

'เอสซีจี-ปตท.'ทุ่มงบลงทุน เจาะลึกลูกค้า-ผุดธุรกิจใหม่

กรุงเทพธุรกิจ ● 'เอสซีจี'ลงทุนบึ๊กดาต้า
ปัญญาประดิษฐ์ ตอบสนองลูกค้า 24 ชม.
เลือกใช้ข้อมูลทำการตลาดแบบส่วนบุคคล
ลดใช้บุคลากร "ปตท."วางแผน 3 ชั้นใช้
บึ๊กดาต้าสร้างแพลตฟอร์มธุรกิจใหม่

ภาคธุรกิจให้ความสำคัญกับการลงทุน
ระบบเพื่อจัดการข้อมูลขนาดใหญ่หรือ
บึ๊กดาต้า ซึ่งจะมีส่วนสำคัญในการกำหนด
แผนธุรกิจในอนาคต โดยผู้ประกอบการ
รายใดที่สามารถใช้ประโยชน์จากบึ๊กดาต้า
มากที่สุดมีโอกาสที่จะชนะในเกมธุรกิจ

นายนิธิ ภัทรโชค รองประธานกลุ่ม
ซีเมนต์และผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง เอสซีจี
ซีเมนต์-ผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง เปิดเผยว่า
พฤติกรรมลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปทำให้
ธุรกิจต้องรู้จักลูกค้ามากขึ้น เพื่อทำนาย
ความต้องการลูกค้าได้และเข้าถึงลูกค้า
รวมถึงการเสนอขายส่วนบุคคลที่มี
ตัวอย่างแอปพลิเคชัน Home buddy
ที่ช่วยสร้างหรือซ่อมบ้านเป็นเรื่องง่าย ด้วย



นิธิ ภัทรโชค

การใช้บึ๊กดาต้า และปัญญาประดิษฐ์ (เอไอ)
วิเคราะห์ลูกค้า เพื่อนำเสนอแบบบ้าน รายการ
วัสดุ หรือ ค้นหาผู้รับเหมา

นอกจากนี้ลูกค้ายังต้องการค้นหา
ข้อมูลและทำธุรกรรมแบบ 24 ชั่วโมง ตลอด 7 วัน
ธุรกิจจึงต้องตอบสนองความต้องการลูกค้า
ได้ทันที เช่น ใช้ Chatbot ซึ่งตอบคำถาม
ลูกค้า 24 ชั่วโมง โดยนำข้อมูลคำถามที่
พบบ่อยมาสร้างฐานข้อมูลบริการลูกค้า

อ่านต่อหน้า 4

ต่อจากหน้า 1

เอสซีจี

โดยขนาดจะทำนายความต้องการลูกค้าได้
จนทำการตลาดแบบส่วนบุคคลได้ ทำให้
ธุรกิจใช้บุคลากรลดลง แต่ยอดขายเพิ่ม
สูงขึ้น หรือใช้อีคอมเมิร์ซร้านค้าวัสดุ
ก่อสร้างออนไลน์เพื่อซื้อสินค้าได้ 24 ชม.

วางระบบป้องกันความเสี่ยงข้อมูล

"เอสซีจีมีการป้องกันความเสี่ยง
เกี่ยวกับการใช้ข้อมูล จึงกำหนดให้มี
นโยบายการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ
และแผนความปลอดภัยทางไซเบอร์
เพื่อให้การดำเนินงานมีความปลอดภัย"

สำหรับปัจจัยที่จะช่วยผลักดันให้
การใช้บึ๊กดาต้า และปัญญาประดิษฐ์
ประสบความสำเร็จจะต้องมีโจทย์ที่ชัดเจน
สอดคล้องกับกลยุทธ์ธุรกิจ และเข้าใจว่า
จะนำข้อมูลไปใช้อย่างไรให้เกิดประโยชน์
สูงสุดต่อองค์กร จำเป็นต้องมี Used
Case หรือโจทย์ของธุรกิจที่เป็นปัญหา
เพื่อให้ตอบโจทย์ธุรกิจแท้จริง รวมทั้ง

ต้องมีข้อมูลที่มีคุณภาพ เพื่อให้การวิเคราะห์
แม่นยำจึงต้องมีทีมงานที่มีประสบการณ์

นายนิธิ กล่าวว่ ล่าสุดเอสซีจีตั้ง
หน่วยวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ความ
ต้องการที่แท้จริงของลูกค้ากลุ่มต่างๆ และ
บริหารจัดการข้อมูล เพื่อให้เกิดการคิดวิธี
การแก้ไขปัญหาที่แก้ตรงจุด ตอบโจทย์
ลูกค้าและสร้างความสามารถทางการแข่งขัน
ในตลาด และเอสซีจีให้ความสำคัญกับการ
พัฒนาให้พนักงานมีทักษะ พร้อมปรับตัวให้
ทันต่อการเปลี่ยนแปลงภายใต้การพัฒนา
ของดิจิทัลเทคโนโลยี

ทั้งนี้ บึ๊กดาต้า ยังช่วยปรับปรุง
ประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กรเพื่อ
ให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุดในการ
ทำธุรกิจ เช่น ระบบโลจิสติกส์ของเอสซีจี
ซึ่งต้องวางแผนและวิเคราะห์กระบวนการ

ขนส่งในขั้นตอนต่างๆ เช่น จำนวนคำสั่งซื้อ
สถานที่จัดส่ง เวลาการจัดส่งเส้นทางการจัดส่ง
เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการจัดส่ง
แต่ละครั้ง

ปตท. ใช้ข้อมูลสร้างธุรกิจใหม่

ด้านบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เริ่ม
โครงการ Smart Analytics with Big
Data ตั้งแต่เดือน ส.ค. 2558 โดยร่วมมือกับ
บริษัท เทราดาต้า (ประเทศไทย) จำกัด วาง
ระบบบึ๊กดาต้า ซึ่งจะใช้ในธุรกิจน้ำมันเป็น
หลัก โดยระยะเริ่มต้นใช้งบ 120 ล้านบาท
โดยมีแผน 3 ระยะ 5 ปี (2558-2562) คือ
1.ปี 2558-2559 วางระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่
รวบรวมข้อมูลผ่านพีพีทีบี การ์ด หรือระบบ
ข้อมูลซื้อขายผ่านบัญชีของลูกค้า ปตท.

2.ปี 2560 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกได้
ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคเบื้องต้นมาแล้ว
3.ปี 2561 ใช้ประโยชน์จากบึ๊กดาต้า จะนำ
เทคโนโลยีอัตโนมัติมาใช้ในคลังน้ำมันและ
คลังเก็บสินค้า เพื่อลดความผิดพลาด ทำให้
หมุนเวียนสินค้าคงคลังดีขึ้น ลดต้นทุน
การสต็อกสินค้า และการจัดระบบโลจิสติกส์
ในการขนส่ง

3.ปี 2562 จะใช้บึ๊กดาต้าเต็มรูปแบบ
เพื่อสร้างธุรกิจใหม่บนระบบปฏิบัติการ
หรือ แพลตฟอร์มใหม่ และคาดว่า ปตท.
จะเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนองค์กรด้วยพลัง
ของข้อมูลที่จะทำให้รักษาส่วนแบ่งการตลาด
อันดับ 1 ได้