

ผลวิจัยเผยผู้ประกอบการเอเชียมีความคิดเชิงบวกเกี่ยวกับ AI

ผู้ตอบแบบสำรวจ 63% เชื่อว่า AI จะช่วยให้มีอาชีพที่ดีและน่าสนใจยิ่งขึ้นในอนาคต

Salesforce (NYSE: CRM) ผู้นำระดับโลกด้านการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) ได้เผยแพร่ผลการวิจัยผู้ประกอบการชาวเอเชียในหัวข้อ “Artificial Intelligence in Asia: Trust, Understanding and the Opportunity to Re-Skill” ซึ่งเผยให้เห็นมุมมองบวกที่ชาวเอเชียมีต่อปัญญาประดิษฐ์ (AI) ทั้งนี้ การทำงานคือสิ่งที่ชาวเอเชียให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ โดยส่วนใหญ่ยอมรับว่าจำเป็นต้องพัฒนาทักษะของตนเองเพื่ออาชีพการงานในอนาคต (58%) และเชื่อว่า AI จะช่วยพัฒนาโลกและคุณภาพชีวิตในอนาคต (63%) ด้วยการช่วยให้พวกเขาตัดสินใจได้อย่างชาญฉลาดมากขึ้นและทำให้อาชีพมีความน่าสนใจมากขึ้น

อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการชาวเอเชียจำนวนมากยังคงขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ AI ซึ่งสอดคล้องกับระดับความเชื่อมั่นที่ค่อนข้างต่ำ ส่วนกลุ่มที่เชื่อว่า AI สามารถพัฒนาโลกและคุณภาพชีวิตได้นั้น เป็นกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ AI มากกว่า และเมื่อมีความเข้าใจมากกว่าก็มีความเชื่อมั่นมากกว่าตามไปด้วย จึงนับเป็นโอกาสอันดีของธุรกิจในการเข้าไปให้ความรู้และข้อมูลแก่ลูกค้าเกี่ยวกับคุณค่าที่แท้จริงของ AI

มุมมองที่มีต่อเซกเตอร์ โรโบ-แอดไวเซอร์ และรถยนต์ไร้คนขับ

ผู้ประกอบการในเอเชียยังคงพึงพอใจการมีปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์ โดยมีระดับความเชื่อมั่นในเซกเตอร์ โรโบ-แอดไวเซอร์ และรถยนต์ไร้คนขับที่ค่อนข้างต่ำ แม้ว่าผู้ประกอบการชาวเอเชียมีแนวโน้มที่จะยอมรับผลิตภัณฑ์หรือคอนเทนต์ที่แนะนำผ่านทาง AI มากขึ้น แต่สุดท้ายก็ยังคงไว้วางใจคำแนะนำของคนในครอบครัวและเพื่อนฝูงมากกว่า ขณะที่เทคโนโลยีสั่งการด้วยเสียงถือเป็นการมีปฏิสัมพันธ์กับ AI ที่ผู้ประกอบการชาวเอเชียเลือกใช้มากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสำรวจมากกว่าครึ่งหนึ่งเลือกที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับระบบดังกล่าว

ความเห็นเกี่ยวกับงานวิจัย

- คุณ Renzo Taal รองประธานอาวุโสบริษัท Salesforce APAC กล่าวว่า “ในขณะที่เราก้าวเข้าสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปฏิวัติเทคโนโลยี AI เราจำเป็นต้องเข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้งซึ่งมากกว่าที่เคย และต้องทำให้เอเชียพร้อมสำหรับอนาคต”
- เขากล่าวเสริมว่า “AI มีพลังที่จะยกระดับและพลิกวิถีการใช้ชีวิตและการทำงานของคนในสังคม รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เรายินดีช่วยเหลือผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไปให้พร้อมสำหรับอนาคต ทั้งอาชีพในอนาคตและลูกค้าในอนาคต โดย Trailhead ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ของเรา ได้เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและการ

ทำงานของผู้คน 160,000 คนทั่วโลก และจะช่วยนำพาธุรกิจและผู้บริโภคในเอเชียข้ามผ่านการเปลี่ยนแปลงนี้และมุ่งสู่อนาคต”

ข้อมูลสำคัญ

สิงคโปร์

- ชาวสิงคโปร์ 61% คิดว่า AI จะช่วยให้มีอาชีพที่ดีและน่าสนใจยิ่งขึ้นในอนาคต
- มีเพียง 29% ที่คิดว่า AI จะทำให้ตกงาน
- 66% ยอมรับว่าจำเป็นต้องเรียนรู้ พัฒนา และยกระดับทักษะของตนเองให้พร้อมสำหรับอาชีพการงานในอนาคต
- 38% กล่าวว่า “ยิ่งเข้าใจ AI มากขึ้น ก็ยิ่งไว้วางใจมากขึ้น”

ฮ่องกง

- ผู้บริโภคชาวฮ่องกง 55% คิดว่า AI จะช่วยให้มีอาชีพที่ดีและน่าสนใจยิ่งขึ้นในอนาคต และมีเพียง 29% ที่คิดว่า AI จะทำให้ตกงาน
- มีเพียง 45% ที่แสดงความตั้งใจที่จะยกระดับทักษะของตนเองให้พร้อมสำหรับอาชีพการงานในอนาคต
- 35% กล่าวว่า ยิ่งเข้าใจ AI มากขึ้น ก็ยิ่งไว้วางใจมากขึ้น

ความคิดเห็นเกี่ยวกับโรโบ-แอดไวเซอร์

- ในสิงคโปร์ (69%) และฮ่องกง (77%) ผู้บริโภคยังคงไว้วางใจมนุษย์มากกว่า โดยต้องการรับคำแนะนำทางการเงินจากมนุษย์มากกว่าโรโบ-แอดไวเซอร์
- ผู้บริโภคชาวมาเลเซียและไทยมีความรู้สึกไม่ต่างจากชาวสิงคโปร์และฮ่องกง ขณะที่ชาวอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ไว้วางใจคำแนะนำจากมนุษย์และโรโบ-แอดไวเซอร์พอกัน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับแชทบอท

- ผู้บริโภคชาวสิงคโปร์ (90%) ไว้วางใจและพอใจมนุษย์มากกว่าแชทบอทอย่างมาก แม้จะมีความเข้าใจอย่างดีเกี่ยวกับแชทบอทและเคยมีปฏิสัมพันธ์กับแชทบอทมาแล้ว (79%)
- ผู้บริโภคชาวเอเชียทั้งในฮ่องกง อินเดีย ไทย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ต่างต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์ เพราะไว้วางใจว่ามนุษย์สามารถเข้าใจปัญหาได้ดีกว่าและสามารถให้คำตอบที่ต้องการได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรถยนต์ไร้คนขับ

- ผู้บริโภคชาวเอเชียยังคงไว้วางใจและพอใจรถยนต์ที่มีคนขับมากกว่ารถยนต์ไร้คนขับ และส่วนใหญ่เชื่อว่าทั้งรถยนต์

ที่มีคนขับและรถยนต์ไร้คนขับมีโอกาสเกิดอุบัติเหตุพอกัน ยกเว้นชาวฮ่องกงที่เชื่อว่ารถยนต์ที่มีคนขับมีโอกาสเกิดอุบัติเหตุน้อยกว่า

เกี่ยวกับการวิจัย

การวิจัยนี้ดำเนินการโดย YouGov ภายใต้การกำกับดูแลของ Salesforce โดยมีการสุ่มตัวอย่างผู้บริโภครวม 7 ตลาดในเอเชีย ได้แก่ สิงคโปร์ ฮ่องกง อินเดีย ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ รวมแล้ว 1,000 คน เพื่อสำรวจเกี่ยวกับความตระหนักรู้ ความเข้าใจ รวมถึงการใช้งานผลิตภัณฑ์และบริการ AI ตลอดจนมุมมองที่มีต่อ AI เพื่อทำความเข้าใจว่าผู้บริโภคชาวเอเชียรู้สึกอย่างไรกับอิทธิพลของ AI ที่มีต่อวิถีชีวิตและโลกใบนี้ นอกจากนี้ยังสำรวจระดับความไว้วางใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้งาน AI ใน 6 ด้าน ซึ่งรวมถึงเซกเตอร์ รถยนต์ไร้คนขับ และโรโบ-แอดไวเซอร์ สามารถดาวน์โหลดรายงานฉบับเต็มและอินโฟกราฟฟิกได้ที่

<https://www.salesforce.com/ap/form/pdf/artificial-intelligence-in-asia/>

เริ่มต้นการเรียนรู้ไปกับ Trailhead:

- บัดฟันความรู้เกี่ยวกับการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4
- รู้ทุกเรื่องเกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล รวมถึงโอกาสและความท้าทาย
- เข้าใจความสำคัญของเซกเตอร์ที่มีต่อคอลเซ็นเตอร์ และการยกระดับบริการลูกค้าด้วย AI
- รอบรู้เรื่องการให้บริการลูกค้าในยุคของการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4

เกี่ยวกับ Salesforce

Salesforce คือผู้นำระดับโลกด้านการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) ที่ช่วยให้บริษัทต่างๆ มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในรูปแบบใหม่ สามารถรับชมข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.salesforce.com/ap

บริการหรือฟีเจอร์ที่ยังไม่เปิดตัวแต่มีการกล่าวถึงในข่าวประชาสัมพันธ์ฉบับนี้หรือฉบับอื่นๆ รวมถึงในแถลงการณ์ต่อสาธารณชน ยังไม่มีให้บริการในขณะนี้ และอาจไม่สามารถให้บริการภายในเวลาที่กำหนดหรือไม่มีให้บริการเลย ดังนั้น ลูกค้าควรตัดสินใจซื้อแอปพลิเคชันของ Salesforce ที่พร้อมจำหน่ายทันที ทั้งนี้ Salesforce มีสำนักงานใหญ่อยู่ในซานฟรานซิสโก และมีสำนักงานสาขาในยุโรปและเอเชีย นอกจากนี้ยังจดทะเบียนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์นิวยอร์กภายใต้สัญลักษณ์หุ้น "CRM" สามารถรับชมข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.salesforce.com> หรือโทรสอบถามได้ที่ 1-800-NO-SOFTWARE