

Digital Transformation



Research Story คอลัมน์ประจำเดือนมิถุนายนจะนำเสนอ “Digital Transformation”

ซึ่งงานวิจัยเรื่องนี้จะแสดงให้เห็นถึงเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่นำมาใช้ทางธุรกิจในปัจจุบัน

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา “Digital Transformation” คือ ประเด็นที่เหล่าผู้นำทางธุรกิจทั่วโลกให้ความสำคัญ และจากการสำรวจของ Altimeter Group (บริษัทที่ปรึกษาด้าน Digital Transformation) พบว่า แม้ธุรกิจส่วนใหญ่กำลังอยู่ในกระบวนการ Digital Transformation แต่มีเพียงส่วนน้อยที่เข้าใจความหมายของมันได้ถูกต้อง และทราบว่ากระบวนการ Digital Transformation ต้องทำอย่างไร

สำหรับประเทศไทยที่ผ่านมาได้มีการนำ Digital Transformation มาใช้อย่างมากมาย โดยให้ความหมายในแบบไทย ๆ คือ การมี asset ที่เป็น digital ขององค์กร หรือการทำ product หรือ channel ที่เป็น digital ออกมา ไม่ว่าจะเป็นตั้งแต่เว็บไซต์ จนถึงการทำ social media แต่ในความเป็นจริงแล้ว “Digital Transformation” เป็นอีกคำที่หมายถึงการดำเนินการเปลี่ยนแปลง หรือผ่าตัดทางธุรกิจตัวเอง โดยการใช้ digital มาเป็นหัวใจในการดำเนินงาน ซึ่งต้องเปลี่ยนแปลงทั้งองค์กรตั้งแต่ผู้บริหาร จนถึงพนักงานระดับปฏิบัติการในตำแหน่งล่างสุด สิ่งที่ทำให้ Digital Transformation นั้นแตกต่างจากการเปลี่ยนแปลงขององค์กรทั่วไปคือการที่วัฒนธรรมองค์กรนั้นเปลี่ยนไปด้วย โดยที่วัฒนธรรมองค์กรนั้นจะปรับเปลี่ยนการทำธุรกิจและการทำงาน ทั้งหมดผ่านเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นมา ที่ทำให้การทำงานหรือช่วยให้การทำงานนั้นดีขึ้น ด้วยการใช้ Digital Transformation นี้จะทำให้สามารถคิดในรูปแบบที่ทำให้องค์กรนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ด้วย เพราะทำให้กระบวนการที่ล่าช้าหรือกระบวนการที่ไม่มีประสิทธิภาพนั้นลดลง

ปัญหา Digital Transformation คือ องค์กรทำไม่ถูกเรื่อง ขณะที่แนวโน้มปี 2020 คือ “เปิดรับ” มากกว่า “เทคโนโลยี” สถาบันไอเอ็มซี ได้เปิดเผยผลสำรวจที่ชื่อว่า “การประยุกต์ใช้ AI ของไทย” ประจำปี 2019 พบว่า องค์กรไทยเริ่มใช้งาน AI มากขึ้น “Chatbot” และ “Robot Process Automation” เป็นระบบงานยอดฮิตด้าน AI ที่องค์กรธุรกิจนิยมใช้งาน การยอมรับ และใช้งาน AI มากขึ้น สะท้อนถึงการตระหนักและเห็นความสำคัญของปัญญาประดิษฐ์อย่างแพร่หลาย องค์กรส่วนใหญ่ ยอมรับว่าปัญหาหลักของการใช้ AI คือ “ขาดบุคลากร” และ “ปรับตัวไม่ทันกระแส Disruption” ซึ่งชัดเจนว่า แนวโน้มดังกล่าว ไม่ใช่แค่การลงทุนหรือใช้เทคโนโลยี แต่หมายรวมถึง...การให้ความสำคัญกับทุก ๆ องค์ประกอบ

ในการทำ Digital Transformation เช่น วัฒนธรรมองค์กร ทักษะคนผู้นำองค์กร เป็นต้นในระดับโลก Gartner เคยสำรวจ CIO Survey 2019 จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 2,791 คน เมื่อเดือนมกราคม 2019 ซึ่งพบว่ามีผู้นำ AI มาใช้ในองค์กรเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าเป็นอย่างมาก จากเดิมที่ 72% ของกลุ่มตัวอย่างระบุว่าไม่มีการใช้งาน AI และมีการประยุกต์ใช้งานเพียงเล็กน้อย แรกส่วนใหญ่ใช้งานด้านการป้องกันภัยล่อลวง แต่ในปี 2019 กลุ่มตัวอย่างตอบว่าเริ่มนำ AI มาใช้ใน Chatbot และการยกระดับกระบวนการทำงานในองค์กรอย่างละ 26%



ส่วนในประเทศไทย จากการสำรวจของสถาบันไอเอ็มซี พบว่าธุรกิจไทยเริ่มนำ AI เข้ามาใช้งานในหลายด้าน ทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ การตรวจสอบการฉ้อโกงทางการเงิน การให้คำแนะนำการลงทุนในสถาบันการเงินผ่านระบบอัตโนมัติ การวิเคราะห์ข้อมูลทางการแพทย์ นอกจากนี้ยังมีการใช้ AI เพื่อป้องกันข้อมูลจำนวนมากแบบอัตโนมัติ การใช้งานประมวลผลภาษา เช่น การแปลภาษา หรือการทำ Chatbot รวมถึงเทคโนโลยีจดจำใบหน้า

การสำรวจชี้ชัดว่าองค์กรไทยบางส่วน “ไม่เข้าใจ AI” แถมฝากความหวังไว้กับ Outsource กล่าวคือ องค์กรไทยราว 49.11% มีความรู้ความเข้าใจ AI ในระดับเริ่มต้น ขณะที่ 30.36% มีความรู้ความเข้าใจ AI ในระดับพอใช้ ส่วนองค์กรที่มีความรู้ความเข้าใจ AI ในขั้นดี มีอยู่ราว 11.60% และองค์กรที่ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจใน AI เลย มีสัดส่วนประมาณ 8.93%

ด้านแนวโน้มการดำเนินการด้าน AI ขององค์กรไทยส่วนใหญ่เป็นการจ้าง Outsource ราว 40.18% รองลงมาเป็น การดำเนินการเองแบบ In House 32.14% ขณะที่อีก 17.86% ของกลุ่มตัวอย่างระบุว่าจะใช้วิธีจัดหาซอฟต์แวร์สำเร็จรูป

แต่เมื่อถามว่ามีการนำ AI มาใช้ในองค์กรหรือยัง กลับพบว่ามีองค์กรเพียง 10.70% เท่านั้นที่ใช้งาน AI แล้ว ขณะที่อีก 25.9% ระบุว่ากำลังอยู่ในแผนดำเนินการ และ 39.29% กำลังดำเนินการศึกษา โดยหากมีการนำ AI ไปประยุกต์ใช้ในองค์กร ราว 60.71% เลือกทำ Chatbot ตามมาด้วยระบบอัตโนมัติ RPA 49.11% รองลงมาเป็นระบบแบ่งกลุ่มลูกค้า ระบบจดจำใบหน้า ระบบป้องกันการฉ้อฉล ระบบบริหารทรัพยากรบุคคล และระบบอื่น ๆ

ผลสรุปจากการสำรวจครั้งนี้ พบว่าผู้บริหารระดับสูงในองค์กรไทย 50% เห็นความสำคัญของการนำ AI มาประยุกต์ใช้เป็นพิเศษ ขณะที่ 35.1% ตอบว่าสำคัญปานกลาง และอีก 14.29% ยังไม่ให้ความสำคัญและยังไม่มีมารกล่าวถึง AI ในองค์กร

Digital Transformation จะเริ่มได้ หากผู้บริหารสูงสุดเห็นความสำคัญ และต้องการการเปลี่ยนแปลง พร้อมทั้งสั่งการในระดับ Top-down ลงมา ซึ่งจะทำให้มีพลังในการสร้างการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ การทำ Digital Transformation ไม่ใช่โครงการในชั่วพริบตาหรือเริ่มทำแล้วจะเห็นผลอย่างทันที เพราะเป็นกระบวนการปรับเปลี่ยนความคิดคนเป็นส่วนใหญ่ ทำให้ต้องใช้เวลาที่จะต้องปรับเปลี่ยนให้เกิดขึ้น ซึ่งในองค์กรต่างประเทศเองจะใช้วิธีการที่เริ่มจากการรับคนที่เข้าใจ Digital มาเป็นผู้บริหารและเริ่มจากการทำจากหน่วยงานเล็ก ๆ เพื่อเป็นต้นแบบ ขยายไปยังหน่วยงานอื่น ซึ่งเมื่อ Implement ได้แล้ว องค์กรคุณจะสามารถเติบโตได้ไว และเข้าใจการปรับเปลี่ยนที่จะเกิดขึ้นได้อย่างง่าย พร้อมทั้งการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพขึ้นมากอีกหลายเท่าตัว

อ้างอิง

อุตสาหกรรมสาร กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ฉบับเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2561

Markeingoops. (2559). Digital Transformation คำรื้อแรงในยุคนี้ ไม่ใช่แค่เรื่องการตลาดอย่างที่คิด. (ออนไลน์)

Markeingoops. (2562). ปัญหา Digital Transformation คือองค์กรทำไม่ถูกเรื่อง!

เผยแนวโน้มปี 2020 กับเทรนด์ที่ต้อง “เปิดรับ” มากกว่า “เทคโนโลยี”. (ออนไลน์)