

# ข้อมูลที่ไม่มีคุณภาพกับภาระค่าใช้จ่ายขององค์กร



ข้อมูลที่ไม่มีคุณภาพเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

นุทานิคค์นำเสนอหกขั้นตอนสำคัญที่จะช่วยให้ซีไอโอเพิ่มมูลค่าให้แก่ข้อมูลของตน

ในยุคที่เศรษฐกิจถูกผลักดัน และเติบโตด้วยการขับเคลื่อนของดิจิทัล ข้อมูลกลายเป็นสินทรัพย์ที่มีมูลค่ามากที่สุดขององค์กร การประกอบธุรกิจและกระบวนการทำงานต่างๆ ล้วนพึ่งพา และอาศัยข้อมูลในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งสิ้น

ผลการศึกษาของ Digital Realty ระบุว่าข้อมูลสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับกลุ่มประเทศ G7 หรือกลุ่มประเทศที่มีเศรษฐกิจร่ำรวยที่สุดในโลก 7 ประเทศได้มากกว่า 1.7 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งเทียบเท่ากับประเทศที่มีระดับเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 10 ของโลก นำหน้าประเทศเกาหลีใต้ รัสเซีย และแคนาดาเลยทีเดียว

บริษัทต่างๆ ในทุกอุตสาหกรรม ต่างมุ่งพัฒนากลยุทธ์เกี่ยวกับการจัดการข้อมูล เพื่อแยกแยะจัดลำดับความสำคัญ เก็บเกี่ยวและใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ องค์กรจำนวนมากต้องเผชิญกับปัญหาที่แอบแฝงอยู่ในข้อมูลที่ไม่มีคุณภาพ ซึ่งอาจจุดรั้งให้องค์กรขับเคลื่อนได้ช้าลง หรือทำลายความสามารถในการแข่งขัน และกีดขวางการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ

ข้อมูลที่ไม่มีคุณภาพ คือข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ไม่สมบูรณ์ เข้าใจยาก สับสนปะปน ไม่สัมพันธ์กัน และล้าสมัย ในทางปฏิบัติข้อมูลเหล่านี้ทำให้เสียเวลา สร้างความสับสนให้นักวิเคราะห์ข้อมูล และสิ้นเปลืองเวลาในการเชื่อมโยงระบบไอทีต่างๆ ที่ไม่สามารถสื่อสารกันได้ ซึ่งมักจะทำให้องค์กร และผู้ใช้งานความเชื่อมั่นต่อ “ตัวเลข” และผู้บริหารไม่สามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ตัดสินใจทางธุรกิจได้ในที่สุด

องค์กรใหญ่หลายแห่งต้องฝ่าฟันกับเรื่องของความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลที่ใช้ในธุรกิจแต่ละวัน ขวร้ายก็คือแทบไม่มีองค์กรใดในอุตสาหกรรมไหนเลยที่ไม่ได้รับผลกระทบจากเรื่องนี้ และหากไม่ได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนอาจส่งผลให้เสียโอกาสทางธุรกิจ, เกิดความสูญเสียทางการเงิน และชื่อเสียงขององค์กรได้

ประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับจากการใช้สินค้าและบริการต่างๆ มักถูกใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จและความนิยมของแบรนด์นั้นๆ จึงต้องระวังว่าข้อมูลที่ไม่มีคุณภาพอาจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของแบรนด์ได้ ดังจะเห็นได้จากผู้บริหารในประเทศสหรัฐอเมริกา 89 เปอร์เซ็นต์เชื่อว่าข้อมูลที่ไม่มีคุณภาพจะทำลายประสบการณ์ที่ดีของลูกค้า

ผลการวิจัยของการ์ทเนอร์พบว่าองค์กรต่างๆ เชื่อว่าข้อมูลคุณภาพต่ำสร้างความสูญเสียเฉลี่ย 15 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัลของบริษัทต่างๆ ทำให้สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวกับข้อมูลและข้อมูลที่ผ่านการประมวลผลมีความซับซ้อนมากขึ้น ความเสียหายต่างๆ ก็มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นเช่นกัน นอกเสียจากว่าปัญหาข้อมูลไม่มีคุณภาพเหล่านี้จะได้รับการแก้ไขได้ทัน่วงที

บุคลากร รวมถึงบริษัทหลายๆที่ยังการขาดการตระหนักถึงความจำเป็นในการดูแลเอาใจใส่ข้อมูล บริษัทหลายแห่งยังไม่มีภาพที่ชัดเจนของข้อมูลที่ตนมีอยู่ ในทางตรงกันข้ามกับบริษัทที่ชำนาญการด้านข้อมูล เช่น Amazon, Google และ Airbnb ต่างใช้ประโยชน์จากข้อมูลของตนในการวางแผนและสร้างแบบจำลองพฤติกรรมลูกค้าเพื่อปรับปรุงการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์กรต่างๆ เกือบ 60 เปอร์เซ็นต์ไม่มีการตรวจสอบต้นทุนทางการเงินที่สูญเสียในแต่ละปีที่เกิดจากข้อมูลที่มีคุณภาพต่ำ ทั้งนี้ การ์ทเนอร์ชี้ให้เห็นว่าองค์กรชั้นนำที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยข้อมูลจะปฏิบัติการเชิงรุกด้วยการวัดมูลค่าของสินทรัพย์ที่เป็นข้อมูลของตน รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดจากข้อมูลที่มีคุณภาพต่ำ และมูลค่าของข้อมูลที่มีคุณภาพดี การปฏิบัติเช่นนี้ช่วยให้องค์กรเหล่านี้มีความได้เปรียบเชิงธุรกิจ

นุทานิคค์นำเสนอขั้นตอนที่ผู้บริหารฝ่ายสารสนเทศในปัจจุบันต้องใช้เพื่อบริหารจัดการข้อมูลของตน

A. รวมศูนย์: การตรวจสอบและแก้ไขชุดข้อมูลที่ไม่มีคุณภาพนั้น ไม่สามารถสำเร็จได้ในครั้งเดียว แต่ต้องมองในระยะยาว โดยเริ่มต้นจากการที่ไม่ต้องสนใจว่าข้อมูลนั้นๆ เข้ามาในบริษัทผ่านช่องทางใดบ้าง และให้ความสนใจกับกลยุทธ์การบริหารจัดการข้อมูลด้วยการรวมข้อมูลเหล่านั้นไว้ที่ศูนย์กลาง แล้วค่อยๆ พัฒนาเพื่อให้เกิดการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลเหล่านั้นได้

B. ผสานเป็นหนึ่งใน: องค์กรขนาดใหญ่มักจะมีฐานข้อมูลจำนวนมากที่ใช้งานอยู่ตามแผนกต่างๆ รวมถึงข้อมูลจากแหล่งอื่นที่องค์กรไม่เคยคาดคิดมาก่อน การที่องค์กรที่มีหน่วยงานสาขาหลายแห่งตั้งอยู่ตามสถานที่ต่างๆ ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ควรรวบรวมและแยกแยะฐานข้อมูลและข้อมูลต่างๆ ซึ่งจะช่วยลดการสร้างข้อมูลที่ไม่มีคุณภาพ และสร้างมาตรฐานให้กับข้อมูลของบริษัท

C. กำหนดมาตรฐาน: การวิเคราะห์ข้อมูลจะทำให้มีความเข้าใจข้อมูลนั้นมากขึ้น สาเหตุส่วนใหญ่ที่ทำให้บริษัทพบกับปัญหาจากข้อมูลไม่มีคุณภาพ คือการขาดมาตรฐานในกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมาตรฐานที่ถูกกำหนดนั้นไม่เพียงแต่ใช้ในบริษัทเท่านั้น แต่ต้องใช้กับซัพพลายเออร์และพันธมิตรด้วย เพื่อช่วยกันสร้างข้อมูลที่มีคุณภาพให้กับองค์กรได้มากที่สุด

D. ตรวจสอบ: ทำความเข้าใจลักษณะความผิดพลาดของข้อมูลด้วยการมองหาข้อมูลความสัมพันธ์ของข้อมูลต่างๆ จากพื้นฐาน เพื่อทำความเข้าใจลักษณะความผิดพลาดของข้อมูลที่เกิดขึ้น ขั้นตอนนี้เป็นโอกาสหนึ่งที่จะแก้ไขข้อผิดพลาดและทำให้ข้อมูลกลับมามีคุณภาพได้

E. ขจัดความซ้ำซ้อน: ข้อมูลที่ซ้ำซ้อนเป็นสาเหตุสำคัญประการหนึ่งของความไม่ถูกต้องของข้อมูลที่เกิดจากการมีฐานข้อมูลหลายแหล่งบวกกับกระบวนการทำงานที่ผิดพลาดจากการทำงานของคน การใช้กระบวนการผสานรวมฐานข้อมูลเป็นการขจัดความซ้ำซ้อนและนำสู่การสร้างมาตรฐานในการเก็บข้อมูล ซึ่งแม้จะใช้เวลาแต่จำเป็นต้องทำเพื่อให้สามารถเข้าใช้งานข้อมูลลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจทางธุรกิจ

F. สะสางสิ่งที่ไม่ดีคุณภาพ: แพลตฟอร์มคลาวด์ต่างๆ โดยเฉพาะไฮบริดคลาวด์ มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการทำให้ข้อมูลมีคุณภาพด้วยเครื่องมือในการสะสางข้อมูลที่มีอยู่อย่างมากมาย

มีความเห็นตรงกันอย่างหนึ่งและได้รับการยอมรับในวงกว้างว่า ข้อมูลเป็นพลังขับเคลื่อนให้กับองค์กร โดยช่วยเพิ่มมูลค่าที่แท้จริงและสร้างประโยชน์ให้แก่ธุรกิจอย่างมาก แต่กลับเห็นได้ชัดเจนว่า ไม่มีการตระหนักรู้เกี่ยวกับข้อมูลที่ไม่ดีคุณภาพ และผลเสียที่ข้อมูลไม่มีคุณภาพเหล่านั้นทำให้เกิดขึ้นกับชื่อเสียง ประสิทธิภาพ และการสร้างผลกำไรของธุรกิจได้

การที่เราต้องพึ่งพาข้อมูลมากขึ้นทำให้มูลค่าของข้อมูลเพิ่มขึ้นตามไปด้วย การดูแลและจัดการข้อมูลอย่างถูกวิธีจะทำให้ข้อมูลเหล่านั้นเป็นสินทรัพย์ที่จะช่วยให้องค์กรเติบโตได้อย่างไร้ขีดจำกัด ในทางตรงข้ามกัน หากบริหารจัดการข้อมูลอย่างไม่ถูกวิธี ข้อมูลเหล่านั้นอาจสร้างความถดถอยให้กับองค์กรได้อย่างที่เราคิดไม่ถึงเลยทีเดียว

การตระหนักรู้ถึงค่าใช้จ่ายและต้นทุนที่เกิดจากการมีข้อมูลที่ไม่ดีคุณภาพในองค์กร เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่มีผลต่อความอยู่รอดของทุกองค์กรที่อยู่ในยุคที่ข้อมูลเป็นตัวขับเคลื่อนอนาคต

บทความโดย ทวีพงศ์ โอนทัยสินทวี ผู้จัดการประจำประเทศไทย นูทานิคส์