

การเตรียมความพร้อมเพื่อการประยุกต์ใช้ A.I. ในการดำเนินธุรกิจ

Preparing for the Application of A.I. in Business Operations

สายสุนีย์ เกษม¹, นฤพร เต็งไตรรัตน์² และเบญจกัลยา วิริยะเมธี^{3*}

Saisunee Kasem¹, Naruephorn Tengtrairat² and Benjakanlaya Wiriymetee^{3*}

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ ตำบลสันพระเนตร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50210

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ ตำบลสันพระเนตร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50210

³ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ ตำบลสันพระเนตร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50210

¹ Faculty of Business Administration, Payap University, San Phra Net, San Sai, Chiang Mai, 50210

² Faculty of Business Administration, Payap University, San Phra Net, San Sai, Chiang Mai, 50210

³ Faculty of Business Administration, Payap University, San Phra Net, San Sai, Chiang Mai, 50210

* E-mail: benjakanlaya.w@gmail.com

Received July 18, 2024 Revised February 8, 2025 Accepted May 15, 2025

บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงแนวโน้มทางเทคโนโลยี (Technology Trend) เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจดิจิทัลโลกและประเทศไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : A.I.) เป็นนวัตกรรมที่เข้ามามีบทบาทในโลกธุรกิจ ซึ่งการใช้นวัตกรรมเข้ามาช่วยในธุรกิจนั้นถือเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ และความอยู่รอดของธุรกิจต่าง ๆ A.I. ได้กลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเสริมสร้างความสามารถและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ การประยุกต์ใช้ A.I. สามารถช่วยให้องค์กรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดต้นทุน เพิ่มความรวดเร็วในการตัดสินใจ และสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้นสำหรับลูกค้า อย่างไรก็ตามการนำ A.I. มาใช้ในภาคธุรกิจยังคงมีความท้าทายหลายประการ ดังนั้นบทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอความสำคัญของ A.I. การประยุกต์ใช้ A.I. ในทางธุรกิจ แนวโน้มทิศทางในประเทศไทย การเตรียมความพร้อมเพื่อให้ธุรกิจสามารถใช้ A.I. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อดีของการนำเทคโนโลยี A.I. มาใช้ในธุรกิจ และความเสี่ยงและข้อจำกัดของ A.I. อาทิ ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยี ค่าใช้จ่ายในการพัฒนา และปัญหาด้านจริยธรรมและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล อีกทั้งในบริบทของประเทศไทยแนวโน้มการนำ A.I. มาใช้ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น ซึ่งต้องอาศัยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน กฎหมาย และแรงงานที่มีทักษะสูง การศึกษาและวางแผนให้เก็ก่อนดำเนินการ จะส่งผลให้การประยุกต์ใช้ A.I. เป็นไปอย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ปัญญาประดิษฐ์, การเตรียมความพร้อม, การประยุกต์ใช้ในธุรกิจ

Abstract

The shift in technology trends has undeniably become a significant factor in the global and Thai digital economies. Artificial intelligence (A.I.) is an innovation that has taken a prominent role in the business world. The use of innovation in business is a key to developing the country's economic system and the survival of businesses. A.I. has become an essential tool for enhancing the ability and efficiency of doing business. The application of A.I. can help organizations work more efficiently, reduce costs, increase the speed of decision-making, and create a better experience for customers. However, the adoption of A.I. in the business sector still presents several challenges. Therefore, this article aims to present the importance of A.I., its applications in business, trends in Thailand, preparing businesses to use A.I. effectively, the benefits of using A.I. technology in business, and the risks and limitations of A.I., such as technological constraints, development costs, and ethical and data privacy issues. In the context of Thailand, the trend of adopting A.I. is still in its early stages, requiring the development of infrastructure, laws, and highly skilled workers. Careful study and planning before implementation will ensure that the application of A.I. is smooth and achieves sustainable success.

Keyword: Artificial Intelligence (A.I.), Preparing, Application in business

บทนำ

ปัจจุบันโลกกำลังเข้าสู่ยุคการเปลี่ยนแปลง แนวโน้มทางเทคโนโลยี (Technology Trend) มีบทบาทมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีผลกระทบสำคัญต่อเศรษฐกิจดิจิทัลโลกและประเทศไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : A.I.) หรือเรียกชื่อย่อว่า A.I. เป็นเทคโนโลยีในสาขาวิชา วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ (Computer Science) ประกอบด้วยความรู้ทาง วิทยาศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์ การใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์ให้เรียนรู้และเข้าใจความสามารถของ มนุษย์และมีความสามารถคล้ายกับมนุษย์โดยใช้ ซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ เพื่อสามารถทำงานได้

แทนมนุษย์หรือเพื่อส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ให้ดีขึ้น (สุกมล มุ่งพัฒนสุนทร, 2563) และยังเป็น เทคโนโลยีการสร้างความสามารถให้แก่เครื่องจักร และคอมพิวเตอร์ ด้วยอัลกอริทึมและกลุ่มเครื่องมือ ทางสถิติ เพื่อสร้างซอฟต์แวร์ทรงปัญญา ที่สามารถ เรียนรู้ เลียนแบบความสามารถของมนุษย์ที่ ซับซ้อนได้ ในบางกรณีอาจไปถึงขั้นเรียนรู้ได้ด้วย ตนเอง (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และสังคม, 2565) ถือเป็นวิทยาการทางเทคโนโลยี แบบสหวิทยาการใหม่ที่พัฒนาวิธีการทางทฤษฎี เทคโนโลยี และการประยุกต์ใช้ โดยการจำลองเพื่อ เพิ่มขีดความสามารถในการทำงานให้ฉลาดเท่า มนุษย์ (Song, Yang, Huang, Z., & Huang, T.,

2019) และยังเป็นนวัตกรรมที่เข้ามามีบทบาทในโลกธุรกิจ อาทิเช่น รถยนต์ไร้คนขับ พยากรณ์เชิงธุรกิจ การเงินการลงทุน การส่งเสริมการตลาดแชทบอท (Chatbot) และการวิเคราะห์ผู้บริโภค ฯลฯ (Matana Wiboonyasake, 2024) ซึ่งการใช้ นวัตกรรมเข้ามาช่วยในธุรกิจนั้นถือเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ และความอยู่รอดของธุรกิจต่าง ๆ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2559) นอกจากนี้การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของเครื่องมือ A.I. เช่น ChatGPT อีกทั้ง A.I. ได้ต่อยอดความโดดเด่นที่เพิ่มมากขึ้นในด้านเทคโนโลยีที่พร้อมจะก้าวเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมในด้านนวัตกรรมทางเทคโนโลยี และขับเคลื่อนความก้าวหน้าไปสู่อนาคต (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565)

การคาดการณ์ของตลาด A.I. (Fortune Business Insights, 2024) ทั่วโลกมีแนวโน้มเติบโตจากประมาณ 515 พันล้านดอลลาร์ในปี 2566 เป็น 900 พันล้านดอลลาร์ภายในปี 2569 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ประมาณ 20.4% และภายในปี 2575 มีการประมาณการว่าตลาดอาจมีมูลค่าสูงถึง 2.74 ล้านล้านดอลลาร์ (Fabio Duarte, 2024) แนวโน้มการเติบโตนี้แสดงให้เห็นถึงการยอมรับเทคโนโลยี A.I. ที่เพิ่มขึ้นและสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงพื้นฐานในวิธีการดำเนินงานของภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมอีกด้วย ดังภาพที่ 1

YEAR	PROJECTED MARKET SIZE
2023	\$515 billion
2024	\$621 billion
2025	\$747 billion
2026	\$900 billion
2032	\$2.74 trillion

Figure 1 Global A.I. Market Growth

Forecast from 2023 to 2032

(Fabio Duarte, 2024, Artificial Intelligence Market)

ในประเทศไทยอีคอมเมิร์ซ(Ecommerce) หรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต ที่ไม่จำเป็นต้องมีการติดต่อกันโดยตรงระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายกำลังเติบโตเป็นอย่างมากผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น การซื้อขายออนไลน์ของ Lazada, Shopee และ JD Central โดยบริษัทค้าปลีกไทยได้เข้าไปร่วมมือกับการนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีการนำเทคโนโลยี A.I. มาใช้ทำให้บริษัทค้าปลีกทั้งในไทยและต่างประเทศเร่งทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น และยังพบว่าประมาณ 69.23% ขององค์กรอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยมีการใช้ A.I. เพื่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ อีกทั้งธุรกิจในประเทศที่นำปัญญาประดิษฐ์ A.I. เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการทำธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจดำเนินการอย่างเป็นระบบมากขึ้น เช่น บริษัทค้าปลีกอย่าง Walmart ใช้ A.I. เพื่อแนะนำสินค้าส่วนบุคคลและบริหารจัดการ

สินค้าคงคลัง บริษัทประกัน Ping ในจีนใช้ A.I. เพื่อให้การจัดสรรผลประโยชน์ง่ายขึ้น เทคโนโลยีนี้ช่วยลดความซับซ้อนของกระบวนการต่าง ๆ และสนับสนุนการเติบโตในภาคการเงิน (นิเวศน์ ธรรมะ และคณะ, 2024) แนวโน้มทิศทางของ A.I. ในประเทศไทย กำลังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลไทยได้จัดทำแผนปฏิบัติการด้านปัญญาประดิษฐ์แห่งชาติ ระยะ 6 ปี (พ.ศ. 2565 – 2570) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาและประยุกต์ใช้ A.I. ในหลากหลายภาคส่วน (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2565) ในภาคธุรกิจ A.I. ถูกนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า การปรับปรุงกระบวนการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมกิจการที่มีโมเดลธุรกิจในการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยเริ่มต้นจากจุดเล็ก ๆ ให้เติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยธุรกิจนั้น มีนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีเป็นปัจจัยหลักในการสร้างธุรกิจ (Startup) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาโซลูชันเพื่อสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัล (ชัย วุฒิวิวัฒน์ชัย, 2564) ในอนาคต คาดว่า A.I. จะมีบทบาทมากขึ้นในหลายด้าน เช่น การศึกษา การแพทย์ การเกษตร และการเงิน การเตรียมความพร้อมและการปรับตัวของทุกภาคส่วนจะเป็นกุญแจสำคัญในการใช้ประโยชน์จาก A.I. เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (กอบกฤตย์ วิริยะยุทธกร, 2566) ธุรกิจส่วนใหญ่เริ่มเล็งเห็นประโยชน์ของการนำระบบปัญญาประดิษฐ์ A.I. ที่จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม ประโยชน์ของ

ปัญญาประดิษฐ์ A.I. สำหรับธุรกิจที่เห็นชัดคือการเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตจากการทำงานเป็นเหตุผลหลักที่หลาย ๆ ธุรกิจนำเทคโนโลยี A.I. เข้ามาใช้เนื่องจากปัญญาประดิษฐ์ A.I. สามารถทำงานในปริมาณมากได้อย่างรวดเร็วที่มนุษย์ไม่อาจสามารถเทียบได้ ในขณะเดียวกันเทคโนโลยี A.I. ยังช่วยลดงานที่ต้องทำแบบเดิมซ้ำ ๆ ออกไปทำให้พนักงานมีเวลาไปทำงานที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น A.I. สามารถทำให้ธุรกิจลดค่าใช้จ่ายที่ต้องนำคนมาทำงานแบบเดิม ๆ และสามารถทำให้องค์กรสร้างประสิทธิภาพสูงสุดจากทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่ได้ (อมรรักษ์ สวนชุมพล, 2562)

อย่างไรก็ตามการนำ A.I. มาใช้ในภาคธุรกิจยังคงมีปัญหาและความท้าทายหลายประการ เช่น ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยี ค่าใช้จ่ายในการพัฒนา และปัญหาด้านจริยธรรมและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล อีกทั้งในบริบทของประเทศไทย แนวโน้มการนำ A.I. มาใช้ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น ซึ่งต้องอาศัยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน กฎหมาย และแรงงานที่มีทักษะสูง วัตถุประสงค์ของบทความนี้คือการนำเสนอความสำคัญของ A.I. การประยุกต์ใช้ A.I. ในทางธุรกิจ แนวโน้มทิศทางในประเทศไทย การเตรียมความพร้อมเพื่อให้ธุรกิจสามารถใช้ A.I. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อดีของการนำเทคโนโลยี A.I. มาใช้ในธุรกิจ และความเสี่ยงและข้อจำกัดของ A.I.

การประยุกต์ใช้ A.I. ในทางธุรกิจ

A.I. ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตประจำวัน และเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถตอบโจทย์ทุกความต้องการของการทำงานในยุคปัจจุบันมากขึ้นจึงทำให้เทคโนโลยีนี้ได้รับ

ความสนใจจากบรรดานักธุรกิจเป็นอย่างมาก เพราะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจได้ ด้วยความที่ระบบ A.I. ค่อนข้างมีการแสดงผลลัพธ์ทุกอย่างคล้ายกับมนุษย์จึงกลายเป็นเครื่องมือหลักที่เริ่มเข้ามาทำงานทดแทนมนุษย์หรือช่วยเหลือมนุษย์ได้หลายส่วนมากขึ้น อีกทั้งยังพบได้ว่า A.I. กับการนำมาใช้ในด้านอุตสาหกรรมมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกแวดวงธุรกิจและอุตสาหกรรม การนำ A.I. เข้ามาช่วยเหลือด้านการทำงานเพื่อธุรกิจอย่างเต็มรูปแบบโดยตรงช่วยให้การดำเนินธุรกิจรูปแบบต่าง ๆ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้สูงสุด อีกทั้งสามารถวางแผนคาดการณ์เกี่ยวกับแผนดำเนินงานได้แม่นยำ และที่สำคัญคือการประยุกต์ใช้ A.I. ในธุรกิจจะช่วยในด้านค่าใช้จ่าย และงบประมาณได้แม่นยำเหมาะสม พร้อมทั้งแก้ไขปัญหาด้านต้นทุนช่วยให้ใช้ทุนประกอบธุรกิจแต่ละแผนน้อยลง นอกจากนี้ยังช่วยสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ให้อีกด้วย ซึ่งการนำ A.I. มาใช้ในธุรกิจจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับลูกค้า สามารถสร้างโอกาสที่หลากหลายรวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมากมาย และมีความสำคัญในหลายด้าน เช่น

1. ด้านการตลาด (Marketing)

ในยุคของข้อมูล (Data) ที่ยังไม่ได้รับการจัดการ จัดรูปแบบ หรือผ่านกระบวนการจัดการข้อมูล ซึ่งข้อมูลเหล่านี้คือ ข้อมูลดิบ ธุรกิจหลาย ๆ องค์กรเริ่มใช้ A.I. มาช่วยในด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตลาดไม่ว่าจะเป็นข้อมูลกลุ่มลูกค้า การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือจะเป็นการจัดเรียงข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า เพื่อนำไปวางแผนสรุปผลลัพธ์การดำเนินงานของธุรกิจช่วงนั้นได้ตรงตาม

จุดประสงค์มากที่สุด การนำ A.I. มาใช้วิเคราะห์ข้อมูลในปัจจุบันค่อนข้างหลากหลายโดย A.I. ถูกนำมาใช้ในการตอบคำถามของผู้บริโภค หรือแม้แต่การคาดการณ์ต่าง ๆ เช่น ผู้บริโภคกลุ่มใดจะซื้อสินค้าประเภทใด การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์จะกระทบต่อยอดขายหรือไม่ เข้ามาช่วยวิเคราะห์คาดการณ์แนวโน้มและทิศทางล่วงหน้าได้ (ชญาณัฐ จาตุรจินดา, 2564) และในปัจจุบันได้มีการนำ A.I. มาใช้กับกลยุทธ์ทางการตลาดมากขึ้นจะเห็นได้จากการใช้ A.I. for Marketing Mix ทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

1.1 A.I. for Product สามารถสร้างเป็นตัวสินค้าเองบน Software เช่น ผู้ช่วยแก้ไขรายการหรือสร้างประโยชน์โฆษณาสินค้า ผู้ช่วยค้นหาข้อมูล (ผ่านรูป) ระบบแนะนำการเลือกสิ่งต่าง ๆ เช่น เพลงหรือหนัง ผู้ช่วยกรองข้อมูล วิเคราะห์ แสดงทำนาย ข้อมูล ฯลฯ A.I. ที่เป็นสินค้าเองฝังอยู่ใน Hardware เช่น Smart speaker, Self-Driving Car, หุ่นยนต์ดูดฝุ่น ฯลฯ A.I. ที่เป็นผู้ช่วยนักการตลาดในการออกแบบสินค้าหรือบริการผ่านการใช้ข้อมูล เพื่อสร้างสินค้าหรือบริการที่เหมาะสมหรือตอบโจทย์ให้กับลูกค้าได้ รวมถึงแนะนำการ Upsell-Bundle

1.2 A.I. for Price ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยปรับราคาหรือทำนายราคา ส่วนลด ที่เหมาะสมกับตามข้อมูลต่าง ๆ เช่น ความต้องการ เวลา สถานที่ ต้นทุน คู่แข่ง

1.3 A.I. for Channel (Place) ที่ช่วยลูกค้าในการใช้บริการหรือเลือกสินค้า ผ่านระบบต่าง ๆ เช่น Smart Mirror หรือ Kiosk A.I. ที่ช่วยแนะนำหรือทำนายข้อมูลให้กับพนักงานว่าลูกค้าคนนี้มีแนวโน้มจะสนใจสินค้าอะไรเพื่อการแนะนำหรือดูแลอย่างถูกต้อง หรือแม้กระทั่งการบอกว่า

สินค้าตัวไหนน่าจะขายเพิ่มให้กับลูกค้าคนนี้ A.I. ช่วยในการเรียนรู้พฤติกรรมลูกค้าต่าง ๆ และแนะนำการสต็อกของ เตรียมของ หรือเตรียมคนทำงานเพื่อตอบโต้ความต้องการลูกค้าในแต่ละช่วงเวลา A.I. ที่ช่วยนับจำนวนคนเข้าออกหน้าร้าน หรือเก็บข้อมูลต่าง ๆ เช่น อารมณ์ ความพึงพอใจ A.I. ช่วยแนะนำว่าไปซื้อได้ที่ไหนให้กับลูกค้าอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

1.4 A.I. for Promotion ที่ช่วยเขียนเนื้อหาหรือโฆษณา เลือกหรือปรับเนื้อหาภาพ วิดีโอ เว็บไซต์หรือโฆษณา A.I. ผ่านระบบอัตโนมัติที่ช่วยในการนำเอาเนื้อหา โฆษณา โปรโมชัน ไปยังสื่อที่เหมาะสมตามข้อมูลของลูกค้า เช่น สถานที่ เวลา ช่องทาง ความสนใจ พฤติกรรมรวมถึงปรับตัวและปรับเลือกเนื้อหาหรือโฆษณาให้ต้นทุนต่ำที่สุดและได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุดตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่สุด (ณัฐพล ม่วงท่า, 2563) ผู้บริโภคส่วนใหญ่มองว่า A.I. เป็นการโฆษณาสินค้าและช่วยในการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ เรื่องการให้ข้อมูลสินค้าและการตอบสนองที่รวดเร็วในการตอบข้อสงสัยของผู้บริโภค (พุทธิพร กุลสวัสดิ์, 2562) แปรนด์ที่มีการนำ A.I. มาใช้ในด้านการตลาดที่เห็นชัดที่สุดตอนนี้มักจะเป็นแบรนด์เสื้อผ้า หรือแบรนด์สินค้าที่ต้องการเก็บข้อมูลกลุ่มลูกค้าผ่านทางโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้ A.I. ยังช่วยให้ การทำ Personalized Marketing การตลาดที่ ออกแบบเฉพาะบุคคล จากประสบการณ์ของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย เช่น การใช้ A.I. ในการทำ Personalized Marketing จะเห็นได้จาก Starbucks โดย Starbucks นั้นเริ่มใช้ A.I. เพื่อเสนอส่วนลดให้กับสมาชิกผ่าน E-mail โดยสินค้าที่มีส่วนลดจะเป็นเมนูที่ใกล้เคียงกับเมนูที่ลูกค้าสั่งประจำ แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มความชอบ

ของลูกค้า ซึ่งการส่งส่วนลดในเมนูที่ลูกค้าชอบจะช่วยให้เพิ่มโอกาสให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าที่ Starbucks ซ้ำ (ธนาคารกรุงไทย, 2566)

2. ด้านการบริหารจัดการ (Management)

A.I. ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ทำให้กลายเป็นเทคโนโลยีที่ถูกนำมาใช้งานมากขึ้นทั้งในชีวิตประจำวัน และแวดวงธุรกิจ อุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมถึงธุรกิจ SMEs ที่นำ A.I. มาใช้ประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพ และผลผลิตในการทำงาน A.I. เป็นเทคโนโลยีที่สามารถทำงานในปริมาณมากได้อย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกันยังช่วยลดงานที่ต้องทำแบบเดิมซ้ำ ๆ ออกไป เพื่อให้พนักงานมีเวลาไปทำงานที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น นับเป็นการช่วยให้ธุรกิจประหยัดค่าใช้จ่าย และทำให้สามารถสร้างประสิทธิภาพสูงสุดจากทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่ได้มากขึ้นกว่าเดิม รวมทั้งจะช่วยลดความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในการทำงาน ตอบโจทย์การทำธุรกิจในยุคดิจิทัลที่ต้องการความรวดเร็ว และตอบโต้ความต้องการของผู้บริโภคอีกด้วย เพิ่มการขยายโอกาสทางธุรกิจ สร้างช่องทางใหม่ ๆ ได้อย่างลงตัว การนำ A.I. มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของธุรกิจ จะทำให้ผู้บริหารสามารถมองเห็นโอกาสต่อยอดทางธุรกิจใหม่ได้อีกมากมาย เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลแพลตฟอร์มร้านค้าออนไลน์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแพลตฟอร์มใหม่ ๆ ที่มีบริการที่หลากหลายมากขึ้น เป็นต้น การบริหารจัดการพัฒนาการให้บริการที่ดีให้กับลูกค้า การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับการทำธุรกิจ หากธุรกิจสามารถรับรู้ความต้องการของลูกค้าได้ว่าลูกค้าต้องการอะไร คู่แข่งเป็นอย่างไร และสามารถนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้อย่างครบถ้วน ก็จะช่วยทำให้ได้รับการยอมรับ และมีการขยายธุรกิจให้เติบโตได้ตาม

ต้องการ คุณสมบัติสำคัญประการหนึ่งของ A.I. ก็คือสามารถนำเข้าและประมวลผลข้อมูลจำนวนมากได้แบบเรียลไทม์ ทำให้ธุรกิจสามารถติดตามความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้อย่างทันท่วงทีเช่นกัน รวมถึงสามารถปัญหาที่เกิดขึ้นในเบื้องต้นได้อีกด้วย อีกทั้งการสำรวจพฤติกรรมลูกค้าผ่านระบบ Facial Recognition ซึ่งเป็นหนึ่งในประโยชน์ของ A.I. โดยระบบดังกล่าวมีความสามารถในการด้าน Computer Vision ซึ่งสามารถจดจำใบหน้าของมนุษย์หรือจำแนกและสำรวจตำแหน่งของสิ่งของภายในพื้นที่ได้ โดยการนำ Facial Recognition มาปรับใช้ในธุรกิจช่วยให้การสำรวจพฤติกรรมของลูกค้าแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น จะเห็นได้จากกรณีศึกษาของ Walmart ที่เปลี่ยนร้านค้าธรรมดาให้เป็นร้านค้าแห่งอนาคตด้วย A.I. Walmart การนำ A.I. เข้ามาใช้ในการจัดการร้านค้าโดยเฉพาะระบบ Facial Recognition ซึ่งระบบดังกล่าวทำงานโดยการจดจำใบหน้าลูกค้าจากนั้นจึงติดตามพฤติกรรมของลูกค้าภายในร้าน เช่น เมื่อลูกค้าหยิบขนมปังออกจากชั้นวางจนหมด ระบบจะแจ้งเตือนพนักงานให้มาเติมขนมปังบนชั้นวางซึ่งช่วยลดการเสียโอกาสในการขายสินค้าในกรณีที่สินค้าหมดการใช้งาน Robotics หรือหุ่นยนต์ในธุรกิจนั้นมีมานานแล้วซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในภาคการผลิตเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันการใช้งานหุ่นยนต์มีการพัฒนามากยิ่งขึ้นผ่านการป้อนคำสั่งการทำให้คอมพิวเตอร์สามารถเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ และพัฒนาการทำงานให้ดีขึ้นได้ด้วยตัวเองจากข้อมูลและสภาพแวดล้อมที่ได้รับจากการเรียนรู้ของระบบ หรือเรียกว่า Machine Learning โดยเฉพาะในด้านขนส่งสินค้า (Delivery Robot) ซึ่งมีหลายแบรนด์เริ่มต้นใช้งานจริงแล้วอย่าง JD.Com โดยในกรณีของ JD.Com สิ่งที่น่าสนใจคือเป็นธุรกิจ E-Commerce เจ้าใหญ่

ในประเทศจีน ซึ่งการขนส่งสินค้าบางครั้งเป็นไปด้วยความยากลำบากเนื่องจากภูมิประเทศที่ไม่อำนวยให้ต้องใช้ระยะเวลาในการขนส่งที่นานขึ้น ดังนั้นการใช้โดรนขนส่งสินค้าจึงเป็นทางออกของปัญหาดังกล่าว ซึ่งช่วยลดระยะเวลาจากเดิม 2 ชั่วโมงให้เหลือเพียงแค่ 20 นาที เท่านั้น หรือการใช้ A.I. ช่วยจัดการปัญหาลังสินค้าในบางธุรกิจที่มีสินค้าในคลังจำนวนมากด้วยระบบการวิเคราะห์ข้อมูลคลังสินค้า เช่น H&M ได้นำ A.I. มาแก้ปัญหาดังกล่าว ซึ่งมีมูลค่าความเสียหายมากกว่า 4,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐหรือประมาณ 1 หมื่น 2 พันล้านบาท H&M ประสบปัญหาด้านคลังสินค้าเนื่องจากมีสินค้าที่ขายไม่ออกจนทำให้ต้องนำสินค้ามาลดราคาเพื่อระบายสินค้าออก ซึ่งจากการใช้ A.I. วิเคราะห์จึงพบว่าสาเหตุหนึ่งที่ทำให้สินค้าขายไม่ออกคือกลยุทธ์ในการวางสินค้าที่คล้ายคลึงกัน 4,288 สาขาทั่วโลก หลังจากทราบปัญหาดังกล่าว H&M จึงใช้ระบบ A.I. ในการทำ Localization ผ่านการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าในแต่ละสาขาเพื่อจัดวางสินค้าให้ตรงตามความต้องการลูกค้า A.I. กับการพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ลูกค้า (PEAK Account, 2024)

3. ด้านการเงิน (Financial)

เทคโนโลยี A.I. มีความสำคัญต่อด้านระบบการเงินสูงมาก เพื่อป้องกันความผิดพลาดในข้อมูลเกี่ยวกับตัวเลขและการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเงิน A.I. เข้ามาช่วยควบคุมเรื่องงบประมาณด้านต่าง ๆ ให้กับธุรกิจส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ซึ่งข้อดีของ A.I. ในด้านการเงินจะเป็นเรื่องการรายงานผลลัพธ์ทางบัญชีได้แบบเรียลไทม์ ตัวอย่างธุรกิจที่มีการนำ A.I. มาใช้มักจะเป็นธนาคารใหญ่ต่าง ๆ หรือบริษัท แรงงานหุ่นยนต์ดิจิทัล RPA ที่เป็นผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีให้กับผู้ว่าจ้าง

ก็ต้องใช้ A.I. เข้ามาช่วยจัดการเรื่องข้อมูลจำนวนมากให้มีผลลัพธ์ที่แม่นยำแบบ 100 % ในขณะเดียวกัน เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) หรือเรียกอีกอย่างว่าเทคโนโลยีการจัดเก็บข้อมูล (Data Structure) ที่เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายผ่านการเข้ารหัสทางคอมพิวเตอร์ และเป็นกระบวนการจัดการบัญชีแยกประเภทดิจิทัลที่มีการกระจายอำนาจและปลอดภัย ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในธุรกิจด้านการเงินโดยมีศักยภาพที่จะเปลี่ยนแปลงระบบการเงินแบบดั้งเดิม ให้มีความโปร่งใส มีประสิทธิภาพและปลอดภัยยิ่งขึ้น (อุดมศักดิ์ รักวงษ์วาน, 2566) ตัวอย่างการใช้ Blockchain กับ A.I. ได้แก่ CertiK ให้บริการเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ A.I. ร่วมกับการยืนยันตัวตนเพื่อรักษาความปลอดภัยให้กับแอปพลิเคชันที่เกี่ยวกับบล็อกเชน Smart contract และ Web3 โดยการนำ A.I. มาใช้ร่วมกับบล็อกเชนของ CertiK ทำให้สามารถระบุความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ตรวจสอบข้อมูลเชิงลึก และวิเคราะห์ว่าเงินลงทุนในคริปโตกำลังไปที่ใด นอกจากนี้บริษัทยังให้บริการ SkyTrace กระเป๋าเงินดิจิทัลที่ผู้ใช้สามารถจัดเก็บและให้ข้อมูลความปลอดภัยในสกุลเงินดิจิทัล Bext 360 นำ A.I. และบล็อกเชนมาใช้เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ในอุตสาหกรรมกาแฟ ไม้ อาหารทะเล และแร่ธาตุ โดย A.I. ของบริษัททำหน้าที่วิเคราะห์พืชผลและคาดการณ์รูปแบบการเติบโต ในขณะที่บล็อกเชนช่วยให้มั่นใจได้ว่าการบันทึกห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่เมล็ดพันธุ์ไปจนถึงผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และ NetObjex เป็นแพลตฟอร์มโครงสร้างพื้นฐานของเมืองอัจฉริยะที่ใช้ A.I. บล็อกเชน และ IoT (Internet of Things) เพื่อขับเคลื่อนทุกอย่างตั้งแต่อุปกรณ์ที่เชื่อมต่อไป

จนถึงผลิตภัณฑ์บนคลาวด์ การรวมกันของเทคโนโลยีเหล่านี้มีประโยชน์ตั้งแต่ติดตามการขนส่ง การตรวจจับความผิดพลาดแบบเรียลไทม์ และการตรวจสอบข้อมูลและอุปกรณ์ การนำ A.I. มาใช้ร่วมกับบล็อกเชนสามารถให้ผลประโยชน์ในด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์เนื่องจากข้อมูลบนบล็อกเชนไม่สามารถถูกแก้ไขย้อนหลังได้และมีความโปร่งใสสูง ทำให้ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์โดย A.I. มีความน่าเชื่อถือขึ้นไปอีก (Nicholas Renotte, 2024)

4. ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)

การใช้ระบบ A.I. ในด้านการจัดสรรทรัพยากรมนุษย์หรือระบบบุคลากรของบริษัทนั้นสามารถช่วยให้ประหยัดงบประมาณค่าคัดสรรบุคลากรได้เป็นอย่างมาก และยังช่วยวิเคราะห์ข้อมูลของผู้สมัครงานให้ตรงกับตำแหน่งหน้าที่ที่มีภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมการคำนวณความเหมาะสมของฐานเงินเดือนต่อประสบการณ์บุคลากรอีกด้วย อีกทั้ง A.I. มีบทบาทสำคัญในการช่วยในการบริหารงานบุคคล ช่วยให้สามารถเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของพนักงานได้ดียิ่งขึ้น และช่วยให้สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับพนักงาน ส่งผลให้การบริหารงานบุคคลสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การนำ A.I. เข้ามาใช้ไม่เพียงแต่เป็นการนำเข้าเทคโนโลยีใหม่แต่ยังเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของพนักงานในยุคที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ภาคธุรกิจได้รับประโยชน์จากการนำเอา A.I. มาปรับใช้ในธุรกิจอย่างแพร่หลายไม่ว่าจะเป็นการบริหารจัดการสินค้า บริการลูกค้า การตลาดและอื่น ๆ อย่างไรก็ตามสองประโยชน์ที่ธุรกิจจะได้รับจากการใช้งาน A.I. ก็คือ

4.1 ช่วยเพิ่ม Productivity ในการทำงาน อย่างที่ทราบกันดีว่ามนุษย์ก็มีข้อจำกัดการทำงาน ในหลาย ๆ เรื่องทั้งในเรื่องของความเร็วและความ แม่นยำ หรือข้อจำกัดต่าง ๆ ในการทำงานที่อาจทำ ให้เกิดความสูญเสียตามมาได้ ซึ่งการใช้เครื่องจักร ใช้ คอมพิวเตอร์ ทำงานแทนได้นั้น ทำให้ Productivity ดีขึ้น

4.2 ช่วยในการประหยัดต้นทุน ในการทำ ธุรกิจนั้นจะต้องมีการใช้จ่ายในส่วนของการจ้าง แรงงานที่เพิ่มขึ้นทุกปี ส่วนหนึ่งมาจากปัญหาเงิน เพื่อที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันราคาของเครื่องจักร และคอมพิวเตอร์กลับมีแนวโน้มราคาลดลงสวน ทางค่าแรง ปัจจุบันประเทศไทยเริ่มนำ A.I. เข้ามา ใช้กับธุรกิจในระยะเริ่มต้นเท่านั้นและในระยะยาว ยังจะมีการพัฒนาอีกมาก การประหยัดต้นทุนจะ เป็นปัจจัยหนึ่งในการเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขันในอนาคต ปัจจุบันบริษัทหลายแห่งทั่วโลก ได้นำ A.I. เข้ามาใช้ในกระบวนการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ใน 6 ขั้นตอน ตั้งแต่ 1. การรับ สมัครพนักงานและคัดกรองผู้สมัคร 2. การวางแผน เกี่ยวกับอัตราค่าจ้าง 3. การสัมภาษณ์ 4. การ จัดการสวัสดิการ การจัดการเรียนรู้ การจัดทำ เงินเดือน 5. การประเมินผลการปฏิบัติงาน 6. การ ปรับผลตอบแทนและการเลื่อนตำแหน่งไปจนถึง การประมวลผลความผูกพันองค์กร และระบบ แรงงานสัมพันธ์ (ชญาณัฐ จาตุรจินดา, 2564) หาก พูดยถึงองค์กรธุรกิจที่นำ A.I. มาใช้ด้านการบริหาร ทรัพยากรบุคคลหรือการทำงานของแผนก HR ที่ ชัดเจนและน่าสนใจคือบริษัท เป๊ปซี่โค จำกัด (มหาชน) ที่ได้มีการใช้งานหุ่นยนต์ในการสัมภาษณ์ ติดต่อทางโทรศัพท์ไปยังผู้สมัครงานหน้าที่ฝ่ายการ ขาย เป็น A.I. ที่มีชื่อว่า Vera

5. ด้านการวิจัยและพัฒนาสินค้า (Research and Development)

การเลือกนำ A.I. เข้ามาใช้ด้านการวิจัย และพัฒนาสินค้าในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพใน การวิเคราะห์ผลลัพธ์ การช่วยคัดกรองข้อมูลที่จำ เป็นมาใช้งานเท่านั้น รวมถึงการดำเนินงาน ช่วยเหลือข้อมูลการวิจัยทุกหัวข้อที่ต้องการได้อย่าง แม่นยำพร้อมเลือกใช้ข้อมูลได้อย่างเป็นประโยชน์ สูงสุด ซึ่งจะเห็นได้จากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมใหญ่ ๆ เช่น อุตสาหกรรมการผลิตยา รักษาโรค อุตสาหกรรมเกี่ยวกับสุขภาพ และ การแพทย์ อุตสาหกรรมด้านยานยนต์ รวมถึง อุตสาหกรรมที่ต้องมีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา จะเลือกใช้งาน A.I. ประเภท เทคโนโลยี Machine Learning เข้ามาช่วยเป็น หลัก อีกทั้งการวิจัยและพัฒนาสินค้าเป็นหนึ่งใน หัวใจสำคัญที่ทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน โดย A.I. เข้ามามีบทบาทสำคัญในการวิเคราะห์ข้อมูลจาก งานวิจัยเพื่อนำไปพัฒนาให้แม่นยำมากยิ่งขึ้น โดย หนึ่งในตัวอย่างการพัฒนาสินค้าด้วย A.I. ที่น่าสนใจมาจากแบรนด์ระดับโลกอย่าง Coca Cola ที่ใช้ A.I. เข้ามาช่วยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก ของลูกค้า และนำข้อมูลมาพัฒนาต่อยอดเป็น สินค้าโดยหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจาก A.I. คือ Cherry Sprite ซึ่งข้อมูลในการผลิตสินค้าได้มา จากการวิเคราะห์พฤติกรรมของวัยรุ่นในการกดน้ำ ต้ม ซึ่งลูกค้ามักจะผสมรสชาติน้ำดื่มเอง โดย A.I. ได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์และคาดการณ์ ส่วนผสมจนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ Cherry Sprite (ธนาคารกสิกรไทย, 2564)

การเตรียมความพร้อมของภาคธุรกิจ

ในยุคที่เทคโนโลยีก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว การปรับตัวเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพถือเป็นความท้าทายสำคัญสำหรับองค์กรธุรกิจ โดยเฉพาะเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (A.I.) ที่มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย ซึ่งสามารถเลือกนำมาใช้ให้สอดคล้องกับโมเดลธุรกิจและแนวทางการบริหารงานของผู้บริหารแต่ละองค์กร อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะนำ A.I. มาใช้งาน องค์กรจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมในหลายด้าน เพื่อให้สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและยั่งยืน ดังนั้น การเตรียมความพร้อมขององค์กรในแต่ละด้านมีรายละเอียดหรือประเด็นที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. การประเมินความพร้อมขององค์กร ประเมินความพร้อมขององค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี ข้อมูล บุคลากร และงบประมาณ เพื่อพิจารณาเลือกเทคโนโลยี A.I. ที่เหมาะสมกับความต้องการและงบประมาณขององค์กร ความพร้อมของพนักงานเป็นปัจจัยหลักของความสำเร็จในการขับเคลื่อนองค์กร การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการนำ A.I. มาใช้กับธุรกิจจำเป็นที่จะต้องมีการสร้างความเข้าใจให้กับพนักงานตั้งแต่เริ่มต้น ไม่ว่าจะเป็นการปลูกฝังแนวคิดเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงาน ไปจนถึงการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการใช้งาน เพราะเมื่อมีการนำโซลูชัน A.I. เข้ามาปรับใช้แล้ว ก็จำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงระบบการทำงานในด้านต่าง ๆ ซึ่งการสร้างความพร้อมให้แก่พนักงานตั้งแต่เริ่มต้น จะช่วยให้พนักงานสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว

2. ทำความรู้จักและเลือกระบบ A.I. ให้เหมาะสมกับธุรกิจ การเลือกระบบ A.I. ให้เหมาะสมกับประเภทของการทำงานในธุรกิจ ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะเป็นการช่วยให้การลงทุนมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าต่อการใช้งาน เพราะฉะนั้นบริษัทที่กำลังมองหาโซลูชัน A.I. เพื่อนำมาปรับใช้ภายในองค์กร จำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงข้อมูลและทำความรู้จักกับผลิตภัณฑ์ในแต่ละประเภทให้ดี เพื่อได้เทคโนโลยีที่ตอบโจทย์ต่อการทำงานมากที่สุด โดยในปัจจุบันผู้ให้บริการ A.I. มักจะมีระบบให้ผู้สนใจสามารถทดลองใช้ได้เพื่อให้เห็นภาพการใช้งานจริงได้มากที่สุด เปิดโอกาสให้ธุรกิจได้เลือกระบบ A.I. ที่ตอบโจทย์กับธุรกิจได้มากที่สุด ซึ่งการเลือก A.I. ให้เหมาะสมกับธุรกิจนั้น จะช่วยให้สามารถพัฒนาระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

3. บริษัทผู้ให้บริการด้าน A.I. การหาผู้ให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือเพื่อให้เข้ามาวางระบบภายในองค์กร การเลือกผู้ให้บริการด้านโซลูชัน A.I. ที่มีความเชี่ยวชาญ และน่าเชื่อถือ ซึ่งในปัจจุบันมีบริษัทผู้ให้บริการด้าน A.I. ในประเทศไทยเพิ่มขึ้น การเลือกผู้ให้บริการที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งสำคัญ องค์กรควรศึกษาข้อมูลและผลงานของผู้ให้บริการอย่างรอบด้าน โดยอาจพิจารณาจากประเด็นต่อไปนี้ ประสิทธิภาพและความเชี่ยวชาญ ผลงานที่ผ่านมา ชื่อเสียงและรีวิว การให้คำปรึกษาและการสนับสนุน ก่อนทำการว่าจ้าง องค์กรควรพูดคุยกับผู้ให้บริการอย่างละเอียด เพื่อทำความเข้าใจถึงความต้องการและเป้าหมายของธุรกิจ รวมถึงข้อตกลงในการให้บริการ เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการขององค์กรได้

4. โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี เพื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยี A.I. ถือเป็นขั้นตอนสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้านหลัก ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานด้านฮาร์ดแวร์ โครงสร้างพื้นฐานด้านซอฟต์แวร์ และโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูล ข้อมูลเป็นหัวใจสำคัญของ A.I. องค์กรควรมีข้อมูลที่มีคุณภาพสูง ครบถ้วน ถูกต้อง และเป็นปัจจุบันเพื่อให้ A.I. สามารถเรียนรู้และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรควรมีระบบการจัดเก็บและจัดการข้อมูลที่ดี สามารถรองรับข้อมูลได้หลากหลายรูปแบบและมีระบบการรักษาความปลอดภัยข้อมูล และการเข้าถึงข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากองค์กรมีการใช้งาน A.I. ที่ต้องมีการเชื่อมต่อกับระบบคลาวด์ (Cloud Computing)

5. การบริหารจัดการความเปลี่ยนแปลง เตรียมความพร้อมในการบริหารจัดการความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นจากการนำ A.I. มาใช้ ประเมินผลกระทบและความพึงพอใจในการทำงาน สิ่งสำคัญที่จำเป็นคือการติดตามผลกระทบและความพึงพอใจในการทำงานของเทคโนโลยี A.I. ที่เลือกใช้งาน เพราะการติดตามปัญหา ผลกระทบ และความพึงพอใจ จะช่วยให้สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาการทำงานของระบบ A.I. ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแก้ไขระบบ การคอมเม้นต์งาน การใช้และเชื่อมต่อกับระบบ การสร้างโค้ด การดึงข้อมูลไปใช้งาน หรือแม้กระทั่งการตรวจสอบในส่วนต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจนำไปพัฒนาและปรับปรุงระบบให้ตอบโจทย์กับความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Business & Technology, 2022)

กล่าวคือการเลือกระบบ A.I. ให้เหมาะสมกับประเภทของการทำงานในธุรกิจ ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการช่วยให้การลงทุนมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าต่อการใช้งาน เพราะฉะนั้นธุรกิจที่กำลังมองหาโซลูชัน A.I. เพื่อนำมาปรับใช้ในธุรกิจจำเป็นต้องศึกษาถึงข้อมูลและทำความรู้จักให้ดี นอกจากนี้สิ่งสำคัญคือการติดตามผลกระทบและความพึงพอใจในการทำงานของปัญญาประดิษฐ์ A.I. ที่เลือกใช้งาน เพราะการติดตามปัญหา ผลกระทบ และความพึงพอใจ ทำให้สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาการทำงานของระบบ A.I. ให้มีประสิทธิภาพ และจากการศึกษาแนวคิดและการวิจัยของ ภวัต ธนสารแสนล้าน (2561), วิไล พึ่งผล และคณะฯ (2562) พบว่าธุรกิจจำเป็นต้องให้ความสำคัญและการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาธุรกิจให้เข้ากับ A.I. การเติบโตทางเศรษฐกิจของ A.I. ในประเทศไทยคาดว่าจะช่วยเพิ่ม GDP อย่างมาก

ข้อดีของการนำเทคโนโลยี A.I. มาใช้ในธุรกิจ

ในปัจจุบัน A.I. ได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญในธุรกิจโดยการเขียนโปรแกรมและพัฒนาให้มีความฉลาดที่สามารถคิด วิเคราะห์ วางแผน และตัดสินใจได้ หลายองค์กรได้นำเทคโนโลยี A.I. มาประยุกต์ใช้ในการทำงานทางธุรกิจหลากหลายหน้าที่ ไม่ว่าจะเป็นการตลาด การขาย การค้นคว้า และวิจัย (R&D) การผลิต การบริการลูกค้า การบัญชี การเงิน และอื่น ๆ เนื่องจากผู้บริหารส่วนใหญ่เริ่มเล็งเห็นประโยชน์ของการนำระบบ A.I. ที่จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม ประโยชน์ของ A.I. สำหรับธุรกิจที่เห็นชัดคือการเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตจาก

การทำงานเป็นเหตุผลหลักที่หลาย ๆ องค์กรนำเทคโนโลยี A.I. เข้ามาใช้ เนื่องจากสามารถทำงานในปริมาณมากได้อย่างรวดเร็วที่มนุษย์ไม่อาจสามารถเทียบได้ ในขณะเดียวกันเทคโนโลยี A.I. ยังช่วยลดงานที่ต้องทำแบบเดิมซ้ำ ๆ ออกไปทำให้พนักงานมีเวลาไปทำงานที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น สามารถทำให้องค์กรลดค่าใช้จ่ายที่ต้องนำคนมาทำงานแบบเดิม ๆ และสามารถทำให้องค์กรสร้างประสิทธิภาพสูงสุดจากทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่ได้ เมื่อนำระบบ A.I. และ Machine learning (การทำให้ระบบคอมพิวเตอร์สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง) มาใช้กับเทคโนโลยี RPA (Robotic Process Automation) การทำงานของทั้งสองระบบไม่เพียงจะทำให้ขั้นตอนการทำงานเร็วขึ้นและลดความผิดพลาด แต่ยังสามารถทำให้ระบบทำงานในหลากหลายหน้าที่ได้มากขึ้นอีกด้วย เทคโนโลยี A.I. เข้ามาช่วยทำให้ขั้นตอนในการทำงานสั้นลง จากการออกแบบสินค้า จนถึงการนำสินค้าออกสู่ตลาด ที่ทำได้อย่างรวดเร็วตอบโจทย์การทำธุรกิจในยุคดิจิทัลที่ต้องการความรวดเร็วและตอบโต้ผู้บริโภค ในบางเคส A.I. สามารถแก้ไขปัญหให้ได้ในเบื้องต้นอีกด้วย ตัวอย่างเช่น ในธุรกิจการผลิต เทคโนโลยี A.I. จะเก็บข้อมูลจากเครื่องจักรทุกตัวเพื่อที่จะประเมินว่าเครื่องจักรตัวไหนมีปัญหา รวมถึงคาดการณ์ระยะเวลาที่เครื่องจักรต้องได้รับซ่อมแซม เทคโนโลยี A.I. สามารถเข้ามาช่วยธุรกิจเติมเต็มในส่วนนี้ได้ ด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับแต่ละบุคคล (Personalization) ผู้บริหารสามารถนำ A.I. มาใช้กับการขยายโมเดลทางธุรกิจใหม่ ๆ ได้ เนื่องจากการนำข้อมูลที่มีอยู่ในองค์กรมาวิเคราะห์ทำให้ผู้บริหารมองเห็นโอกาสทางธุรกิจใหม่ได้อีกมากมาย อาทิเช่น บริษัทผลิตรถยนต์อัตโนมัติ

มีข้อมูลที่เก็บไว้มากมายซึ่งสามารถต่อยอดไปยังธุรกิจประกันได้ ในขณะที่บริษัทประกันสามารถนำ A.I. สำหรับธุรกิจมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดการกับระบบติดตามการขนส่งได้ (Business & Technology, 2021)

ความเสี่ยงและข้อจำกัดของ A.I. ในการนำมาใช้ในธุรกิจ

A.I. มีประโยชน์มากมายแต่ก็มีความเสี่ยงและข้อจำกัดหลายประการที่ต้องพิจารณา ความเสี่ยงด้านการพัฒนาและการใช้งาน A.I. แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี เทคโนโลยี A.I. มีความซับซ้อนและต้องการความเชี่ยวชาญในการพัฒนาและใช้งาน หากองค์กรไม่มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ อาจทำให้การนำ A.I. มาใช้เป็นไปอย่างยากลำบาก นอกจากนี้อาจเกิดความผิดพลาดของระบบ A.I. ที่อาจมีสาเหตุจาก การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี หรือการออกแบบหรือพัฒนาผิดพลาด อาจนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ไม่ถูกต้องสร้างความเสียหายหรือความเสี่ยงต่อผู้ใช้งาน 2) ค่าใช้จ่ายสูง การลงทุนในเทคโนโลยี A.I. การพัฒนาการฝึกอบรมบุคลากร และการดูแลรักษาอาจต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก 3) ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ การนำ A.I. มาใช้โดยไม่มีวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่ชัดเจน อาจทำให้การใช้งาน A.I. ไม่เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ และไม่บรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการการขาดทักษะและความรู้ บุคลากรในองค์กรอาจไม่มีทักษะ ความรู้ และความเข้าใจที่เพียงพอต่อการใช้งานระบบ A.I. ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผล นอกจากนี้ในการนำมาใช้จะเห็นได้ว่าในแง่ของเรื่องที่เกี่ยวข้องประเด็นคุณธรรมและจริยธรรมที่มีความ

ละเอียดอ่อนเกินกว่าที่จะนำ A.I. มาใช้ในการวิเคราะห์ ถึงแม้ว่า A.I. จะมีความสามารถวิเคราะห์ได้เหมือนมนุษย์ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นหลายด้าน เช่น ด้านความสามารถในการตีความ โดยเฉพาะระบบการเรียนรู้ของ A.I. มีความสามารถในการตีความทำให้มนุษย์ยากที่จะเข้าใจว่า A.I. ตัดสินใจอย่างไร สิ่งนี้นำไปสู่การขาดความไว้วางใจและความเข้าใจในกระบวนการทำงานของ A.I. ด้านการรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การปกป้องข้อมูลและการรักษาความเป็นส่วนตัวเป็นเรื่องที่ท้าทาย เนื่องจาก A.I. ต้องการข้อมูลจำนวนมากในการฝึกและพัฒนา A.I. อาจถูกใช้ในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ทำให้เกิดปัญหาด้านความเป็นส่วนตัวและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ด้านความรับผิดชอบและกฎหมาย การตัดสินใจที่ผิดพลาดของ A.I. อาจส่งผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้คน เช่น การตัดสินใจทางการแพทย์ที่ผิดพลาดหรืออุบัติเหตุจากรถยนต์ขับเคลื่อนอัตโนมัติ การกำหนดความรับผิดชอบทางกฎหมายในกรณีที่ A.I. ตัดสินใจผิดพลาดยังคงเป็นประเด็นที่ต้องการการวิจัยและพัฒนากฎหมายเพิ่มเติมในอนาคต และด้านผลกระทบต่อการทำงาน A.I. อาจทำให้งานบางประเภทถูกแทนที่ด้วยระบบอัตโนมัติ ส่งผลให้แรงงานบางส่วนต้องตกงานหรือเปลี่ยนแปลงทักษะ ในการปรับตัวของแรงงานและการฝึกทักษะใหม่ๆ เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกับ A.I. เป็นเรื่องที่ท้าทายและต้องใช้เวลา ดังนั้นการพิจารณาความเสี่ยงและข้อจำกัดเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาและนำ A.I. มาใช้ในธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืน (Erik Brynjolfsson & Andrew McAfee, 2017)

สรุป

A.I. เป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจและสร้างโอกาสใหม่ ๆ อย่างไรก็ตามเพื่อให้สามารถใช้ A.I. ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ธุรกิจต่าง ๆ ควรนำ A.I. มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจในการเพิ่มศักยภาพ เช่น ด้านการตลาด A.I. ช่วยวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคพัฒนา Personalized Marketing และปรับกลยุทธ์การขาย ด้านการบริหารจัดการ ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ลดงานที่ต้องทำซ้ำ เพิ่มความแม่นยำ และช่วยในการบริหารคลังสินค้า ด้านการเงิน ใช้ควบคุมงบประมาณ วิเคราะห์ความเสี่ยงด้านการเงิน และพัฒนาการทำธุรกรรมอัตโนมัติ ด้านทรัพยากรมนุษย์ใช้ A.I. ช่วยสรรหาบุคลากร จัดการสวัสดิการ และพัฒนาระบบประเมินผลพนักงาน ด้านวิจัยและพัฒนาใช้ในการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น การใช้ข้อมูลลูกค้ามาวิเคราะห์และปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ในด้านการเตรียมความพร้อมภาคธุรกิจต้องเตรียมความพร้อมทั้งในด้านบุคลากร การเลือกระบบ A.I. ที่เหมาะสมกับธุรกิจ หาผู้ให้บริการที่เชื่อถือได้ และติดตามผลลัพธ์ของ A.I. เพื่อนำไปปรับปรุง ข้อดีของ A.I. คือลดข้อผิดพลาด ลดต้นทุนด้านแรงงาน และสนับสนุนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก ความเสี่ยงและข้อจำกัดของ A.I. หลักค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสูง ความกังวลด้านจริยธรรมและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล ผลกระทบต่อแรงงาน เนื่องจากบางงานอาจถูกแทนที่ด้วย A.I.

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และ นวัตกรรม และกระทรวงดิจิทัลเพื่อ เศรษฐกิจและสังคม. (2565). แผนปฏิบัติการ ด้านปัญญาประดิษฐ์แห่งชาติเพื่อการ พัฒนาประเทศไทย (พ.ศ. ๒๕๖๕ – ๒๕๗๐). https://ai.in.th/wp-content/uploads/2022/12/20220726-AI.pdf?utm_source=chatgpt.com

กอบกฤตย์ วิริยะยุทธกร. (2566). *AI Thailand Forum 2024*. <https://www.aithailandforum.com/post/pressrelease>

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2559). ถอดรหัส แนวโน้มใหญ่ของโลกปี 2020: โอกาสและการปรับตัวของธุรกิจในอนาคต. *วารสาร วิทยาการจัดการ*, 3(1), 1-26.

ชญาณุช จาตุรจินดา. (2564). AI กับการบริหารงาน บุคคล. *วารสารสังคมศาสตร์*, 51(1), 31-50.

ชัย วุฒิวิวัฒน์ชัย. (2564, 5 เมษายน). *กลยุทธ์และ ทิศทางปัญญาประดิษฐ์ในประเทศไทย* [เอกสารนำเสนอ]. งานประชุมวิชาการ ประจำปี ครั้งที่ 16 (NAC2021). เรื่อง กลยุทธ์ และทิศทางการขับเคลื่อน ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

ณัฐพล ม่วงท่า. (2563). *Data-Driven Marketing การตลาดแบบตลาดใช้ดาต้า*. อมรินทร์ How to: กรุงเทพฯ.

ธนาคารกสิกรไทย. (2564). *5 ประโยชน์ของระบบ AI กับการประยุกต์ใช้ในธุรกิจ*. <https://katalyst.kasikornbank.com/t h/blog/Pages/5-benefits-of-ai-system-for-business.html>

ธนาคารกสิกรไทย. (2566). *จับตาเทคโนโลยี AI Chatbot ตัวช่วยธุรกิจรูปแบบใหม่*. <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/ AI-chatbot-FB-09-02-2023.aspx>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). *ก้าวสู่ยุค AI และ MACHINE LEARNING คิด-ทำแทน คน*. Bot Magazine.

นิเวศน์ ธรรมะ, วิชรพงษ์ ตันทรัพย์ชัย, รชต หวัง จันทร, ชัยทัต แซ่ตั้ง, ศราวุธ สิริขจรเดช สกุล, ดลนภา ธรรมวัฒน์ และพีรียา พิรพงศ์พิพัฒน์. (2024). *การจัดการ การตลาดในยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ หนังสือจุฬา.

พุทธิพร กุลสวัสดิ์. (2562). *การใช้ปัญญาประดิษฐ์ ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในธุรกิจขนาดใหญ่ที่มี ราคาสินค้าเป็นที่รู้จักและ ธุรกิจ SMEs กรณีศึกษา ราคาสินค้าเสื้อผ้า ยานีโคล์และเบลีคบายลิตา*. (สารนิพนธ์). วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล.

ภวัต ธนสารแสนล้าน. (2561). การพัฒนาศักยภาพ ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมใน จังหวัดปทุมธานี. *วารสารบัณฑิตศึกษา*, 8(2), 74-86.

- วิไล พิงผล, ดวงใจ จันทร์ตาแสง และประสพชัย พสุนนท์. (2562). การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารระบบคลังสินค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ยุคประเทศไทย 4.0 จังหวัดชลบุรี. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 9(2), 467-485.
- สุกมล มุ่งพัฒนสุนทร. (2563). มานุษยวิทยาดิจิทัลภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อกลาง. *Journal of MCU Social Science Review*, 9(1), 82-97.
- อมรรักษ์ สอนชุมพล. (2562). การจัดการองค์กรธุรกิจกับปัญญาประดิษฐ์เพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 10(3), 155-164.
- อุดมศักดิ์ รักวงษ์วาน. (2566). *AI กับ Blockchain เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21. สำนักข่าวอีไฟแนนซ์ไทย*. (ออนไลน์). จาก https://www.efinancethai.com/Fintech/FintechMain.aspx?release=y&name=ft_202309221652
- Business & Technology. (2021). *การนำ AI ไปใช้กับแต่ละหน้าที่งานของธุรกิจ*. <https://aigencorp.com/ai-in-business-functions/>
- Business & Technology. (2022). *สิ่งต้องเตรียมตัว ก่อนนำเทคโนโลยี AI เข้ามาใช้งานภายในองค์กร*. <https://aigencorp.com/how-to-adopt-ai-in-your-business/>
- Erik Brynjolfsson & Andrew McAfee. (2017). *THE BUSINESS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE*. Harvard Business School Publishing Corporation.
- Fabio Duarte. (2024). *AI Market Size Statistics (2025-2032)*. <https://explodingtopics.com/blog/ai-market-size-stats>.
- Fortune Business Insight. (2024). *Artificial Intelligence Market*. <https://www.fortunebusinessinsights.com/industry-reports/artificial-intelligence-market-100114>
- Matana Wiboonysake. (2024). *Machine Learning*. (Online). Retrieved Mar 15, 2024, from <https://www.aware.co.th/machine-learning>
- Nicholas Renotte. (2024). *Blockchain and artificial intelligence (AI)*. <https://www.ibm.com/topics/blockchain-ai>
- PEAK Account. (2024). *AI เครื่องมือช่วยธุรกิจในยุคดิจิทัล*. <https://peakaccount.com/blog/business/gen-biz/biz-ai-for-business>
- Song, X., Yang, S., Huang, Z., & Huang, T. (2019). The Application of Artificial Intelligence in Electronic

Commerce. *Journal of Physics:*
Conference Series, 1302(3), 032030