

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (AIGC) สำหรับการถ่ายภาพธุรกิจ” ครั้งนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed methods approach : qualitative and quantitative research design) เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของเทคโนโลยี AIGC ต่อวงการการถ่ายภาพธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาเทคโนโลยี AIGC ที่มีต่อกระบวนการสร้างสรรค์และคุณภาพของภาพถ่ายธุรกิจ 2) เพื่อวิเคราะห์แนวทางการผสมผสานรวมเทคโนโลยี AIGC เข้ากับกระบวนการทำงานของการถ่ายภาพธุรกิจ และ 3) เพื่อศึกษาผลของเทคโนโลยี AIGC ต่อการพัฒนาอาชีพและทักษะที่จำเป็นของนักถ่ายภาพธุรกิจ

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและทำความเข้าใจอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AIGC (AI-Generated Content) ในการถ่ายภาพธุรกิจ รวมถึงผลที่เกิดขึ้น โดยได้รวบรวมข้อมูลผ่านการสำรวจด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ เพื่อวิเคราะห์บทบาทของเทคโนโลยีนี้ต่อกระบวนการสร้างสรรค์, คุณภาพของภาพ, และการปรับปรุงกระบวนการทำงาน รวมถึงการนำเสนอแนวทางสำหรับข้อกำหนดในอุตสาหกรรมและข้อเสนอแนะในการพัฒนา ผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสามารถนำมาอภิปรายในประเด็นหลักตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1. เพื่อศึกษาเทคโนโลยี AIGC ที่มีต่อกระบวนการสร้างสรรค์และคุณภาพของภาพถ่ายธุรกิจ

ผลการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากประชากรในการวิจัยพบว่าเทคโนโลยี AIGC ที่มีต่อกระบวนการสร้างสรรค์และคุณภาพของภาพถ่ายธุรกิจนั้นมีรูปแบบและวิธีการดังนี้

1. การเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างสรรค์และวางแผนงาน

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ($\bar{x} = 4.31$) และผลการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพสอดคล้องกันว่า AIGC ช่วยให้ผู้ประกอบการ สร้างไอเดียและสร้างภาพจำลองได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในขั้นตอนการวางแผนและนำเสนอแก่ลูกค้า ทำให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ขาดความสมจริงและอารมณ์

แม้ว่า AIGC จะช่วยในด้านประสิทธิภาพ แต่ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ($\bar{x} = 3.09$) และข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ให้สัมภาษณ์ยืนยันว่า ภาพที่สร้างโดย AIGC ยังขาดความสมจริงและอารมณ์ เมื่อเทียบกับการถ่ายภาพแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็นข้อจำกัดที่สำคัญ โดยเฉพาะในงานที่ต้องการสื่อสารความเป็นมนุษย์

3. ไม่สามารถทดแทนความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ได้

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ไม่เชื่อว่า AIGC จะสามารถทดแทนความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ได้อย่างสมบูรณ์ ($\bar{x} = 1.83$) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า AIGC ถูกมองว่าเป็นเพียง เครื่องมือเสริม ที่ช่วยยกระดับการทำงาน แต่การตัดสินใจเชิงศิลปะและแนวคิดหลักยังคงเป็นบทบาทที่สำคัญของมนุษย์

4. การเพิ่มขึ้นของงานเชิงพาณิชย์

AIGC เหมาะอย่างยิ่งสำหรับงานที่เน้นประสิทธิภาพและมาตรฐานสูง เช่น งานโฆษณาเชิงพาณิชย์ ซึ่งช่วยให้สามารถผลิตภาพได้ในปริมาณมากและรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม ยังคงมีข้อกังวลในเรื่องความสมจริงสำหรับงานที่ต้องการรายละเอียดเชิงลึก

5. การปรับตัวในบทบาท

การเข้ามาของ AIGC ทำให้บทบาทของนักถ่ายภาพเปลี่ยนไปจากผู้ปฏิบัติงานทางเทคนิค ไปเป็นผู้ออกแบบแนวคิด (Creative Director) และผู้ควบคุมทิศทางภาพ ซึ่งต้องใช้ทักษะในการผสมผสานความรู้ด้านศิลปะเข้ากับเทคโนโลยีอย่างลงตัว

วัตถุประสงค์ที่ 2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการผสมรวมเทคโนโลยี AIGC เข้ากับกระบวนการทำงานของการถ่ายภาพธุรกิจ

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญชี้ให้เห็นว่าการผสมรวมเทคโนโลยี AIGC เข้ากับกระบวนการทำงานของการถ่ายภาพธุรกิจ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีรูปแบบและแนวทางดังนี้

1. ลดเวลาและขั้นตอนการทำงาน

ขั้นตอน Pre-production โดย AIGC ถูกนำมาใช้ในการ สร้างภาพจำลอง (mock-up) และ mood board เพื่อนำเสนอแนวคิดให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งช่วยลดเวลาการเตรียมงานจากหลายวันเหลือเพียงไม่กี่ชั่วโมง และลดค่าใช้จ่ายในการจัดหาหรือเตรียมพร็อพสำหรับพรีเซนเทชัน และในขั้นตอน Post-production โดย เทคโนโลยีนี้ช่วย ลดงานที่ซ้ำซ้อน ในการรีทัช, การแก้ไขพื้นหลัง, หรือการจัดโทนสี ซึ่งช่วยประหยัดเวลาได้อย่างมหาศาล

2. การลดต้นทุนและเพิ่มความยืดหยุ่น:

ลดค่าใช้จ่ายในการผลิต ซึ่ง AIGC ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่ การซื้ออุปกรณ์ หรือการจ้างทีมงานบางส่วนที่สามารถใช้ AI เข้ามาทดแทนได้ หรือด้านการเพิ่มความยืดหยุ่น โดยการนำเสนอภาพจำลองจาก AIGC ทำให้ลูกค้าสามารถเปลี่ยนแปลงความต้องการได้โดยไม่ทำให้ต้นทุนบานปลาย ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงทางธุรกิจได้อย่างชัดเจน

4. การเปลี่ยนแปลงบทบาทของช่างภาพ

ผู้ประกอบการเห็นว่าการใช้ AIGC ทำให้บทบาทของช่างภาพเปลี่ยนไปจากผู้เน้นทักษะด้านเทคนิค ไปเป็นผู้กำกับหรือผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ ที่ต้องโฟกัสกับการออกแบบแนวคิด การเล่าเรื่อง และการสร้างคุณค่าทางศิลปะในภาพ

ในภาพรวม AIGC จึงถูกมองว่าเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยให้ธุรกิจถ่ายภาพสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพสูง และมีความยืดหยุ่นมากขึ้นในยุคดิจิทัล โดยยังคงต้องอาศัยทักษะและความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์เป็นแกนหลัก

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาผลของเทคโนโลยี AIGC ต่อการพัฒนาอาชีพและทักษะที่จำเป็นของนักถ่ายภาพธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก การเข้ามาของเทคโนโลยี AIGC จะส่งผลกระทบต่ออาชีพของนักถ่ายภาพธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยจะเกิดการเปลี่ยนแปลงบทบาทและทักษะที่จำเป็นของอาชีพนักถ่ายภาพธุรกิจดังนี้

1. บทบาทที่เปลี่ยนไปสู่ผู้นำทางความคิดสร้างสรรค์

AIGC จะเปลี่ยนบทบาทของนักถ่ายภาพจากผู้ปฏิบัติงานทางเทคนิคที่เน้นการกดชัตเตอร์และการแก้ไขภาพ ไปเป็นผู้ออกแบบแนวคิดหรือผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ที่ใช้ AI เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพจำลองและนำเสนอไอเดีย ซึ่งช่วยให้สามารถโฟกัสกับการเล่าเรื่องและสร้างคุณค่าทางศิลปะได้อย่างเต็มที่

2. ทักษะที่จำเป็นในอนาคต

ซึ่งทักษะที่สำคัญสำหรับนักถ่ายภาพในยุค AIGC จะไม่ใช่แค่การใช้งานกล้องอีกต่อไป แต่คือการเล่าเรื่องเชิงภาพ (Visual Storytelling): การผสมผสานภาพถ่ายจริงเข้ากับภาพที่สร้างโดย AI เพื่อสร้างงานที่มีเอกลักษณ์และเข้าถึงอารมณ์ของผู้ชม หรือการคิดเชิงกลยุทธ์และการออกแบบ ซึ่งการทำความเข้าใจโจทย์ของลูกค้าและแปลงเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับแบรนด์ และการปรับตัวและเรียนรู้ต่อเนื่อง โดยการเรียนรู้ที่จะใช้เครื่องมือ AI ใหม่ ๆ อย่างชาญฉลาด เพื่อสร้างความแตกต่างจากสิ่งที่ AI สามารถทำได้ทั่วไป

3. AIGC ไม่ใช่คู่แข่ง แต่เป็นผู้ช่วย

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า AIGC จะไม่ใช่เทคโนโลยีที่เข้ามาแทนที่ แต่จะเป็นผู้ช่วยที่ช่วยเสริมประสิทธิภาพในส่วนที่ซ้ำซ้อน ทำให้มนุษย์มีเวลามากขึ้นในการคิดและตัดสินใจเชิงศิลปะ โดยเฉพาะในด้านอารมณ์และความสมจริง ซึ่งเป็นสิ่งที่ AI ยังไม่สามารถทำได้อย่างสมบูรณ์

ในระยะยาว อาชีพนักถ่ายภาพจะยังคงอยู่ แต่จะเติบโตและพัฒนาไปในทิศทางที่เน้น ทักษะด้านการสร้างสรรค์, การจัดการ และการบูรณาการ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าในยุคดิจิทัลนี้ความเป็นมนุษย์และวิสัยทัศน์ยังคงเป็นคุณค่าที่ไม่สามารถถูกแทนที่ได้

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (AIGC) สำหรับการถ่ายภาพธุรกิจมีเป้าหมายเพื่อศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยี AIGC ต่อกระบวนการสร้างสรรค์และคุณภาพของภาพถ่ายธุรกิจ รวมถึงแนวทางการผสมรวมเข้าสู่กระบวนการทำงานและการคาดการณ์ผลกระทบระยะ

ยาวต่ออาชีพของนักถ่ายภาพธุรกิจ โดยผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพสามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. AIGC ต่อกระบวนการสร้างสรรค์

ผลการวิจัยเชิงปริมาณชี้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า AIGC มีบทบาทอย่างมากในการช่วยสร้างไอเดียใหม่และสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ช่างภาพธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย = 4.31 และ 3.90 ตามลำดับ) แต่ในขณะเดียวกัน ผู้ตอบส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยว่า AIGC จะสามารถทดแทนความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ได้ (ค่าเฉลี่ยเพียง 1.83) สิ่งนี้สอดคล้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า ช่างภาพจำนวนมากมองว่า AIGC เหมาะสมในขั้นตอนการวางแผนและการสร้างตัวอย่างภาพ แต่ยังไม่สามารถแทนที่การถ่ายภาพจริงที่ต้องการอารมณ์และความสมจริงได้ ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า AIGC ควรถูกพิจารณาเป็นเครื่องมือเสริมมากกว่าการทดแทนช่างภาพโดยสมบูรณ์

การค้นพบนี้สอดคล้องกับทฤษฎี augmentation of creativity ที่ระบุว่า เทคโนโลยี AI ไม่ได้แทนที่มนุษย์ แต่ทำหน้าที่เพิ่มพลังการคิดสร้างสรรค์ (Shneiderman, 2020) กล่าวคือ ช่างภาพยังคงเป็นผู้ตีความและกำกับงาน ขณะที่ AIGC สนับสนุนการเร่งกระบวนการผลิตไอเดียและนำเสนอแนวคิดได้รวดเร็วขึ้น

2. คุณภาพของภาพถ่ายจาก AIGC เมื่อเทียบกับภาพถ่ายดั้งเดิม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ภาพจาก AIGC ได้รับการยอมรับว่ามีความละเอียดเพียงพอต่อการใช้งานเชิงธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย = 3.92) และมีข้อได้เปรียบในด้านต้นทุน (ค่าเฉลี่ย = 4.41) และประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.34) อย่างไรก็ตาม ผู้ตอบยังคงให้ความเห็นว่า ภาพจาก AIGC ขาดความสมจริงและอารมณ์เมื่อเปรียบเทียบกับภาพถ่ายจริง (ค่าเฉลี่ยเพียง 3.09 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงแสดงถึงความเห็นที่แตกต่างกัน)

ผลการสัมภาษณ์สนับสนุนข้อค้นพบนี้ โดยผู้ประกอบการหลายรายยอมรับว่า แม้ภาพที่สร้างด้วย AI สามารถใช้เพื่อนำเสนอแผนงานและสื่อสารกับลูกค้าได้ดี แต่ลูกค้าบางกลุ่มยังต้องการความรู้สึกจับต้องได้จากภาพถ่ายจริง ดังนั้น การผสมผสานระหว่างภาพจาก AIGC และการถ่ายภาพจริงจึงเป็นแนวทางที่สร้างความสมดุลมากที่สุดในปัจจุบัน

ประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Aftershoot (2025) ที่ระบุว่า AIGC มีศักยภาพในการช่วยปรับปรุงคุณภาพเชิงเทคนิค แต่ยังไม่สามารถแทนที่มิติทางอารมณ์และความเป็นมนุษย์ในการสื่อสารด้วยภาพได้ทั้งหมด

3. ประสิทธิภาพและการลดต้นทุน

ข้อมูลเชิงปริมาณแสดงชัดว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่เห็นพ้องว่า AIGC ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.22) ลดงานซ้ำซ้อนในขั้นตอนการปรับแต่งภาพ (ค่าเฉลี่ย = 3.92) และเหมาะสมกับงานที่เน้นความเร็วและมาตรฐานสูง เช่น งานโฆษณาและการตลาดดิจิทัล ข้อมูลเชิงคุณภาพยังยืนยันว่า AIGC ช่วยลดต้นทุนการทำงานได้จริง โดยเฉพาะในขั้นตอนการจัดฉากหรือสร้างภาพจำลองก่อนถ่ายจริง ซึ่งสามารถประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายได้กว่า 60% ของงานบางประเภท

การค้นพบนี้สอดคล้องกับรายงานของ Business Research Insights (2024) ที่คาดการณ์ว่า ตลาด AIGC ในภาคสื่อและภาพถ่ายจะเติบโตต่อเนื่องเพราะตอบโจทย์ความต้องการด้านประสิทธิภาพ และการลดต้นทุน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจ

4. ความท้าทายด้านมาตรฐานและจริยธรรม

แม้ผลการวิจัยสะท้อนถึงประโยชน์ของ AIGC แต่ก็ปรากฏข้อกังวลสำคัญเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือและมาตรฐานจริยธรรมของผลงาน ภาพจาก AIGC อาจก่อให้เกิดปัญหาลิขสิทธิ์ ความเป็นเจ้าของผลงาน และความโปร่งใสต่อผู้บริโภค ซึ่งผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพบางรายเน้นย้ำว่า การใช้ AIGC อย่างไม่เหมาะสมอาจกระทบความเชื่อมั่นของลูกค้า และจำเป็นต้องมีแนวทางกำกับดูแลหรือมาตรฐานอุตสาหกรรมเพื่อป้องกันความเสี่ยงในระยะยาว

ประเด็นนี้สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ว่า AIGC จะนำมาซึ่งความท้าทายใหม่ ๆ ในมิติของจริยธรรมและมาตรฐาน และยังสะท้อนถึงแนวโน้มของสังคมโลกที่เริ่มให้ความสำคัญต่อ AI ethics มากขึ้น

5. ผลกระทบต่ออาชีพนักถ่ายภาพธุรกิจ

ผลการสัมภาษณ์ชี้ว่า บทบาทของนักถ่ายภาพธุรกิจกำลังเปลี่ยนแปลงจากผู้ปฏิบัติการไปสู่การเป็นผู้กำกับแนวคิดและผู้ใช้เทคโนโลยี กล่าวคือ ช่างภาพไม่เพียงแต่กดชัตเตอร์ แต่ต้องมีทักษะในการออกแบบคอนเซ็ปต์ กำกับกระบวนการ และเลือกใช้ AIGC อย่างเหมาะสม ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ว่า การใช้ AIGC จะทำให้บทบาทของนักถ่ายภาพเปลี่ยนไปสู่การวางแผนเชิงกลยุทธ์มากขึ้น

ดังนั้นการพัฒนาอาชีพของนักถ่ายภาพในอนาคตควรเน้นไปที่การผสมผสานความสามารถด้านศิลปะการถ่ายภาพเข้ากับความรู้ด้านเทคโนโลยีและการจัดการ ซึ่งจะกลายเป็นทักษะสำคัญในอุตสาหกรรมภาพถ่ายยุคดิจิทัล

การวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า AIGC มีศักยภาพสูงในการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมถ่ายภาพธุรกิจ โดยเฉพาะในด้าน การเร่งกระบวนการสร้างสรรค์ การเพิ่มประสิทธิภาพ และการลดต้นทุน อย่างไรก็ตาม AIGC ยังไม่สามารถแทนที่ความสมจริงและความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ได้ทั้งหมด และยังคงมีความท้าทายด้าน มาตรฐาน จริยธรรม และบทบาทของนักถ่ายภาพ ที่ต้องเผชิญ การใช้ AIGC อย่างเหมาะสมควรเป็นการเสริมมากกว่าการแทนที่และควบคู่ไปกับการกำหนดมาตรฐานวิชาชีพใหม่ในอนาคต

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ (AIGC) สำหรับการถ่ายภาพธุรกิจ ผู้วิจัยขอสรุปข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับตัวสำหรับบุคลากรในวงการถ่ายภาพ และเพื่อประโยชน์สำหรับการศึกษาในอนาคต ดังต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับอุตสาหกรรม

1. องค์กรและบุคคลควรเรียนรู้และเชี่ยวชาญเทคโนโลยี AIGC อย่างจริงจัง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการสร้างสรรค์ ไม่ใช่สิ่งทดแทน

2. ควรผสมผสานข้อดีของ AIGC กับการถ่ายภาพแบบดั้งเดิม และเลือกแนวทางที่ดีที่สุดสำหรับแต่ละโครงการ

3. ควรกำหนดขั้นตอนการทำงานให้เป็นมาตรฐานเพื่อผสมผสานรวม AIGC เข้ากับขั้นตอนการวางแผนและการปรับแต่งภาพ

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับกฎระเบียบและจริยธรรม

1. ควรกำหนดนโยบายการเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ที่ชัดเจนเพื่อปกป้องสิทธิของทั้งผู้สร้างสรรค์และผู้ให้บริการเทคโนโลยี

2. ควรกำหนดหลักเกณฑ์ในอุตสาหกรรมเพื่อควบคุมความถูกต้องของเนื้อหาที่สร้างโดย AIGC และขอบเขตการใช้งาน เพื่อป้องกันการนำไปใช้ในทางที่ผิด

3. ควรส่งเสริมการให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อลดความกังวลและความเข้าใจผิดเกี่ยวกับ AIGC ในกลุ่มผู้ประกอบการ

5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรขยายขอบเขตการวิจัยไปยังประเทศและภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อเพิ่มความเป็นสากลของข้อสรุป

2. ควรสำรวจผลของการประยุกต์ใช้ AIGC ในสาขาการสร้างสรรค์อื่น ๆ เช่น การถ่ายภาพแฟชั่น การถ่ายภาพข่าว เป็นต้น

3. ควรติดตามวิวัฒนาการของเทคโนโลยี AIGC และผลกระทบระยะยาวต่อการพัฒนาของอุตสาหกรรมการถ่ายภาพธุรกิจ