



# Chatbot

## เครื่องมือสำคัญของธุรกิจยุค Next Normal

ต่อ จากฉบับที่แล้ว

วิษณุคุณ์ เมาระพงษ์

ผู้บริหารโครงการสารสนเทศของหน่วยงานภาครัฐ

สังกัดสถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา

แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ช่องทางเหล่านี้ก็ถูกนำมาประยุกต์ใช้งานแล้วในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะในแง่ของการทำการตลาด ซึ่งเป็นที่นิยมของธุรกิจ E-Commerce แต่ยังไม่ถึงขั้นที่องค์การส่วนใหญ่จะนำมาเป็นช่องทางหลักในการสื่อสารกับลูกค้าหรือผู้รับบริการ ด้วยประเด็นของความน่าเชื่อถือ กฎหมาย ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (ณ ขณะนั้น) รูปแบบการใช้งานเทคโนโลยีสนับสนุนต่างๆ ที่ยังไม่เพียงพอเหมือนปัจจุบัน รวมถึงบัญชีผู้ใช้ที่เพิ่มมากขึ้นมหาศาล เพราะทุกคนทุกธุรกิจ และธุรกรรมต้องการที่จะเข้าถึงบริการ online โดยอาศัยช่องทางเหล่านี้ในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เป็นส่วนใหญ่

อย่างทราบกันดีอยู่แล้ว บุคลากรในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานด้านบริการลูกค้าขององค์กร ทั้งแผนกบริการลูกค้า การตลาด การขาย จะมีหน้าที่ และรับภาระในการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้รับบริการ แต่ในปัจจุบันด้วยปริมาณของผู้เข้าถึงบริการมีจำนวนมากขึ้น และมีการเปิดช่องทางการสื่อสารผ่าน Social media ส่งผลให้ไม่สามารถตอบสนองผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ หลายธุรกิจ หลายองค์กรจึงมีการนำเทคโนโลยี AI (Artificial Intelligence) อย่าง Chatbots มาใช้เพื่อสนับสนุนการ

ให้บริการ และลดภาระของบุคลากร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการในส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น เรามาทำความรู้จักกับ Chatbots กัน

**Chatbots** ถูกพัฒนาขึ้นบนพื้นฐานของเทคโนโลยี AI (Artificial Intelligence) ซึ่งองค์การส่วนใหญ่นิยมนำมาใช้เพื่อทำการตลาดด้วยการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และให้บริการผ่าน application การสนทนากับผู้รับบริการตามสถานการณ์ที่กำหนดไว้ล่วงหน้า หรือใช้ความสามารถของระบบ AI สร้างเป็นเครื่องมือในรูปแบบของผู้ช่วยเสมือนจริง ซึ่ง Chatbots ยังสามารถเชื่อมต่อ และทำงานร่วมกับ Social media application อาทิ Facebook Messenger, WhatsApp, Snapchat, Telegram หรือบนระบบ Web site ได้อีกด้วย

Chatbots จะเรียนรู้จากพฤติกรรมของผู้ใช้งาน โดยใช้กลไกของ Machine learning และเมื่อเวลาผ่านไปการเรียนรู้จากประสบการณ์ของ AI นี้ จะทำให้ Chatbots สามารถตอบคำถามได้อย่างแม่นยำและมีประสิทธิภาพสูง นอกจากนี้ยังสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า หรือทำการคัดกรองลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เป็นต้น

## ► ประเภทของ Chatbots

Chatbots ที่ทำงานบนพื้นฐานของเทคโนโลยี AI และกลไกของ Automated rules รวมถึงมีความสามารถในการเข้าใจภาษาด้วยระบบประมวลผลภาษา NLP (Neuro Linguistic Programming) และ Machine learning ทำให้สามารถประมวลผลข้อมูลและตอบคำถามในทุกระบบที่มีการสอบถามมาได้อย่างแม่นยำ ซึ่ง Chatbots แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

### 1) Transactional chatbots หรือ Rule-Based chatbots

Transactional chatbots ในทางเทคนิคจะเรียกว่า Task-oriented หรือ Declarative chatbot เป็น Chatbot ประเภทที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อนำไปใช้งานในวัตถุประสงค์เดียวคือ มีการกำหนดให้สามารถทำงานนั้นๆ ได้แบบอัตโนมัติ โดยให้ทางเลือกที่ได้มีการตั้งค่าหรือกำหนดไว้ล่วงหน้ากับผู้ใช้งานได้เลือก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าผู้ใช้จะงานเลือกทางเลือกไหน หรือปัญหาด้านใดที่ผู้ใช้งานต้องการได้รับการแก้ไข หลังจากผู้ใช้งานเลือกทางเลือกเรียบร้อยแล้ว Chatbots จะแนะนำลูกค้าตามขั้นตอนที่ได้มีการกำหนดไว้ โดยการนำเสนอทางเลือกที่มีอยู่ให้กับลูกค้าจนกระทั่งลูกค้าได้รับคำตอบ หรือได้รับการแก้ไขปัญหา หรือจนกระทั่งได้ส่งเรื่องต่อไปยังเจ้าหน้าที่ให้บริการดำเนินงานในขั้นตอนต่อไป ซึ่งก็ถือว่าช่วยลดภาระงานของเจ้าหน้าที่ลงไปได้มากพอสมควร และยังสามารถตอบสนองลูกค้าในแบบที่องค์การต้องการในระดับที่น่าพึงพอใจ

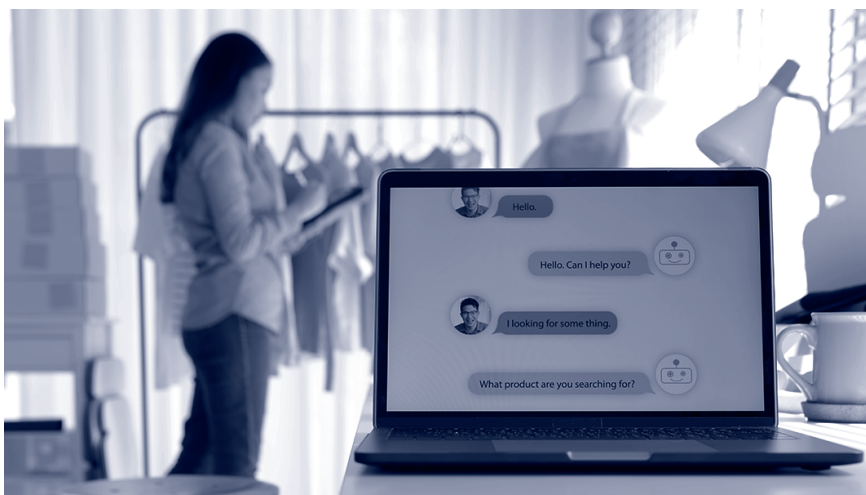
นอกจากนี้ การปฏิสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการใช้ Transactional chatbots นั้น อยู่บนพื้นฐานของการใช้ข้อมูลในแบบที่เป็นโครงสร้างซึ่งเชื่อมโยงเกี่ยวข้อกัน สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์กับองค์การได้ค่อนข้างมาก เนื่องจากทำให้ทราบล่วงหน้าว่าคำถามไหน หรือปัญหาอะไรที่ลูกค้ามักจะสอบถามมาเป็นประจำ อาทิ เวลาทำการของหน้าร้าน หรือสาขา ปัญหาที่พบบ่อย

รวมถึงยังสามารถช่วยทำธุรกรรมที่มีความซับซ้อนไม่มาก เช่น สอบถามคะแนน ส่วนลด ยอดการใช้จ่ายของสมาชิก หรือโปรโมชั่นส่งเสริมการขายต่าง ๆ ในช่วงนั้นได้ เป็นต้น

### 2) Conversational Chatbots

Conversational chatbots นั้น จะมีความซับซ้อนมากกว่า Transactional chatbots โดยสามารถที่จะใช้ Natural language processing (NLP) ในการปฏิสัมพันธ์ และเลือกตอบคำถามที่เหมาะสมให้กับผู้ใช้งานแต่ละบุคคลได้ (Personalization) โดยการใช้ AI เชิงสนทนาพร้อมกับ NLP และการเข้าถึงฐานข้อมูล รวมถึงข้อมูลอื่น ๆ เพื่อให้สามารถตรวจจับคำถาม และคำตอบที่อาจจะมีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถให้คำตอบที่แม่นยำตรงประเด็นเหมือนได้พูดคุยกับเจ้าหน้าที่ให้บริการตัวจริง

Conversational chatbots โดยทั่วไปจะถูกเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ผู้ช่วยเสมือนจริง (Virtual assistant) มีการใช้การคาดการณ์ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูล โดยจะพิจารณาจากประวัติ และพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้สินค้า หรือบริการที่เกี่ยวข้องก่อนหน้านี้ นอกจากนี้ยังสามารถเรียนรู้ความชอบของลูกค้าแต่ละคน ให้คำแนะนำ รวมถึงตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ตามที่ลูกค้าคาดหวัง



ปัจจุบัน Conversational chatbots ถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลายในธุรกิจที่ให้บริการออนไลน์ บน Social media platform ต่างๆ รวมถึงการให้บริการ Cloud services และบริการ Agent B2B

อ่านต่อฉบับหน้า