One-Way ANOVA การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก และจำแนกเป็นรายด้านของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านนโยบายดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กร ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร มีแนวทางการบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านวุฒิการศึกษา ด้านระดับการปฏิบัติงานในองค์กร และด้านระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(มีจำนวนทั้งสิ้น 101 หน้า)

คำสำคัญ : แนวทางการบริหารจัดการ, ดิจิทัลพุตพรีนธ์, องค์กรธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระหลัก

Name : Mr. Tanakorn Dumrongsakunwong
Independent Study Title : STRATEGIC MANAGEMENT OF DIGITAL FOOTPRINTS IN
THE REAL ESTATE BUSINESSES
Major Field : Industrial Business Administration
King Mongkut's University of Technology North
Bangkok
Independent Study Advisor : Assistant Professor Dr. Raknarin Sanrach
Academic Year : 2024

ABSTRACT

This research aims to Strategic Management of Digital Footprints in the Real Estate Businesses, and to compare differences in preparedness guidelines for digital footprint management based on respondent general demographic characteristics. The sample size consisted of 100 respondents, using a survey research methodology. The research instrument used was a questionnaire, statistical methods employed included percentage, mean, standard deviation, independent samples t-test, and One-Way ANOVA. Data were analyzed using the SPSS.

The research findings revealed that the overall Strategic Management of Digital Footprints in the Real Estate Businesses is at a high level. The preparation guidelines, categorized by different aspects, including organizational digital footprint policy, organizational data management, organizational data center, and organizational technology and innovation, are also at a high level. When comparing the Strategic Management of Digital Footprints in the Transportation Businesses based on general characteristics such as gender, age, educational background, operational level, and length of service, statistically significant differences were found at the .05 level.

(Total 101 Pages)

Keywords: Management Approaches, Digital Footprint, Transportation Business
Organizations

Advisor

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง ของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณนรินทร์ แสนราช อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ทำให้การค้นคว้าอิสระเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ และ รองศาสตราจารย์ ดร. ชุมนะ เตชคณา กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำทำให้งานวิจัยสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.ธานินทร์ ศิลป์จารุ อธิการบดี และรองศาสตราจารย์ ดร.สุนีย์ วรรณโณมล คณบดีคณะบริหารธุรกิจ คณาจารย์ และบุคลากร คณะบริหารธุรกิจทุกท่าน ที่กรุณาให้ความช่วยเหลือสนับสนุน ตลอดจนอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ด้วยดีเสมอมา

ท้ายที่สุดนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดาและสมาชิกทุก ๆ ท่านในครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนการทำวิจัยในครั้งนี้ทุก ๆ ด้าน ด้วยดีให้ความหวังใจ และให้กำลังใจ ซึ่งเป็นแรงใจสำคัญ ตลอดจนเพื่อนนักศึกษา และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ธนากร ดำรงสกุลวงษ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	1
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 ข้อตกลงเบื้องต้น	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
1.6 ประโยชน์ของผลการวิจัย	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีการบริหารจัดการ	5
2.2 แนวทางการแก้ไขและลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจสังหาริมทรัพย์	7
2.3 ทฤษฎีการบริหารจัดการแนวคิดด้านการบริหารจัดการรอยเท้าดิจิทัล	9
2.4 สถานการณ์ธุรกิจสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย	11
2.5 Digital Marketing และ เทคโนโลยี CRM ในธุรกิจสังหาริมทรัพย์	15
2.6 แนวคิดด้านนโยบายความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ	16
2.7 การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในธุรกิจสังหาริมทรัพย์	18
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
2.9 กรอบแนวคิดงานวิจัย	25

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1	ประเภทการวิจัย	26
3.2	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	26
3.3	ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	27
3.4	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	27
3.5	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.6	การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	30
3.7	การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	31
บทที่ 4	ผลการดำเนินการวิจัย	
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
4.2	ผลการวิเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	35
4.3	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
4.4	ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	81
บทที่ 5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการวิจัย	84
5.2	อภิปรายผลการวิจัย	86
5.3	ข้อเสนอแนะ	90
บรรณานุกรม		92
ภาคผนวก ก		93
แบบสอบถาม		94
ประวัติผู้วิจัย		101

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-1 จำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศ	32
4-2 จำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านอายุ	33
4-3 จำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านวุฒิการศึกษา	33
4-4 จำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านระดับปฏิบัติงานในองค์กร	34
4-5 จำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร	34
4-6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยภาพรวม	38
4-7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านนโยบายด้านดิจิทัลพุตพรีนท์ขององค์กร	39
4-8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร	41
4-9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร	44
4-10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม	46
4-11 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านเพศ	48
4-12 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อจำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านอายุ	54
4-13 เียบความแตกต่างของของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์โดยแยกเป็นรายข้อจำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษา	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4-14	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ระบบการทำความเข้าใจในศูนย์ข้อมูลมีประสิทธิภาพ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษา	64
4-15	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ระบบการทำความเข้าใจในศูนย์ข้อมูลมีประสิทธิภาพ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษา	65
4-16	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรมีการจัดตั้งทีมงานสำหรับสร้างสรรค์นวัตกรรม จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษา	66
4-17	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร ในธุรกิจมีการนำระบบอัตโนมัติของปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในการดำเนินงานขององค์กร จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษา	66
4-18	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อกาจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระดับการปฏิบัติงานในองค์กร	67
4-19	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอยู่ในระดับสูง จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระดับปฏิบัติการในองค์กร	73
4-20	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร สามารถจัดการกับปริมาณข้อมูลที่มีจำนวนมากได้ ด้านระดับปฏิบัติการในองค์กร	74
4-21	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร มีการบำรุงรักษาศูนย์ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ ด้านระดับปฏิบัติการในองค์กร	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4-22	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อจำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร	75
4-23	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มีนโยบายการเข้าถึงข้อมูลองค์กรจากระยะไกล จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร	81

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		หน้า
2-1	แผนภาพแสดงประเภทของร่องรอยดิจิทัล	11
2-2	การคาดการณ์ธุรกิจอันตราย	12
2-3	หน่วยไอทีที่อาศัยอยู่ทั่วประเทศ	13
2-4	กรอบแนวคิดในแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทธรักษ์ขององค์กรใน ธุรกิจอันตราย	27



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในทุกอุตสาหกรรม ธุรกิจอีคอมเมิร์ซก็ไม่ได้ต่างจากธุรกิจอื่นๆ ที่ต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ดิจิทัลฟุตพริ้นท์ (Digital Footprint) หรือที่เรียกกันว่า รอยเท้าดิจิทัล หมายถึง ข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการกระทำของผู้ใช้ในโลกออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการค้นหาข้อมูลอีคอมเมิร์ซ การเยี่ยมชมเว็บไซต์ การโต้ตอบในโซเชียลมีเดีย หรือการทำธุรกรรมต่างๆ ในโลกออนไลน์ ซึ่งธุรกิจอีคอมเมิร์ซเริ่มใช้เทคโนโลยีในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากรอยเท้าดิจิทัลของลูกค้าเพื่อปรับกลยุทธ์การตลาด การบริหารจัดการอีคอมเมิร์ซ และการบริการลูกค้าให้ดีขึ้น

การเข้าถึงข้อมูลลูกค้าที่แม่นยำจะทำให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซสามารถใช้ข้อมูลจากดิจิทัลฟุตพริ้นท์ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าและการตัดสินใจซื้อ การเข้าใจความต้องการของลูกค้าอย่างละเอียดจะช่วยให้บริษัทสามารถปรับปรุงการบริการและตอบสนองได้ตรงจุด อีกทั้งยังเพิ่มประสิทธิภาพในการทำการตลาด การใช้ข้อมูลจากดิจิทัลฟุตพริ้นท์สามารถช่วยปรับกลยุทธ์การตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำและมีแนวโน้มที่จะดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น การตัดสินใจที่มีข้อมูลสนับสนุนจะทำให้การใช้ข้อมูลจากรอยเท้าดิจิทัลช่วยในการวิเคราะห์และตัดสินใจที่แม่นยำขึ้นในการตั้งราคา ประเมินมูลค่าทรัพย์สิน และการคาดการณ์แนวโน้มของตลาดอีคอมเมิร์ซในอนาคตนั้นมีความท้าทายเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูล การเก็บข้อมูลลูกค้าในรูปแบบดิจิทัลอาจนำไปสู่ปัญหาความเป็นส่วนตัวและการละเมิดข้อมูล หากไม่สามารถป้องกันได้อย่างถูกต้องอาจทำให้บริษัทเสียชื่อเสียงและเสี่ยงต่อการถูกฟ้องร้อง

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยและความแตกต่างในการบริหารจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยมีขอบเขตในการศึกษาวิจัยดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.3.1.1 ประชากรที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรทั่วไปที่ปฏิบัติงานในองค์กรธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในการวิจัย เลือกมาจากประชากรองค์กรธุรกิจ แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน จึงใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (ธานินทร์, 2563 : 47) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน แต่เนื่องจากผู้วิจัยมีข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ซึ่งจะต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลาที่หลักสูตรกำหนด ดังนั้น จึงทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (ธานินทร์, 2563 : 64)

1.3.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

1.3.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ที่ใช้ศึกษาครั้งนี้คือ สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ระดับการปฏิบัติงานในองค์กร และระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร

1.3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ข้อคิดเห็นที่เกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในด้านนโยบายดิจิทัลพุท พรีนธ์ขององค์กร ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

1.3.3.1 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการในวันที่ 1 ธันวาคม 2567 ถึง 31 มีนาคม 2568

1.4 ข้อตกลงเบื้องต้น

การศึกษา แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มีข้อตกลงเบื้องต้นของการวิจัยเป็น 3 ข้อ ดังนี้

1.4.1 การคำนวณตัวเลขตัวสุดท้ายจะใช้วิธีการปัดทศนิยม เพิ่มหรือลดเพื่อให้ได้ค่าเต็ม 100% โดยยึดตามหลักการสากลของมาตรฐานการเงินและบัญชีที่ยอมรับกันทั่วไป

1.4.2 กรณีผลการวิเคราะห์งานวิจัยมีค่าเป็น 0 จะไม่อ่านค่าและอธิบายผล

1.4.3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในข้อคำถามแบบปลายเปิด จะแปลผลทุกหัวข้อที่มีข้อเสนอแนะ

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน ผู้วิจัยจึงมีนิยามศัพท์เฉพาะ หรือ คำจำกัดความของคำศัพท์ที่ใช้ในการวิจัยบางคำ ดังนี้

1.5.1 แนวทางการบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการร่วมกันระหว่างทีมผู้บริหารและบุคลากรภายในองค์กร เพื่อทำให้งานบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเป็นหน้าที่ของผู้บริหารในการดำเนินการต่างๆ เพื่อสร้างความร่วมมือในการทำงานอย่างเต็มใจและเต็มความสามารถ โดยใช้ทรัพยากรขององค์กรอย่างเหมาะสมและให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผ่านการวางแผนงาน (Planning) การจัดโครงสร้างองค์กร (Organizing) การนำการปฏิบัติงาน (Leading) และการควบคุมงาน (Controlling) เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายสำเร็จและสร้างความยั่งยืนได้ในระยะยาว

1.5.2 ดิจิทัลฟุตพริ้นท์ (Digital Footprint) หมายถึง ร่องรอยที่เกิดจากการใช้งานอินเทอร์เน็ต หรือการกระทำใดๆ ในเทคโนโลยีดิจิทัล ดิจิทัลฟุตพริ้นท์จะเกิดขึ้นทุกครั้ง ไม่ว่าจะมีความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ ร่องรอยจะถูกบันทึกและสามารถติดตามย้อนหลังได้ทั้งในระดับบุคคลและองค์กร เช่น ข้อมูลที่เกิดจากการใช้งานอินเทอร์เน็ต การสืบค้นข้อมูลบนแพลตฟอร์มในอินเทอร์เน็ต การสื่อสารผ่านอุปกรณ์ดิจิทัล และการโพสต์ข้อความ การแชร์รูปภาพต่างๆ เป็นต้น

1.5.3 องค์กรธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ หมายถึง องค์กรธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นองค์กรที่ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา การซื้อขาย การเช่า หรือการจัดการอสังหาริมทรัพย์ โดยมีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันตามประเภทของทรัพย์สินที่มีความต้องการ เช่น เจ้าของบ้าน, นักลงทุน, ผู้เช่า หรือผู้ที่มองหาอสังหาริมทรัพย์สำหรับการพัฒนาโครงการต่างๆ

1.6 ประโยชน์ของผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้เกิดประโยชน์จากปัจจัยในการบริหารจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ดังนี้

1.6.1 เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

1.6.2 เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จำเป็นต้องรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างและการจัดการร่องรอยทางดิจิทัล (Digital Footprint) ที่เกิดจากกิจกรรมภายในองค์กร โดยครอบคลุมถึงด้านนโยบายดิจิทัลพุตพริ้นท์ขององค์กร ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม นอกจากนี้ ยังต้องศึกษาหลักการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพริ้นท์ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อพัฒนาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างเหมาะสมและตอบสนองต่อความต้องการของธุรกิจ ดังนั้น ผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำมาปรับใช้เป็นแนวทางการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดเนื้อหาดังต่อไปนี้

- 2.1 ทฤษฎีการบริหารจัดการ
- 2.2 แนวทางการแก้ไขและลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
- 2.3 แนวคิดด้านการบริหารจัดการรอยเท้าดิจิทัล (Digital Footprint Management)
- 2.4 สถานการณ์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย
- 2.5 การใช้เทคโนโลยี GIS และ Big Data ในการบริหารจัดการการขนส่ง
- 2.6 แนวคิดด้านนโยบายความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ (Information Security Policy)
- 2.7 การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
- 2.8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.9 กรอบแนวคิดงานวิจัย

2.1 ทฤษฎีการบริหารจัดการ

ทฤษฎีบริหารจัดการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์หมายถึงแนวคิดและหลักการที่ใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมุ่งเน้นการจัดการทรัพยากรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรสินมนุษย์ (พนักงาน/ทีมงาน) ทรัพยากรทางการเงิน การตลาด การจัดการโครงการ และการวางกลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การสร้างมูลค่า และการบรรลุผลกำไรสูงสุดในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

โดยทฤษฎีการบริหารจัดการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะช่วยให้ผู้บริหารสามารถวางแผน,จัดการ, และตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุน การพัฒนาโครงการ การขาย/เช่าอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงการจัดการ ความเสี่ยงและโอกาสต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้

2.1.1 ทฤษฎีคลาสสิก (Classical Management Theory) ทฤษฎีนี้เกิดขึ้นในช่วงต้นของการ พัฒนาแนวคิดการบริหารจัดการ โดยเน้นที่การเพิ่มประสิทธิภาพและการผลิตให้สูงสุด โดยมีแนวคิด หลักคือการจัดระเบียบงานและการกำหนดหน้าที่อย่างชัดเจน ตัวอย่างของทฤษฎีนี้มี 2 แนวคิดสำคัญ คือ

2.1.1.1 ทฤษฎีของเฮนรี ฟาโยล (Henri Fayol's Administrative Theory): เน้นการ จัดการองค์กรในด้านต่างๆ เช่น การวางแผน การจัดองค์กร การนำ การประสานงาน และการควบคุม

2.1.1.2 ทฤษฎีของเฟรดริก เทย์เลอร์ (Frederick Taylor's Scientific Management): เน้นการใช้วิทยาศาสตร์และเทคนิคในการปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลด การสูญเสีย

2.1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Management Theory) ทฤษฎีนี้มุ่งเน้นที่ การศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ในที่ทำงานและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บริหารและพนักงาน โดยเน้นการสร้างแรงจูงใจและการดูแลพนักงานให้มีความสุขในการทำงาน ตัวอย่างทฤษฎีในกลุ่มนี้ คือ

2.1.2.1 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) เน้นว่าคน มีความต้องการหลายระดับ ตั้งแต่ความต้องการพื้นฐาน (อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย) ไปจนถึงความ ต้องการด้านการยอมรับและการพัฒนาตนเอง

2.1.2.2 ทฤษฎีการกระตุ้นของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg's Motivation-Hygiene Theory) แยกแยะปัจจัยที่ทำให้พนักงานรู้สึกพึงพอใจ (motivators) และปัจจัยที่ทำให้พนักงานไม่พึงพอใจ (hygiene factors)

2.1.3 ทฤษฎีการบริหารเชิงระบบ (Systems Theory) ทฤษฎีนี้มององค์กรเป็นระบบที่ ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ที่ทำงานร่วมกัน โดยมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน การเปลี่ยนแปลงในส่วนใด ส่วนหนึ่งขององค์กรจะส่งผลกระทบต่อส่วนอื่นๆ การบริหารต้องมองภาพรวมทั้งหมด และให้ ความสำคัญกับการประสานงานของทุกส่วนภายในองค์กร

2.1.4 ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ (Contingency Theory) ทฤษฎีนี้เชื่อว่าไม่มีวิธีการ บริหารที่เหมาะสมที่สุดสำหรับทุกสถานการณ์ การตัดสินใจของผู้บริหารจะต้องพิจารณาจาก สถานการณ์เฉพาะที่เกิดขึ้นในขณะนั้น เช่น ขนาดขององค์กร สภาพแวดล้อม หรือวัฒนธรรมของ ทีมงาน ทฤษฎีนี้เน้นการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

2.1.5 ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Theory) ทฤษฎีนี้เน้นการกำหนดทิศทางในระยะยาวขององค์กร โดยการพิจารณาในด้านการแข่งขัน การวิเคราะห์โอกาสและความเสี่ยงในตลาด เพื่อให้การตัดสินใจสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการเจริญเติบโตขององค์กรได้อย่างแน่วแน่ในทฤษฎีนี้คือ การใช้ SWOT Analysis (การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม)

2.1.6 ทฤษฎีการบริหารยุคใหม่ (Modern Management Theories) ในยุคปัจจุบันมีทฤษฎีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับความท้าทายที่องค์กรต้องเผชิญ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การจัดการความหลากหลาย และการเพิ่มขึ้นของการทำงานจากระยะไกล ทฤษฎีเหล่านี้จะเน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสร้างองค์กรที่มีความยืดหยุ่น และสามารถปรับตัวได้รวดเร็ว

การใช้ทฤษฎีบริหารจัดการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ช่วยให้ผู้บริหารสามารถทำการตัดสินใจได้อย่างมีระบบ และเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จในตลาดที่มีการแข่งขันสูง และสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพย์สินต่างๆ ได้อย่างยั่งยืน

2.2 แนวทางการแก้ไขและลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

คือ วิธีการและกลยุทธ์ที่ใช้ในการจัดการและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการต่างๆ ของการดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เช่น การพัฒนาโครงการ การลงทุน การบริหารจัดการทรัพย์สิน การตลาด และการขายหรือเช่าอสังหาริมทรัพย์ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างมั่นคงและปลอดภัยจากความเสี่ยงที่อาจส่งผลเสียต่อผลกำไรหรือการดำเนินงานในระยะยาว การลดความเสี่ยงในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถจัดการกับปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ความผันผวนของตลาดอสังหาริมทรัพย์ การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ ดอกเบี้ย หรือปัญหาทางกฎหมายได้ โดยการวางแผนที่ดี การศึกษาข้อมูล และการใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม

2.2.1 การศึกษาตลาดอย่างลึกซึ้ง (Market Research)

2.2.1.1 วิเคราะห์แนวโน้มตลาด: ก่อนการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ ควรศึกษาผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ ดอกเบี้ย หรือความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้การตัดสินใจในการลงทุนมีความแม่นยำ

2.2.1.2 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย: ศึกษาความต้องการของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้สามารถพัฒนาโครงการให้ตรงกับความต้องการ เช่น บ้านที่เหมาะสมกับครอบครัวขนาดกลาง หรือคอนโดที่เหมาะสมกับกลุ่มคนทำงาน

2.2.2 การจัดการทางการเงินอย่างรอบคอบ (Financial Management)

2.2.2.1 การคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI): คำนวณและประเมินผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment) ก่อนการลงทุนในโครงการ เพื่อให้มั่นใจว่าการลงทุนจะสามารถสร้างกำไรได้จริง

2.2.2.2 การจัดการกระแสเงินสด: ควบคุมและวางแผนกระแสเงินสดให้มั่นคง เพราะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มักจะมีค่าใช้จ่ายสูงในระหว่างการพัฒนาโครงการ หากไม่วางแผนการเงินให้ดีอาจเกิดปัญหาสภาพคล่องได้

2.2.3 การบริหารความเสี่ยงทางกฎหมาย (Legal Risk Management)

2.2.3.1 การตรวจสอบเอกสารและการอนุมัติที่เกี่ยวข้อง: ตรวจสอบและยืนยันว่าโครงการได้รับการอนุมัติจากหน่วยงานราชการ และมีเอกสารสิทธิ์ที่ถูกต้อง เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดจากข้อพิพาททางกฎหมาย

2.2.3.2 การปฏิบัติตามกฎระเบียบ ทราบกฎระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เช่น กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายที่ดิน หรือกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม

2.2.4 การกระจายความเสี่ยง (Diversification)

2.2.4.1 ลงทุนในหลายประเภทของอสังหาริมทรัพย์: การกระจายความเสี่ยงโดยการลงทุนในประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่หลากหลาย เช่น พาณิชยกรรม, ที่อยู่อาศัย, หรือที่ดินเปล่า จะช่วยลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาแหล่งรายได้เดียว

2.2.4.2 การลงทุนในพื้นที่ที่หลากหลาย: เลือกลงทุนในพื้นที่ที่มีศักยภาพหลากหลาย เช่น ตลาดในเมืองใหญ่และตลาดต่างจังหวัด เพื่อไม่ให้ธุรกิจเสี่ยงต่อการพึ่งพาผลกระทบจากภาวะตลาดในพื้นที่เดียว

2.2.5 การสร้างพันธมิตรที่แข็งแกร่ง (Strategic Partnerships)

2.2.5.1 การร่วมลงทุนกับพันธมิตรที่มีประสบการณ์: ร่วมมือกับนักลงทุนหรือบริษัทที่มีประสบการณ์และความรู้ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การมีพันธมิตรจะช่วยแบ่งเบาภาระการบริหารและลดความเสี่ยงในการดำเนินโครงการ

2.2.5.2 การเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างที่มีความเชี่ยวชาญ: เลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้างที่มีความน่าเชื่อถือและมีผลงานที่พิสูจน์ได้ เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการก่อสร้างที่ล่าช้าหรือมีปัญหา

2.2.6 การติดตามและประเมินผล (Monitoring and Evaluation)

2.2.6.1 การติดตามความคืบหน้าโครงการ: ตรวจสอบความคืบหน้าในการก่อสร้างหรือการพัฒนาโครงการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าโครงการดำเนินไปตามแผน

2.2.6.2 การปรับกลยุทธ์ตามสถานการณ์: ในกรณีที่พบปัญหาหรือความเสี่ยงใหม่ๆ ควรมีแผนสำรองหรือกลยุทธ์ในการปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

2.2.7 การประกันภัย (Insurance)

2.2.7.1 การทำประกันภัยทรัพย์สินและโครงการ: การประกันภัยสามารถช่วยลดความเสี่ยงจากเหตุการณ์ไม่คาดคิด เช่น ภัยธรรมชาติ หรืออุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการพัฒนาโครงการ

2.2.7.2 การประกันภัยสำหรับผู้เช่า: สำหรับธุรกิจเช่าอสังหาริมทรัพย์ การทำประกันภัยให้กับผู้เช่าสามารถช่วยป้องกันความเสี่ยงจากความเสียหายที่เกิดจากผู้เช่า

2.2.8 การใช้เทคโนโลยีในการจัดการ (Technology Use)

2.2.8.1 การใช้ซอฟต์แวร์การจัดการโครงการ การใช้เทคโนโลยีหรือซอฟต์แวร์ในการติดตามการดำเนินงานของโครงการช่วยลดข้อผิดพลาดและสามารถตรวจสอบความคืบหน้าได้อย่างรวดเร็ว

2.2.8.2 การใช้ข้อมูลทางสถิติและ AI: ใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์แนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อทำการตัดสินใจที่มีข้อมูลรองรับ ลดความเสี่ยงในการลงทุน

การลดความเสี่ยงในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ต้องการการวางแผนที่ดี และการประเมินสถานการณ์ที่รอบคอบ พร้อมทั้งการใช้เครื่องมือที่เหมาะสมเพื่อควบคุมและรับมือกับปัจจัยต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจในระยะยาว

2.3 ทฤษฎีการบริหารจัดการแนวคิดด้านการบริหารจัดการรอยเท้าดิจิทัล (Digital Footprint Management)

เป็นแนวคิดที่เน้นการจัดการข้อมูลและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างลูกค้ากับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงการติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการค้นหาของลูกค้า การใช้โซเชียลมีเดีย และข้อมูลจากช่องทางดิจิทัลอื่นๆ เพื่อเสริมสร้างกลยุทธ์การตลาดและการบริหารจัดการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

รอยเท้าดิจิทัล (Digital Footprint) คือ ข้อมูลที่ถูกสร้างขึ้นจากกิจกรรมออนไลน์ของบุคคลหรือธุรกิจผ่านช่องทางดิจิทัลต่างๆ เช่น เว็บไซต์ การใช้โซเชียลมีเดีย การค้นหาผ่านเครื่องมือค้นหา การสมัครรับข้อมูล หรือการมีส่วนร่วมกับโฆษณาออนไลน์ การจัดการรอยเท้าดิจิทัลจึงเกี่ยวข้องกับการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านี้เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์และการตัดสินใจในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

หลักการและแนวคิดด้านการบริหารจัดการรอยเท้าดิจิทัลในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

2.3.1 การติดตามพฤติกรรมของลูกค้า (Customer Behavior Tracking) คือ การใช้เทคโนโลยี เช่น Cookies, Google Analytics หรือเครื่องมือการติดตามข้อมูลอื่นๆ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้เข้าชมเว็บไซต์อสังหาริมทรัพย์ เช่น การค้นหาทรัพย์สินที่ต้องการ ความสนใจในสถานที่หรือฟีเจอร์เฉพาะในบ้านหรือคอนโด ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับปรุงบริการและการตลาดให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้

2.3.2 การใช้ข้อมูลในการสร้างกลยุทธ์การตลาด (Data-Driven Marketing) คือ การนำข้อมูลจากรอยเท้าดิจิทัลมาวิเคราะห์และสร้างกลยุทธ์การตลาดที่มีความเฉพาะเจาะจง เช่น การทำโฆษณาออนไลน์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การนำเสนอข้อมูลหรือโครงการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า หรือการจัดแคมเปญการตลาดที่ตอบสนองตามความต้องการของผู้ใช้

2.3.3 การปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Enhancement) คือ ข้อมูลจากรอยเท้าดิจิทัลสามารถนำมาใช้เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เช่น การปรับปรุงเว็บไซต์ให้ใช้งานง่ายขึ้น การนำเสนอข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ที่มีคุณสมบัติตรงกับสิ่งที่ลูกค้าค้นหา การให้ข้อมูลที่เหมาะสมหรือช่วยในการตัดสินใจผ่านการแสดงรีวิว หรือคำแนะนำจากลูกค้าที่เคยใช้บริการ

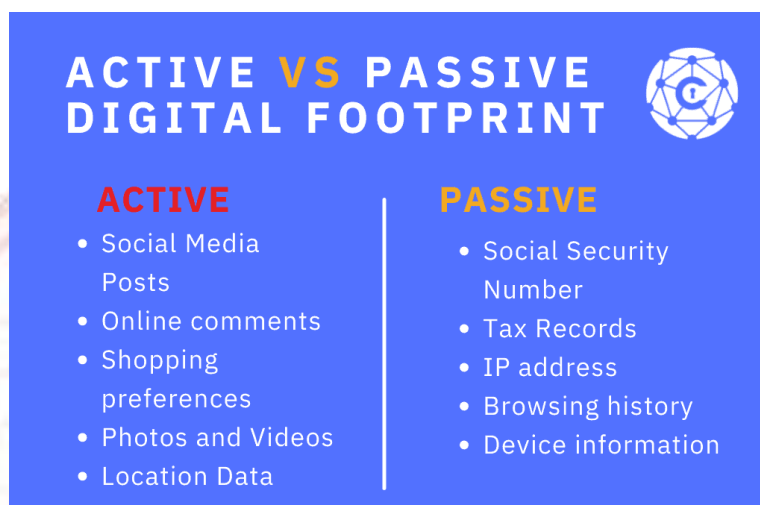
2.3.4 การวิเคราะห์และคาดการณ์แนวโน้มตลาด (Market Trend Prediction) คือ การใช้ข้อมูลจากรอยเท้าดิจิทัลในการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดอสังหาริมทรัพย์ เช่น การติดตามการค้นหาที่เกี่ยวข้องกับสถานที่หรือประเภทของทรัพย์สินที่เป็นที่นิยมในเวลานั้น ซึ่งสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์สามารถตัดสินใจได้ดีขึ้นในการพัฒนาโครงการใหม่ๆ หรือการลงทุนในพื้นที่ที่มีแนวโน้มเติบโต

2.3.5 การจัดการการเชื่อมโยงกับลูกค้า (Customer Relationship Management - CRM) คือ การนำข้อมูลจากรอยเท้าดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) ผ่านการติดตามการติดต่อหรือการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของลูกค้า เช่น การส่งข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ใหม่ๆ การติดตามอีเมล หรือการนำเสนอข้อเสนอพิเศษที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

2.3.6 การรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (Data Security and Privacy) คือ การจัดการกับข้อมูลที่ได้จากรอยเท้าดิจิทัลต้องให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของข้อมูลและการรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้า รวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล เช่น GDPR เพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า

ทฤษฎีการบริหารจัดการรอยเท้าดิจิทัลในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มุ่งเน้นการใช้ข้อมูลจากกิจกรรมออนไลน์ของลูกค้าเพื่อปรับกลยุทธ์ทางการตลาด พัฒนาประสบการณ์ลูกค้า และคาดการณ์แนวโน้มในตลาดอสังหาริมทรัพย์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อวิเคราะห์และบริหารจัดการข้อมูลเหล่านี้จะช่วย

ให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์สามารถเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น



ภาพที่ 2-1 ประเภทของร่องรอยดิจิทัล (thecyphere , 2022)

การจัดการรอยเท้าดิจิทัลขององค์กร เป็นกระบวนการที่ช่วยให้องค์กรสามารถใช้ข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการใช้งานดิจิทัลต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการดูแลข้อมูลอย่างรอบคอบ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี, การเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ, และลดความเสี่ยงจากการละเมิดข้อมูลหรือการทำผิดกฎหมาย

2.4 สถานการณ์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย

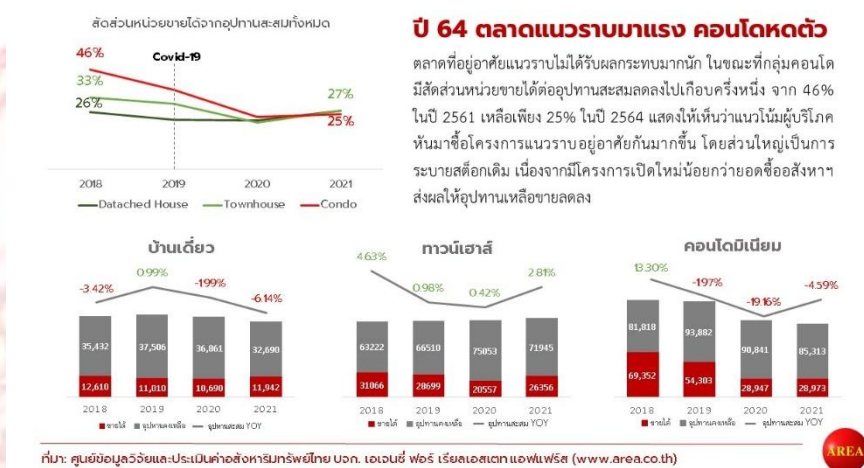
ปัจจุบัน (ปี 2025) ได้รับผลกระทบจากหลายปัจจัย ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงการปรับตัวของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในภาวะที่มีเทคโนโลยีและแนวโน้มใหม่ๆ เกิดขึ้น แต่ก็ยังคงมีโอกาสดีเติบโตในหลายๆ ด้าน ขอสรุปสถานการณ์ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

2.4.1 ภาวะเศรษฐกิจและการเติบโตของตลาด

2.4.1.1 การฟื้นตัวจากผลกระทบโควิด-19: ในช่วงต้นปี 2023 ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในไทยเริ่มฟื้นตัวจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งทำให้ตลาดที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์พาณิชย์ลดลง แต่ในปี 2024-2025 ตลาดเริ่มมีการเติบโตอีกครั้ง โดยเฉพาะในกลุ่มที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมและบ้านจัดสรรที่มีราคาเหมาะสม

2.4.1.2 อัตราดอกเบี้ย: การปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางในหลายประเทศ รวมถึงประเทศไทยในช่วงปี 2023-2024 ส่งผลกระทบต่อการกู้ยืมเงินเพื่อซื้อบ้านหรือคอนโด ทำให้ผู้บริโภคต้องระมัดระวังในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งอาจทำให้การเติบโตของตลาดอสังหาริมทรัพย์ชะลอตัวในระยะสั้น

2.4.1.3 การลงทุนจากต่างประเทศ: ตลาดอสังหาริมทรัพย์ไทยยังคงได้รับความสนใจจากนักลงทุนต่างประเทศ โดยเฉพาะจากจีนและสิงคโปร์ ซึ่งช่วยผลักดันตลาดคอนโดมิเนียมในบางพื้นที่



ภาพที่ 2-2 การคาดการณ์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
(ศูนย์ข้อมูลวิจัยและประเมินค่าอสังหาริมทรัพย์ไทย, 2021.)

ถึงแม้ว่าภาพรวมจำนวนการเปิดตัวโครงการอสังหาริมทรัพย์จะลดลงทุกประเภทอสังหา ไม่ว่าจะเป็นโครงการแนวราบ หรือ คอนโดมิเนียม ในช่วง 2 ปีหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 (ปีพ.ศ. 2563-2564) แต่ยอดขายโครงการแนวราบยังไปได้ดี ในขณะที่โครงการคอนโดมิเนียมยอดขายลดฮวบไปกว่าครึ่ง แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญไปซื้อ อยู่อาศัยในโครงการแนวราบ ทำให้โครงการแนวราบแทบไม่ได้รับผลกระทบ และน่าจะฟื้นตัวได้เร็วที่สุด เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนหน่วยขายได้สะสมกับสัดส่วนอุปทานสะสมทั้งหมดในตลาดคอนโดมิเนียม มีสัดส่วนหน่วยขายได้ต่ออุปทานสะสมทั้งหมด ลดลงเกือบครึ่งหนึ่งจาก 46% ในปี 2561 เหลือเพียง 25% ในปี 2564 เท่านั้น ในขณะที่โครงการแนวราบ ทาวน์เฮาส์ และ บ้านเดี่ยว มีสถานการณ์ที่ไม่ต่างจากก่อนเกิดวิกฤตโควิด-19 มากนัก โดยมีสัดส่วนหน่วยขายได้ต่ออุปทานสะสมทั้งหมดคงที่ โดยทาวน์เฮาส์มีสัดส่วน 33% และบ้านเดี่ยว 26% ในปี 2561 และมีสัดส่วนที่ 25% ในปี 2564 แสดงให้เห็นว่าโครงการแนวราบแทบไม่ได้รับผลกระทบ เทรนด์ผู้บริโภคหันมาซื้อโครงการแนวราบอยู่อาศัยกันมากขึ้น โดยส่วนใหญ่ที่ขายได้

เป็นการระบายสต็อกเดิม เนื่องจากมีโครงการเปิดใหม่น้อยกว่ายอดซื้อสั่งหาฯ ทำให้อุปทานเหลือขายในตลาดลดลง

2.4.2 การเติบโตของตลาดอสังหาริมทรัพย์

2.4.2.1 การเติบโตของที่อยู่อาศัยในเมืองรอง: หลายพื้นที่นอกกรุงเทพฯ เริ่มเห็นการเติบโตของการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวและเมืองรองที่กำลังได้รับความนิยมจากการทำงานระยะไกลหรือการย้ายถิ่นฐาน

2.4.2.2 การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เชิงพาณิชย์: ตลาดอสังหาริมทรัพย์พาณิชย์ในประเทศไทยยังคงมีความท้าทายจากผลกระทบของการระบาดของโควิด-19 ที่ทำให้การใช้สำนักงานและพื้นที่ค้าปลีกลดลง แต่ในปัจจุบันเริ่มมีการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น การเปลี่ยนแปลงของสำนักงานรูปแบบใหม่ที่รองรับการทำงานแบบ Hybrid

2.4.2.3 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน: การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ยังคงเป็นอีกทางเลือกที่มีความน่าสนใจ โดยเฉพาะในกลุ่มคอนโดมิเนียมที่ทำเลดีและมีศักยภาพในการเติบโตในอนาคต รวมถึงการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เชิงพาณิชย์ที่มีแนวโน้มการเติบโตในภาคการท่องเที่ยว



ภาพที่ 2-3 หน่วยไอออกรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยทั่วประเทศ (กรุงเทพมหานคร ,2024.)

ปี 2567 ภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์รับพิษเศรษฐกิจและปัจจัยลบรอบด้านทั้งภาวะหนี้ครัวเรือนสูง การยกเลิกมาตรการผ่อนปรนการควบคุมสินเชื่อ หรือ แอลทีวี หนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับยอดการปฏิเสธสินเชื่อที่มีผลจากการที่สถาบันการเงินเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อ รวมทั้งความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ ล้วนส่งผลกระทบต่อตลาดอสังหาริมทรัพย์ไทยอย่างมาก สังเกต

ได้จากตัวเลขการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย สะสม 3 ไตรมาส ปี 2567 ตั้งแต่เดือน ม.ค.-ก.ย. พบว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับไตรมาส 3 โดยมีการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยทุกประเภท รวมอาคารชุดและที่อยู่อาศัยแนวราบ รวม 250,580 หน่วย ลดลง 7.4% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีจำนวน 270,650 หน่วย และมีมูลค่า 705,389 ล้านบาท ลดลง 8% เทียบช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีมูลค่า 766,971 ล้านบาท

2.4.3 ปัจจัยทางสังคมและพฤติกรรมผู้บริโภค

2.4.3.1 การทำงานระยะไกล: พฤติกรรมการทำงานจากที่บ้านหรือการทำงานระยะไกล (Remote Work) ทำให้ความต้องการบ้านและคอนโดฯ ในพื้นที่ที่มีความสะดวกสบายสูงขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีการพัฒนาอย่างดี

2.4.3.2 การมองหาความยั่งยืน: ลูกค้าเริ่มให้ความสำคัญกับอสังหาริมทรัพย์ที่มีความยั่งยืน เช่น อาคารที่ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพหรือมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี ซึ่งเป็นปัจจัยที่ดึงดูดผู้บริโภคในปัจจุบัน

2.4.4 การเปลี่ยนแปลงทางกฎหมายและนโยบาย

2.4.4.1 กฎหมายการคุ้มครองผู้เช่าและการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์: การปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายและการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้เช่า หรือการจัดสรรโซนพาณิชย์และที่อยู่อาศัยใหม่ๆ ซึ่งทำให้องค์กรพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมาย

2.4.4.2 การสนับสนุนภาครัฐ: รัฐบาลไทยมีนโยบายที่สนับสนุนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เช่น การให้เครดิตภาษีสำหรับการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับคนรุ่นใหม่หรือการสนับสนุนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ที่มีศักยภาพ

2.4.5 ความผันผวนและความไม่แน่นอน

2.4.5.1 ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ: สถานการณ์เศรษฐกิจในไทยยังมีความไม่แน่นอนสูง การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและความผันผวนในตลาดต่างประเทศอาจส่งผลกระทบต่อการเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

2.4.5.2 ความผันผวนในราคาวัสดุก่อสร้าง: การขึ้นราคาของวัสดุก่อสร้างและแรงงานอาจทำให้ต้นทุนการก่อสร้างสูงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาขายหรือค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์

ดังนั้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยในปี 2025 ยังคงมีแนวโน้มในการเจริญเติบโต แม้จะต้องพบกับความท้าทายจากเศรษฐกิจและสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ยังมีโอกาสในการพัฒนาอย่างมากโดยเฉพาะในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค เช่น บ้านและคอนโดมิเนียม ในทำเลที่มีศักยภาพ, อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน, รวมถึงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มีความยั่งยืนอีกทั้งยังตอบสนองต่อพฤติกรรมการทำงานแบบใหม่

2.5 Digital Marketing และ เทคโนโลยี CRM ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์นั้นจำเป็นต้องมี การตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) และ เทคโนโลยี CRM (Customer Relationship Management) เนื่องจากทั้งสองเครื่องมือนี้ช่วยเสริมสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยมีจุดประสงค์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำการตลาดและการบริการลูกค้า

2.5.1 การใช้ข้อมูลลูกค้าในการสร้างกลยุทธ์การตลาด

2.5.1.1 CRM: ช่วยเก็บข้อมูลลูกค้า เช่น ข้อมูลส่วนตัว, ประวัติการติดต่อ, ความสนใจ และพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า ซึ่งทำให้ธุรกิจสามารถเข้าใจลูกค้าแต่ละรายได้ดีขึ้น

2.5.1.2 การตลาดดิจิทัล: ข้อมูลที่ได้จาก CRM จะถูกนำมาปรับใช้ในการทำการตลาดดิจิทัล เช่น การส่งอีเมลที่เหมาะสม, การโฆษณาบนโซเชียลมีเดีย, หรือการทำการแคมเปญการตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นการใช้ข้อมูลเหล่านั้นเพื่อสร้างประสบการณ์ที่เฉพาะเจาะจงแก่ลูกค้า

2.5.2 การติดตามและการทำการตลาดที่แม่นยำ

2.5.2.1 CRM: ช่วยติดตามการติดต่อและการโต้ตอบระหว่างลูกค้ากับบริษัท ทำให้ธุรกิจสามารถเข้าใจลูกค้าได้ดีขึ้น เช่น ลูกค้ามีความสนใจในบ้านประเภทใด หรือเคยเข้าชมโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่ใดบ้าง

2.5.2.2 การตลาดดิจิทัล: ใช้ข้อมูลจาก CRM ในการสร้างแคมเปญการตลาดที่มีเป้าหมายและแม่นยำ เช่น การใช้โฆษณาที่มีการแสดงอสังหาริมทรัพย์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ช่วยเพิ่มโอกาสในการทำการขายได้มากขึ้น

2.5.3 การสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

2.5.3.1 CRM: การติดตามและการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการติดต่อกับลูกค้าทุกครั้งช่วยให้ทีมงานสามารถทำการสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการติดตามการนัดหมาย หรือการให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์

2.5.3.2 การตลาดดิจิทัล: สามารถใช้ช่องทางดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดียหรืออีเมล เพื่อสื่อสารกับลูกค้าให้ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์, การจัดแคมเปญส่งเสริมการขาย, หรือข้อมูลเกี่ยวกับโครงการใหม่ ๆ การใช้ข้อมูลจาก CRM จะช่วยให้การสื่อสารนั้นมีความเฉพาะเจาะจงและตรงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น

2.5.4 การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

2.5.4.1 CRM: ข้อมูลจาก CRM ช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและตรงจุด เช่น การแนะนำโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่เหมาะสมตามงบประมาณ หรือการเสนอข้อเสนอพิเศษตามความสนใจ

2.5.4.2 การตลาดดิจิทัล: การทำการตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการดูแลข้อมูลสั่งหาหรือการสั่งซื้อออนไลน์ การเข้าถึงโปรโมชั่น หรือการติดต่อผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น Chatbot หรือการประชุมออนไลน์ (Webinars)

2.5.5 การติดตามผลการตลาดและการปรับปรุงกลยุทธ์

2.5.5.1 CRM: สามารถเก็บข้อมูลและผลลัพธ์จากการติดต่อและการขาย เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า, ความสำเร็จในการปิดการขาย หรือการตอบรับจากลูกค้า

2.5.5.2 การตลาดดิจิทัล: ผลลัพธ์จากการทำการตลาดดิจิทัลจะสามารถนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลจาก CRM เพื่อปรับปรุงแคมเปญการตลาดในอนาคต เช่น การเปลี่ยนแปลงเนื้อหาหรือช่องทางการโฆษณาให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของลูกค้า

2.5.6 การรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า

2.5.6.1 CRM: ช่วยเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อสามารถติดตามการบริการหรือการขายในระยะยาวได้ ช่วยให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีธุรกิจใส่ใจและคอยติดตามความต้องการของพวกเขา

2.5.6.2 การตลาดดิจิทัล: การส่งข้อมูลข่าวสารหรือข้อเสนอพิเศษที่ตรงกับความสนใจของลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น การส่งข่าวสารผ่านอีเมลหรือการโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย จะช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วมและการซื้อซ้ำจากลูกค้าในระยะยาว

2.6 แนวคิดด้านนโยบายความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ (Information Security Policy)

เป็นแนวทางการจัดการและปกป้องข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสั่งหาหรือการสั่งซื้อจากภัยคุกคามต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น เช่น การเข้าถึงข้อมูลที่ไม่พึงประสงค์, การโจรกรรมข้อมูล, หรือการแทรกแซงจากภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า และการดำเนินธุรกิจโดยรวม ในธุรกิจสั่งหาหรือการสั่งซื้อที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า, ข้อมูลทางการเงิน, ข้อมูลทรัพย์สิน, และข้อมูลทางกฎหมาย การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัวของลูกค้าและป้องกันการสูญเสียข้อมูลที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

2.6.1 การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy) ในธุรกิจสั่งหาหรือการสั่งซื้อ ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ รายละเอียดทางการเงิน และข้อมูลการซื้อหาหรือการสั่งซื้อต้องได้รับการปกป้องจากการเข้าถึงหรือการรั่วไหลที่ไม่ได้รับอนุญาต นโยบายด้านความปลอดภัยจะต้องระบุการเก็บรักษาและการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเหมาะสม และปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เช่น พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) หรือมาตรฐานการปกป้องข้อมูลระหว่างประเทศ

2.6.2 การจัดการสิทธิในการเข้าถึงข้อมูล (Access Control) การจำกัดสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลเป็นหลักการสำคัญในนโยบายความปลอดภัย โดยจำกัดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลของพนักงานในแต่ละ

ระดับตามความจำเป็น เช่น ผู้บริหารสามารถเข้าถึงข้อมูลทั้งหมด ขณะที่พนักงานในฝ่ายขายอาจสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าผู้สนใจเท่านั้น การใช้ระบบยืนยันตัวตนหลายขั้นตอน (Multi-factor Authentication) และการจัดการบัญชีผู้ใช้ (User Account Management) ช่วยป้องกันการเข้าถึงข้อมูลที่ไม่ได้รับอนุญาต

2.6.3 การเข้ารหัสข้อมูล (Data Encryption) การเข้ารหัสข้อมูลสำคัญ เช่น ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลธุรกรรมการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ และข้อมูลทางการเงิน ทั้งที่ถูกเก็บและในระหว่างการส่งผ่านระบบเครือข่าย เป็นการป้องกันไม่ให้ข้อมูลถูกขโมยหรือถูกเข้าถึงโดยบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาต การใช้เทคโนโลยีการเข้ารหัสแบบ HTTPS, SSL/TLS, และการเข้ารหัสในฐานข้อมูลช่วยให้มั่นใจได้ว่าข้อมูลจะไม่ถูกถอดรหัสหรือแก้ไขโดยไม่ถูกต้อง

2.6.4 การจัดการความเสี่ยงด้านไซเบอร์ (Cybersecurity Risk Management) ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ต้องมีการประเมินความเสี่ยงทางไซเบอร์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อระบุและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการโจมตีทางไซเบอร์ เช่น การโจมตี DDoS (Distributed Denial of Service), การฟิชชิ่ง (Phishing), หรือการเจาะระบบ (Hacking) นโยบายการจัดการความเสี่ยงจะรวมถึงการใช้เครื่องมือป้องกันภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity Tools) เช่น การติดตั้ง Firewall, ระบบตรวจจับการบุกรุก (IDS/IPS), และการป้องกันไวรัส

2.6.5 การสำรองข้อมูล (Data Backup) และการฟื้นฟูข้อมูล (Data Recovery) นโยบายความปลอดภัยควรมีขั้นตอนที่ชัดเจนในการสำรองข้อมูลอย่างสม่ำเสมอและการฟื้นฟูข้อมูลในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด เช่น การโจมตีด้วยมัลแวร์หรือการสูญหายของข้อมูล การมีแผนสำรองข้อมูลที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้โดยไม่สะดุดและลดความเสี่ยงจากการสูญเสียข้อมูลสำคัญ

2.6.6 การฝึกอบรมและการสร้างความตระหนัก (Training and Awareness) การสร้างความตระหนักและการฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับนโยบายความมั่นคงปลอดภัยข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ พนักงานทุกคนควรเข้าใจถึงความสำคัญของการรักษาความปลอดภัยข้อมูลและรู้วิธีการป้องกันภัยคุกคามต่าง ๆ เช่น การหลีกเลี่ยงการเปิดอีเมลฟิชชิ่ง หรือการใช้รหัสผ่านที่ปลอดภัย การฝึกอบรมควรรวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยในการใช้งานระบบสารสนเทศและการปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมาย

2.6.7 การปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐาน (Compliance with Laws and Standards) ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูล เช่น กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) หรือ กฎหมายด้านการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ การปฏิบัติตามมาตรฐานสากลเช่น ISO/IEC 27001 (มาตรฐานการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยข้อมูล) หรือ PCI-DSS (มาตรฐานความปลอดภัยของข้อมูลบัตรเครดิต) จะช่วยเสริมสร้างความมั่นคงและความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจ

2.7 การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีบทบาทสำคัญในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เพิ่มขีดความสามารถในการตัดสินใจ และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า AI สามารถเข้ามาช่วยในหลายด้าน ทั้งในกระบวนการค้นหาข้อมูล การตลาด การประเมินราคา การวิเคราะห์ข้อมูล และการบริการลูกค้า เป็นต้น โดย AI สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำสูง ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์สามารถเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน

2.7.1 การคาดการณ์ราคาทรัพย์สิน (Property Price Prediction) AI สามารถใช้ข้อมูลต่าง ๆ เช่น ตำแหน่งที่ตั้งของอสังหาริมทรัพย์, ขนาดพื้นที่, สภาพแวดล้อม และข้อมูลทางเศรษฐกิจในการคาดการณ์ราคาของอสังหาริมทรัพย์ในอนาคตได้ โดยใช้การเรียนรู้จากข้อมูล (Machine Learning) ซึ่งสามารถช่วยให้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายทราบถึงมูลค่าของอสังหาริมทรัพย์และทิศทางของตลาด

2.7.2 การประเมินและวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis and Evaluation) AI ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ เช่น ข้อมูลการขาย, พฤติกรรมของลูกค้า, ความต้องการในตลาด รวมทั้งข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ เพื่อให้สามารถตัดสินใจที่มีข้อมูลครบถ้วนและแม่นยำมากขึ้น AI ยังช่วยในการค้นหาความสัมพันธ์ที่ซ่อนอยู่ในข้อมูลต่าง ๆ ที่อาจมองไม่เห็นในข้อมูลทั่วไป

2.7.3 การค้นหาทรัพย์สินที่ตรงความต้องการ (Property Search Optimization) AI สามารถใช้ในการปรับปรุงระบบการค้นหาทรัพย์สินให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่น การแนะนำทรัพย์สินที่เหมาะสมตามประวัติการค้นหาของลูกค้า หรือการใช้ AI Chatbots ที่ช่วยในการให้คำปรึกษาหรือแนะนำทรัพย์สินได้ทันที นอกจากนี้ AI ยังสามารถใช้ในการจัดกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ตามคุณสมบัติที่ลูกค้าต้องการ เช่น ราคา, ขนาด, หรือทำเลที่ตั้ง

2.7.4 การตลาดอัจฉริยะ (Smart Marketing) การตลาดดิจิทัล โดยใช้ AI สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและการตอบสนองต่อแคมเปญการตลาดต่าง ๆ ได้ AI สามารถสร้างและปรับแต่งโฆษณาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ด้วยการใช้ข้อมูลจากพฤติกรรมออนไลน์ เช่น การค้นหาทรัพย์สิน, การติดตามการเยี่ยมชมเว็บไซต์, หรือการตอบสนองต่อแคมเปญโฆษณา การใช้ AI ในการพยากรณ์ความต้องการของตลาด เช่น การคาดการณ์แนวโน้มการซื้อบ้านในแต่ละพื้นที่ตามสถานการณ์เศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมทางการตลาด

2.7.5 บริการลูกค้าผ่าน Chatbots และ Virtual Assistants AI สามารถใช้เพื่อพัฒนา Chatbots หรือ Virtual Assistants ที่ช่วยให้บริการลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยสามารถตอบคำถามที่พบบ่อย เช่น การถามข้อมูลเกี่ยวกับราคาทรัพย์สิน, การจัดการนัดหมาย หรือการสอบถามเงื่อนไขต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องการใช้ AI ช่วยให้ลูกค้าได้รับคำตอบอย่างรวดเร็ว โดยไม่จำเป็นต้องรอพนักงานฝ่ายบริการ (Customer service) ลูกค้าตอบกลับ การปรับปรุงกระบวนการจัดการเอกสาร

(Document Management) อีกทั้งยังสามารถใช้ในการสแกนและจัดการเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เช่น สัญญา, ใบเสนอราคา, หรือเอกสารการโอนกรรมสิทธิ์ โดยสามารถใช้การประมวลผลภาษาธรรมชาติ (NLP) ในการอ่านและแปลความหมายจากเอกสารต่าง ๆ เพื่อช่วยให้การจัดเก็บและค้นหาข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และยังสามารถใช้ในการตรวจสอบความถูกต้องของเอกสาร เพื่อป้องกันการเกิดข้อผิดพลาดในกระบวนการทำธุรกรรม

2.7.6 การจัดการและวิเคราะห์ทรัพย์สิน (Property Management and Analysis) AI สามารถช่วยในการจัดการการบำรุงรักษาทรัพย์สิน เช่น การแจ้งเตือนเมื่อถึงเวลาที่ต้องทำการซ่อมแซม, การวิเคราะห์ประสิทธิภาพของอสังหาริมทรัพย์ และการจัดการค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาต่าง ๆ นอกจากนี้ AI ยังสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้พื้นที่ในอาคารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งาน หรือการจัดการพื้นที่ที่เหมาะสมกับการใช้งาน

2.7.7 การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) AI สามารถใช้ในการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ เช่น ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของตลาด, การประเมินค่าซ่อมแซมหรือบำรุงรักษา, หรือการประเมินภาษีที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ด้วยการประมวลผลข้อมูลจากหลายแหล่ง AI สามารถช่วยในการคาดการณ์ความเสี่ยงได้อย่างแม่นยำและทันเวลา

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิงห์ สิงห์ขจร (2566) ได้จัดทำวิจัยเพื่อวิเคราะห์ข้อควรระวังเกี่ยวกับร่องรอยดิจิทัล (Digital Footprint) บนโลกออนไลน์ โดยผลการศึกษาพบว่า ร่องรอยดิจิทัลหมายถึงข้อมูลหรือหลักฐานที่เกิดจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ บนโลกอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) ร่องรอยดิจิทัลที่ไม่ได้ตั้งใจ (Passive Digital Footprint) คือข้อมูลหรือร่องรอยที่ถูกทิ้งไว้โดยไม่ได้ตั้งใจหรือไม่รู้ตัว เช่น การบันทึกข้อมูลตำแหน่งหรือพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์โดยอัตโนมัติ และ 2) ร่องรอยดิจิทัลที่ตั้งใจ (Active Digital Footprint) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ผู้ใช้งานตั้งใจเผยแพร่ เช่น การโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอบนสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ อัลกอริทึมที่ถูกพัฒนาจากร่องรอยดิจิทัลของผู้ใช้งานสามารถนำเสนอข้อมูลหรือเนื้อหาต่าง ๆ ให้ตรงกับความสนใจและพฤติกรรมเฉพาะบุคคลของผู้ใช้งาน ดังนั้น การใช้งานอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์จึงควรดำเนินการอย่างระมัดระวัง โดยผู้ใช้งานควรตรวจสอบร่องรอยดิจิทัลของตนเองอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งเรียนรู้วิธีป้องกันและหลีกเลี่ยงการทิ้งร่องรอยดิจิทัลที่อาจนำไปสู่ความเสี่ยงในโลกออนไลน์

ในปัจจุบัน การใช้งานอินเทอร์เน็ตได้เพิ่มความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันของผู้คน ทั้งการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการทำธุรกรรมต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม การเชื่อมต่อออนไลน์อาจทำให้ผู้ใช้งานทิ้งข้อมูลสำคัญไว้โดยไม่รู้ตัว ดังนั้น ผู้ใช้งานควรให้ความสำคัญกับการตรวจสอบและจัดการ

ร่องรอยดิจิทัลของตนเอง เช่น การค้นหาออนไลน์เกี่ยวกับข้อมูลของตนเอง เพื่อตรวจสอบว่ามีข้อมูลที่ละเอียดอ่อนหรือไม่เหมาะสมปรากฏอยู่หรือไม่ หากพบ ควรติดต่อผู้ดูแลเว็บไซต์เพื่อขอให้ลบข้อมูลดังกล่าวออก นอกจากนี้ การตรวจสอบนโยบายความเป็นส่วนตัวของเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการรวบรวม จัดเก็บ และใช้งานข้อมูลส่วนบุคคลได้อย่างถูกต้อง การลดร่องรอยดิจิทัลสามารถทำได้ 2 วิธีหลัก ได้แก่ ร่องรอยดิจิทัลที่ไม่ได้ตั้งใจ (Passive Digital Footprint) ควรยกเลิกหรือปิดบัญชีที่ไม่ได้ใช้งาน ปรับตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในบัญชีสื่อสังคมออนไลน์ ลบข้อมูลจากเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง ใช้โหมดไม่ระบุตัวตนในเบราว์เซอร์ และตั้งค่าความปลอดภัยในอุปกรณ์และระบบคอมพิวเตอร์ และ ร่องรอยดิจิทัลที่ได้ตั้งใจ (Active Digital Footprint) ควรใช้ความระมัดระวังในการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวบนสื่อออนไลน์ การโพสต์หรือแสดงความคิดเห็นควรคิดอย่างรอบคอบ เพราะอาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงหรือเงินทอง และควรพิจารณาอย่างรอบคอบก่อนรับเพื่อนใหม่ในช่องทางออนไลน์ใด ๆ เนื่องจากเป็นการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวให้ผู้อื่นเห็น การจัดการร่องรอยดิจิทัลที่เหมาะสมจะช่วยลดความเสี่ยงในการถูกละเมิดความเป็นส่วนตัวและปกป้องข้อมูลสำคัญของผู้ใช้งานในโลกดิจิทัล

นภัสนันท์ สุวรรณวงศ์ (2564) ได้จัดทำวิจัยเพื่อศึกษาการนำเสนอการจัดการเรียนรู้โดยใช้ดิจิทัลเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างความฉลาดทางดิจิทัล พร้อมแนะนำ 4 รูปแบบเทคโนโลยีที่สนับสนุนความฉลาดทางดิจิทัล ได้แก่ 1) โซเชียลมีเดีย 2) แอปพลิเคชันมือถือ 3) คลาวด์เทคโนโลยี และ 4) บริการเว็บ นอกจากนี้ยังสังเคราะห์ 7 เทคโนโลยีที่สนับสนุนการเรียนรู้ในอนาคต ได้แก่ 1) Immersive Technologies 2) AI-Driven Development 3) Empowered Edge 4) Autonomous Things 5) Augmented Analytics 6) Blockchain และ 7) Mobile Technology and IoT เพื่อเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนยุคดิจิทัล

การจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีเป็นฐานมุ่งให้ผู้สอนนำความรู้และประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้สอนต้องศึกษาและทันสมัยกับเทคโนโลยีในการเรียนการสอน พร้อมนำความฉลาดทางดิจิทัล (DQ) 8 ด้าน ได้แก่ 1) อัตลักษณ์ทางดิจิทัล 2) การใช้เครื่องมือดิจิทัล 3) ความปลอดภัยในโลกดิจิทัล 4) ความมั่นคงทางดิจิทัล 5) สิทธิดิจิทัล 6) การรู้ดิจิทัล 7) การสื่อสารทางดิจิทัล และ 8) ความฉลาดทางอารมณ์ในโลกดิจิทัล มาประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีในการเรียนรู้ 4 ด้าน ได้แก่ โซเชียลมีเดีย, แอปพลิเคชันมือถือ, คลาวด์เทคโนโลยี และเว็บไซต์ ซึ่งส่งผลให้เกิดการพัฒนาแนวทางในการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับนโยบายพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีอย่างมีความรับผิดชอบ, การคิดวิเคราะห์, และการแยกแยะสื่อดิจิทัล

พนม คล้ายยา (2563) ได้จัดทำวิจัยเพื่อสำรวจความผูกพันและความเสี่ยงจากเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ของประชาชน รวมถึงการวัดระดับความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคม

ออนไลน์ การวิจัยใช้วิธีการแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยเริ่มต้นจากการสัมภาษณ์สนทนา และตามด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยประชาชน 4 กลุ่ม อายุ ได้แก่ อายุ 15-22 ปี, อายุ 23-39 ปี, อายุ 40-59 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป รวมทั้งสิ้น 2,580 คน จากทั่วประเทศ ผลการวิจัยพบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้มากที่สุดในกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ไลน์, เพชบุ๊ก และยูทูบ โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์วันละ 7-8 ครั้ง ครั้งละ 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมง เพื่อความบันเทิง การติดต่อสื่อสาร การอ่านข่าว และการติดต่อเรื่องงานหรือการเรียน กลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันกับสื่อออนไลน์ในระดับปานกลาง โดยมีการกดถูกใจ (ไลค์) หรือโพสต์ข้อความ ภาพ หรือคลิปในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างโพสต์เนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์เฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ความเสี่ยงจากสื่อสังคมออนไลน์ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) เนื้อหาที่มีความรุนแรง 2) โฆษณาสินค้าที่ไม่ได้รับการรับรอง ความปลอดภัย 3) เนื้อหาสุขภาพที่ไม่น่าเชื่อถือ 4) ข่าวปลอม และ 5) เนื้อหาด้านเพศ ส่วนความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับสูง แต่ยังมี ความสามารถในการระดับปานกลางใน 2 ด้าน ได้แก่ ความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์ และการติดต่อสื่อสารทางสังคม

ผลการวิจัยพบว่า ความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในระดับสูง ได้แก่ การเข้าถึงและการใช้งานสื่อ (Access), การประเมินข้อมูลข่าวสาร (Information Evaluation), การใช้ประโยชน์จากสื่อ (Utilization), การแสดงตัวตนและความเป็นพลเมือง (Identity and Citizenship), และการลดความเสี่ยง (Risk Reduction) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Yamakami (2012) ที่เน้นการรู้เท่าทันสังคมดิจิทัล (digital social literacy) โดยการจัดการความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยในการใช้งานสื่อออนไลน์ การเข้าใจการปฏิสัมพันธ์ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ และการระวังการซื้อขายสินค้าในโลกเสมือน รวมถึงทักษะการตอบสนองอย่างปลอดภัยในการใช้บริการต่าง ๆ สรุปได้ว่า การรู้เท่าทันสังคมดิจิทัลประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การจัดการอัตลักษณ์ตัวตนในโลกจริง การใช้อัตลักษณ์ตัวตนในการปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัย การทำธุรกรรมซื้อขายออนไลน์อย่างมีสติ และการรักษาความปลอดภัยในโลกดิจิทัล

นิกร โภคอุดม (2563) ได้จัดทำวิจัยเพื่อศึกษา การให้ความรู้เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูล คือการเน้นความสัมพันธ์ระหว่างการรวบรวมและการเผยแพร่ข้อมูล เทคโนโลยี ความคาดหวังของประชาชนเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว และความรู้เกี่ยวกับกฎหมายความเป็นส่วนตัว ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดเก็บและการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลสุขภาพ และข้อมูลทางการเงินของบุคคลที่สามารถถูกเก็บรวบรวมโดยรัฐบาล องค์กรเอกชน หรือบุคคลอื่น รวมถึงข้อมูลในภาคธุรกิจ เช่น ความลับทางการค้า เพื่อป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล สหภาพยุโรปจึงได้ออกกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล “GDPR” (EU General Data Protection Regulation) ที่กำหนดให้องค์กรต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยข้อมูล ส่วนประเทศไทยได้นำกฎหมายนี้มาปรับใช้เป็น “พระราชบัญญัติคุ้มครอง

ข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562” ซึ่งอธิบายแนวทางการปฏิบัติให้กับองค์กรและเจ้าของข้อมูลให้สอดคล้องกับกฎหมายดังกล่าว

ปัจจุบัน "ข้อมูล" เป็นสิ่งสำคัญในการวางแผนและดำเนินธุรกิจขององค์กรต่าง ๆ ทำให้บริษัทต่างๆ พยายามหาข้อมูลผู้ใช้งาน เช่น ประวัติส่วนตัว ความชอบ และทัศนคติ โดยมักจะรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งอาจเสี่ยงต่อการละเมิดข้อมูลโดยไม่ได้รับความยินยอม จากนั้น สหภาพยุโรปได้ออกกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล GDPR ซึ่งประเทศไทยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการออกพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 เพื่อกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยข้อมูล และให้ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลแก่ประชาชนและองค์กรต่าง ๆ นอกจากนี้ยังส่งเสริมการวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้ หน่วยงานและบริษัทควรปรับตัวให้มีความปลอดภัยทางเทคโนโลยีเพื่อรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูล ส่วนบุคคลทั่วไปที่ใช้อินเทอร์เน็ตควรศึกษากฎหมายนี้เพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบและจัดการข้อมูลของตนเอง รวมถึงต้องมีความระมัดระวังในการปกป้องข้อมูลส่วนตัวจากการขโมยหรือถูกล่อลวงผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน

สุธาสนี สุวรรณวลัยกร (2564) ได้ดำเนินการวิจัยเพื่อศึกษาผลกระทบการดำเนินธุรกิจของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็กที่พัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยแนวราบในเขตกรุงเทพมหานคร โดยบริษัทอสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็กเป็นกลุ่มธุรกิจที่ต้องเผชิญอุปสรรค ปัญหา และการแข่งขันกับบริษัทอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ แต่กลับเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีจำนวนมาก มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ และมีความสามารถในการแข่งขันสูง บทความนี้จึงมุ่งศึกษาผลกระทบการดำเนินธุรกิจ รวมถึงภูมิหลังองค์กร โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 4 บริษัท จำแนกเป็นบริษัทรูปแบบครอบครัว และบริษัทรูปแบบที่ไม่ใช่ครอบครัว และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์คำสำคัญและเปรียบเทียบ ผลการศึกษาพบว่า 1) บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็กที่เน้นการพัฒนาที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครส่วนมากเป็นบริษัทอายุไม่เกิน 15 ปีซึ่งมีจำนวนสูงถึง 63.4% 2) จุดเริ่มต้นของธุรกิจขนาดเล็ก ได้แก่ การเล็งเห็นความเป็นไปได้ของตลาด การมีที่ดินเดิม การมีเงินทุน การมีภูมิหลังและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การเห็นโอกาสในการขยายธุรกิจ และความชื่นชอบในผลิตภัณฑ์บ้านแนวราบตามลำดับ 3) จากกรณีศึกษาพบว่าบริษัทรูปแบบครอบครัวมีทีมผู้บริหารที่มีความสัมพันธ์ในลักษณะเครือญาติทั้งรูปแบบที่ไม่ได้มีการแบ่งหน้าที่ชัดเจน และรูปแบบที่แบ่งตามความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ส่วนบริษัทรูปแบบที่ไม่ใช่ครอบครัวมีทีมผู้บริหารแบ่งตามความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยความชำนาญที่พบร่วมกันอย่างมีนัยยะสำคัญ คือ การแบ่งหน้าที่เฉพาะด้านที่ดิน ด้านการตลาด และด้านการออกแบบก่อสร้าง 4) บริษัทรูปแบบครอบครัวและบริษัทรูปแบบที่ไม่ใช่ครอบครัวต่างมีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและโครงสร้างองค์กรที่มีเอกลักษณ์ อยู่รอด และสร้างผลกำไรได้ 5) กลยุทธ์การแข่งขันบริษัทอสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็กที่สำคัญ คือ กลยุทธ์ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์

(Differentiation) กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) และกลยุทธ์การสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม (Focus) 6) ปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทขนาดเล็กแข่งขันได้ คือ กลยุทธ์ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่งผลให้สถาปัตยกรรมบ้านพักอาศัยในโครงการของบริษัทขนาดเล็กมีเอกลักษณ์ มีความโดดเด่นและแตกต่าง จนสามารถสร้างชื่อเสียง ดึงดูดผู้บริโภคสมัยใหม่ และปิดการขายได้อย่างรวดเร็ว งานวิจัยฉบับนี้แสดงให้เห็นถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็กรูปแบบครอบครัวและรูปแบบที่ไม่ใช่ครอบครัว หัวใจสำคัญคือการเลือกใช้กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่เหมาะสมกับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจและภูมิหลัง โดยเฉพาะด้านที่ดิน การตลาด การออกแบบ และการเงิน ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็ก และหน่วยงานที่กำหนดนโยบายส่งเสริมให้ธุรกิจขนาดเล็กมีความเข้มแข็งและมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดอสังหาริมทรัพย์

จักรกฤษ วิสุทธินันท์ (2562) ได้จัดทำงานวิจัยเกี่ยวกับโอกาสและข้อจำกัดในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ ตามหลักมาตรการ PUD (Planned Unit Development): กรณีศึกษาโครงการถนนกรุงเทพกรีฑา-ตัดใหม่ โดยการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเมือง สำนักการวางผังและพัฒนาเมืองกรุงเทพมหานครได้กำหนดมาตรการพัฒนาโครงการขนาดใหญ่ หรือมาตรการ PUD (Planned Unit Development) ภายใต้ (ร่าง) ผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร (ปรับปรุงครั้งที่ 4) เพื่อเป็นเครื่องมือในพัฒนาโครงการขนาดใหญ่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทั้งผู้ประกอบการ ประชาชน และสาธารณะ งานวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโอกาสและข้อจำกัดในการพัฒนาโครงการขนาดใหญ่ ตามหลักมาตรการ PUD (Planned Unit Development) โดยคัดเลือกโครงการถนนกรุงเทพกรีฑา-ตัดใหม่ ของ บจก.พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟคบนที่ดินขนาด 300 ไร่ เป็นกรณีศึกษา โดยใช้วิธีการศึกษาเอกสาร การออกแบบโครงการจำลอง และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการ ปัจจุบันโครงการเดิม (โครงการถนนกรุงเทพกรีฑา-ตัดใหม่) เป็นโครงการประเภทที่อยู่อาศัยบ้านเดี่ยวและทาวน์โฮม ประกอบด้วย 5 โครงการย่อย ใน 6 แปลงที่ดิน ตั้งอยู่บนที่ดินที่ผังเมืองรวมกำหนดประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินไว้เป็นพื้นที่อยู่อาศัยประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย (ย.3) เมื่อนำโครงการเดิมนี้ออกแบบเป็นโครงการที่นำใช้มาตรการ PUD สามารถปรับย่านการใช้ประโยชน์ที่ดินสูงสุดเป็นประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง (ย.6) โดยที่ค่าอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ดิน (FAR) ในพื้นที่โครงการไม่เปลี่ยนแปลงเกิดเป็นรูปแบบโครงการที่ผสมผสานระหว่างที่อยู่อาศัยกับกิจกรรมอื่นๆ จากการศึกษาด้านการตลาดของโครงการ เมื่อนำใช้มาตรการ PUD จึงพบความเป็นไปได้ขององค์ประกอบ 4 ประเภท ได้แก่ (1) โครงการเวลเนสเซ็นเตอร์และสปอร์ต คลับ (2) โรงแรม (3) โรงเรียนนานาชาติ และ(4) ศูนย์การค้าไลฟ์สไตล์ มอลล์ เมื่อนำ 4 องค์ประกอบดังกล่าว มาทำการศึกษาด้านกฎหมาย จึงพบว่ากฎหมายเอื้ออำนวยให้สามารถดำเนินการได้ จากการออกแบบวางผังทางกายภาพโครงการ เมื่อนำใช้มาตรการ

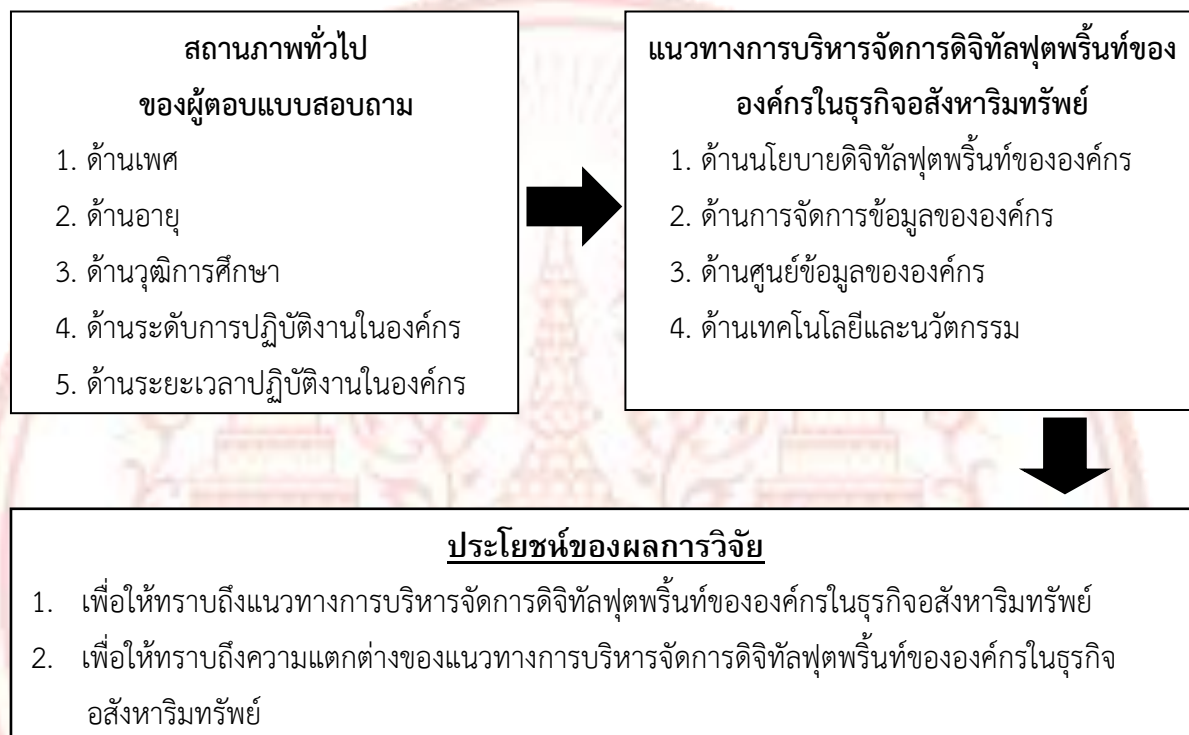
PUD เกิดเป็นอัตราการใช้ประโยชน์ที่ดินดังนี้ (1) ที่อยู่อาศัย ร้อยละ 68 (2) โรงเรียนนานาชาติ ร้อยละ 13 (3) โรงแรม ร้อยละ 5 (4) โครงการเวลเนสเซ็นเตอร์และสปอร์ต คลับ ร้อยละ 5 และ(5) ศูนย์การค้าไลฟ์สไตล์ มอลล์ ร้อยละ 4 ผลการศึกษาโครงการ เมื่อนำใช้มาตรการ PUD พบโอกาสด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินคือ การปรับข้อกำหนดประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินทางผังเมืองรวม ทั้งประเภทอาคารและความหนาแน่น เกิดเป็นรูปแบบโครงการมีความหลากหลายทางธุรกิจ และมีโอกาสด้านผลตอบแทนรวมโครงการที่เพิ่มสูงขึ้น โดยข้อจำกัดด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินคือพื้นที่ย่อยบางแปลงจะถูกโอนสิทธิ์การพัฒนา ทำให้เกิดการใช้ประโยชน์ที่ดินต่ำกว่าข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินเดิม ไม่สามารถปรับเปลี่ยนประเภทอาคารและความหนาแน่นได้ในอนาคต และมีข้อจำกัดด้านการใช้เงินลงทุนที่เพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งระยะเวลาดำเนินการที่ยาวนานขึ้น ส่งผลต่อการบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เมื่อนำผลการศึกษาไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญพบว่ามีโอกาสดำเนินการนำใช้มาตรการ PUD ทั้งในแง่ของการใช้ประโยชน์ที่ดิน การลงทุนและผลตอบแทน แต่ด้านผู้ประกอบการแม้เห็นว่าควรดำเนินการ แต่ยังไม่ดำเนินการนำใช้ เนื่องจากข้อจำกัดทางกฎหมาย ที่มาตรการ PUD ยังอยู่ในขั้นตอนการพิจารณาและยังไม่ถูกประกาศใช้ รวมทั้งความไม่มั่นใจในมาตรการ และยังขาดความเข้าใจอย่างชัดเจน จากข้อจำกัดดังกล่าวจึงนำมาสู่ข้อเสนอแนะแก่ภาครัฐ ในการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกัน โดยเชิญผู้ประกอบการมาศึกษาหาโอกาสและข้อจำกัดร่วมกันในรอบด้าน และผลักดันให้เกิดโครงการนำร่อง เพื่อสร้างความรู้ ลำดับขั้นตอนการดำเนินการ ข้อบังคับ ตลอดจนผลดำเนินการที่จะเกิดขึ้นกับพื้นที่โครงการให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายเข้าใจอย่างชัดเจน สร้างความมั่นใจให้แก่ภาคเอกชน

2.9 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากแนวคิดและทฤษฎีและผลงานต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับกับแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ผู้วิจัยได้สรุปกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



ภาพที่ 2-4 กรอบแนวความคิดในแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทธรักษ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มีวิธีดำเนินการวิจัยตามหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

- 3.1 ประเภทการวิจัย
- 3.2 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การสำรวจ (Survey Research) จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทธรักษ์ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านนโยบายดิจิทัลพุทธรักษ์ขององค์กร ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร และด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

3.2 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรทั่วไปที่ปฏิบัติงานในองค์กรธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในการวิจัย เลือกมาจากประชากรขององค์กรธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน จึงใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (ธานินทร์, 2563 : 47) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน แต่เนื่องจากผู้วิจัยมีข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ซึ่งจะต้อง

ดำเนินการให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลาที่หลักสูตรกำหนด ดังนั้น จึงทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling, ธาณินทร์, 2563 : 64)

3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ที่ใช้ศึกษาครั้งนี้คือ สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ระดับการปฏิบัติงานในองค์กร และระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร

3.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent variable) ที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ ด้านนโยบายดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กร ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งคำถามชนิดปลายปิด (Closed-ended Questions) และปลายเปิด (Open-ended Questions) แบบสอบถามสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ระดับการปฏิบัติงานในองค์กร และระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีข้อความจำนวน 5 ข้อ

1. เพศ
2. อายุ
3. วุฒิการศึกษา
4. สถานะการทำงานในองค์กร
5. ระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีข้อความจำนวน 80 ข้อ แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่

1. ด้านนโยบายดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กร
2. ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร
3. ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร
4. ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

โดยแบบสอบถามมีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert) ดังนี้ (ธานินทร์, 2563 : 75)

<u>ระดับความสำคัญ</u>	<u>ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือก</u>
มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน
มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยค่าความสำคัญของแบบทดสอบแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กำหนดเป็นช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนค่าเฉลี่ย	4.50 - 5.00	หมายถึง	มีความสำคัญมากที่สุด
คะแนนค่าเฉลี่ย	3.50 - 4.49	หมายถึง	มีความสำคัญมาก
คะแนนค่าเฉลี่ย	2.50 - 3.49	หมายถึง	มีความสำคัญปานกลาง
คะแนนค่าเฉลี่ย	1.50 - 2.49	หมายถึง	มีความสำคัญน้อย
คะแนนค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.49	หมายถึง	มีความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open ended question) มีข้อคำถามจำนวน 2 ข้อ

3.4.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่ง ขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

3.4.1.1. ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามและกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย

3.4.1.2. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมความพร้อม สำหรับการบริหารจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เพื่อเป็นแนวทางในการนำมาสร้างข้อคำถาม (Item) ของ แบบสอบถาม

3.4.1.3. กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และประโยชน์ของการวิจัย

3.4.1.4. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่างให้สอดคล้องตามที่ได้นิยามไว้

3.4.1.5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ทางด้านที่จะทำการศึกษาพิจารณาแบบสอบถามเพื่อเป็นการทดสอบความเที่ยงตรง ความครอบคลุมเนื้อหาและความถูกต้องในการใช้สำนวนภาษา

3.4.1.6. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ผ่านการแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย ที่อยู่นอกเหนือจากขอบเขตงานวิจัย จำนวน 30 ชุด

3.4.1.7. คำนวณหาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่น (ภาคผนวก) โดยแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จะคำนวณค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ในส่วนของแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) คำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเมื่อค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ มากกว่า 0.80 ผู้วิจัยจึงจัดทำแบบสอบถามเป็นฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้ในการวิจัย และนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ จำนวน 100 ชุด

3.4.1.8. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามผลจากการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง

3.4.1.9. จัดพิมพ์และจัดทำชุดแบบสอบถามที่ผ่านการหาค่าความเชื่อมั่นแล้วให้เรียบร้อยและสวยงาม เพื่อนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย 4 ขั้นตอน ดังนี้

3.5.1 เลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จากในกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน ระหว่างวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2568 ถึงวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2568 ได้มาด้วยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3.5.2 จัดเตรียมแบบสอบถามแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ จำนวนทั้งหมด 100 ชุด ดำเนินการโดยส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Social Network

3.5.3 เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรที่อยู่ภายในองค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในกรุงเทพมหานคร ด้วยแบบสอบถามโดยผู้วิจัยดำเนินการโดยส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Social Network จำนวน 100 ชุด

3.5.4 ทำการตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของข้อมูลของแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้จากการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Social Network จำนวนทั้งหมด 100 ชุด และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมการวิจัยสำเร็จรูปเพื่อสรุปผลการวิจัยต่อไป

3.6 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้มีคุณภาพ ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามความคิดเห็นและดำเนินการปรับปรุงแก้ไข โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.6.1 การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา

การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) ก่อนนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา โดยการนำนิยามเชิงทฤษฎี นิยามเชิงปฏิบัติ และโครงสร้างการสร้างข้อคำถามควบคู่กับเครื่องมือ (แบบสอบถามความคิดเห็น) ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ช่วยพิจารณาความสอดคล้องความตรงตามเนื้อหา โดยค่า IOC ที่ได้มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ซึ่งข้อคำถามที่ดีควรมีค่า IOC ใกล้ 1 ซึ่งมีข้อที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ควรมีการปรับปรุงแก้ไข สรุปผลการคำนวณ ข้อคำถามทั้งหมดมีค่า IOC ไม่ต่ำกว่า 0.50 ดังนั้น ข้อคำถามทั้งหมดมีความตรงสามารถใช้ได้

3.6.2 การทดลองใช้แบบสอบถาม

ผู้วิจัยมีการนำแบบสอบถามที่ได้ออกแบบไว้ไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มอื่นๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายที่อยู่นอกเหนือจากขอบเขตงานวิจัย จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้เกิดความสะดวกและมีคุณภาพ เมื่อนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มประชากรจริง

3.6.3 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด มาคำนวณหาค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามฉบับร่างภายหลังได้มีการนำไปทดลองใช้ (Try-Out)

โดยแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จะคำนวณหาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ในส่วนของแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) คำนวณหา ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเมื่อค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ มากกว่า 0.80

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.7.1 การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยฉบับนี้ มีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมวิจัยสำเร็จรูป โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Social Network มาแปลงเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกลงในโปรแกรมเพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามลำดับขั้นตอน

3.7.1.1 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ระดับการปฏิบัติงานในองค์กร และระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ใช้วิธีการหาความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

3.7.1.2 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุดพันธ์ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

3.7.1.3 การคำนวณหาข้อมูลเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุดพันธ์ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ใช้วิธีการเปรียบเทียบความแตกต่างโดยวิธี Independent samples t-test และ One-Way ANOVA แบบภาพรวมและแยกเป็นรายข้อและการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Scheffe ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2

3.7.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ที่มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended) ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแล้วสรุปออกมาเป็นค่าความถี่ (Frequency) โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย (ธานินทร์, 2563 : 295 - 414)

3.7.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ (ธานินทร์, 2563 : 148 - 168)

3.7.2.1 ค่าร้อยละ (Percentage) คือ การคำนวณหาสัดส่วนของข้อมูลในแต่ละตัวเทียบกับข้อมูลทั้งหมด โดยให้ข้อมูลรวมทั้งหมดมีค่าเป็นร้อยละ

3.7.2.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) คือ ค่าเฉลี่ยที่ได้มาจากกลุ่มตัวอย่าง การคำนวณหาเฉลี่ยในงานวิจัยฉบับนี้ คำนวณมาจากข้อมูลดิบที่อยู่ในรูปของตารางแจกแจงความถี่

3.7.2.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คือ ค่ารากที่สองของผลรวมของความแตกต่างระหว่างข้อมูลดิบกับค่าเฉลี่ยยกกำลังสองหารด้วยจำนวนข้อมูลทั้งหมด โดยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในงานวิจัยนี้เป็นข้อมูลที่เก็บมาจากกลุ่มตัวอย่าง

บทที่ 4

ผลการดำเนินการวิจัย

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลของการวิจัยเรื่อง “การศึกษาแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์” นี้นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบ่งการนำเสนอ เป็น 4 ข้อ ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์แนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

4.3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จำแนกตามสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.4 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีจำนวน 5 ข้อดังนี้

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศ
ปรากฏผลดังตารางที่ 4-1

ตารางที่ 4-1 จำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
เพศชาย	50	50.00
เพศหญิง	50	50.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 4-1 พบว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.00 เท่ากัน

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-2

ตารางที่ 4-2 จำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	2	2.00
26 ปี - 35 ปี	52	52.00
36 ปี - 45 ปี	39	39.00
มากกว่า 45 ปี	7	7.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 4-2 พบว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ อายุ 26 ปี – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมา ได้แก่ อายุ 36 ปี – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.00 อายุมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.00 และ อายุต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

4.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านวุฒิ การศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-3

ตารางที่ 4-3 จำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	16	16.00
ปริญญาตรี	68	68.00
สูงกว่าปริญญาตรี	16	16.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 4-3 พบว่า วุฒិการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมา ได้แก่ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็น ร้อยละ 16.00 เท่ากัน

4.1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านระดับการปฏิบัติงานในองค์กร ปรากฏผลดังตารางที่ 4-4

ตารางที่ 4-4 จำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านระดับการปฏิบัติงานในองค์กร

ระดับการปฏิบัติงานในองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
ระดับปฏิบัติการ	63	63.00
ระดับหัวหน้างาน	22	22.00
ระดับบริหาร	15	15.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 4-4 พบว่า ระดับการปฏิบัติงานในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุด ได้แก่ ระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมา ได้แก่ ระดับหัวหน้างาน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ระดับบริหาร คิดเป็นร้อยละ 15.00 และน้อยที่สุด ได้แก่ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

4.1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร ปรากฏผลดังตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 จำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร

ระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	37	37.00
5 ปี - 10 ปี	38	38.00
11 ปี - 15 ปี	15	15.00
มากกว่า 15 ปี	10	10.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 4-5 พบว่า ระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร ของผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุด ได้แก่ ระยะเวลาการปฏิบัติการในองค์กร 5 ปี – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมา ได้แก่ ระยะเวลาการปฏิบัติการในองค์กร ต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.00 ระยะเวลาการปฏิบัติการในองค์กร

11 ปี – 15 ปี ระยะเวลาการปฏิบัติการในองค์กร 11 ปี – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.00 และ มากกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

การวิเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ แบ่งเป็นรายด้าน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านนโยบายดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กร ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร ด้านการสนับสนุนขององค์กร และด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร รวมทั้งวิเคราะห์เป็นรายข้อจำนวน 80 ข้อ ดังนี้

ด้านนโยบายดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กร

1. นโยบายด้านดิจิทัลพุทพรีนธ์ที่มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย
2. มีการสื่อสารนโยบายให้บุคลากรทุกคนรับทราบเป็นลายลักษณ์อักษร
3. นโยบายมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร
4. นโยบายช่วยเสริมสร้างการปฏิบัติงานที่ยั่งยืน
5. องค์กรมีการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับนโยบาย
6. มีการจัดสัมมนาภายในองค์กรเพื่อถ่ายทอดนโยบายและให้ความรู้เกี่ยวกับดิจิทัลพุทพรีนธ์
7. มีการกำหนดนโยบายในการใช้โซเชียลมีเดียของบุคลากร
8. ส่งเสริมให้บุคลากรตระหนักถึงภาพลักษณ์ขององค์กรในการสื่อสารผ่านดิจิทัลพุทพรีนธ์
9. มีการปกป้องข้อมูลสำคัญขององค์กรไม่ให้ถูกเผยแพร่สู่สาธารณะ
10. มีการตรวจสอบเนื้อหาที่ถูกนำเข้าบนโซเชียลมีเดียโดยบุคลากรในองค์กร
11. มีการตรวจสอบข้อมูลจากลิงค์หรืออีเมลที่น่าสงสัย
12. มีการตรวจสอบและประเมินผลกระทบข้อมูลเชิงลบบนโซเชียลมีเดีย
13. มีการส่งข้อมูลและควบคุมข้อมูลกับคู่ค้าขององค์กรที่ชัดเจน
14. มีการทำลายหรือจัดการข้อมูลที่หมดอายุการใช้งานในองค์กร
15. หลีกเลี่ยงการแชร์ข้อมูลนอกเหนือจากช่องทางที่กำหนด
16. มีการยืนยันตัวตนการใช้งานอินเทอร์เน็ตของอุปกรณ์ในองค์กร
17. มีการเฝ้าระวังการตรวจสอบร่องรอยการใช้งานอินเทอร์เน็ตของบุคลากรในองค์กร
18. มีการควบคุมการเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เหมาะสมบนอินเทอร์เน็ตของบุคลากรในองค์กร
19. มีนโยบายการเข้าถึงข้อมูลองค์กรจากระยะไกล
20. มีนโยบายการรายงานเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลให้กับผู้มีส่วนร่วมในองค์กร

ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร

21. การบริหารจัดการข้อมูลปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง
22. มีมาตรการในการจัดการประเภทของข้อมูลในองค์กรอย่างชัดเจน
23. มีมาตรการในการสำรองข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ
24. จัดให้มีหน่วยงานหน้าที่ดูแลความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
25. มีระบบการร้องขอข้อมูลตามมาตรฐาน
26. มีการติดตามข้อมูลขององค์กรที่ปรากฏในทุกช่องทางออนไลน์
27. มีการกำหนดจำนวนการใส่รหัสผิดพลาดในการเข้าสู่ระบบ
28. กำหนดช่องทางในการรับเข้าและส่งออกข้อมูลที่ชัดเจนกับคู่ค้า
29. จัดทำแผนรับมือในกรณีที่เกิดการละเมิดข้อมูลที่มีภัยต่อองค์กร
30. มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ
31. มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลฟุตพริ้นท์อย่างเป็นระบบ
32. การเข้าถึงข้อมูลทำได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว
33. มีการแบ่งปันข้อมูลภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ
34. มีระบบติดตามและบันทึกการใช้ข้อมูลภายในองค์กร
35. มีระบบการแจ้งเตือนเมื่อเกิดเหตุการณ์ผิดปกติ
36. มีระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูลอย่างเหมาะสม
37. มีระบบการค้นหาและติดตามข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ
38. มีการประเมินความเสี่ยงจากเครื่องมือเป็นระยะ
39. มีการจัดทำรายงานผลการใช้ข้อมูลในองค์กรทุกไตรมาส
40. มีการนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าเพื่อพัฒนาการให้บริการ

ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร

41. ศูนย์ข้อมูลมีความเสถียรและพร้อมใช้งานเสมอ
42. มีการกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานในการดูแลศูนย์ข้อมูลอย่างชัดเจน
43. กำหนดข้อตกลงการเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะเพื่อปกป้องสิทธิและผลประโยชน์ขององค์กร
44. มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอยู่ในระดับสูง
45. มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเพื่อรักษาข้อมูล
46. มีการกำหนดรหัสการเข้าถึงข้อมูลในศูนย์ข้อมูลเพื่อความปลอดภัย
47. มีระบบการจดจำการเข้าสู่ระบบศูนย์ข้อมูลขององค์กร
48. มีการกำหนดระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลในศูนย์ข้อมูลขององค์กร
49. มีการบันทึกประวัติการประมวลผลและการใช้ข้อมูล (Log File) เพื่อตรวจสอบย้อนกลับได้

ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร (ต่อ)

50. มีศูนย์ข้อมูลสำรองเพื่อรองรับกรณีข้อมูลเสียหาย
51. สามารถจัดการกับปริมาณข้อมูลที่มีจำนวนมากได้
52. ระบบเครือข่ายในศูนย์ข้อมูลทำงานได้อย่างรวดเร็ว
53. ระบบสำรองข้อมูลทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
54. ระบบพลังงานในศูนย์ข้อมูลมีเพียงพอและเชื่อถือได้
55. ระบบการทำความเย็นในศูนย์ข้อมูลมีประสิทธิภาพ
56. มีระบบเฝ้าระวังเมื่อเกิดเหตุผิดปกติในศูนย์ข้อมูล
57. มีมาตรการตรวจสอบการเข้าถึงศูนย์ข้อมูลอย่างเข้มงวด
58. มีการบำรุงรักษาศูนย์ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ
59. มีการจัดทำแผนการฟื้นฟูระบบในกรณีเกิดเหตุไม่คาดคิด
60. จัดการทรัพยากรในศูนย์ข้อมูลอย่างเพียงพอและเหมาะสม

ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร

61. มีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการสนับสนุนผลงานนวัตกรรม
62. องค์กรมีการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนานวัตกรรม
63. องค์กรมีการจัดตั้งทีมงานสำหรับสร้างสรรค์นวัตกรรม
64. มีความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนานวัตกรรมขององค์กร
65. มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเพื่อรักษาข้อมูล
66. มีการใช้งานระบบ Single Sign-On (SSO) ในการเข้าสู่ระบบภายในองค์กร
67. มีการนำระบบอัตโนมัติของปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในการดำเนินงานขององค์กร
68. มีการใช้ VPN (Virtual Private Network) เพื่อป้องกันภัยจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตสาธารณะ
69. มีการใช้ Firewall ป้องกันการเข้าถึงระบบภายในองค์กรจากอุปกรณ์ที่ไม่ได้รับอนุญาต
70. มีการปรับปรุงรักษาซอฟต์แวร์ให้ทันสมัยและพร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา
71. มีการอัปเดตระบบปฏิบัติการของโทรศัพท์หรือเครื่องคอมพิวเตอร์เสมอ
72. มีการตรวจสอบระบบ Wi-fi สาธารณะก่อนใช้งาน ไม่ใช้ Wi-fi ที่ให้เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว
73. มีเทคโนโลยีการแจ้งเตือนเมื่อมีการเข้าถึงระบบข้อมูลขององค์กร
74. ผู้ใช้งานต้องไม่ให้ผู้อื่นยืมอุปกรณ์ Computer, Notebook หรือโทรศัพท์ ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม
75. ใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงข้อมูลอย่างหลากหลาย
76. เทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความเหมาะสมกับการบริหารงานขององค์กร

ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร (ต่อ)

77. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนขององค์กร
78. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน
79. องค์กรของท่านมีการใช้เทคโนโลยีที่ช่วยในการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า
80. นวัตกรรมที่นำมาใช้ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลไว้ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ย	4.50 - 5.00	หมายถึง	มีความสำคัญมากที่สุด
คะแนนค่าเฉลี่ย	3.50 - 4.49	หมายถึง	มีความสำคัญมาก
คะแนนค่าเฉลี่ย	2.50 - 3.49	หมายถึง	มีความสำคัญปานกลาง
คะแนนค่าเฉลี่ย	1.50 - 2.49	หมายถึง	มีความสำคัญน้อย
คะแนนค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.49	หมายถึง	มีความสำคัญน้อยที่สุด

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยภาพรวม ปรากฏผลดังตารางที่ 4-6

ตารางที่ 4-6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยภาพรวม

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ของ องค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
โดยภาพรวม	3.94	0.76	มาก
ด้านนโยบายดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร	3.87	0.83	มาก
ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร	3.93	0.81	มาก
ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร	3.97	0.77	มาก
ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร	3.99	0.79	มาก

จากตารางที่ 4-6 แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยภาพรวม ทั้ง 4 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 สำหรับผลการพิจารณาภาพรวมเป็นรายด้าน ปรากฏว่ามีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.87 – 3.99 ซึ่งสามารถเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ระดับมาก ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร ($\bar{X} = 3.99$) ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร ($\bar{X} = 3.97$) ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร ($\bar{X} = 3.93$) และนโยบายด้านดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร ($\bar{X} = 3.87$) ตามลำดับ

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ระดับมากที่สุด ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของงานวิจัยไม่พบค่าเฉลี่ยในระดับนี้

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านการจัดการความรู้ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-7

ตารางที่ 4-7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านนโยบายดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านนโยบายดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร			
1. นโยบายด้านดิจิทัลพุตพรีนซ์มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	3.75	1.02	มาก
2. มีการสื่อสารนโยบายให้บุคลากรทุกคนรับทราบเป็นลายลักษณ์อักษร	3.84	1.13	มาก
3. นโยบายมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร	3.89	0.98	มาก
4. นโยบายช่วยเสริมสร้างการปฏิบัติงานที่ยั่งยืน	3.87	1.04	มาก
5. องค์กรมีการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับนโยบาย	3.76	1.06	มาก
6. มีการจัดสัมมนาภายในองค์กรเพื่อถ่ายทอดนโยบายและให้ความรู้เกี่ยวกับดิจิทัลพุตพรีนซ์	3.52	1.22	มาก
7. มีการกำหนดนโยบายในการใช้โซเชียลมีเดียของบุคลากร	3.73	1.20	มาก
8. ส่งเสริมให้บุคลากรตระหนักถึงภาพลักษณ์ขององค์กรในการสื่อสารผ่านดิจิทัลพุตพรีนซ์	3.81	1.13	มาก
9. มีการปกป้องข้อมูลสำคัญขององค์กรไม่ให้ถูกเผยแพร่สู่สาธารณะ	4.08	0.92	มาก

ตารางที่ 4-7 (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ด้านนโยบายดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กร (ต่อ)			
10. มีการตรวจสอบเนื้อหาที่ถูกนำเข้ามาบนโซเชียลมีเดียโดย บุคลากรในองค์กร	3.82	1.16	มาก
11. มีการตรวจสอบข้อมูลจากลิงค์หรืออีเมลที่น่าสงสัย	3.96	1.04	มาก
12. มีการตรวจสอบและประเมินผลกระทบข้อมูลเชิงลบบน โซเชียลมีเดีย	3.84	1.11	มาก
13. มีการส่งข้อมูลและควบคุมข้อมูลกับคู่ค้าขององค์กรที่ชัดเจน	3.94	1.00	มาก
14. มีการทำลายหรือจัดการข้อมูลที่หมดอายุการใช้งานในองค์กร	3.82	1.10	มาก
15. หลีกเลี่ยงการแชร์ข้อมูลนอกเหนือจากช่องทางที่กำหนด	3.94	1.04	มาก
16. มีการยืนยันตัวตนการใช้งานอินเทอร์เน็ตของอุปกรณ์ในองค์กร	4.16	1.01	มาก
17. มีการเฝ้าระวังการตรวจสอบร่องรอยการใช้งานอินเทอร์เน็ต ของบุคลากรในองค์กร	3.88	1.15	มาก
18. มีการควบคุมการเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เหมาะสมบนอินเทอร์เน็ต ของบุคลากรในองค์กร	3.92	1.13	มาก
19. มีนโยบายการเข้าถึงข้อมูลองค์กรจากระยะไกล	4.01	1.00	มาก
20. มีนโยบายการรายงานเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลให้กับผู้มีส่วน ร่วมในองค์กร	3.93	0.98	มาก

จากตารางที่ 4-7 พบว่า ระดับของแนวทางการบริหารจัดการด้านนโยบายดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กร แยกเป็นรายข้อ พบว่ามีคะแนนเฉลี่ย อยู่ระหว่าง 3.52 – 4.16 ซึ่งสามารถเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านนโยบายดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กร ระดับมาก ได้แก่ มีการยืนยันตัวตนการใช้งานอินเทอร์เน็ตของอุปกรณ์ในองค์กร ($\bar{X}$ = 4.16) มีการปกป้องข้อมูลสำคัญขององค์กรไม่ให้ถูกเผยแพร่สู่สาธารณะ ($\bar{X}$ = 4.08) มีนโยบายการเข้าถึงข้อมูลองค์กรจากระยะไกล ($\bar{X}$ = 4.01) มีการตรวจสอบข้อมูลจากลิงค์หรืออีเมลที่น่าสงสัย ($\bar{X}$ = 3.96) หลีกเลี่ยงการแชร์ข้อมูลนอกเหนือจากช่องทางที่กำหนด ($\bar{X}$ = 3.94) (S.D.= 1.04) มีการส่งข้อมูลและควบคุมข้อมูลกับคู่ค้าขององค์กรที่ชัดเจน ($\bar{X}$ = 3.94) (S.D.= 1.00) มี

นโยบายการรายงานเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลให้กับผู้มีส่วนร่วมในองค์กร ($\bar{X} = 3.93$) มีการควบคุมการเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เหมาะสมบนอินเทอร์เน็ตของบุคลากรในองค์กร ($\bar{X} = 3.92$) นโยบายมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร ($\bar{X} = 3.89$) มีการเฝ้าระวังการตรวจสอบร่องรอยการใช้งานอินเทอร์เน็ตของบุคลากรในองค์กร ($\bar{X} = 3.88$) นโยบายช่วยเสริมสร้างการปฏิบัติงานที่ยั่งยืน ($\bar{X} = 3.87$) มีการสื่อสารนโยบายให้บุคลากรทุกคนรับทราบเป็นลายลักษณ์อักษร ($\bar{X} = 3.84$) (S.D. = 1.13) มีการตรวจสอบและประเมินผลกระทบข้อมูลเชิงลบบนโซเชียลมีเดีย ($\bar{X} = 3.84$) (S.D.= 1.11) มีการตรวจสอบเนื้อหาที่ถูกนำเข้าบนโซเชียลมีเดียโดยบุคลากรในองค์กร ($\bar{X} = 3.82$) (S.D.= 1.16) มีการทำลายหรือจัดการข้อมูลที่หมดอายุการใช้งานในองค์กร ($\bar{X} = 3.82$) (S.D.= 1.10) ส่งเสริมให้บุคลากรตระหนักถึงภาพลักษณ์ขององค์กรในการสื่อสารผ่านดิจิทัลพอร์ทัล ($\bar{X} = 3.81$) องค์กรมีการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับนโยบาย ($\bar{X} = 3.76$) นโยบายด้านดิจิทัลพอร์ทัลที่มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.75$) มีการกำหนดนโยบายในการใช้โซเชียลมีเดียของบุคลากร ($\bar{X} = 3.73$) มีการจัดสัมมนาภายในองค์กรเพื่อถ่ายทอดนโยบายและให้ความรู้เกี่ยวกับดิจิทัลพอร์ทัล ($\bar{X} = 3.52$)

แนวทางการบริหารจัดการนโยบายดิจิทัลพอร์ทัลขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านนโยบายดิจิทัลพอร์ทัลขององค์กร ระดับมากที่สุด ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของงานวิจัยไม่พบค่าเฉลี่ยในระดับนี้

ตารางที่ 4-8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพอร์ทัลขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพอร์ทัลขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร			
21. การบริหารจัดการข้อมูลปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง	4.03	0.94	มาก
22. มีมาตรการในการจัดการประเภทของข้อมูลในองค์กรอย่างชัดเจน	3.99	0.93	มาก

ตารางที่ 4-8 (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร (ต่อ)			
23. มีมาตรการในการสำรองข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ	3.90	0.93	มาก
24. จัดให้มีหน่วยงานหน้าที่ดูแลความมั่นคงปลอดภัยด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.00	1.02	มาก
25. มีระบบการร้องขอข้อมูลตามมาตรฐาน	3.88	1.09	มาก
26. มีการติดตามข้อมูลขององค์กรที่ปรากฏในทุกช่องทางออนไลน์	3.96	1.09	มาก
27. มีการกำหนดจำนวนการใส่รหัสผิดพลาดในการเข้าสู่ระบบ	3.96	1.08	มาก
28. กำหนดช่องทางในการรับเข้าและส่งออกข้อมูลที่ชัดเจนกับคู่ค้า	4.04	0.93	มาก
29. จัดทำแผนรับมือในกรณีที่เกิดการละเมิดข้อมูลที่มีภัยต่อองค์กร	3.97	0.93	มาก
30. มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลให้กับบุคลากรอย่าง สม่ำเสมอ	3.87	0.96	มาก
31. มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลพุทพรีนธ์อย่างเป็น ระบบ	3.88	1.04	มาก
32. การเข้าถึงข้อมูลทำได้สะดวกและรวดเร็ว	3.99	0.99	มาก
33. มีการแบ่งปันข้อมูลภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ	3.94	1.01	มาก
34. มีระบบติดตามและบันทึกการใช้ข้อมูลภายในองค์กร	3.94	1.01	มาก
35. มีระบบการแจ้งเตือนเมื่อเกิดเหตุการณ์ผิดปกติ	3.85	1.07	มาก
36. มีระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูลอย่างเหมาะสม	3.92	1.01	มาก
37. มีระบบการค้นหาและติดตามข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ	3.92	0.95	มาก
38. มีการประเมินความเสี่ยงจากเครื่องมือเป็นระยะ	3.79	1.02	มาก
39. มีการจัดทำรายงานผลการใช้ข้อมูลในองค์กรทุกไตรมาส	3.78	1.04	มาก
40. มีการนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าเพื่อ พัฒนาการให้บริการ	4.05	0.97	มาก

จากตารางที่ 4-8 พบว่า ระดับของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากร แยกเป็นรายข้อ พบว่ามีคะแนนเฉลี่ย อยู่ระหว่าง 3.78 – 4.05 ซึ่งสามารถเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านการจัดการข้อมูล ขององค์กร ระดับมาก ได้แก่ มีการนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าเพื่อพัฒนาการให้บริการ ($\bar{X} = 4.05$) กำหนดช่องทางในการรับเข้าและส่งออกข้อมูลที่ชัดเจนกับคู่ค้า ($\bar{X} = 4.04$) การบริหารจัดการ ข้อมูลปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 4.03$) จัดให้มีหน่วยงานหน้าที่ดูแลความมั่นคง ปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.00$) การเข้าถึงข้อมูลทำได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.99$) (S.D.=0.99) มีมาตรการในการจัดการประเภทของข้อมูลในองค์กรอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.99$) (S.D.= 0.93) จัดทำแผนรับมือในกรณีที่เกิดการละเมิดข้อมูลที่มีภัยต่อองค์กร ($\bar{X} = 3.97$) มีการติดตามข้อมูลขององค์กรที่ ปรากฏในทุกช่องทางออนไลน์ ($\bar{X} = 3.96$) (S.D.= 1.09) มีการกำหนดจำนวนการใส่รหัสผิดพลาดในการเข้าสู่ ระบบ ($\bar{X} = 3.96$) (S.D.= 1.08) มีระบบติดตามและบันทึกการใช้ข้อมูลภายในองค์กร ($\bar{X} = 3.94$) (S.D.= 1.01) มีการแบ่งปันข้อมูลภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ ($\bar{X} = 3.94$) (S.D.= 1.01) มีระบบการจัดการความ ปลอดภัยของข้อมูลอย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 3.92$) (S.D.= 1.01) มีระบบการค้นหาและติดตามข้อมูลอย่างมี ประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.92$) (S.D.= 0.95) มีมาตรการในการสำรองข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.90$) มีระบบการร้องขอข้อมูลตามมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.88$) (S.D.= 1.09) มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ ดิจิทัลพุตพรีนซ์อย่างเป็นระบบ ($\bar{X} = 3.88$) (S.D.= 1.04) มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดการข้อมูล ให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.87$) มีระบบการแจ้งเตือนเมื่อเกิดเหตุการณ์ผิดปกติ ($\bar{X} = 3.85$) มีการประเมินความเสี่ยงจากเครื่องมือเป็นระยะ ($\bar{X} = 3.79$) และมีการจัดทำรายงานผลการใช้ ข้อมูลในองค์กรทุกไตรมาส ($\bar{X} = 3.78$)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านการจัดการ ข้อมูลองค์กร ระดับมากที่สุด ระดับปานกลาง ระดับน้อยและระดับน้อยที่สุด ผลของงานวิจัยไม่พบ ค่าเฉลี่ยในระดับนี้

ตารางที่ 4-9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร			
41. ศูนย์ข้อมูลมีความเสถียรและพร้อมใช้งานเสมอ	3.85	0.94	มาก
42. มีการกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานในการดูแลศูนย์ข้อมูลอย่างชัดเจน	3.87	0.93	มาก
43. กำหนดข้อตกลงการเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะเพื่อปกป้องสิทธิและผลประโยชน์ขององค์กร	4.02	0.84	มาก
44. มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอยู่ในระดับสูง	4.11	0.94	มาก
45. มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเพื่อรักษาข้อมูล	4.12	0.87	มาก
46. มีการกำหนดรหัสการเข้าถึงข้อมูลในศูนย์ข้อมูลเพื่อความปลอดภัย	4.15	0.87	มาก
47. มีระบบการจดจำการเข้าสู่ระบบศูนย์ข้อมูลขององค์กร	4.08	0.95	มาก
48. มีการกำหนดระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลในศูนย์ข้อมูลขององค์กร	3.97	0.97	มาก
49. มีการบันทึกประวัติการประมวลผลและการใช้ข้อมูล (Log File) เพื่อตรวจสอบย้อนกลับได้	3.91	0.99	มาก
50. มีศูนย์ข้อมูลสำรองเพื่อรองรับกรณีข้อมูลเสียหาย	3.82	0.97	มาก
51. สามารถจัดการกับปริมาณข้อมูลที่มีจำนวนมากได้	3.96	0.92	มาก
52. ระบบเครือข่ายในศูนย์ข้อมูลทำงานได้อย่างรวดเร็ว	3.97	0.92	มาก
53. ระบบสำรองข้อมูลทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.90	0.96	มาก
54. ระบบพลังงานในศูนย์ข้อมูลมีเพียงพอและเชื่อถือได้	4.01	0.87	มาก

ตารางที่ 4-9 (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพอร์ทขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร (ต่อ)			
55. ระบบการทำความเย็นในศูนย์ข้อมูลมีประสิทธิภาพ	3.87	0.95	มาก
56. มีระบบเฝ้าระวังเมื่อเกิดเหตุผิดปกติในศูนย์ข้อมูล	3.90	1.03	มาก
57. มีมาตรการตรวจสอบการเข้าถึงศูนย์ข้อมูลอย่างเข้มงวด	3.95	0.89	มาก
58. มีการบำรุงรักษาศูนย์ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ	4.05	0.91	มาก
59. มีการจัดทำแผนการฟื้นฟูระบบในกรณีเกิดเหตุไม่คาดคิด	3.87	0.94	มาก
60. จัดการทรัพยากรในศูนย์ข้อมูลอย่างเพียงพอและเหมาะสม	3.92	0.95	มาก

จากตารางที่ 4-9 พบว่า ระดับของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพอร์ทขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร แยกเป็นรายข้อ พบว่ามีคะแนนเฉลี่ย อยู่ระหว่าง 4.15 – 3.82 ซึ่งสามารถเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพอร์ทขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร ระดับมาก มีการกำหนดรหัสการเข้าถึงข้อมูลในศูนย์ข้อมูลเพื่อความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.15$) มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเพื่อรักษาข้อมูล ($\bar{X} = 4.12$) มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.11$) มีระบบการจดจำการเข้าสู่ระบบศูนย์ข้อมูลขององค์กร ($\bar{X} = 4.08$) มีการบำรุงรักษาศูนย์ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.05$) กำหนดข้อตกลงการเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะเพื่อปกป้องสิทธิและผลประโยชน์ขององค์กร ($\bar{X} = 4.02$) ระบบพลังงานในศูนย์ข้อมูลมีเพียงพอและเชื่อถือได้ ($\bar{X} = 4.01$) มีการกำหนดระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลในศูนย์ข้อมูลขององค์กร ($\bar{X} = 3.97$) (S.D.= 0.97) สามารถจัดการกับปริมาณข้อมูลที่มีจำนวนมากได้ ($\bar{X} = 3.97$) (S.D.= 0.91) สามารถจัดการกับปริมาณข้อมูลที่มีจำนวนมากได้ ($\bar{X} = 3.96$) มีมาตรการตรวจสอบการเข้าถึงศูนย์ข้อมูลอย่างเข้มงวด ($\bar{X} = 3.95$) จัดการทรัพยากรในศูนย์ข้อมูลอย่างเพียงพอและเหมาะสม ($\bar{X} = 3.92$) มีการบันทึกประวัติการประมวลผลและการใช้ข้อมูล (Log File) เพื่อตรวจสอบย้อนกลับได้ ($\bar{X} = 3.91$) มีระบบเฝ้าระวังเมื่อเกิดเหตุผิดปกติในศูนย์ข้อมูล ($\bar{X} = 3.90$) (S.D.= 1.03) ระบบสำรองข้อมูลทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.90$) (S.D.= 0.96) ระบบการทำความเย็นในศูนย์ข้อมูลมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.87$) (S.D.= 0.95) มีการจัดทำแผนการฟื้นฟูระบบในกรณีเกิดเหตุไม่คาดคิด ($\bar{X} = 3.87$) (S.D.= 0.94) มีการกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานในการดูแลศูนย์ข้อมูลอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.87$) (S.D.= 0.93) ศูนย์ข้อมูลมีความเสถียรและพร้อมใช้งานเสมอ

($\bar{X} = 3.85$) และมีศูนย์ข้อมูลสำรองเพื่อรองรับกรณีข้อมูลเสียหาย ($\bar{X} = 3.82$)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพวรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร ระดับมากที่สุด ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของงานวิจัยไม่พบค่าเฉลี่ยในระดับนี้

ตารางที่ 4-10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพวรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพวรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร			
61. มีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการสนับสนุนผลงานนวัตกรรม	3.99	1.00	มาก
62. องค์กรมีการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนานวัตกรรม	3.91	0.98	มาก
63. องค์กรมีการจัดตั้งทีมงานสำหรับสร้างสรรค์นวัตกรรม	3.95	0.93	มาก
64. มีความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนานวัตกรรมขององค์กร	3.95	0.94	มาก
65. มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเพื่อรักษาข้อมูล	4.09	0.88	มาก
66. มีการใช้งานระบบ Single Sign-On (SSO) ในการเข้าสู่ระบบภายในองค์กร	3.95	1.01	มาก
67. มีการนำระบบอัตโนมัติของปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในการดำเนินงานขององค์กร	3.77	1.10	มาก
68. มีการใช้ VPN (Virtual Private Network) เพื่อป้องกันภัยจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตสาธารณะ	4.00	0.98	มาก
69. มีการใช้ Firewall ป้องกันการเข้าถึงระบบภายในองค์กรจากอุปกรณ์ที่ไม่ได้รับอนุญาต	4.08	0.85	มาก
70. มีการปรับปรุงรักษาซอฟต์แวร์ให้ทันสมัยและพร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา	4.04	0.95	มาก
71. มีการอัปเดตระบบปฏิบัติการของโทรศัพท์หรือเครื่องคอมพิวเตอร์เสมอ	4.08	0.93	มาก

ตารางที่ 4-10 (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร (ต่อ)			
72. มีการตรวจสอบระบบ Wi-fi สาธารณะก่อนใช้งาน ไม่ใช้ Wi-fi ที่ให้ เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว	3.94	0.93	มาก
73. มีเทคโนโลยีการแจ้งเตือนเมื่อมีการเข้าถึงระบบข้อมูลขององค์กร	3.95	0.96	มาก
74. ผู้ใช้งานต้องไม่ให้ผู้อื่นยืมอุปกรณ์ Computer, Notebook หรือ โทรศัพท์ ไม่ว่าจะกรณีใดก็ตาม	4.02	1.01	มาก
75. ใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงข้อมูลอย่างหลากหลาย	4.02	0.97	มาก
76. เทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความเหมาะสมกับการบริหารงานขององค์กร	4.06	0.93	มาก
77. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนขององค์กร	3.95	0.97	มาก
78. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน	4.04	0.98	มาก
79. นวัตกรรมที่นำมาใช้ช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ	3.98	1.01	มาก
80. นวัตกรรมที่นำมาใช้ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร	4.00	0.99	มาก

จากตารางที่ 4-10 พบว่า ระดับของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร แยกเป็นรายข้อ พบว่ามีคะแนนเฉลี่ย อยู่ระหว่าง 4.09 – 3.77 ซึ่งสามารถเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร ระดับมาก ได้แก่ มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเพื่อรักษาข้อมูล ($\bar{X}$ = 4.09) มีการอัปเดตระบบปฏิบัติการของโทรศัพท์หรือเครื่องคอมพิวเตอร์เสมอ ($\bar{X}$ = 4.08) (S.D.= 0.93) มีการใช้ Firewall ป้องกันการเข้าถึงระบบภายในองค์กรจากอุปกรณ์ที่ไม่ได้รับอนุญาต ($\bar{X}$ = 4.08) (S.D.= 0.85) เทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความเหมาะสมกับการบริหารงานขององค์กร ($\bar{X}$ = 4.06) เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน ($\bar{X}$ = 4.04) (S.D.= 0.98) มีการปรับปรุงรักษาซอฟต์แวร์ให้ทันสมัยและพร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา ($\bar{X}$ = 4.04) (S.D.= 0.95) ผู้ใช้งานต้องไม่ให้ผู้อื่นยืมอุปกรณ์ Computer, Notebook หรือโทรศัพท์ ไม่ว่าจะกรณีใดก็ตาม ($\bar{X}$ = 4.02) (S.D.= 1.01) ใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงข้อมูลอย่างหลากหลาย ($\bar{X}$ = 4.02) (S.D.= 0.97) นวัตกรรมที่นำมาใช้ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ($\bar{X}$ = 4.00) (S.D.= 0.99) มีการใช้

VPN (Virtual Private Network) เพื่อป้องกันภัยจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตสาธารณะ ($\bar{X} = 4.00$) (S.D.= 0.98) มีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการสนับสนุนผลงานนวัตกรรม ($\bar{X} = 3.99$) นวัตกรรมที่นำมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ($\bar{X} = 3.98$) มีการใช้งานระบบ Single Sign-On (SSO) ในการเข้าสู่ระบบภายในองค์กร ($\bar{X} = 3.95$) (S.D.= 1.01) เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนขององค์กร ($\bar{X} = 3.95$) (S.D.= 0.97) มีเทคโนโลยีการแจ้งเตือนเมื่อมีการเข้าถึงระบบข้อมูลขององค์กร ($\bar{X} = 3.95$) (S.D.= 0.96) มีความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนานวัตกรรมขององค์กร ($\bar{X} = 3.95$) (S.D.= 0.94) องค์กรมีการจัดตั้งทีมงานสำหรับสร้างสรรค์นวัตกรรม ($\bar{X} = 3.95$) (S.D.= 0.93) มีการตรวจสอบระบบ Wi-fi สาธารณะก่อนใช้งาน ไม่ใช่ Wi-fi ที่ให้เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวนวัตกรรม ($\bar{X} = 3.94$) (S.D.= 0.93) องค์กรมีการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนานวัตกรรม ($\bar{X} = 3.91$) (S.D.= 0.98) มีการนำระบบอัตโนมัติของปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในการดำเนินงานขององค์กร ($\bar{X} = 3.77$) (S.D.= 1.10)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจสังหาริมทรัพย์ ด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมขององค์กร ระดับมากที่สุด ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของงานวิจัยไม่พบค่าเฉลี่ยในระดับนี้

4.3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจสังหาริมทรัพย์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.3.1 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านเพศ ปรัชญาผล ดังตารางที่ 4-11

ตารางที่ 4-11 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศ

แนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจสังหาริมทรัพย์	t	Sig.
ภาพรวม	-0.54	0.59

ตารางที่ 4-11 (ต่อ)

แนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนท์ ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	t	Sig.
ด้านนโยบายดิจิทัลพุตพรีนท์ขององค์กร		
1. นโยบายด้านดิจิทัลพุตพรีนท์ที่มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	-0.29	0.77
2. มีการสื่อสารนโยบายให้บุคลากรทุกคนรับทราบเป็นลายลักษณ์อักษร	-0.88	0.38
3. นโยบายมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร	-0.71	0.48
4. นโยบายช่วยเสริมสร้างการปฏิบัติงานที่ยั่งยืน	0.67	0.50
5. องค์กรมีการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับนโยบาย	-0.19	0.85
6. มีการจัดสัมมนาภายในองค์กรเพื่อถ่ายทอดนโยบายและให้ความรู้เกี่ยวกับดิจิทัลพุตพรีนท์	-0.82	0.41
7. มีการกำหนดนโยบายในการใช้โซเชียลมีเดียของบุคลากร	0.25	0.80
8. ส่งเสริมให้บุคลากรตระหนักถึงภาพลักษณ์ขององค์กรในการสื่อสารผ่านดิจิทัลพุตพรีนท์	0.44	0.66
9. มีการปกป้องข้อมูลสำคัญขององค์กรไม่ให้ถูกเผยแพร่สู่สาธารณะ	-0.22	0.83
10. มีการตรวจสอบเนื้อหาที่ถูกนำเข้าบนโซเชียลมีเดียโดยบุคลากรในองค์กร	0.52	0.61
11. มีการตรวจสอบข้อมูลจากลิงค์หรืออีเมลที่น่าสงสัย	0.19	0.85
12. มีการตรวจสอบและประเมินผลกระทบข้อมูลเชิงลบบนโซเชียลมีเดีย	0.00	1.00
13. มีการส่งข้อมูลและควบคุมข้อมูลกับคู่ค้าขององค์กรที่ชัดเจน	-1.40	0.16
14. มีการทำลายหรือจัดการข้อมูลที่หมดอายุการใช้งานในองค์กร	0.18	0.86
15. หลีกเลี่ยงการแชร์ข้อมูลนอกเหนือจากช่องทางที่กำหนด	0.19	0.85
16. มีการยืนยันตัวตนการใช้งานอินเทอร์เน็ตของอุปกรณ์ในองค์กร	-1.80	0.08
17. มีการเฝ้าระวังการตรวจสอบร่องรอยการใช้งานอินเทอร์เน็ตของบุคลากรในองค์กร	-0.87	0.39
18. มีการควบคุมการเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เหมาะสมบนอินเทอร์เน็ตของบุคลากรในองค์กร	-1.43	0.16
19. มีนโยบายการเข้าถึงข้อมูลองค์กรจากระยะไกล	0.10	0.92
20. มีนโยบายการรายงานเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลให้กับผู้มีส่วนร่วมในองค์กร	-0.31	0.76

ตารางที่ 4-11 (ต่อ)

แนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนท์ ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	t	Sig.
ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร		
21. การบริหารจัดการข้อมูลปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง	0.11	0.92
22. มีมาตรการในการจัดการประเภทของข้อมูลในองค์กรอย่างชัดเจน	0.32	0.75
23. มีมาตรการในการสำรองข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ	0.43	0.67
24. จัดให้มีหน่วยงานหน้าที่ดูแลความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยี	0.79	0.43
25. มีระบบการร้องขอข้อมูลตามมาตรฐาน	-0.55	0.58
26. มีการติดตามข้อมูลขององค์กรที่ปรากฏในทุกช่องทางออนไลน์	0.00	1.00
27. มีการกำหนดจำนวนการใส่รหัสผิดพลาดในการเข้าสู่ระบบ	-1.30	0.20
28. กำหนดช่องทางในการรับเข้าและส่งออกข้อมูลที่ชัดเจนกับคู่ค้า	0.64	0.52
29. จัดทำแผนรับมือในกรณีที่เกิดการละเมิดข้อมูลที่มีภัยต่อองค์กร	-0.97	0.33
30. มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ	-0.52	0.61
31. มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลพุตพรีนท์อย่างเป็นระบบ	0.58	0.57
32. การเข้าถึงข้อมูลทำได้สะดวกและรวดเร็ว	0.91	0.37
33. มีการแบ่งปันข้อมูลภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ	-0.39	0.70
34. มีระบบติดตามและบันทึกการใช้ข้อมูลภายในองค์กร	-0.59	0.56
35. มีระบบการแจ้งเตือนเมื่อเกิดเหตุการณ์ผิดปกติ	-0.28	0.78
36. มีระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูลอย่างเหมาะสม	-0.59	0.56
37. มีระบบการค้นหาและติดตามข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ	0.00	1.00
38. มีการประเมินความเสี่ยงจากเครื่องมือเป็นระยะ	-1.08	0.28
39. มีการจัดทำรายงานผลการใช้ข้อมูลในองค์กรทุกไตรมาส	-0.77	0.44
40. มีการนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าเพื่อพัฒนาการให้บริการ	-0.10	0.92

ตารางที่ 4-11 (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	t	Sig.
ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร		
41. ศูนย์ข้อมูลมีความเสถียรและพร้อมใช้งานเสมอ	0.96	0.34
42. มีการกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานในการดูแลศูนย์ข้อมูลอย่างชัดเจน	-0.32	0.75
43. กำหนดข้อตกลงการเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะเพื่อปกป้อง	-1.44	0.15
44. มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอยู่ในระดับสูง	-1.39	0.17
45. มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเพื่อรักษา ข้อมูล	-1.63	0.11
46. มีการกำหนดรหัสการเข้าถึงข้อมูลในศูนย์ข้อมูลเพื่อความปลอดภัย	-1.99	0.05
47. มีระบบการจดจำการเข้าสู่ระบบศูนย์ข้อมูลขององค์กร	-1.05	0.29
48. มีการกำหนดระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลในศูนย์ข้อมูลขององค์กร	-0.31	0.75
49. มีการบันทึกประวัติการประมวลผลและการใช้ข้อมูล (Log File) เพื่อ ตรวจสอบย้อนกลับได้	-0.30	0.76
50. มีศูนย์ข้อมูลสำรองเพื่อรองรับกรณีข้อมูลเสียหาย	-0.62	0.54
51. สามารถจัดการกับปริมาณข้อมูลที่มีจำนวนมากได้	-1.31	0.19
52. ระบบเครือข่ายในศูนย์ข้อมูลทำงานได้อย่างรวดเร็ว	-0.76	0.45
53. ระบบสำรองข้อมูลทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	-0.42	0.68
54. ระบบพลังงานในศูนย์ข้อมูลมีเพียงพอและเชื่อถือได้	0.80	0.42
55. ระบบการทำความเย็นในศูนย์ข้อมูลมีประสิทธิภาพ	-0.31	0.75
56. มีระบบเฝ้าระวังเมื่อเกิดเหตุผิดปกติในศูนย์ข้อมูล	-0.58	0.56
57. มีมาตรการตรวจสอบการเข้าถึงศูนย์ข้อมูลอย่างเข้มงวด	-0.33	0.74
58. มีการบำรุงรักษาศูนย์ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ	0.11	0.91
59. มีการจัดทำแผนการฟื้นฟูระบบในกรณีเกิดเหตุไม่คาดคิด	0.11	0.92
60. จัดการทรัพยากรในศูนย์ข้อมูลอย่างเพียงพอและเหมาะสม	-0.21	0.83

ตารางที่ 4-11 (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	t	Sig.
ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร		
61. มีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการสนับสนุนผลงานนวัตกรรม	-1.51	0.13
62. องค์กรมีการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนานวัตกรรม	-0.72	0.48
63. องค์กรมีการจัดตั้งทีมงานสำหรับสร้างสรรค์นวัตกรรม	-1.86	0.07
64. มีความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนานวัตกรรมของ องค์กร	-1.18	0.24
65. มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเพื่อรักษาข้อมูล	-1.26	0.21
66. มีการใช้งานระบบ Single Sign-On (SSO) ในการเข้าสู่ระบบภายในองค์กร	-2.12	0.04
67. มีการนำระบบอัตโนมัติของปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในการดำเนินงาน ขององค์กร	-0.82	0.42
68. มีการใช้ VPN (Virtual Private Network) เพื่อป้องกันภัยจากการใช้งาน อินเทอร์เน็ตสาธารณะ	0.00	1.00
69. มีการใช้ Firewall ป้องกันการเข้าถึงระบบภายในองค์กรจากอุปกรณ์ที่ ไม่ได้	-1.18	0.24
70. มีการปรับปรุงรักษาซอฟต์แวร์ให้ทันสมัยและพร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา	-0.84	0.40
71. มีการอัปเดตระบบปฏิบัติการของโทรศัพท์หรือเครื่องคอมพิวเตอร์เสมอ	0.00	1.00
72. มีการตรวจสอบระบบ Wi-fi สาธารณะก่อนใช้งาน ไม่ใช่ Wi-fi ที่ให้เปิดเผย ข้อมูลส่วนตัว	-0.86	0.39
73. มีเทคโนโลยีการแจ้งเตือนเมื่อมีการเข้าถึงระบบข้อมูลขององค์กร	-0.52	0.60
74. ผู้ใช้งานต้องไม่ให้ผู้อื่นยืมอุปกรณ์ Computer, Notebook หรือโทรศัพท์ ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม	-0.79	0.43
75. ใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงข้อมูลอย่างหลากหลาย	-0.61	0.54
76. เทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความเหมาะสมกับการบริหารงานของ	-0.21	0.83
77. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนขององค์กร	0.31	0.76
78. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน	0.20	0.84
79. นวัตกรรมที่นำมาใช้ช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ	0.20	0.84
80. นวัตกรรมที่นำมาใช้ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน	0.40	0.69

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-11 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านเพศ โดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.59 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญ ที่ระดับ .05 หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศชายให้ความสำคัญกับแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มากกว่าเพศหญิง ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

1. นโยบายด้านดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ ด้านเพศ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ด้านการจัดการข้อมูลองค์กร พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ ด้านเพศ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ ด้านเพศ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ ด้านเพศ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-12

ตารางที่ 4-12 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านอายุ

ตารางที่ 4-12 (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ภาพรวม	0.16	0.92
ด้านนโยบายดิจิทัลพุตพรีนขององค์กร		
1. นโยบายด้านดิจิทัลพุตพรีนที่มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	0.40	0.75
2. มีการสื่อสารนโยบายให้บุคลากรทุกคนรับทราบเป็นลายลักษณ์อักษร	0.41	0.75
3. นโยบายมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร	0.08	0.97
4. นโยบายช่วยเสริมสร้างการปฏิบัติงานที่ยั่งยืน	0.34	0.79
5. องค์กรมีการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับนโยบาย	0.10	0.96
6. มีการจัดสัมมนาภายในองค์กรเพื่อถ่ายทอดนโยบายและให้ความรู้เกี่ยวกับดิจิทัลพุตพรีน	0.52	0.67
7. มีการกำหนดนโยบายในการใช้โซเชียลมีเดียของบุคลากร	0.61	0.61
8. ส่งเสริมให้บุคลากรตระหนักถึงภาพลักษณ์ขององค์กรในการสื่อสารผ่านดิจิทัลพุตพรีน	0.48	0.70
9. มีการปกป้องข้อมูลสำคัญขององค์กรไม่ให้ถูกเผยแพร่สู่สาธารณะ	0.27	0.84
10. มีการตรวจสอบเนื้อหาที่ถูกนำเข้าบนโซเชียลมีเดียโดยบุคลากรใน	0.88	0.46
11. มีการตรวจสอบข้อมูลจากลิงค์หรืออีเมลที่น่าสงสัย	0.52	0.67
12. มีการตรวจสอบและประเมินผลกระทบข้อมูลเชิงลบบนโซเชียล	0.76	0.52
13. มีการส่งข้อมูลและควบคุมข้อมูลกับคู่ค้าขององค์กรที่ชัดเจน	1.17	0.32
14. มีการทำลายหรือจัดการข้อมูลที่หมดอายุการใช้งานในองค์กร	0.19	0.90
15. หลีกเลี่ยงการแชร์ข้อมูลนอกเหนือจากช่องทางที่กำหนด	0.56	0.64
16. มีการยืนยันตัวตนการใช้งานอินเทอร์เน็ตของอุปกรณ์ในองค์กร	0.43	0.73
17. มีการเฝ้าระวังการตรวจสอบร่องรอยการใช้งานอินเทอร์เน็ตของบุคลากร	0.33	0.80
18. มีการควบคุมการเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เหมาะสมบนอินเทอร์เน็ตของบุคลากร	0.52	0.67
19. มีนโยบายการเข้าถึงข้อมูลองค์กรจากระยะไกล	0.64	0.59
20. มีนโยบายการรายงานเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลให้กับผู้มีส่วนร่วมในองค์กร	0.02	1.00

ตารางที่ 4-12 (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทพรั้นท์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร		
21. การบริหารจัดการข้อมูลปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง	0.22	0.88
22. มีมาตรการในการจัดการประเภทของข้อมูลในองค์กรอย่างชัดเจน	0.56	0.64
23. มีมาตรการในการสำรองข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ	0.67	0.57
24. จัดให้มีหน่วยงานหน้าที่ดูแลความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.92	0.43
25. มีระบบการร้องขอข้อมูลตามมาตรฐาน	0.40	0.75
26. มีการติดตามข้อมูลขององค์กรที่ปรากฏในทุกช่องทางออนไลน์	1.20	0.31
27. มีการกำหนดจำนวนการใส่รหัสผิดพลาดในการเข้าสู่ระบบ	0.23	0.88
28. กำหนดช่องทางในการรับเข้าและส่งออกข้อมูลที่ชัดเจนกับคู่ค้า	0.17	0.92
29. จัดทำแผนรับมือในกรณีที่เกิดการละเมิดข้อมูลที่มีภัยต่อองค์กร	0.25	0.86
30. มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ	1.19	0.32
31. มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลพุทพรั้นท์อย่างเป็นระบบ	0.64	0.59
32. การเข้าถึงข้อมูลทำได้สะดวกและรวดเร็ว	1.75	0.16
33. มีการแบ่งปันข้อมูลภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ	0.62	0.61
34. มีระบบติดตามและบันทึกการใช้ข้อมูลภายในองค์กร	0.90	0.44
35. มีระบบการแจ้งเตือนเมื่อเกิดเหตุการณ์ผิดปกติ	0.37	0.78
36. มีระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูลอย่างเหมาะสม	0.49	0.69
37. มีระบบการค้นหาและติดตามข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ	0.95	0.42
38. มีการประเมินความเสี่ยงจากเครื่องมือเป็นระยะ	0.09	0.96
39. มีการจัดทำรายงานผลการใช้ข้อมูลในองค์กรทุกไตรมาส	0.46	0.71
40. มีการนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าเพื่อพัฒนาการให้บริการ	0.86	0.47

ตารางที่ 4-12 (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทพรั้นท์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร		
41. ศูนย์ข้อมูลมีความเสถียรและพร้อมใช้งานเสมอ	0.43	0.73
42. มีการกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานในการดูแลศูนย์ข้อมูลอย่างชัดเจน	0.38	0.77
43. กำหนดข้อตกลงการเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะเพื่อปกป้องสิทธิและ ผลประโยชน์ขององค์กร	1.53	0.21
44. มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอยู่ในระดับสูง	0.78	0.51
45. มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเพื่อ รักษาข้อมูล	0.81	0.49
46. มีการกำหนดรหัสการเข้าถึงข้อมูลในศูนย์ข้อมูลเพื่อความปลอดภัย	0.11	0.95
47. มีระบบการจดจำการเข้าสู่ระบบศูนย์ข้อมูลขององค์กร	0.82	0.48
48. มีการกำหนดระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลในศูนย์ข้อมูลขององค์กร	1.31	0.27
49. มีการบันทึกประวัติการประมวลผลและการใช้ข้อมูล (Log File) เพื่อ ตรวจสอบย้อนกลับได้	0.11	0.95
50. มีศูนย์ข้อมูลสำรองเพื่อรองรับกรณีข้อมูลเสียหาย	0.63	0.59
51. สามารถจัดการกับปริมาณข้อมูลที่มีจำนวนมากได้	0.34	0.79
52. ระบบเครือข่ายในศูนย์ข้อมูลทำงานได้อย่างรวดเร็ว	0.00	1.00
53. ระบบสำรองข้อมูลทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0.43	0.73
54. ระบบพลังงานในศูนย์ข้อมูลมีเพียงพอและเชื่อถือได้	0.33	0.81
55. ระบบการทำความเย็นในศูนย์ข้อมูลมีประสิทธิภาพ	0.73	0.54
56. มีระบบเฝ้าระวังเมื่อเกิดเหตุผิดปกติในศูนย์ข้อมูล	0.23	0.88
57. มีมาตรการตรวจสอบการเข้าถึงศูนย์ข้อมูลอย่างเข้มงวด	0.50	0.68
58. มีการบำรุงรักษาศูนย์ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ	0.73	0.53
59. มีการจัดทำแผนการฟื้นฟูระบบในกรณีเกิดเหตุไม่คาดคิด	0.85	0.47
60. จัดการทรัพยากรในศูนย์ข้อมูลอย่างเพียงพอและเหมาะสม	0.71	0.55

ตารางที่ 4-12 (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพูนธ์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร		
61. มีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการสนับสนุนผลงานนวัตกรรม	0.45	0.72
62. องค์กรมีการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนานวัตกรรม	0.41	0.75
63. องค์กรมีการจัดตั้งทีมงานสำหรับสร้างสรรค์นวัตกรรม	0.25	0.86
64. มีความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนานวัตกรรมของ องค์กร	0.50	0.68
65. มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเพื่อ รักษาข้อมูล	0.85	0.47
66. มีการใช้งานระบบ Single Sign-On (SSO) ในการเข้าสู่ระบบภายใน องค์กร	0.71	0.55
67. มีการนำระบบอัตโนมัติของปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในการดำเนินงาน ขององค์กร	0.35	0.79
68. มีการใช้ VPN (Virtual Private Network) เพื่อป้องกันภัยจากการใช้งาน อินเทอร์เน็ตสาธารณะ	0.36	0.78
69. มีการใช้ Firewall ป้องกันการเข้าถึงระบบภายในองค์กรจากอุปกรณ์ที่ ไม่ได้รับอนุญาต	0.62	0.60
70. มีการปรับปรุงรักษาซอฟต์แวร์ให้ทันสมัยและพร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา	0.15	0.93
71. มีการอัปเดตระบบปฏิบัติการของโทรศัพท์หรือเครื่องคอมพิวเตอร์เสมอ	0.59	0.62
72. มีการตรวจสอบระบบ Wi-fi สาธารณะก่อนใช้งาน ไม่ใช้ Wi-fi ที่ให้ เปิดเผย	0.15	0.93
73. มีเทคโนโลยีการแจ้งเตือนเมื่อมีการเข้าถึงระบบข้อมูลขององค์กร	0.03	0.99
74. ผู้ใช้งานต้องไม่ให้ผู้อื่นยืมอุปกรณ์ Computer, Notebook หรือโทรศัพท์ ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม	0.62	0.61

ตารางที่ 4-12 (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร (ต่อ)		
75. ใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงข้อมูลอย่างหลากหลาย	0.08	0.97
76. เทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความเหมาะสมกับการบริหารงานขององค์กร	0.05	0.99
77. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนขององค์กร	0.10	0.96
78. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน	0.23	0.88
79. นวัตกรรมที่นำมาใช้ช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ	0.29	0.83
80. นวัตกรรมที่นำมาใช้ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร	0.23	0.88

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-12 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านอายุ โดยภาพรวม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.92 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญ ที่ระดับ .05 หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-13

ตารางที่ 4-13 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษา

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ภาพรวม	0.93	0.40

ตารางที่ 4-13 (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ด้านนโยบายดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร		
1. นโยบายด้านดิจิทัลพุตพรีนซ์ที่มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	0.79	0.46
2. มีการสื่อสารนโยบายให้บุคลากรทุกคนรับทราบเป็นลายลักษณ์อักษร อย่างเป็นระบบ	0.47	0.63
3. นโยบายมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร	1.09	0.34
4. นโยบายช่วยเสริมสร้างการปฏิบัติงานที่ยั่งยืน	1.79	0.17
5. องค์กรมีการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับนโยบาย	2.92	0.06
6. มีการจัดสัมมนาภายในองค์กรเพื่อถ่ายทอดนโยบายและให้ความรู้เกี่ยวกับ ดิจิทัลพุตพรีนซ์	0.71	0.50
7. มีการกำหนดนโยบายในการใช้โซเชียลมีเดียของบุคลากร	0.05	0.95
8. ส่งเสริมให้บุคลากรตระหนักถึงภาพลักษณ์ขององค์กรในการสื่อสารผ่าน ดิจิทัลพุตพรีนซ์	1.31	0.27
9. มีการปกป้องข้อมูลสำคัญขององค์กรไม่ให้ถูกเผยแพร่สู่สาธารณะ	0.30	0.74
10. มีการตรวจสอบเนื้อหาที่ถูกนำเข้าบนโซเชียลมีเดียโดยบุคลากรในองค์กร	0.47	0.63
11. มีการตรวจสอบข้อมูลจากลิงค์หรืออีเมลที่น่าสงสัย	1.83	0.17
12. มีการตรวจสอบและประเมินผลกระทบข้อมูลเชิงลบบนโซเชียลมีเดีย	2.06	0.13
13. มีการส่งข้อมูลและควบคุมข้อมูลกับคู่ค้าขององค์กรที่ชัดเจน	0.34	0.71
14. มีการทำลายหรือจัดการข้อมูลที่หมดอายุการใช้งานในองค์กร	2.19	0.12
15. หลีกเลี่ยงการแชร์ข้อมูลนอกเหนือจากช่องทางที่กำหนด	1.00	0.37
16. มีการยืนยันตัวตนการใช้งานอินเทอร์เน็ตของอุปกรณ์ในองค์กร	0.38	0.69
17. มีการเฝ้าระวังการตรวจสอบร่องรอยการใช้งานอินเทอร์เน็ตของบุคลากร ในองค์กร	0.15	0.86
18. มีการควบคุมการเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เหมาะสมบนอินเทอร์เน็ตของบุคลากร ในองค์กร	0.46	0.63
19. มีนโยบายการเข้าถึงข้อมูลองค์กรจากระยะไกล	0.64	0.53
20. มีนโยบายการรายงานเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลให้กับผู้มีส่วนร่วมใน องค์กร	0.33	0.72

ตารางที่ 4-13 (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร		
21. การบริหารจัดการข้อมูลปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง	0.12	0.89
22. มีมาตรการในการจัดการประเภทของข้อมูลในองค์กรอย่างชัดเจน	0.46	0.63
23. มีมาตรการในการสำรองข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ	0.91	0.41
24. จัดให้มีหน่วยงานหน้าที่ดูแลความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.90	0.41
25. มีระบบการร้องขอข้อมูลตามมาตรฐาน	1.36	0.26
26. มีการติดตามข้อมูลขององค์กรที่ปรากฏในทุกช่องทางออนไลน์	0.91	0.41
27. มีการกำหนดจำนวนการใส่รหัสผิดพลาดในการเข้าสู่ระบบ	0.98	0.38
28. กำหนดช่องทางในการรับเข้าและส่งออกข้อมูลที่ชัดเจนกับคู่ค้า	0.33	0.72
29. จัดทำแผนรับมือในกรณีที่เกิดการละเมิดข้อมูลที่มีภัยต่อองค์กร	1.00	0.37
30. มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ	0.98	0.38
31. มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลพุทพรีนธ์อย่างเป็นระบบ	0.33	0.72
32. การเข้าถึงข้อมูลทำได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว	0.18	0.83
33. มีการแบ่งปันข้อมูลภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ	0.96	0.39
34. มีระบบติดตามและบันทึกการใช้ข้อมูลภายในองค์กร	0.64	0.53
35. มีระบบการแจ้งเตือนเมื่อเกิดเหตุการณ์ผิดปกติ	0.76	0.47
36. มีระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูลอย่างเหมาะสม	1.25	0.29
37. มีระบบการค้นหาและติดตามข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ	1.36	0.26
38. มีการประเมินความเสี่ยงจากเครื่องมือเป็นระยะ	2.01	0.14
39. มีการจัดทำรายงานผลการใช้ข้อมูลในองค์กรทุกไตรมาส	1.73	0.18
40. มีการนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าเพื่อพัฒนาการให้บริการ	1.84	0.16

ตารางที่ 4-13 (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร		
41. ศูนย์ข้อมูลมีความเสถียรและพร้อมใช้งานเสมอ	0.30	0.74
42. มีการกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานในการดูแลศูนย์ข้อมูลอย่างชัดเจน	1.05	0.35
43. กำหนดข้อตกลงการเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะเพื่อปกป้องสิทธิและ ผลประโยชน์ขององค์กร	1.82	0.17
44. มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอยู่ในระดับสูง	2.64	0.08
45. มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเพื่อ รักษาข้อมูล	2.12	0.13
46. มีการกำหนดรหัสการเข้าถึงข้อมูลในศูนย์ข้อมูลเพื่อความปลอดภัย	0.78	0.46
47. มีระบบการจดจำการเข้าสู่ระบบศูนย์ข้อมูลขององค์กร	0.80	0.45
48. มีการกำหนดระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลในศูนย์ข้อมูลขององค์กร	0.68	0.51
49. มีการบันทึกประวัติการประมวลผลและการใช้ข้อมูล (Log File) เพื่อ ตรวจสอบย้อนกลับได้	1.81	0.17
50. มีศูนย์ข้อมูลสำรองเพื่อรองรับกรณีข้อมูลเสียหาย	2.73	0.07
51. สามารถจัดการกับปริมาณข้อมูลที่มีจำนวนมากได้	2.83	0.06
52. ระบบเครือข่ายในศูนย์ข้อมูลทำงานได้อย่างรวดเร็ว	1.02	0.36
53. ระบบสำรองข้อมูลทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1.23	0.30
54. ระบบพลังงานในศูนย์ข้อมูลมีเพียงพอและเชื่อถือได้	0.08	0.92
55. ระบบการทำความเย็นในศูนย์ข้อมูลมีประสิทธิภาพ	3.29	0.04*
56. มีระบบเฝ้าระวังเมื่อเกิดเหตุผิดปกติในศูนย์ข้อมูล	1.76	0.18
57. มีมาตรการตรวจสอบการเข้าถึงศูนย์ข้อมูลอย่างเข้มงวด	2.17	0.12
58. มีการบำรุงรักษาศูนย์ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ	0.18	0.84
59. มีการจัดทำแผนการฟื้นฟูระบบในกรณีเกิดเหตุไม่คาดคิด	0.62	0.54
60. จัดการทรัพยากรในศูนย์ข้อมูลอย่างเพียงพอและเหมาะสม	0.65	0.52

ตารางที่ 4-13 (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพันธ์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร		
61. มีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการสนับสนุนผลงานนวัตกรรม	1.91	0.15
62. องค์กรมีการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนานวัตกรรม	3.41	0.04*
63. องค์กรมีการจัดตั้งทีมงานสำหรับสร้างสรรค์นวัตกรรม	3.20	0.05*
64. มีความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนานวัตกรรมของ องค์กร	1.22	0.30
65. มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเพื่อ รักษาข้อมูลประสิทธิภาพสูง	0.12	0.88
66. มีการใช้งานระบบ Single Sign-On (SSO) ในการเข้าสู่ระบบภายใน องค์กร	0.68	0.51
67. มีการนำระบบอัตโนมัติของปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในการดำเนินงาน ขององค์กร	4.28	0.02*
68. มีการใช้ VPN (Virtual Private Network) เพื่อป้องกันภัยจากการใช้งาน อินเทอร์เน็ตสาธารณะ	0.92	0.40
69. มีการใช้ Firewall ป้องกันการเข้าถึงระบบภายในองค์กรจากอุปกรณ์ที่ ไม่ได้รับอนุญาต	2.50	0.09
70. มีการปรับปรุงรักษาซอฟต์แวร์ให้ทันสมัยและพร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา	0.98	0.38
71. มีการอัปเดตระบบปฏิบัติการของโทรศัพท์หรือเครื่องคอมพิวเตอร์เสมอ	1.49	0.23
72. มีการตรวจสอบระบบ Wi-fi สาธารณะก่อนใช้งาน ไม่ใช้ Wi-fi ที่ให้ เปิดเผย	1.06	0.35
73. มีเทคโนโลยีการแจ้งเตือนเมื่อมีการเข้าถึงระบบข้อมูลขององค์กร	1.16	0.32
74. ผู้ใช้งานต้องไม่ให้ผู้อื่นยืมอุปกรณ์ Computer, Notebook หรือโทรศัพท์ ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม	0.43	0.65
75. ใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงข้อมูลอย่างหลากหลาย	2.10	0.13
76. เทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความเหมาะสมกับการบริหารงานขององค์กร	0.18	0.83
77. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนขององค์กร	0.60	0.55

ตารางที่ 4-13 (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร (ต่อ)		
78.เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน	0.32	0.73
79. นวัตกรรมที่นำมาใช้ช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ	0.43	0.65
80. นวัตกรรมที่นำมาใช้ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร	1.97	0.14

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-13 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษา โดยภาพรวม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.40 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญ ที่ระดับ .05 หมายความว่า วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ระบบการทำความเย็นในศูนย์ข้อมูลมีประสิทธิภาพ องค์กรมีการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนานวัตกรรม องค์กรมีการจัดตั้งทีมงานสำหรับสร้างสรรค์นวัตกรรม และมีการนำระบบอัตโนมัติของปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในการดำเนินงานขององค์กร จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังนี้

4.3.3.1 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคลากรที่มีผลงานดีในการทำดิจิทัลพุตพรีนธ์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษาเป็นรายคู่

ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคลากรที่มีผลงานดีในการจัดการดิจิทัลพุตพรีนธ์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษาการปฏิบัติงานในองค์กรเป็นรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-14

ตารางที่ 4-14 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ระบบการทำความเย็นในศูนย์ข้อมูลมี ประสิทธิภาพ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.44	4.03	3.63
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.44	-	0.59*	0.19
ปริญญาตรี	4.03		-	0.40
สูงกว่าปริญญาตรี	3.63			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-14 พบว่าความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคคลที่มีผลงานดีในการลดดิจิทัลฟุตพริ้นท์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จากตาราง 4-14 พบรายคู่ที่แตกต่างกันจำนวน 1 คู่ ได้แก่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวุฒิการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.3.2 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคลากรที่มีผลงานดีในการทำดิจิทัลฟุตพริ้นท์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษาเป็นรายคู่

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษาปรากฏผลดังตารางที่ 4-15

ตารางที่ 4-15 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรมีการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนานวัตกรรม จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.69	4.07	3.44
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.69	-	0.38	0.25
ปริญญาตรี	4.07		-	0.63*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.44			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-15 พบว่าความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคคลที่มีผลงานดีในการลดดิจิทัลฟุตพริ้นท์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จากตาราง 4-15 พบรายคู่ที่แตกต่างกันจำนวน 1 คู่ ได้แก่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวุฒิการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.3.3 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคลากรที่มีผลงานดีในการทำดิจิทัลฟุตพริ้นท์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษาเป็นรายคู่

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-16

ตารางที่ 4-16 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัล
พุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรมีการจัดตั้งทีมงานสำหรับ
สร้างสรรค์นวัตกรรม จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.94	4.07	3.44
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.94	-	0.13	0.50
ปริญญาตรี	4.07		-	0.63*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.44			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-16 พบว่าความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการ
ดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคคล
ที่มีผลงานดีในการลดดิจิทัลพุทพรีนธ์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษา แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จากตาราง 4-16
พบรายคู่ที่แตกต่างกันจำนวน 1 คู่ ได้แก่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวุฒิการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญแนวทางการ
เตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกับ
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.3.4 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์
ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคลากรที่มีผลงานดีใน
การทำดิจิทัลพุทพรีนธ์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษาเป็นรายคู่

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัล
พุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้าน
วุฒิการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-17

ตารางที่ 4-17 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อ
การจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กร ในธุรกิจมีการนำระบบอัตโนมัติของ
ปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในการดำเนินงานขององค์กร จำแนกตามสถานภาพ
ทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษา

ตารางที่ 4-17 (ต่อ)

วุฒิการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.81	3.93	3.06
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.81	-	0.12	0.75*
ปริญญาตรี	3.93		-	0.87
สูงกว่าปริญญาตรี	3.06			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-17 พบว่าความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคคลที่มีผลงานดีในการลดดิจิทัลพุทพรีนธ์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านวุฒิการศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จากตาราง 4-17 พบรายคู่ที่แตกต่างกันจำนวน 1 คู่ ได้แก่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวุฒิการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวุฒิการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระดับการปฏิบัติงานในองค์กร ปรากฏผลดังตารางที่ 4-18

ตารางที่ 4-18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระดับการปฏิบัติงานในองค์กร

ตารางที่ 4-18 (ต่อ)

แนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนธ์ ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ภาพรวม	1.10	0.34

ตารางที่ 4-18 (ต่อ)

แนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพวพรีนธ์ ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร		
21. การบริหารจัดการข้อมูลปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง	0.06	0.94
22. มีมาตรการในการจัดการประเภทของข้อมูลในองค์กรอย่างชัดเจน	0.18	0.84
23. มีมาตรการในการสำรองข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ	0.11	0.90
24. จัดให้มีหน่วยงานหน้าที่ดูแลความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.00	1.00
25. มีระบบการร้องขอข้อมูลตามมาตรฐาน	0.07	0.94
26. มีการติดตามข้อมูลขององค์กรที่ปรากฏในทุกช่องทางออนไลน์	0.79	0.46
27. มีการกำหนดจำนวนการใส่รหัสผิดพลาดในการเข้าสู่ระบบ	1.70	0.19
28. กำหนดช่องทางในการรับเข้าและส่งออกข้อมูลที่ชัดเจนกับคู่ค้า	0.17	0.85
29. จัดทำแผนรับมือในกรณีที่เกิดการละเมิดข้อมูลที่มีภัยต่อองค์กร	0.75	0.47
30. มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ	1.77	0.18
31. มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลพวพรีนธ์อย่างเป็นระบบ	1.21	0.30
32. การเข้าถึงข้อมูลทำได้สะดวกและรวดเร็ว	1.68	0.19
33. มีการแบ่งปันข้อมูลภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ	2.12	0.13
34. มีระบบติดตามและบันทึกการใช้ข้อมูลภายในองค์กร	1.77	0.18
35. มีระบบการแจ้งเตือนเมื่อเกิดเหตุการณ์ผิดปกติ	1.44	0.24
36. มีระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูลอย่างเหมาะสม	1.74	0.18
37. มีระบบการค้นหาและติดตามข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ	2.03	0.14
38. มีการประเมินความเสี่ยงจากเครื่องมือเป็นระยะ	2.58	0.08
39. มีการจัดทำรายงานผลการใช้ข้อมูลในองค์กรทุกไตรมาส	0.70	0.50
40. มีการนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าเพื่อพัฒนาการให้บริการ	1.58	0.21

ตารางที่ 4-18 (ต่อ)

แนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพวรินทร์ ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร		
41. ศูนย์ข้อมูลมีความเสถียรและพร้อมใช้งานเสมอ	1.32	0.27
42. มีการกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานในการดูแลศูนย์ข้อมูลอย่างชัดเจน	1.11	0.33
43. กำหนดข้อตกลงการเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะเพื่อปกป้องสิทธิและผลประโยชน์ขององค์กร	2.39	0.10
44. มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอยู่ในระดับสูง	3.83	0.03*
45. มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเพื่อรักษาข้อมูล	2.22	0.11
46. มีการกำหนดรหัสการเข้าถึงข้อมูลในศูนย์ข้อมูลเพื่อความปลอดภัย	2.44	0.09
47. มีระบบการจดจำการเข้าสู่ระบบศูนย์ข้อมูลขององค์กร	0.81	0.45
48. มีการกำหนดระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลในศูนย์ข้อมูลขององค์กร	1.18	0.31
49. มีการบันทึกประวัติการประมวลผลและการใช้ข้อมูล (Log File) เพื่อตรวจสอบย้อนกลับได้	1.05	0.35
50. มีศูนย์ข้อมูลสำรองเพื่อรองรับกรณีข้อมูลเสียหาย	0.65	0.52
51. สามารถจัดการกับปริมาณข้อมูลที่มีจำนวนมากได้	5.09	0.01*
52. ระบบเครือข่ายในศูนย์ข้อมูลทำงานได้อย่างรวดเร็ว	2.07	0.13
53. ระบบสำรองข้อมูลทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1.40	0.25
54. ระบบพลังงานในศูนย์ข้อมูลมีเพียงพอและเชื่อถือได้	0.73	0.48
55. ระบบการทำความเย็นในศูนย์ข้อมูลมีประสิทธิภาพ	1.29	0.28
56. มีระบบเฝ้าระวังเมื่อเกิดเหตุผิดปกติในศูนย์ข้อมูล	0.25	0.78
57. มีมาตรการตรวจสอบการเข้าถึงศูนย์ข้อมูลอย่างเข้มงวด	0.88	0.42
58. มีการบำรุงรักษาศูนย์ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ	3.18	0.05*
59. มีการจัดทำแผนการฟื้นฟูระบบในกรณีเกิดเหตุไม่คาดคิด	2.11	0.13
60. จัดการทรัพยากรในศูนย์ข้อมูลอย่างเพียงพอและเหมาะสม	0.37	0.69

ตารางที่ 4-18 (ต่อ)

แนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนท์ ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร (ต่อ)		
77. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนขององค์กร	0.90	0.41
78. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน	0.73	0.49
79. นวัตกรรมที่นำมาใช้ช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ	0.37	0.69
80. นวัตกรรมที่นำมาใช้ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร	0.36	0.70

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระดับการปฏิบัติงานในองค์กร โดยภาพรวม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.34 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ ที่ระดับ .05 หมายความว่า ระดับการปฏิบัติงานในองค์กรที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอยู่ในระดับสูง สามารถจัดการกับปริมาณข้อมูลที่มีจำนวนมากได้ และมีการบำรุงรักษาศูนย์ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังนี้

4.3.4.1 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคลากรที่มีผลงานดีในการทำดิจิทัลพุตพรีนท์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระดับปฏิบัติการในองค์กรเป็นรายคู่

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระดับปฏิบัติการในองค์กร ปรากฏผลดังตารางที่ 4-19

ตารางที่ 4-19 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กร มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอยู่ในระดับสูง จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระดับปฏิบัติการในองค์กร

ระดับปฏิบัติการใน องค์กร	$\bar{X}$	ระดับปฏิบัติการ	ระดับหัวหน้างาน	ระดับบริหาร
		4.30	3.73	3.87
ระดับปฏิบัติการ	4.30	-	0.57*	0.43
ระดับหัวหน้างาน	3.73		-	0.14
ระดับบริหาร	3.87			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-19 พบว่าความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคคลที่มีผลงานดีในการลดดิจิทัลฟุตพริ้นท์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระดับปฏิบัติการในองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จากตาราง 4-19 พบรายคู่ที่แตกต่างกันจำนวน 1 คู่ ได้แก่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับปฏิบัติการในองค์กรที่ระดับหัวหน้างาน ให้ความสำคัญแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับปฏิบัติการในองค์กรที่ระดับปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.4.2 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคลากรที่มีผลงานดีในการทำดิจิทัลฟุตพริ้นท์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระดับปฏิบัติการในองค์กรเป็นรายคู่

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระดับปฏิบัติการในองค์กร ปรากฏผลดังตารางที่ 4-20

ตารางที่ 4-20 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร สามารถจัดการกับปริมาณข้อมูลที่มีจำนวนมากได้ ด้านระดับปฏิบัติการในองค์กร

ระดับปฏิบัติการใน องค์กร	$\bar{X}$	ระดับปฏิบัติการ	ระดับหัวหน้างาน	ระดับบริหาร
		4.16	3.77	3.40
ระดับปฏิบัติการ	4.16	-	0.39	0.76*
ระดับหัวหน้างาน	3.77		-	0.37
ระดับบริหาร	3.40			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-20 พบว่าความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคคลที่มีผลงานดีในการลดดิจิทัลพุตพรีนซ์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระดับปฏิบัติการในองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จากตาราง 4-20 พบรายคู่ที่แตกต่างกันจำนวน 1 คู่ ได้แก่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับปฏิบัติการในองค์กรที่ระดับบริหาร ให้ความสำคัญแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับปฏิบัติการในองค์กรที่ระดับปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.4.3 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคลากรที่มีผลงานดีในการทำดิจิทัลพุตพรีนซ์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระดับปฏิบัติการในองค์กรเป็นรายคู่

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระดับปฏิบัติการในองค์กร ปรากฏผลดังตารางที่ 4-21

ตารางที่ 4-21 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร มีการบำรุงรักษาศูนย์ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ ด้านระดับปฏิบัติการในองค์กร

ตารางที่ 4-21 (ต่อ)

ระดับปฏิบัติการใน องค์กร	$\bar{X}$	ระดับปฏิบัติการ	ระดับหัวหน้างาน	ระดับบริหาร
		4.22	3.73	3.80
ระดับปฏิบัติการ	4.22	-	0.49*	0.42
ระดับหัวหน้างาน	3.73		-	0.07
ระดับบริหาร	3.80			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-21 พบว่าความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคคลที่มีผลงานดีในการลดดิจิทัลพุทธรินทร์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระดับปฏิบัติการในองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จากตาราง 4-20 พบรายคู่ที่แตกต่างกันจำนวน 1 คู่ ได้แก่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับปฏิบัติการในองค์กรที่ระดับหัวหน้างาน ให้ความสำคัญแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับปฏิบัติการในองค์กรที่ระดับปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.5 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร ปรากฏผลดังตารางที่ 4-22

ตารางที่ 4-22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร

แนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ภาพรวม	0.44	0.73

ตารางที่ 4-22 (ต่อ)

แนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ด้านนโยบายด้านดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร		
1. นโยบายด้านดิจิทัลพุตพรีนซ์ที่มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	0.34	0.79
2. มีการสื่อสารนโยบายให้บุคลากรทุกคนรับทราบเป็นลายลักษณ์อักษร อย่างเป็นระบบ	0.22	0.88
3. นโยบายมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร	0.36	0.78
4. นโยบายช่วยเสริมสร้างการปฏิบัติงานที่ยั่งยืน	0.37	0.77
5. องค์กรมีการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับนโยบาย	0.31	0.82
6. มีการจัดสัมมนาภายในองค์กรเพื่อถ่ายทอดนโยบายและให้ความรู้เกี่ยวกับ ดิจิทัลพุตพรีนซ์	1.33	0.27
7. มีการกำหนดนโยบายในการใช้โซเชียลมีเดียของบุคลากร	0.47	0.71
8. ส่งเสริมให้บุคลากรตระหนักถึงภาพลักษณ์ขององค์กรในการสื่อสารผ่าน ดิจิทัลพุตพรีนซ์	0.25	0.86
9. มีการปกป้องข้อมูลสำคัญขององค์กรไม่ให้ถูกเผยแพร่สู่สาธารณะ	0.12	0.95
10. มีการตรวจสอบเนื้อหาที่ถูกนำเข้าบนโซเชียลมีเดียโดยบุคลากรในองค์กร	0.33	0.80
11. มีการตรวจสอบข้อมูลจากลิงค์หรืออีเมลที่น่าสงสัย	0.42	0.74
12. มีการตรวจสอบและประเมินผลกระทบข้อมูลเชิงลบบนโซเชียลมีเดีย	0.65	0.59
13. มีการส่งข้อมูลและควบคุมข้อมูลกับคู่ค้าขององค์กรที่ชัดเจน	0.82	0.48
14. มีการทำลายหรือจัดการข้อมูลที่หมดอายุการใช้งานในองค์กร	0.65	0.59
15. หลีกเลี่ยงการแชร์ข้อมูลนอกเหนือจากช่องทางที่กำหนด	0.29	0.83
16. มีการยืนยันตัวตนการใช้งานอินเทอร์เน็ตของอุปกรณ์ในองค์กร	0.36	0.78
17. มีการเฝ้าระวังการตรวจสอบร่องรอยการใช้งานอินเทอร์เน็ตของบุคลากร ในองค์กร	1.23	0.30
18. มีการควบคุมการเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เหมาะสมบนอินเทอร์เน็ตของบุคลากร ในองค์กร	0.73	0.54
19. มีนโยบายการเข้าถึงข้อมูลองค์กรจากระยะไกล	3.35	0.02*
20. มีนโยบายการรายงานเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลให้กับผู้มีส่วนร่วมใน องค์กร	0.23	0.88

ตารางที่ 4-22 (ต่อ)

แนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพวรินทร์ ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร		
21. การบริหารจัดการข้อมูลปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง	0.42	0.74
22. มีมาตรการในการจัดการประเภทของข้อมูลในองค์กรอย่างชัดเจน	0.39	0.76
23. มีมาตรการในการสำรองข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ	1.37	0.26
24. จัดให้มีหน่วยงานหน้าที่ดูแลความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.75	0.52
25. มีระบบการร้องขอข้อมูลตามมาตรฐาน	0.68	0.57
26. มีการติดตามข้อมูลขององค์กรที่ปรากฏในทุกช่องทางออนไลน์	1.09	0.36
27. มีการกำหนดจำนวนการใส่รหัสผิดพลาดในการเข้าสู่ระบบ	2.50	0.06
28. กำหนดช่องทางในการรับเข้าและส่งออกข้อมูลที่ชัดเจนกับคู่ค้า	0.09	0.97
29. จัดทำแผนรับมือในกรณีที่เกิดการละเมิดข้อมูลที่มีภัยต่อองค์กร	1.03	0.38
30. มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ	0.75	0.52
31. มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลพวรินทร์อย่างเป็นระบบ	0.68	0.57
32. การเข้าถึงข้อมูลทำได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว	0.22	0.88
33. มีการแบ่งปันข้อมูลภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ	0.32	0.81
34. มีระบบติดตามและบันทึกการใช้ข้อมูลภายในองค์กร	0.40	0.75
35. มีระบบการแจ้งเตือนเมื่อเกิดเหตุการณ์ผิดปกติ	1.18	0.32
36. มีระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูลอย่างเหมาะสม	0.44	0.72
37. มีระบบการค้นหาและติดตามข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ	0.47	0.70
38. มีการประเมินความเสี่ยงจากเครื่องมือเป็นระยะ	0.64	0.59
39. มีการจัดทำรายงานผลการใช้ข้อมูลในองค์กรทุกไตรมาส	1.03	0.38
40. มีการนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าเพื่อพัฒนาการให้บริการ	0.56	0.64

ตารางที่ 4-22 (ต่อ)

แนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพวพรีนท ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร		
41. ศูนย์ข้อมูลมีความเสถียรและพร้อมใช้งานเสมอ	0.18	0.91
42. มีการกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานในการดูแลศูนย์ข้อมูลอย่างชัดเจน	0.35	0.79
43. กำหนดข้อตกลงการเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะเพื่อปกป้องสิทธิและผลประโยชน์ขององค์กร	0.54	0.65
44. มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอยู่ในระดับสูง	0.41	0.74
45. มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเพื่อรักษาข้อมูล	0.06	0.98
46. มีการกำหนดรหัสการเข้าถึงข้อมูลในศูนย์ข้อมูลเพื่อความปลอดภัย	0.63	0.60
47. มีระบบการจดจำการเข้าสู่ระบบศูนย์ข้อมูลขององค์กร	0.18	0.91
48. มีการกำหนดระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลในศูนย์ข้อมูลขององค์กร	0.04	0.99
49. มีการบันทึกประวัติการประมวลผลและการใช้ข้อมูล (Log File) เพื่อตรวจสอบย้อนกลับได้	0.21	0.89
50. มีศูนย์ข้อมูลสำรองเพื่อรองรับกรณีข้อมูลเสียหาย	1.18	0.32
51. สามารถจัดการกับปริมาณข้อมูลที่มีจำนวนมากได้	1.17	0.33
52. ระบบเครือข่ายในศูนย์ข้อมูลทำงานได้อย่างรวดเร็ว	0.32	0.81
53. ระบบสำรองข้อมูลทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1.87	0.14
54. ระบบพลังงานในศูนย์ข้อมูลมีเพียงพอและเชื่อถือได้	0.30	0.83
55. ระบบการทำความเย็นในศูนย์ข้อมูลมีประสิทธิภาพ	0.95	0.42
56. มีระบบเฝ้าระวังเมื่อเกิดเหตุผิดปกติในศูนย์ข้อมูล	0.68	0.57
57. มีมาตรการตรวจสอบการเข้าถึงศูนย์ข้อมูลอย่างเข้มงวด	0.59	0.62
58. มีการบำรุงรักษาศูนย์ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ	1.29	0.28
59. มีการจัดทำแผนการฟื้นฟูระบบในกรณีเกิดเหตุไม่คาดคิด	0.95	0.42
60. จัดการทรัพยากรในศูนย์ข้อมูลอย่างเพียงพอและเหมาะสม	0.10	0.96

ตารางที่ 4-22 (ต่อ)

แนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	F	Sig.
ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร		
78. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน	0.05	0.98
79. นวัตกรรมที่นำมาใช้ช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ	0.09	0.96
80. นวัตกรรมที่นำมาใช้ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร	0.17	0.92

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแยกเป็นรายข้อ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร โดยภาพรวม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.73 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญ ที่ระดับ .05 หมายความว่า ระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กรที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ มีนโยบายการเข้าถึงข้อมูลองค์กรจากระยะไกล จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังนี้

4.3.5.1 ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคลากรที่มีผลงานดีในการทำดิจิทัลพุตพรีนซ์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กรเป็นรายคู่

ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคลากรที่มีผลงานดีในการทำดิจิทัลพุตพรีนซ์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กรเป็นรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-23

ตารางที่ 4-23 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มีนโยบายการเข้าถึงข้อมูลองค์กรจากระยะไกล จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปี - 10 ปี	11 ปี - 15 ปี	มากกว่า 15 ปี
		4.05	3.95	4.53	3.30
ต่ำกว่า 5 ปี	4.05	-	0.10	0.48	0.75*
5 ปี - 10 ปี	3.95		-	0.58*	0.65
11 ปี - 15 ปี	4.53			-	1.23
มากกว่า 15 ปี	3.30				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-23 พบว่าความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ องค์กรของท่านมีการให้รางวัลหรือยกย่องบุคคลที่มีผลงานดีในการลดดิจิทัลพุทพรีนซ์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านระดับปฏิบัติการในองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จากตาราง 4-23 พบรายคู่ที่แตกต่างกันจำนวน 2 คู่ ได้แก่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการปฏิบัติการในองค์กรที่มีอายุ 11 ปี - 15 ปี ให้ความสำคัญแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการปฏิบัติการในองค์กรที่มีอายุ 5 ปี - 10 ปี และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการปฏิบัติการในองค์กรที่มีอายุมากกว่า 15 ปี ให้ความสำคัญแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการปฏิบัติการในองค์กรที่มีอายุต่ำกว่า 5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ท่านมีแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ที่นอกเหนือจาก 4 ด้านนี้ หรือไม่

ลำดับที่	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	ความถี่
1	ทำการตรวจสอบทั้งภายในและภายนอกองค์กร	1
2	มีการจัดการสื่อโฆษณาและการเผยแพร่ จากส่วนงานภายนอกองค์กร	1
3	หาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบให้มากขึ้น	1

4.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ
ท่านมีข้อเสนอแนะในการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพัตพรีนธ์ขององค์กรในธุรกิจ
อสังหาริมทรัพย์เพิ่มเติมหรือไม่

ลำดับที่	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	ความถี่
1	ทำการศึกษาและพัฒนาให้เหมาะสมกับการทำงานภายในองค์กร	1
2	มีข้อกำหนดชัดเจนในองค์กร	1
3	ระมัดระวังเรื่องการเผยแพร่ด้วยการโฆษณาจากองค์กรสู่ภายนอก	1
4	ทำการศึกษาข้อมูลจากหลายช่องทาง	1

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ 3 ข้อ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาแนวทางในการเตรียมความพร้อมในการจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
2. เพื่อเปรียบเทียบแนวทางในการเตรียมความพร้อมการจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ประชากรของการวิจัย คือ กลุ่มบุคลากรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 100 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) จากการส่งแบบสอบถามทาง online จำนวน 100 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามในลักษณะตรวจสอบรายการ (Checklist) มีข้อความ จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางในการเตรียมความพร้อมในการจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแบ่งคำถามเป็น 4 ด้าน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีข้อความ จำนวน 80 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทธรินทร์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ลักษณะแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-Ended) มีข้อความ จำนวน 2 ข้อ

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยในส่วน of ข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบ (Check-List) ใช้การหาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) และในส่วน of ข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้การหาค่าความเชื่อมั่น of แบบสอบถาม (Reliability) ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science for Windows) ปรากฏค่าความเชื่อมั่น of แบบสอบถามวิเคราะห์โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าเท่ากับ 0.991 และค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.579 – 0.875 สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการเก็บแบบสอบถาม รวมจำนวนที่รวบรวมได้ทั้งสิ้น 100 ราย

จากนั้นผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยข้อคำถามที่เกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นร้อยละ (Percentage) สำหรับข้อคำถามเกี่ยวกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ใช้

วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ส่วนเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย Independent samples t-test และ One-Way ANOVA ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติทั้งหมดใช้การวิเคราะห์โดยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS นอกจากนี้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปออกมาในรูปแบบของค่าความถี่ (Frequency) โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย

5.1 สรุปผลการวิจัย

การนำเสนอสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอเป็นภาพรวมและข้อสรุปผลการวิจัยที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ จากการตอบแบบสอบถามของ กลุ่มบุคลากรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ตามลำดับดังนี้

5.1.1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุดในแต่ละด้านแจกแจงได้ดังนี้ ด้านเพศ ได้แก่ เพศชายเท่ากับเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.00 ด้านอายุ มีช่วงอายุ ระหว่าง 26 ปี – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.00 ด้านวุฒิการศึกษา มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.00 ด้านระดับปฏิบัติงานในองค์กร อยู่ในระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 63.00 และด้านระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร ระยะเวลา 5 ปี - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.00

5.1.2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวทางการเตรียมความพร้อมในการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยภาพรวม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และจำแนกรายด้านของแนวทางการเตรียมความพร้อมในการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร ด้านการจัดการข้อมูลของบุคลากร ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร และด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

5.1.3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีดังนี้

ด้านเพศ โดยภาพรวม พบว่า เพศที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เท่ากัน ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านอายุ โดยภาพรวม พบว่า อายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านวุฒิการศึกษา โดยภาพรวม พบว่า วุฒิกการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ 1) ระบบการทำความเย็นในศูนย์ข้อมูลมีประสิทธิภาพ 2) องค์กรมีการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนานวัตกรรม 3) องค์กรมีการจัดตั้งทีมงานสำหรับสร้างสรรค์นวัตกรรม 4) มีการนำระบบอัตโนมัติของปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในการดำเนินงานขององค์กร

ด้านระดับปฏิบัติงานในองค์กร โดยภาพรวม พบว่า ระดับปฏิบัติงานในองค์กรที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ 1) มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอยู่ในระดับสูง 2) สามารถจัดการกับปริมาณข้อมูลที่มีจำนวนมากได้ 3) มีการบำรุงรักษาศูนย์ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

ด้านระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร โดยภาพรวม พบว่า ระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กรที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุทพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ 1) มีนโยบายการเข้าถึงข้อมูลองค์กรจากระยะไกล

5.1.4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ที่นอกเหนือจาก 4 ด้านนี้ พบว่า มีข้อเสนอแนะ ดังนี้ ควรมีกิจกรรมที่ทำให้เกิดความเข้าใจในเรื่องดิจิทัลพุตพรีนซ์ให้มากขึ้น และการทำข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบให้มากขึ้น

5.1.5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ท่านมีข้อเสนอแนะในการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพิ่มเติมหรือไม่ พบว่า มีข้อเสนอแนะ ดังนี้ ศึกษาและพัฒนาให้เข้ากับการทำงานภายในองค์กรและมีข้อกำหนดที่ชัดเจน ระวังเรื่องการโฆษณา ให้แก่ผู้รับเหมา ศึกษาข้อมูลหลายด้านและต้องมีความปลอดภัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ผลของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในงานวิจัยนี้ พบว่า ปัจจัยนโยบายด้านดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร และด้านการจัดการศูนย์ข้อมูลขององค์กร เป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นอย่างมาก รวมทั้งปัจจัยทางสถานภาพบุคคลด้านวุฒิการศึกษา ระดับการปฏิบัติการในองค์กรและระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กรที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อแนวทางในการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรที่แตกต่างกัน

ประเด็นสำคัญที่ได้พบจากผลการวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยจะได้นำมาอภิปรายเพื่อสรุปเป็นข้อยุติให้ทราบถึงข้อเท็จจริงโดยมีการนำเสนอเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงสนับสนุนหรือขัดแย้งได้ในปัจจัยทั้ง 4 ด้านดังนี้

5.2.1 ด้านนโยบายด้านดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ นโยบายด้านดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กร ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการยืนยันตัวตนการใช้งานอินเทอร์เน็ตของอุปกรณ์ในองค์กร ซึ่งการยืนยันตัวตนของอุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตภายในองค์กร ถือเป็นมาตรการสำคัญในการควบคุมและตรวจสอบดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้องค์กรสามารถติดตามแหล่งที่มาของการใช้งาน ตรวจสอบพฤติกรรมที่เสี่ยง และลดโอกาสการเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต นโยบายนี้ยังสนับสนุนแนวทางการมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ และสร้างความโปร่งใสในการใช้งานระบบสารสนเทศภายในองค์กร

สอดคล้องกับงานวิจัยของ W. William (1971), (อ้างอิงใน มยุรี อนุমানราชชน, 2556, หน้า 228) กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติหมายถึง ความสามารถขององค์กรในการรวบรวมทรัพยากร

ทางการบริหารในองค์กรให้ความสามารถปฏิบัติงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งต้องมีการจัดหาหรือเตรียมวิธีทางทั้งหลายเพื่อจะทำให้การดำเนินงานตามนโยบายสำเร็จลุล่วง โดยใช้ความพยายามอย่างต่อเนื่องในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ จนสามารถดำเนินการได้สำเร็จ

5.2.2 ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าเพื่อพัฒนาการให้บริการ ซึ่งการนำข้อมูลลูกค้ามาวิเคราะห์พฤติกรรมช่วยให้องค์กรสามารถเข้าใจความต้องการและรูปแบบการใช้งานของลูกค้าได้อย่างลึกซึ้ง ส่งผลให้สามารถออกแบบบริการที่ตรงจุดและตอบโจทย์มากยิ่งขึ้น การจัดการข้อมูลจึงต้องมีระบบที่รองรับการจัดเก็บ วิเคราะห์ และรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทั้งองค์กรและลูกค้า

สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ภูมิพรพรรณ วงศ์เงิน,(2554) ระบบสารสนเทศที่เป็นข้อมูลจริง ถูกต้องแม่นยำ โปร่งใส เมื่อมีข้อมูลที่ดี ในปริมาณที่เพียงพอต่อการตัดสินใจของผู้บริหาร ก็จะลดความขัดแย้งในการบริหารจัดการองค์การภาครัฐสมัยใหม่ได้อย่างเป็นชัดเจนมากขึ้น ทั้งยังสามารถนำพาทิศทางการของภาครัฐไปในทิศทางที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ เพราะสารสนเทศเป็นทรัพยากรส่วนหนึ่งของภาครัฐที่มีอยู่อย่างจำกัด จึงควรการบริหารจัดการเพื่อใช้ทรัพยากรนี้ร่วมกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหารจัดการข้อมูลขององค์กรในภาครัฐได้อย่างยั่งยืนต่อไป

5.2.3 ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการบำรุงรักษาศูนย์ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งการบำรุงรักษาศูนย์ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ระบบโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยงจากความขัดข้องหรือการหยุดชะงักของบริการที่สำคัญ นอกจากนี้ยังช่วยยืดอายุการใช้งานของอุปกรณ์ ตลอดจนรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความพร้อมในการรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินหรือภัยคุกคามทางไซเบอร์

สอดคล้องกับงานวิจัยของ รศ.ดร.นริศรา เอี่ยมคณิตชาติและคณะ (2562) สอดคล้องกับการออกแบบระบบฐานข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนารูปแบบ data center ที่นำเสนอสามารถใช้เป็นแนวทางเพื่อสร้างต้นแบบของศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งผู้ที่สามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลในส่วนนี้ควรเป็นองค์กรขนาดใหญ่ทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีศักยภาพในการบริหารจัดการศูนย์ข้อมูล เช่น องค์กรเอกชนขนาดใหญ่ กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาและสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ หากต้องการพัฒนาศูนย์ข้อมูลของตนสามารถศึกษา

รายละเอียดจากรายงานฉบับนี้ เนื่องจากได้ทำการรวบรวมความรู้ด้านระบบปฏิบัติการ (Operating Systems) เพื่อติดตั้งระบบที่มีความเหมาะสม การบริหารจัดการฐานข้อมูล (Database Management System) เพื่อทำออกแบบโครงสร้างการจัดเก็บข้อมูลให้สามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ความรู้ด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Data Security) ซึ่งต้องจัดเตรียมระบบความปลอดภัยด้านเครือข่ายข้อมูล และการจัดเตรียมทรัพยากรบุคคลในการบริหารจัดการศูนย์ข้อมูล รวมถึงสามารถประมาณการงบประมาณที่จำเป็นเบื้องต้นได้

5.2.4 ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมขององค์กร ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเพื่อรักษาข้อมูล ซึ่งการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเป็นแนวทางพื้นฐานในการเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศภายในองค์กร ถือเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่อาจส่งผลกระทบต่อข้อมูลสำคัญและความต่อเนื่องทางธุรกิจ อีกทั้งยังสะท้อนถึงความตระหนักรู้ด้านนวัตกรรมในการรักษาความปลอดภัยข้อมูลในยุคดิจิทัลที่มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Prajogo (2016) ที่กล่าวว่าองค์กรจะต้องมีการประยุกต์วิธีการหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ มาพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป และเทคโนโลยีนับเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนองค์กรโดยเน้นที่ความสามารถในการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร เช่น การประหยัดเวลาและสถานที่ การเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรง

5.2.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับในงานวิจัยที่ระบุว่าเพศหญิงมีผลการรับรู้ความสามารถ

ทางด้านอินเทอร์เน็ตสูงกว่าเพศชาย (Tsai & Lin, 2004) แต่ในทางกลับกันก็มีการสรุปผลการวิจัยว่าเพศชายผลการรับรู้ความสามารถทางด้านอินเทอร์เน็ตสูงกว่าเพศหญิง (Wu & Tsai, 2006) ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพยายามอธิบายว่าเพศที่ต่างกันนั้นจะส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถทางด้านอินเทอร์เน็ตหรือไม่แต่กลับมีบทสรุปงานวิจัยที่แตกต่างกัน

5.2.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ เอื้องพร พิทักษ์สังข์ (2566) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ทักษะความ เข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของพยาบาลกับอายุงาน พบว่า มีความสัมพันธ์กันเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อธิบายได้ว่า พยาบาลที่อายุน้อย มีทักษะพื้นฐานการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลมาก่อน ในขณะที่พยาบาลอายุงานมากเริ่มใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการ

ปฏิบัติงานภายในระยะเวลาไม่นาน และไม่มีทักษะพื้นฐานในด้านนี้ สอดคล้องกับการศึกษาในสหรัฐอเมริกาที่พบว่าอายุนานมีความสัมพันธ์กับทักษะ ความเข้าใจและใช้คอมพิวเตอร์ โดยกลุ่มที่มีอายุนานน้อยมี ทักษะความเข้าใจและใช้คอมพิวเตอร์สูงกว่ากลุ่มที่อายุนาน มาก และสอดคล้องกับการศึกษาในประเทศออสเตรเลีย ซึ่งพบว่า กลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ ที่อายุน้อยกว่าหรือ เท่ากับ 50 ปี มีระดับความมั่นใจในการใช้ระบบสารสนเทศ มากกว่ากลุ่มที่อายุมากกว่า 50 ปี

5.2.7 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูมินทร์ วงศ์พรหม (2560 : 187-200) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน ของโรงเรียนสังกัดเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิจัยพบว่า ครูที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารโดยใช้โรงเรียนเป็นฐานของโรงเรียนสังกัดเทศบาลเมืองร้อยเอ็ดจังหวัดร้อยเอ็ดโดย ภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ นฤมล พรหมลัทธิ (2561 : 54) ได้ศึกษาเรื่องบทบาทของผู้บริหารในการบริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 40 ผลการวิจัยพบว่า ครูที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็น ต่อบทบาทของผู้บริหารในการบริหารสถานศึกษา โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

5.2.8 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับปฏิบัติงานในองค์กรที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของอัครเดช ไม้จันทร์ และ นุจรีร์ แซ่จิว (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมติดตั้งเครื่องจักรสายการผลิตในจังหวัดสงขลา พบว่า ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานกับสถานภาพไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากการ บริหารจัดการงาน การมอบหมายงาน หน้าที่ความรับผิดชอบที่หน่วยงานมอบให้บุคคลนั้น ๆ ไม่ส่งผลกระทบต่อ ชีวิตส่วนตัวของบุคลากร ไม่ว่าจะเป็น ผู้ที่มีสถานภาพโสด สมรส และหม้าย/หย่าร้าง ดังนั้นหน่วยงานควรจะมีการ จัดกิจกรรมหรือรูปแบบการดำเนินงานที่ครอบคลุมทุกสถานะภาพการสมรสของบุคลากร

5.2.9 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กรที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตราวรรณ ถาวรวงศ์สกุล (2554) ได้ศึกษาปัจจัยกระบวนการทัศนทางการบริหารที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานระดับ 2-7 ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสำนักงานใหญ่ ผลการวิจัย พบว่า อายุ สถานะ ระดับการศึกษา อัตราเงินเดือน ระดับตำแหน่งงานหรือระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกันจะมีประสิทธิภาพการทำงานไม่แตกต่างกัน

ทำการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับตัวแปรย่อยเพิ่มเติม เช่น ด้านความยั่งยืนและการสร้างความตระหนักรู้ในการใช้งานสื่อออนไลน์ในทุกระดับขององค์กร

5.3.2.3 ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพมากขึ้น โดยเน้นศึกษาบทบาทของผู้บริหารและหัวหน้างานในองค์กรอสังหาริมทรัพย์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ช่วยจูงใจและสร้างความตระหนักในด้านการจัดการดิจิทัลพรั้นท์ในกระบวนการดำเนินงาน



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- นางสาว ฐิติรัตน์ ชะเอม (2563) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในสังกัดสำนักงาน
อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี , งานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
- นางสาว ธนภรณ์ พรรณราย (2565) ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร
องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา. สารนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- รศ.ดร. นริศรา เอี่ยมคณิตชาติและคณะ (2562). ดิจิทัลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ
ในพื้นที่อารยธรรมล้านนา. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และ สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- พิมพ์ชนก ศรีสุพรรณ และ อำนวย ทองโปร่ง. (2565). ความคิดเห็นของครูที่มีต่อการบริหารงานโดย
ใช้โรงเรียนเป็นฐานโรงเรียนใน กลุ่มเครือข่ายที่26 สำนักงานเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร
Journal of Roi Kaensarn Academi มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ภมรพรรณ วงศ์เงิน, 2554 อ้างอิงใน ปาริชาติ เยพิทักษ์ (2559). การบริหารจัดการข้อมูลขององค์การ
ในภาครัฐ Veridian E-Journal มหาวิทยาลัยศิลปากร
- วันเพ็ญ วิโรจน์เจริญวงศ์ (2556) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศและการรับรู้ความสามารถของ
ตนเอง ด้านอินเทอร์เน็ต วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ภาษาอังกฤษ

- Prajogo (2016). อ้างอิงใน วสิน เจริญเกียรติ (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมองค์กร
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการแปรรูปธุรกิจทางดิจิทัล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เอื้องพร พิทักษ์สังข์ (2566). ทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของพยาบาลที่
ปฏิบัติงานโรงพยาบาลสังกัดมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง วารสารพยาบาล คณะแพทยศาสตร์
ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล
- W. William 1971, (อ้างอิงใน มยุรี อนุমানราชชน, 2556, หน้า 228) นโยบายการพัฒนาคุณภาพ
ชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลแม่กา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพะเยา

This is Mendeley biography



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยในรายวิชาการค้นคว้าอิสระ ของนักศึกษา ระดับปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ แบบสอบถามในงานวิจัยนี้ต้องการ ให้ท่านแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระในฐานะบุคลากรในองค์กร

คำตอบของท่านมีคุณค่าอย่างยิ่งต่องานวิจัยโดยจะนำไปสรุปเป็นภาพรวม ดังนั้นคำตอบของท่านจะไม่มีผลกระทบต่อตัวท่าน ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงและสมบูรณ์เท่านั้นที่จะช่วยให้ผลการวิจัยเป็นไปด้วยความถูกต้องและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม ผู้วิจัยจึงใคร่ขอให้ท่านช่วยกรุณาตอบแบบสอบถามฉบับนี้ และกรุณาส่งกลับภายในวันที่ 31 ตุลาคม 2567

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จำนวน 80 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพรีนซ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 2 ข้อ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ด้วย และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

(นายธนากร ดำรงสกุลวงษ์)

โทรศัพท์ : 084-359-5517

ผู้วิจัย

อีเมล : s6614011853091@kmutnb.ac.th

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุดเพียงตัวเลือกเดียวและโปรดกรอกข้อมูลลงในช่องว่าง กรณีเลือกตัวเลือกอื่น ๆ (โปรดระบุ)

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. ต่ำกว่า 25 ปี

☐ 2. 26 ปี - 35 ปี

☐ 3. 36 ปี - 45 ปี

☐ 4. มากกว่า 45 ปี

3. วุฒิการศึกษา

☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ 2. ปริญญาตรี

☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. ระดับการปฏิบัติงานในองค์กร

☐ 1. ระดับปฏิบัติการ

☐ 2. ระดับหัวหน้างาน

☐ 3. ระดับบริหาร

☐ 4. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

5. ระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร

☐ 1. ต่ำกว่า 5 ปี

☐ 2. 5 ปี - 10 ปี

☐ 3. 11 ปี - 15 ปี

☐ 4. มากกว่า 15 ปี

ตอนที่ 2 แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพวพันธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ○ ล้อมรอบตัวเลือกที่ตรงกับระดับความสำคัญของท่านมากที่สุดเพียงตัวเลือกเดียว

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพวพันธ์ขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์		ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. นโยบายด้านดิจิทัลพวพันธ์ขององค์กร						
1	นโยบายด้านดิจิทัลพวพันธ์ที่มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
2	มีการสื่อสารนโยบายให้บุคลากรทุกคนรับทราบเป็นลายลักษณ์อักษร	5	4	3	2	1
3	นโยบายมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร	5	4	3	2	1
4	นโยบายช่วยเสริมสร้างการปฏิบัติงานที่ยั่งยืน	5	4	3	2	1
5	องค์กรมีการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับนโยบาย	5	4	3	2	1
6	มีการจัดสัมมนาภายในองค์กรเพื่อถ่ายทอดนโยบายและให้ความรู้เกี่ยวกับดิจิทัลพวพันธ์	5	4	3	2	1
7	มีการกำหนดนโยบายในการใช้โซเชียลมีเดียของบุคลากร	5	4	3	2	1
8	ส่งเสริมให้บุคลากรตระหนักถึงภาพลักษณ์ขององค์กรในการสื่อสารผ่านดิจิทัลพวพันธ์	5	4	3	2	1
9	มีการปกป้องข้อมูลสำคัญขององค์กรไม่ให้ถูกเผยแพร่สู่สาธารณะ	5	4	3	2	1
10	มีการตรวจสอบเนื้อหาที่ถูกนำเข้ามาบนโซเชียลมีเดียโดยบุคลากรในองค์กร	5	4	3	2	1
11	มีการตรวจสอบข้อมูลจากลิงค์หรืออีเมลที่น่าสงสัย	5	4	3	2	1
12	มีการตรวจสอบและประเมินผลกระทบข้อมูลเชิงลบบนโซเชียลมีเดีย	5	4	3	2	1
13	มีการส่งข้อมูลและควบคุมข้อมูลกับคู่ค้าขององค์กรที่ชัดเจน	5	4	3	2	1
14	มีการทำลายหรือจัดการข้อมูลทั้งหมดอายุการใช้งานในองค์กร	5	4	3	2	1
15	หลีกเลี่ยงการแชร์ข้อมูลนอกเหนือจากช่องทางที่กำหนด	5	4	3	2	1
16	มีการยืนยันตัวตนการใช้งานอินเทอร์เน็ตของอุปกรณ์ในองค์กร	5	4	3	2	1
17	มีการเฝ้าระวังการตรวจสอบร่องรอยการใช้งานอินเทอร์เน็ตของบุคลากรในองค์กร	5	4	3	2	1
18	มีการควบคุมการเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เหมาะสมบนอินเทอร์เน็ตของบุคลากรในองค์กร	5	4	3	2	1
19	มีนโยบายการเข้าถึงข้อมูลองค์กรจากระยะไกล	5	4	3	2	1
20	มีนโยบายการรายงานเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลให้กับผู้มีส่วนร่วมในองค์กร	5	4	3	2	1

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพูนท์ขององค์กรในธุรกิจสังหาริมทรัพย์		ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. ด้านการจัดการข้อมูลขององค์กร						
21	การบริหารจัดการข้อมูลปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง	5	4	3	2	1
22	มีมาตรการในการจัดการประเภทของข้อมูลในองค์กรอย่างชัดเจน	5	4	3	2	1
23	มีมาตรการในการสำรองข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ	5	4	3	2	1
24	จัดให้มีหน่วยงานหน้าที่ดูแลความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	5	4	3	2	1
25	มีระบบการร้องขอข้อมูลตามมาตรฐาน	5	4	3	2	1
26	มีการติดตามข้อมูลขององค์กรที่ปรากฏในทุกช่องทางออนไลน์	5	4	3	2	1
27	มีการกำหนดจำนวนการใส่รหัสผิดพลาดในการเข้าสู่ระบบ	5	4	3	2	1
28	กำหนดช่องทางในการรับเข้าและส่งออกข้อมูลที่ชัดเจนกับคู่ค้า	5	4	3	2	1
29	จัดทำแผนรับมือในกรณีที่เกิดการละเมิดข้อมูลที่มีภัยต่อองค์กร	5	4	3	2	1
30	มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ	5	4	3	2	1
31	มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลพูนท์อย่างเป็นระบบ	5	4	3	2	1
32	การเข้าถึงข้อมูลทำได้สะดวกและรวดเร็ว	5	4	3	2	1
33	มีการแบ่งปันข้อมูลภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ	5	4	3	2	1
34	มีระบบติดตามและบันทึกการใช้ข้อมูลภายในองค์กร	5	4	3	2	1
35	มีระบบการแจ้งเตือนเมื่อเกิดเหตุการณ์ผิดปกติ	5	4	3	2	1
36	มีระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูลอย่างเหมาะสม	5	4	3	2	1
37	มีระบบการค้นหาและติดตามข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ	5	4	3	2	1
38	มีการประเมินความเสี่ยงจากเครื่องมือเป็นระยะ	5	4	3	2	1
39	มีการจัดทำรายงานผลการใช้ข้อมูลในองค์กรทุกไตรมาส	5	4	3	2	1
40	มีการนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าเพื่อพัฒนาการให้บริการ	5	4	3	2	1

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลทรัพย์สินขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์		ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. ด้านศูนย์ข้อมูลขององค์กร						
41	ศูนย์ข้อมูลมีความเสถียรและพร้อมใช้งานเสมอ	5	4	3	2	1
42	มีการกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานในการดูแลศูนย์ข้อมูลอย่างชัดเจน	5	4	3	2	1
43	กำหนดข้อตกลงการเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะเพื่อปกป้องสิทธิและผลประโยชน์ขององค์กร	5	4	3	2	1
44	มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอยู่ในระดับสูง	5	4	3	2	1
45	มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์บนอุปกรณ์ทุกชนิดเพื่อรักษาข้อมูล	5	4	3	2	1
46	มีการกำหนดรหัสการเข้าถึงข้อมูลในศูนย์ข้อมูลเพื่อความปลอดภัย	5	4	3	2	1
47	มีระบบการจำกัดการเข้าสู่ระบบศูนย์ข้อมูลขององค์กร	5	4	3	2	1
48	มีการกำหนดระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลในศูนย์ข้อมูลขององค์กร	5	4	3	2	1
49	มีการบันทึกประวัติการประมวลผลและการใช้ข้อมูล (Log File) เพื่อตรวจสอบย้อนกลับได้	5	4	3	2	1
50	มีศูนย์ข้อมูลสำรองเพื่อรองรับกรณีข้อมูลเสียหาย	5	4	3	2	1
51	สามารถจัดการกับปริมาณข้อมูลที่มีจำนวนมากได้	5	4	3	2	1
52	ระบบเครือข่ายในศูนย์ข้อมูลทำงานได้อย่างรวดเร็ว	5	4	3	2	1
53	ระบบสำรองข้อมูลทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	5	4	3	2	1
54	ระบบพลังงานในศูนย์ข้อมูลมีเพียงพอและเชื่อถือได้	5	4	3	2	1
55	ระบบการทำความเย็นในศูนย์ข้อมูลมีประสิทธิภาพ	5	4	3	2	1
56	มีระบบเฝ้าระวังเมื่อเกิดเหตุผิดปกติในศูนย์ข้อมูล	5	4	3	2	1
57	มีมาตรการตรวจสอบการเข้าถึงข้อมูลอย่างเข้มงวด	5	4	3	2	1
58	มีการบำรุงรักษาศูนย์ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ	5	4	3	2	1
59	มีการจัดทำแผนการฟื้นฟูระบบในกรณีเกิดเหตุไม่คาดคิด	5	4	3	2	1
60	จัดการทรัพยากรในศูนย์ข้อมูลอย่างเพียงพอและเหมาะสม	5	4	3	2	1

แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลทรัพย์สินขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์		ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม						
61	มีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการสนับสนุนผลงานนวัตกรรม	5	4	3	2	1
62	องค์กรมีการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนานวัตกรรม	5	4	3	2	1
63	องค์กรมีการจัดตั้งทีมงานสำหรับสร้างสรรค์นวัตกรรม	5	4	3	2	1
64	มีความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนานวัตกรรมขององค์กร	5	4	3	2	1
65	มีการอัปเดตโปรแกรมป้องกันไวรัสและมัลแวร์อย่างสม่ำเสมอเพื่อความปลอดภัยของข้อมูล	5	4	3	2	1
66	มีการใช้งานระบบ Single Sign-On (SSO) ในการเข้าสู่ระบบภายในองค์กร	5	4	3	2	1
67	มีการนำระบบอัตโนมัติของปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในการดำเนินงานขององค์กร	5	4	3	2	1
68	มีการใช้ VPN (Virtual Private Network) เพื่อป้องกันภัยจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตสาธารณะ	5	4	3	2	1
69	มีการใช้ Firewall ป้องกันการเข้าถึงระบบภายในองค์กรจากอุปกรณ์ที่ไม่ได้รับอนุญาต	5	4	3	2	1
70	มีการปรับปรุงรักษาซอฟต์แวร์ให้ทันสมัยและพร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา	5	4	3	2	1
71	มีการอัปเดตระบบปฏิบัติการของโทรศัพท์หรือเครื่องคอมพิวเตอร์เสมอ	5	4	3	2	1
72	มีการตรวจสอบระบบ Wi-Fi สาธารณะก่อนใช้งาน ไม่ใช้ Wi-Fi ที่ให้เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว	5	4	3	2	1
73	มีเทคโนโลยีการแจ้งเตือนเมื่อมีการเข้าถึงระบบข้อมูลขององค์กร	5	4	3	2	1
74	ผู้ใช้งานต้องไม่ให้อื่นยืมอุปกรณ์ Computer, Notebook หรือโทรศัพท์ ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม	5	4	3	2	1
75	ใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงข้อมูลอย่างหลากหลาย	5	4	3	2	1
76	เทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความเหมาะสมกับการบริหารงานขององค์กร	5	4	3	2	1
77	เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนขององค์กร	5	4	3	2	1
78	เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน	5	4	3	2	1
79	นวัตกรรมที่นำมาใช้ช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ	5	4	3	2	1
80	นวัตกรรมที่นำมาใช้ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร	5	4	3	2	1

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนขององค์กร
ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้

1. ท่านมีแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลพุตพรีนขององค์กรในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่
นอกเหนือจาก 4 ด้านนี้หรือไม่ โปรดให้ข้อมูลเพิ่มเติม

2. ท่านมีข้อเสนอแนะในการเตรียมความพร้อมเพื่อการจัดการดิจิทัลพุตพรีนขององค์กรในธุรกิจ
อสังหาริมทรัพย์ได้อย่างไรบ้าง

ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายธนากร ดำรงสกุลวงศ์
ชื่อการค้นคว้าอิสระ	แนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลฟุตพริ้นท์ขององค์กรในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ
ประวัติ	การศึกษาในระดับปริญญาตรี คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, 2554

