

มิติใหม่“เครือข่ายโฮมบายเออร์-จุฬา-REIC” สร้างAIวิเคราะห์เตือนภัยฟองสบู่สังหา

ผู้จัดการรายวัน360° - รองศาสตราจารย์ ดร.สุพจน์ เตชวรสินสกุล คณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เปิดเผยถึงโครงการ AI กับข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ว่า เป็นการต่อยอดการพัฒนานวัตกรรมในโครงการความร่วมมือ Chula - HOME dot TECH ซึ่งเป็นโครงการที่ร่วมกับผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม ซึ่งครั้งนี้มีองค์กรภาคีคือ ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (REIC) เข้าร่วมโครงการด้วย

โครงการ Chula-HOME dot TECH มุ่งเน้นอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคเป็นหลัก โดยนำความรู้ Data Science และ Machine Learning มาประยุกต์ใช้ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เริ่มจากข้อมูลจาก www.home.co.th และสร้างเครื่องมือใหม่ ๆ ให้กับผู้บริโภคได้ “ค้นหา” และ “เลือกซื้อ” ที่อยู่อาศัยให้ตรงกับความต้องการ โดยข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ จะมีทั้งข้อมูลแบบมีโครงสร้าง ข้อมูลแบบไม่มีโครงสร้าง ข้อมูลเชิงสถิติและข้อมูลจากการสำรวจของ REIC รวมถึงข้อมูลพฤติกรรมของผู้ซื้อตลอดจนผู้สนใจซื้อที่อยู่อาศัยจากอินเทอร์เน็ต ที่ดำเนินการโดยคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ HOME dot TECH

ดร.วิชัย วิริตกพันธ์ ผู้ตรวจการธนาคารอาคารสงเคราะห์ และรักษาการผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคาร

อาคารสงเคราะห์ (REIC) กล่าวว่า REIC ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการใช้เทคโนโลยียุคใหม่ ทั้ง Data Science, Machine Learning และ AI เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้งานสนับสนุนด้านข้อมูลอสังหาริมทรัพย์แก่หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งเป็นภารกิจหลักของ REIC ก้าวหน้าไปอีกขั้นและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

“เรามีแผนจะทำหลายอย่าง เช่น สร้างแบบจำลองพยากรณ์สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป จากผลกระทบหรือปัจจัยด้านต่างๆ พัฒนาศูนย์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาฯ โดยเฉพาะการวิเคราะห์ Demand หรืออุปสงค์ความต้องการของตลาดอสังหาฯ ซึ่งจะเป็นครั้งแรกที่เราจะได้ข้อมูลความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยที่แท้จริงในแต่ละช่วงเวลาหรือแต่ละปี รวมถึงระบบเตือนภัยภาวะฟองสบู่อสังหาฯด้วย”

ด้านนายบริสุทธิ์ กาลินพิลา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร HOME dot TECH กล่าวว่า HOME dot TECH เป็นบริษัทในเครือ “โฮมบายเออร์ กรุ๊ป” เป็นเสมือนหน่วยวิจัยและพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค ได้ซื้อที่อยู่อาศัยตรงความต้องการ และมีความสะดวก ช่วยให้ผู้ประกอบการได้พบและสื่อสารตรงกับลูกค้าในอนาคต โดยอาศัยเทคโนโลยี Data Science และ Machine Learning มาค้นหา fact จากข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้บางอย่างที่เดิมไม่สามารถตรวจสอบได้.