

Chatbot : ผู้ช่วยมืออาชีพในยุค...ใครเร็วกว่า ได้เปรียบ

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 แต่วันจึงมีคำถามเข้ามามากมายหลายร้อยหลายพันคำถามจนยากที่ผู้ประกอบการจะสามารถตอบคำถามทั้งหมดได้ในเวลาอันสั้น

สถานการณ์ดังกล่าวผลักดันให้มีการนำ Chatbot เข้ามาใช้ และมีแนวโน้มจะถูกนำมาใช้มากขึ้นตามการเติบโตของตลาด E-commerce ซึ่งปัจจุบัน Chatbot ดำเนินการอยู่ในเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และโปรแกรมแชตต่างๆ เช่น Line Wechat และ Facebook Messenger ทั้งนี้ ประเด็นที่น่าสนใจ คือ หลายธุรกิจที่แม้ไม่ใช่ E-commerce อาทิ ธุรกิจโรงพยาบาล ธุรกิจประกัน และสถาบันการเงิน ต่างเริ่มนำ Chatbot มาใช้ด้วยเช่นกัน เพราะนอกจาก Chatbot จะสามารถเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า และสร้างความภักดีในตราสินค้าแล้ว ยังช่วยลดการจ้างแรงงาน ลดต้นทุน และช่วยลดภาระของผู้ประกอบการในการดูแลลูกค้าในช่องทางต่างๆ ได้ อีกทั้ง Chatbot ยังมีจุดเด่นที่สามารถจัดการข้อมูล Big Data ได้อย่างดี จนสามารถทำหน้าที่ผู้ช่วยประจำตัวของผู้ใช้งาน (ทั้งตัวผู้ประกอบการเองและลูกค้า) โดยจะเชื่อมโยง รวบรวม และประมวลผลข้อมูลมาให้ผู้ใช้ได้อย่างรวดเร็ว จึงช่วยลดเวลาอย่างมากในการเข้าถึงข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการจริงๆ เพราะเพียงแค่สอบถามก็จะได้คำตอบที่ต้องการ ไม่ต้องเสียเวลาไล่หาข้อมูลในเว็บไซต์ ด้วยจุดเด่นเหล่านี้จึงดึงดูดให้หลายธุรกิจเริ่มนำ Chatbot มาใช้มากขึ้นสอดคล้องกับรายงานของ Juniper Research (บริษัทผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยในอุตสาหกรรมไอทีของสหราชอาณาจักร) ที่คาดการณ์ว่า ภายในปี 2565 Chatbot จะช่วยลดต้นทุนให้กับธุรกิจได้มากกว่าปีละ 8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยธุรกิจดูแลสุขภาพและสถาบันการเงินจะเป็นธุรกิจที่ได้ประโยชน์จากการใช้ Chatbot มากที่สุด พร้อมประเมินว่า Chatbot จะช่วยให้ธุรกิจการดูแลสุขภาพและสถาบันการเงินประหยัดเวลาในการให้บริการลูกค้าไปได้ราว 4 นาทีต่อการสอบถาม และประหยัดค่าใช้จ่ายได้ราว 0.50-0.70 ดอลลาร์สหรัฐต่อครั้ง

ตัวอย่างการให้บริการข้อมูลที่พิกและสายการบินผ่าน 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 ทำหน้าที่เป็นผู้แนะนำองค์กรให้แก่พนักงานใหม่

เมื่อพิจารณาในแง่ของประเภทธุรกิจ พบว่าธุรกิจการซื้อขายสินค้าผ่านระบบ Online เป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีการนำ Chatbot มาใช้อย่างแพร่หลาย โดย Chatbot จะทำหน้าที่เป็นพนักงานต้อนรับ แนะนำสินค้า ตอบข้อ

ซักถามเกี่ยวกับสินค้า 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