

Chatbot : ผู้ช่วยมืออาชีพในยุค...ใครเร็วกว่า ได้เปรียบ

โดย คุณขวัญใจ เตชเสนสกุล

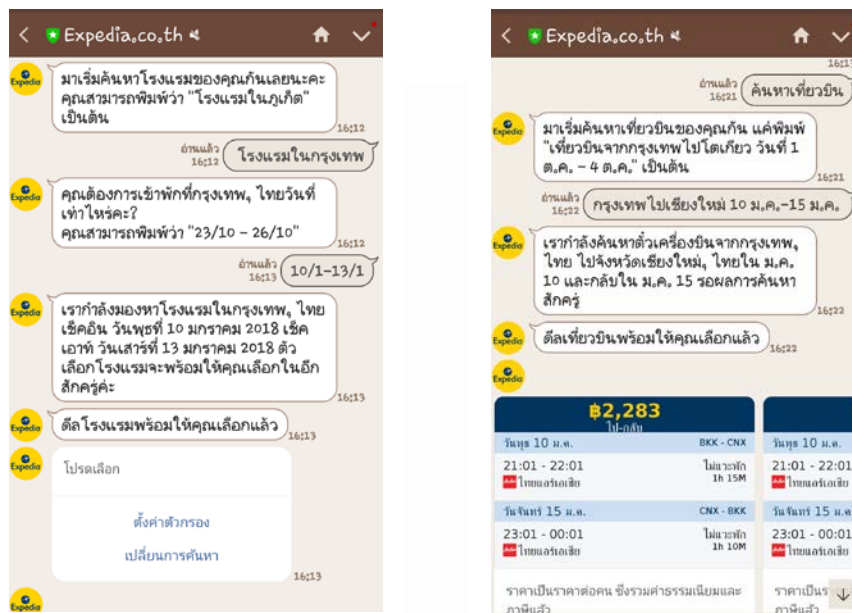
ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายวิจัยธุรกิจ

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK)

จากกระแส E-commerce ที่เติบโตอย่างคึกคักในปัจจุบัน และจะยิ่งเติบโตมากขึ้นอีกในอนาคต ดึงดูดให้ผู้ประกอบการจำนวนมากเข้ามาลงเล่นในสนามดังกล่าว ทำให้การแข่งขันในตลาดนี้รุนแรงขึ้นทุกขณะ และหนึ่งในเครื่องมือที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดหลายท่านแนะนำให้ผู้ประกอบการ E-commerce เลือกหยิบมาใช้เพื่อชิงความได้เปรียบ คือ Chatbot ซึ่งเป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ถูกพัฒนาให้สามารถสนทนาตอบโต้กับมนุษย์ผ่านตัวอักษรและเสียงพูดได้โดยอัตโนมัติ เพราะเป็นที่ทราบกันดีว่าการค้าในรูปแบบ E-commerce นั้น การตอบคำถามจากลูกค้ามีความสำคัญมาก เพราะยิ่งตอบได้รวดเร็วมากเท่าใดก็จะยิ่งสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและแปรเป็นโอกาสทางการค้าได้มากขึ้นเท่านั้น จึงไม่น่าแปลกใจว่าหากมีร้านขายสินค้าที่คล้ายคลึงกัน ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากร้านที่ตอบคำถามของลูกค้าได้ก่อน เนื่องจากพฤติกรรมการซื้อสินค้าทาง Online ซึ่งลูกค้าไม่สามารถเห็นสินค้าจริงได้เหมือนการไปซื้อด้วยตนเองจากร้านค้า ทำให้ลูกค้ามักมีคำถามมากมาย อาทิ สินค้ามีขนาดโตบ้าง มีรสอะไรบ้าง และเหลือสีอะไรอยู่บ้าง รวมถึงคำถามอื่นๆ เช่น ใช้เวลาจัดส่งกี่วัน โอนเงินค่าสินค้าได้ทางใดบ้าง เป็นต้น แต่แล้ววันนี้จึงมีคำถามเข้ามามากมายหลายร้อยหลายพันคำถามจนยากที่ผู้ประกอบการจะสามารถตอบคำถามทั้งหมดได้ในเวลาอันสั้น

สถานการณ์ดังกล่าวผลักดันให้มีการนำ Chatbot เข้ามาใช้ และมีแนวโน้มจะถูกนำมาใช้มากขึ้นตามการเติบโตของตลาด E-commerce ซึ่งปัจจุบัน Chatbot ดำเนินการอยู่ในเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และโปรแกรมแชตต่างๆ เช่น Line Wechat และ Facebook Messenger ทั้งนี้ ประเด็นที่น่าสนใจคือ หลายธุรกิจที่แม้ไม่มี E-commerce อาทิ ธุรกิจโรงพยาบาล ธุรกิจประกัน และสถาบันการเงิน ต่างเริ่มนำ Chatbot มาใช้ด้วยเช่นกัน เพราะนอกจาก Chatbot จะสามารถเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า และสร้างความภักดีในตราสินค้าแล้วยังช่วยลดการจ้างแรงงาน ลดต้นทุน และช่วยลดภาระของผู้ประกอบการในการดูแลลูกค้าในช่องทางต่างๆ ได้อีกทั้ง Chatbot ยังมีจุดเด่นที่สามารถจัดการข้อมูล Big Data ได้อย่างดี จนสามารถทำหน้าที่ผู้ช่วยประจำตัวของผู้ใช้งาน (ทั้งตัวผู้ประกอบการเองและลูกค้า) โดยจะเชื่อมโยง รวบรวม และประมวลผลข้อมูลมาให้ผู้ใช้ได้อย่างรวดเร็ว จึงช่วยลดเวลาอย่างมากในการเข้าถึงข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการจริงๆ เพราะเพียงแค่สอบถามก็จะได้คำตอบที่ต้องการ ไม่ต้องเสียเวลาไล่หาข้อมูลในเว็บไซต์ ด้วยจุดเด่นเหล่านี้จึงดึงดูดให้หลายธุรกิจเริ่มนำ Chatbot มาใช้มากขึ้น สอดคล้องกับรายงานของ Juniper Research (บริษัทผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยในอุตสาหกรรมไอทีของสหราชอาณาจักร) ที่คาดการณ์ว่า ภายในปี 2565 Chatbot จะช่วยลดต้นทุนให้กับธุรกิจได้มากกว่าปีละ 8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยธุรกิจดูแลสุขภาพและสถาบันการเงินจะเป็นธุรกิจที่ได้ประโยชน์จากการใช้ Chatbot มากที่สุด พร้อมประเมินว่า Chatbot จะช่วยให้ธุรกิจดูแลสุขภาพและสถาบันการเงินประหยัดเวลาในการให้บริการลูกค้าไปได้ราว 4 นาทีต่อการสอบถาม และประหยัดค่าใช้จ่ายได้ราว 0.50-0.70 ดอลลาร์สหรัฐต่อครั้ง

ตัวอย่างการให้บริการข้อมูลที่ปักและสายการบินผ่าน Chatbot ของ Expedia



ที่มา : จากการทดลองพูดคุยกับ Chatbot ใน Line Official Account ของ Expedia (@expedia.co.th)

ทั้งนี้ Chatbot ที่นิยมใช้อยู่ในปัจจุบันแบ่งได้ 2 แบบใหญ่ คือ แบบที่ทำงานตามกฎที่กำหนดไว้ (Rules-based Bot) และแบบที่มีปัญญาประดิษฐ์ (AI Bot) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- Chatbot ที่ทำงานตามกฎที่กำหนดไว้ (Rule-based Bot)** Chatbot ประเภทนี้จะถูกโปรแกรมให้สนทนาโต้ตอบตามกฎหรือเงื่อนไขที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เช่น ตั้งกฎไว้ว่าเมื่อมีคำถามเรื่องไซส์ ต้องตอบว่าอะไรบ้าง ดังนั้น ทันทีที่มีคนถามว่า “มีไซส์อะไรบ้าง” Chatbot ก็จะตอบทันทีว่า “มีเฉพาะไซส์ M และ L” ตามที่ได้โปรแกรมไว้แล้ว เป็นต้น แต่เนื่องจากการตั้งกฎหรือเงื่อนไขให้ครอบคลุมทุกกรณีที่อาจเกิดขึ้นต้องใช้เวลาอย่างมาก และในความเป็นจริงก็แทบเป็นไปไม่ได้ที่จะตั้งกฎให้ครบถ้วนในทุกมิติ Chatbot แบบนี้จึงมีข้อจำกัดคือ หากคำถามไม่ตรงกับกฎหรือ Key Word ที่กำหนดไว้ Chatbot ก็จะไม่สามารถตอบได้หรืออาจให้คำตอบที่ผิดพลาดได้
- Chatbot แบบที่มีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence Bot : AI Bot)** ฝังอยู่ Chatbot ประเภทนี้จะเข้าใจภาษามนุษย์ รูปประโยค และบริบทที่ผู้ใช้ต้องการจะสื่อได้ดีกว่า Rule-based Bot เพราะมีการนำระบบการประมวลผลภาษาของมนุษย์ หรือ NLP (Natural Language Processing) มาใช้ร่วมกับ Machine Learning เพื่อให้ Chatbot เกิดการเรียนรู้ผ่านกระบวนการรู้คิดด้วยตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับหน่วยงานที่ใช้ Chatbot ในประเทศไทยยังจำกัดอยู่เฉพาะบริษัทขนาดใหญ่ที่มีลูกค้าจำนวนมาก ขณะที่ผู้ประกอบการ SMEs ยังไม่นิยมใช้ ต่างจากผู้ประกอบการ SMEs ในบางประเทศที่นำ Chatbot มาใช้มากขึ้น ทั้งด้วยจุดประสงค์เพื่อให้บริการลูกค้า และเพื่อเป็นผู้ช่วยส่วนตัวหรือเพิ่มความสะดวกให้กับพนักงาน เช่น การใช้ Chatbot ตอบคำถามพนักงานแทนฝ่าย HR เนื่องจากคำถามจากพนักงานส่วนใหญ่มักเป็นคำถามเดิมๆ หรือใช้ Chatbot ทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยการให้แก่นักงานใหม่

เมื่อพิจารณาในแง่ของประเภทธุรกิจ พบว่าธุรกิจการซื้อขายสินค้าผ่านระบบ Online เป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีการนำ Chatbot มาใช้อย่างแพร่หลาย โดย Chatbot จะทำหน้าที่เป็นพนักงานต้อนรับ และนำสินค้า ตอบข้อซักถามเกี่ยวกับสินค้า อาทิ ราคา ขนาด วิธีการส่ง วิธีการชำระเงิน จนกระทั่งปิดการขาย ในบาง Chatbot ยังสามารถทำหน้าที่พนักงานเรียกเก็บเงินด้วยการให้ลูกค้าชำระเงินภายในระบบ Chat นั้นได้โดยไม่ต้องเปลี่ยนไปที่ระบบอื่น รวมถึงยังสามารถแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงสถานะการจัดส่งสินค้า ตั้งแต่สินค้าออกจากผู้ขายไปจนถึงมือผู้รับ จึงไม่แปลกใจที่ Chatbot จะกลายเป็นหนึ่งในอาวุธที่ผู้ประกอบการ E-commerce เลื่อนนำมาใช้เพื่อสร้างความประทับใจในการให้บริการแก่ลูกค้า อย่างไรก็ตาม ยังมีอีกหลายธุรกิจที่เริ่มนำ Chatbot มาใช้แล้วเช่นกัน อาทิ

- **ธุรกิจประกันภัย** เมื่อลูกค้าเข้าไปใช้ Chatbot นอกจากจะสอบถามรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ประกันภัยแต่ละประเภทของบริษัทได้แล้ว Chatbot ของบางบริษัทยังเปิดให้ลูกค้าสามารถซื้อประกัน เคลมประกัน หรือติดตามผลความคืบหน้าของการดำเนินการต่างๆ ด้วยการส่งคำถามหรือข้อสงสัยไปใน Chatbot ซึ่งจะได้รับคำตอบในเวลาอันรวดเร็ว แทนที่ลูกค้าจะต้องเสียเวลาไล่ดูตามเมนูต่างๆ ในเว็บไซต์หรือโทรติดต่อสอบถามจากเจ้าหน้าที่ โดยบริษัทประกันภัยที่นำ Chatbot มาให้บริการแล้ว อาทิ บริษัท Allianz (Allie Chatbot) RBC Insurance (Arbie Chatbot) AXA (AXA Facebook Chatbot)
- **ธุรกิจการเงิน** สถาบันการเงินในต่างประเทศที่เริ่มทดลองใช้ Chatbot เป็นที่เรียบร้อยแล้วมีอยู่หลายแห่ง เช่น AMEX, Capital One, Bank of America และ Mastercard โดยในระยะแรก Chatbot จะมุ่งเน้นบทบาทไปที่การเป็นผู้ให้ข้อมูลด้านการเงินแก่ลูกค้าเป็นสำคัญ แต่มีการคาดการณ์ว่า Chatbot ของสถาบันการเงินจะถูกพัฒนาให้มีความสามารถหลากหลายขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยในการวางแผนทางการเงิน คัดเลือกและแนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เหมาะสมให้กับลูกค้า รวมทั้งเตือนการทำรายการที่สำคัญ สำหรับสถาบันการเงินของไทยบางแห่งก็เริ่มมีการใช้ Chatbot บ้างแล้ว เมื่อกลางปี 2560 เพื่อเพิ่มปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลผลิตภัณฑ์ของธนาคาร เป็นต้น
- **ธุรกิจสุขภาพและโรงพยาบาล** Chatbot เริ่มมีบทบาทในการเป็นที่ปรึกษาปัญหาสุขภาพ โดย Chatbot จะดึง Big Data ทั้งหมดมาประมวลผลเป็นคำแนะนำเบื้องต้นให้แก่ผู้เข้ามาปรึกษาปัญหาสุขภาพ เพื่อประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปพบแพทย์สำหรับผู้ที่ไม่ได้มีอาการเจ็บป่วยรุนแรง ธุรกิจสุขภาพที่นำ Chatbot มาใช้แล้ว อาทิ โรงพยาบาลสมิติเวชที่นำ Chatbot มาทำหน้าที่ตอบปัญหาสุขภาพเบื้องต้น (Health Chat) ให้แก่ลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง
- **ธุรกิจร้านอาหาร** อาทิ Starbucks ซึ่งมี Chatbot ชื่อ My Starbucks Barista ทำหน้าที่เป็นพนักงานรับคำสั่งซื้อและรับชำระค่าสินค้า ลูกค้าจึงสามารถสั่งกาแฟหรือขนมและจ่ายเงินล่วงหน้าผ่าน My Starbucks Barista และรับกาแฟและขนมทันทีที่มาถึงร้าน

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าหลายอุตสาหกรรมเริ่มปรับตัวมาใช้ประโยชน์จาก Chatbot กันมากขึ้น แม้ปัจจุบันการใช้ Chatbot อาจยังมีข้อจำกัดจากปริมาณข้อมูลที่มีไม่มากนัก ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการสะสมข้อมูล อาทิ การตอบปัญหาทางการแพทย์ที่ในระยะแรกทุกคำตอบของ Chatbot อาจจะต้องได้รับการตรวจสอบจากแพทย์ก่อน เพื่อให้ Chatbot ได้เรียนรู้จนสามารถตอบคำถามได้ถูกต้องแม่นยำมากขึ้นในครั้งต่อไป แต่คงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า Chatbot กำลังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องเข้าใจและเรียนรู้เพื่อปรับสินค้าและบริการให้พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด