

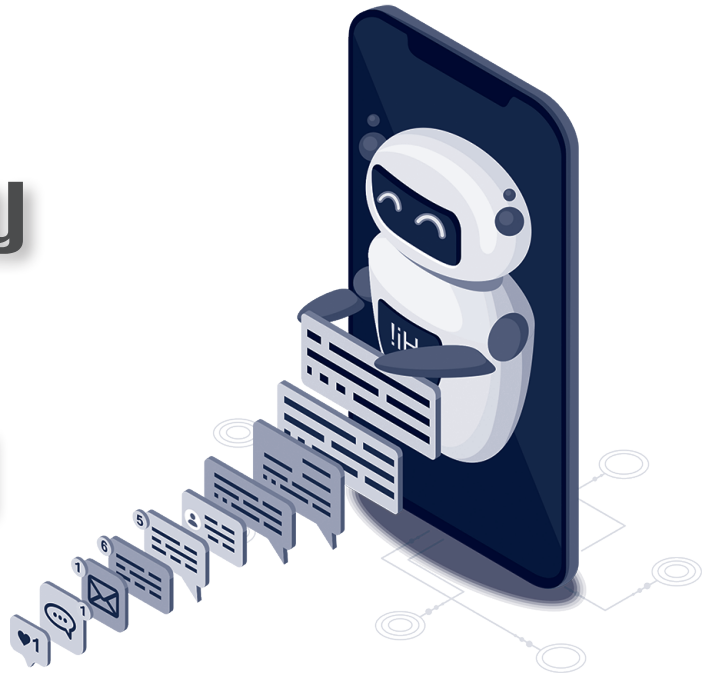
Chatbot เครื่องมือสำคัญ ของธุรกิจยุค Next Normal

วิษณุคุภะ เมาระพงษ์

ศัปรักษาโครงการสารสนเทศของหน่วยงานภาครัฐ

สังกัดสถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา

แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



ปัจจุบันเราอยู่ในช่วงเวลาที่จะเรียกว่า กำลังจะผ่านพ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งจะถูกเปลี่ยนผ่านเป็นโรคประจำถิ่น และคาดว่าจะลดระดับลงอย่างต่อเนื่องในอนาคต ซึ่งในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มที่สำคัญ ๆ อันเกิดจากรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง โดยเฉพาะการพึ่งพาและใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเต็มรูปแบบ ส่งผลให้เกิดบริการดิจิทัลมากมาย ที่สามารถอำนวยความสะดวก และรองรับในเรื่องความปลอดภัยทางด้านสุขอนามัย รวมทั้งสามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การส่งผ่านจากแนวคิด New normal ไปยังการใช้ชีวิตในยุค Next normal อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งแนวโน้มของ Next normal เริ่มขยายตัวในวงกว้าง และกำลังมีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตรวมถึงระบบเศรษฐกิจในอนาคตของผู้คนทั่วโลก

โดยในยุค Next normal นั้น จะมีประเด็นที่เป็นความต้องการหลัก ๆ อยู่ 3 ประการ ได้แก่

1. Stay at home Economy

COVID-19 ส่งผลให้วิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนเปลี่ยนไป ทำให้ home หรือบ้านนั้น ไม่ได้เป็นแค่เพียงที่อยู่อาศัย แต่ยังคงกลายเป็นออฟฟิศส่วนตัว ห้องประชุม ฟิตเนส หรือแม้กระทั่งโรงภาพยนตร์ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้สามารถใช้งานผ่าน

Online Platform ได้อย่างสะดวกสบาย ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวก่อให้เกิดรูปแบบทางเศรษฐกิจที่เรียกว่า stay at home economy ตัวอย่างเช่น การพบปะสังสรรค์ของผู้คนผ่าน application ธุรกิจ e-commerce เติบโตแบบก้าวกระโดด มีบริการจัดส่งอาหาร สินค้า และบริการถึงบ้าน โดยที่ต้นทุนลดลง (มีการแข่งขันด้านบริการที่สูงขึ้น และผู้บริโภคได้ประโยชน์สูงสุด) รวมถึงเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการซื้อของออนไลน์ผ่านประสบการณ์เสมือนจริง (virtual reality) เป็นต้น

2. Touchless Society

การดำเนินชีวิตในโลกยุค next normal จะเน้นไปที่เรื่องของความปลอดภัย และสุขอนามัยเป็นหลัก ทำให้เทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาขึ้น และนำมาประยุกต์ใช้งานนั้น จะถูกสร้างขึ้นมาเพื่อลดการสัมผัส ตัวอย่างเช่น ระบบการจัดส่งสินค้าแบบ non-contact delivery โดยจะวางพัสดุดังในภาชนะหรือสถานที่ที่ถูกกำหนดไว้ล่วงหน้า ประตูที่มีระบบ sensor เปิด - ปิด อัตโนมัติในพื้นที่สาธารณะ รูปแบบการจ่ายเงินแบบ e-payment หรือแนวคิดการออกแบบพื้นที่ของการทำธุรกรรมที่สามารถให้บริการลูกค้าแบบปราศจากการสัมผัส แต่จะใช้เทคโนโลยีการสั่งงานด้วยเสียง หรือเทคโนโลยีการจำลองโลกเสมือนจริงสำหรับการทำธุรกรรมเข้ามาทดแทน

3. Regenerative Organic

อย่างที่ทราบแล้วว่าประเด็นในเรื่องความปลอดภัย และการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมนั้น ถือเป็นความต้องการหลักของ next normal ดังนั้น แนวโน้มที่สำคัญอีกเรื่องหนึ่ง คือ มาตรฐานของสินค้าการเกษตรที่ถูกเรียกว่า regenerative organic ซึ่งนอกจากจะต้องปลอดสารพิษแล้ว ยังต้องไม่ใช่เมล็ดพันธุ์ที่มีการดัดแปลงในกระบวนการเพาะปลูกด้วย รวมถึงต้องครอบคลุมถึงมาตรฐาน คุณภาพของดิน การคุ้มครองสัตว์ คุณภาพชีวิตของเกษตรกร ความยุติธรรมด้านค่าแรง มีระบบฟาร์มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชน ทั้งนี้ก็เป็นผลสืบเนื่องมาจากการระบาดของ COVID-19 ส่งผลต่อทัศนคติด้านสุขภาพของผู้คน แนวคิดเดิมเน้นไปที่การใช้เทคโนโลยีในการรักษาโรคที่มีประสิทธิภาพ และคุณภาพสูง เปลี่ยนมาเป็นแนวคิดในการป้องกันการเกิดโรค ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาที่ต้นทาง ผู้คนส่วนใหญ่หันกลับมาดูแลให้ความสำคัญต่อคุณภาพชีวิต และสุขภาพมากขึ้น ดังนั้นอาหารที่ใช้บริโภคคือต้นทางของการป้องกันโรคที่สำคัญประการหนึ่ง



จากประเด็นความต้องการข้างต้นของผู้คนในยุค Next normal ที่มุ่งเน้นการเข้าถึงบริการแบบออนไลน์ทำให้เห็นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับองค์การธุรกิจต่าง ๆ ซึ่งพบว่าจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการขับเคลื่อนองค์การมากขึ้น บุคลากรขององค์การ บางตำแหน่งอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ และบทบาทการทำงาน (โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของงานบริการลูกค้า งานด้านการตลาด งานขาย เป็นต้น) หรือการมีเครื่องมือทางสารสนเทศที่สามารถเข้ามาช่วยสนับสนุนให้การบริการทำได้ อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะเป็นบริการที่ถูกปรับปรุงให้อยู่ในลักษณะของบริการออนไลน์เต็มรูปแบบ เพื่อ

สนับสนุนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า คู่ค้า หรือผู้รับบริการ โดยจะมีทั้งในส่วนของงานประสานงานเพื่อการทำธุรกรรม การให้บริการด้านข้อมูล การขออนุญาตจัดเก็บ และเข้าถึงข้อมูลที่เป็นต่อการให้บริการ รวมถึงข้อมูลส่วนบุคคลที่ต้องได้รับการยินยอม และต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (ดังที่ได้กล่าวไว้ในบทความครั้งก่อน) โดยในส่วนนี้อาจจะอยู่ในรูปแบบของบริการที่เป็นลักษณะของ self service หรือมีการทำ e-Consent เพื่อความสะดวกในการพิจารณาอนุญาตสำหรับการใช้งานข้อมูลระหว่างผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้

การสื่อสารอีกส่วนหนึ่งที่สำคัญจะเกี่ยวข้องกับเรื่องของข้อมูลรายละเอียดของบริการ สินค้า ผลิตภัณฑ์ คำแนะนำ ประเด็นข้อสงสัยที่ต้องการสอบถามจากผู้ให้บริการ รวมถึงกรณีเมื่อเกิดปัญหาหรืออุปสรรคในการใช้งาน หรือบริการ และต้องการทราบแนวทางการแก้ไขปัญหา ฯลฯ

แต่เนื่องจากรูปแบบของบริการที่ถูกปรับเปลี่ยนเป็น

ออนไลน์ ประกอบกับปริมาณการเข้าถึงของลูกค้า หรือผู้รับบริการจำนวนมากที่เข้ามาสู่บริการได้จากทุกที่ และทุกเวลา ทำให้ผู้ให้บริการอาจจะไม่สามารถส่งผ่านบริการที่รวดเร็ว และทันทั่วที่ได้ด้วยรูปแบบการให้บริการเดิม ๆ อย่างระบบ call center, help desk ที่มีข้อจำกัด รวมถึงช่องทางการสื่อสารแบบเดิม ๆ จนอาจกลายเป็นปัญหาคอขวด และส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กรได้

หนึ่งในช่องทางการสื่อสารที่หลาย ๆ องค์กรนิยมนำมาประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองต่อลูกค้า ผู้รับบริการ หรือแม้กระทั่งคู่ค้า นั่นคือระบบการสนทนา (Chat) ทั้งในแบบส่วนตัว 1 ต่อ 1 และแบบกลุ่ม หรือแบบเปิดสาธารณะ ซึ่งช่องทางที่เข้าถึงได้

สะดวก และปัจจุบันมีแนวทางปฏิบัติในการรักษาความปลอดภัยที่ค่อนข้างสูง มีบัญชีผู้ใช้งานทั่วทุกมุมโลกนั่นก็คือ Social media chat ที่ส่วนใหญ่จะถูกผนวกเข้าไปใน Online Platform ของ social media application ต่าง ๆ ที่เรานิยมใช้งานกัน นอกเหนือจากความสามารถหลักของ Platform นั้น ๆ ในแง่ของการทำการตลาด (Marketing) อาทิ Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, Twitter เป็นต้น ซึ่งรวมถึง Platform สำหรับการสนทนาโดยเฉพาะ อย่าง LINE, WhatsApp, Snapchat และ Telegram