

เอ็กซ์พีเรียน เผยรายงานวิจัยการบริหารจัดการ การ ทุจริต ประจำปี 2560 และประสิทธิภาพในการรับมือ กับการทุจริตของบริษัทในประเทศไทย



ดัชนีความเชื่อมั่นระบบดิจิทัลชุดใหม่ชี้ชัดอัตราการทุจริตในภูมิภาคสูงขึ้น โดยผู้ให้บริการส่วนใหญ่ในไทยและเอเชียแปซิฟิกต่างล้มเหลวในการส่งเสริมความไว้วางใจระดับสูงแก่ผู้บริโภค

Inline image 1

ภาพข่าว: บริษัทเอ็กซ์พีเรียน เอเชีย แปซิฟิก นำโดย มร. เดฟ ดีมาน (ตรงกลาง) กรรมการผู้จัดการประจำภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และตลาดเกิดใหม่ และ มร. นิค ไวลด์ (ที่ 1 จากซ้าย) หัวหน้าฝ่ายการป้องกันการทุจริตและอัตลักษณ์ พร้อมด้วย อูซเซนน์ อุดมเดชวัฒน์ (ที่ 3 จากซ้าย) ผู้จัดการเอ็กซ์พีเรียนประจำประเทศไทย ร่วมงานแถลงข่าว “Fraud Management Insights 2017” ณ โรงแรม แกรนด์ ไฮแอท เอราวัณ กรุงเทพฯ

กรุงเทพฯ 9 พฤศจิกายน 2560 – บริษัท เอ็กซ์พีเรียน จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการข้อมูลชั้นนำระดับโลก เปิดเผยข้อมูลดัชนีความเชื่อมั่นระบบดิจิทัล (Digital Trust Index) ของรายงานข้อมูลเชิงลึกด้านการบริหารจัดการ การทุจริต ประจำปี 2560 (Fraud Management Insights 2017) จัดทำโดย เอ็กซ์พีเรียน ร่วมกับไอดีซี บริษัทที่ปรึกษาและวิจัยการตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารชั้นนำ ระบุว่าอัตราการทุจริตในเอเชียแปซิฟิกกำลังอยู่ในขั้นรุนแรงอย่างเห็นได้ชัด โดยมีผู้คน 1 ใน 5 ที่เคยประสบเหตุการณ์ทุจริตโดยตรง และ 1 ใน 3 มีบุคคลใกล้ชิดเคยได้รับผลกระทบจากเรื่องนี้ และพบว่าการทุจริตในระดับรุนแรงจะยิ่งเพิ่มสูงขึ้นเมื่อมีการใช้บริการระบบดิจิทัลมากขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจของผู้บริโภคอย่างมาก ปัญหานี้ยังถือเป็นความท้าทายต่อเศรษฐกิจระบบดิจิทัลที่กำลังเติบโต โดยเฉพาะในประเทศไทยพบอัตราการทุจริตในอัตราสูง พบว่าคนไทย 22% เคยได้รับผลกระทบจากการทุจริตโดยตรง และมากกว่า 1 ใน 3 (ราว 35%) ของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย หรือนุคคลใกล้ชิดเคยถูกทุจริต

รายงานวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมตลาดต่าง ๆ ทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยดำเนินการสำรวจผู้บริโภคจำนวน 3,200 คน และองค์กรมากกว่า 80 แห่งทั้งในภาคธุรกิจการเงิน โทรคมนาคม และธุรกิจค้าปลีก (ซึ่งเรียกโดยรวมว่าผู้ให้บริการ) โดยแต่ละแห่งมีรายได้ไม่น้อยกว่า 10 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ (หรือประมาณ 331 ล้านบาท) โดยมีการสำรวจครอบคลุมถึง 10 ประเทศได้แก่ ออสเตรเลีย จีน ฮองกง อินเดีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น นิวซีแลนด์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม

ดัชนีความเชื่อมั่นระบบดิจิทัล (Digital Trust Index) นี้ พัฒนาขึ้นเพื่อสร้างวิธีการวัดผลความเชื่อมั่นในภูมิภาคและในภาคธุรกิจต่าง ๆ ผ่านการตรวจสอบด้วยชุดหลักเกณฑ์สำหรับอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ เพื่อดันหาระดับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อบริการระบบดิจิทัล การศึกษาครั้งนี้ยังทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภค โดยพบว่าผู้บริโภคโดยทั่วไปให้คะแนนด้านความพึงพอใจต่อประสบการณ์การทำธุรกรรมระบบดิจิทัลที่สูงมาก แต่ในด้านความเชื่อมั่นกลับมีคะแนนต่ำมากซึ่งบ่งชี้ถึงความล้มเหลวในเรื่องนี้

ข้อมูลดัชนีทำการวัดผลโดยใช้ตัวแปรหลัก 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) การใช้งานระบบดิจิทัล 2) แนวโน้มการใช้งานในอุตสาหกรรม 3) อัตราการทุจริต และ 4) ประสิทธิภาพของบริษัทด้านการบริหารการทุจริต

การศึกษานี้พบว่า โดยเฉลี่ยทั่วทั้งภูมิภาค ความเชื่อมั่นต่อบริการระบบดิจิทัลมีระดับต่ำ โดยคะแนนรวมของทั้งภูมิภาคมีค่า 3.2 เต็ม 10 โดยธุรกิจโทรคมนาคมมีระดับคะแนนต่ำสุดที่ 2.1 และธุรกิจบริการทางการเงินมีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.9

ทั้งนี้ บริษัทต่าง ๆ ที่ถูกสำรวจต่างยืนยันว่าพวกเขามั่นใจในการรับมือกับการทุจริตและสามารถมอบประสบการณ์ที่ดีกว่าแก่ผู้บริโภคได้เมื่อเกิดการทุจริตขึ้น ทว่า สิ่งนี้ไม่ได้ถูกถ่ายทอดสู่การรับรู้ของผู้บริโภคเลย แม้แต่ประเทศสิงคโปร์และฮ่องกง ซึ่งคาดว่าจะมีคะแนนความเชื่อมั่นสูงเนื่องจากเป็นประเทศที่มีระบบบริหารการทุจริตที่ล้ำสมัย แต่กลับมีคะแนนต่ำเนื่องจากมีระดับการทุจริตที่รับได้ต่ำและผู้บริโภคเข้าใจว่าบริษัทต่าง ๆ ไม่มีระบบบริหารประสบการณ์หลังการทุจริตที่ดีพอ ซึ่งระดับการทุจริตที่รับได้ที่ต่ำนี้พบเห็นได้ในระบบเศรษฐกิจที่เจริญแล้วหลายแห่ง และเป็นเรื่องน่าประหลาดใจที่ประเทศซึ่งเกิดการทุจริตมากที่สุดกลับมีการยอมรับต่อการทุจริตมากที่สุดเช่นกัน ยกตัวอย่างคือประเทศอินโดนีเซีย สำหรับธุรกิจค้าปลีกโดยเฉพาะที่มีการใช้ระบบอี-คอมเมิร์ซ จะมีแนวโน้มคะแนนดีกว่าในเรื่องความเชื่อมั่น เนื่องจากมีการให้ความสำคัญในเรื่องการรับมือกับประสบการณ์หลังการทุจริตต่อผู้บริโภค และสามารถจัดการประเด็นการทุจริตต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว

สำหรับประเทศไทยติดอันดับ 8 โดยมีคะแนนเฉลี่ยที่ 2.3 เทียบเท่าสิงคโปร์ และเหนือกว่าอินโดนีเซียซึ่งอยู่ที่ 1.8 โดยผู้บริโภคชาวไทยมีระดับการทุจริตที่รับได้สูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในเอเชียแปซิฟิก อย่างไรก็ตาม การทุจริตที่เกิดในอัตราสูงซึ่งมาพร้อมกับประสบการณ์ผู้บริโภคที่ไม่ดี หลังจากเกิดการทุจริตนั้น ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างความเชื่อมั่นระดับสูงของผู้บริโภค เมื่อพิจารณาภาพรวมของทั้งภูมิภาค พบว่าอินโดนีเซียและเวียดนามมีรายงานผลการทุจริตสูงสุด โดย 55% ของผู้บริโภค หรือบุคคลใกล้ชิดเคยถูกทุจริตในธุรกิจค้าปลีกหรือโทรคมนาคม ในขณะที่ประเทศนิวซีแลนด์และญี่ปุ่นมีคะแนนรวมดีที่สุดในธุรกิจทุกรูปแบบ ส่วนอันดับ 3 ได้แก่ออสเตรเลีย

มร. เดฟ ดีมาน กรรมการผู้จัดการประจำภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และตลาดเกิดใหม่ เอ็กซีทีเวีย เอเซียแปซิฟิก กล่าวว่า “การก้าวสู่ระบบดิจิทัลกำลังเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และเปลี่ยนแปลงแนวทางการทำงานและการดำเนินชีวิตของเรา ดังนั้น ความเชื่อมั่นจึงเปรียบเสมือนเงินสกุลสำคัญที่ขาดไม่ได้ในโลกยุคดิจิทัลเช่นทุกวันนี้ และเมื่อ

ประเทศไทยและทั่วภูมิภาคกำลังก้าวสู่ระบบดิจิทัลอย่างเต็มตัว จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรต่าง ๆ ต้องสร้างหลักประกันว่าบริการระบบดิจิทัลที่นำเสนอั้นมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง”

“เนื่องจากผู้บริโภคจะไม่ใช้บริการที่พวกเขาไม่รู้สึกเชื่อมั่น” เดฟ กล่าวย้ำ “คะแนนดัชนีความเชื่อมั่นระบบดิจิทัลของไทยที่ 2.3 เต็ม 10 ชี้ให้เห็นว่า มีเส้นแบ่งที่ชัดเจนระหว่างวิถีคิดของผู้ดำเนินธุรกิจที่คิดว่าสามารถการบริหารธุรกรรมดิจิทัลที่มีการทุจริตได้ ซึ่งแตกต่างกับประสบการณ์จริงที่ผู้บริโภคได้สัมผัสเมื่อเกิดการทุจริตขึ้น”

ดังนั้น เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อบริการระบบดิจิทัล รายงานดัชนีความเชื่อมั่นระบบดิจิทัลจึงระบุถึงปัจจัยความแตกต่าง สำคัญที่ผู้ให้บริการต้องคำนึงถึง เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นระหว่างบริษัทและผู้บริโภค ดังนี้

ปัจจัยที่ 1 : ปริมาณธุรกรรมระบบดิจิทัลเติบโตสูงขึ้น

ปริมาณการใช้งานธุรกรรมระบบดิจิทัลที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วสร้างความประหลาดใจให้แก่ภาคธุรกิจและเศรษฐกิจทั่วภูมิภาค สำหรับภาคธุรกิจนั้น การจะเพิ่มส่วนแบ่งของปริมาณการใช้งานที่เพิ่มขึ้นนี้ จำเป็นต้องมีการลงทุนในด้านเทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด เพื่อยกระดับสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในการประมวลผลธุรกรรมเหล่านี้ รวมถึงเครื่องมือในการบริหารจัดการปริมาณการใช้งาน พร้อมการรับประกันทั้งในด้านความปลอดภัย ความพร้อมในการใช้งาน และความน่าเชื่อถือของบริการระบบดิจิทัลของบริษัท

บริษัทและวิสาหกิจทั่วภูมิภาคจำเป็นต้องใช้ระบบอัตโนมัติเพื่อรับมือกับการทุจริตที่คาดว่าจะมีเพิ่มมากขึ้น อันเกิดจากรูปแบบธุรกรรมระบบดิจิทัลที่เพิ่มขึ้น

ปัจจัยที่ 2 : การแข่งขันเพื่อมอบความสะดวกสบาย

มร. เดฟ ดีมาน ยังกล่าวว่า “เราอาจต้องเลือกกันระหว่างการบริหารการทุจริตที่มีประสิทธิภาพกับการมอบประสบการณ์ผู้บริโภคที่สะดวกสบาย โดยเฉพาะในกลุ่มองค์กรที่ต้องแข่งขันกันเพื่อนำเสนอโซลูชันที่ดีกว่าและรวดเร็วกว่า ซึ่งบริษัทที่สามารถสร้างสมดุลของสองเรื่องนี้ได้ดีย่อมจะเป็นผู้ชนะในธุรกิจประเภทนั้น ๆ ได้ในอนาคต”

ทั้งนี้ สิ่งสำคัญคือการที่ผู้ให้บริการในเอเชียแปซิฟิกจะต้องปรับปรุงความสามารถของระบบการบริหารและการตรวจสอบการทุจริตทุจริต ผ่านการวิเคราะห์ประวัติ/พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อระบุการทุจริตได้โดยไม่การรบกวนการใช้งาน ดังนั้นการพยายามคงความสมดุลระหว่างการรักษาความปลอดภัยของผู้บริโภคจากการทุจริตไปพร้อม ๆ กับการพยายามลดความตึงเครียดของการทำธุรกรรมออนไลน์ ถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งยวด เนื่องจากการเข้าสู่ระบบดิจิทัลกำลังเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทั่วทั้งภูมิภาค

ปัจจัยที่ 3 : การทุจริตมีวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่อง

นับเป็นเรื่องยากสำหรับผู้ให้บริการในการตรวจจับการทุจริตที่มีความหลากหลายมากขึ้นในแต่ละวัน รวมไปถึงประสิทธิภาพการตอบสนองที่ลดลง เนื่องด้วยการทุจริตมีการพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ให้

บริการในแถบเอเชียแปซิฟิกจะต้องมีวิธีการป้องกันในการตรวจสอบการทุจริต เพื่อรับมือกับรูปแบบต่าง ๆ ที่ยังไม่เคยพบเห็นมาก่อนซึ่งมีแนวโน้มจะเกิดขึ้นในอนาคต

ด้วยความจำเป็นในการแบ่งแยกศูนย์ข้อมูลภายในองค์กรและการวิเคราะห์เพื่อประสิทธิภาพมากขึ้น การเพิ่มขึ้นของปริมาณข้อมูลและความหลากหลายของช่องทางต่างๆในการติดต่อ ทำให้เกิดความยากลำบากแก่ศูนย์เก็บข้อมูลภายในองค์กร ที่จะมองภาพรวมของทั้งระบบธุรกิจและผู้บริโภคในภาพเดียว การแบ่งแยกศูนย์เก็บข้อมูลภายในองค์กรและการวิเคราะห์ที่มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นจะช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดีขึ้น ทั้งยังช่วยปรับปรุงความแม่นยำและความรวดเร็วในการยืนยันตัวตนของผู้บริโภค อีกทั้งยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจจับการทุจริตและเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริโภคให้มากขึ้น

ผู้ให้บริการที่มีวิธีการป้องกันล่วงหน้าสำหรับกรณีการทุจริต

การทุจริตออนไลน์และการขโมยอัตลักษณ์บุคคล เป็นความวิตกกังวลหลักของผู้ให้บริการในภูมิภาคนี้ บริษัทต่างๆพากันหันไปใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อช่วยปกป้องทั้งองค์กรและผู้บริโภค แต่ส่วนมากมักไม่ได้นำมาปฏิบัติในแบบบูรณาการ โดยวิธีการที่ได้ผลคือการใช้โซลูชันส์ “Super ID” ซึ่งเป็นอัตลักษณ์บุคคลระบบดิจิทัลรุ่นใหม่ซึ่งต้องใช้ข้อมูลยืนยันตัวตนหลายระดับและเหมาะกับการทำงานที่จับใบ ผสานการทำงานของปัญญาประดิษฐ์ (AI) ข้อมูลไบโอเมทริกซ์ (Biometrics) และข้อมูลทางเลือกในแบบบูรณาการ เพื่อการบริหารการทุจริตอย่างมีประสิทธิภาพ

มร. นิค ไวลด์ หัวหน้าฝ่ายการป้องกันการทุจริตและอัตลักษณ์ ของเอ็กซ์พีเรียน เอเชีย แปซิฟิก กล่าวว่า “ที่ผ่านมาเราใช้ระบบ Hunter ของเอ็กซ์พีเรียนในการให้บริการแก่ผู้บริโภคของเราในประเทศอินเดีย เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ธุรกรรมมากกว่า 3 ล้านรายการในแต่ละเดือน ซึ่งเราพบว่า แม้ระบบฐานข้อมูลประชาชนแห่งชาติ Aadhaar ของอินเดียจะมีการใช้ข้อมูลไบโอเมทริกซ์ด้วยแล้วก็ตาม แต่ 75% ของการทุจริตก็เกิดจากการขโมยอัตลักษณ์บุคคล”

ดังนั้น ธุรกิจต่างๆ จึงควรพิจารณาเพิ่มประสิทธิภาพการตรวจจับการทุจริตและการป้องกันขององค์กรด้วยความเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก (Customer Intelligence) เพิ่มเติม ผ่านการใช้ระบบ Super ID ในการตรวจสอบความถูกต้องของอัตลักษณ์ลูกค้าในการทำธุรกรรมระบบดิจิทัล ซึ่งจะช่วยยกระดับความปลอดภัยโดยไม่เกิดการติดขัดในการใช้งานของผู้บริโภค

“ท้ายที่สุดแล้ว แม้การเข้าสู่ระบบดิจิทัลจะนำพาเราเข้าสู่ยุคใหม่แห่งความสะดวกสบาย หากต้องทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นสูงต่อโลกออนไลน์ด้วย มิเช่นนั้นความพยายามทั้งหมดของเราคงสูญเปล่า” คุณแซนดร้า อัง รองประธานกลุ่มบริษัท ฝ่ายกลุ่มปฏิบัติงาน ของไอดีซี ที่ปรึกษาและวิจัยด้านไอซีทีชั้นนำกล่าว “การป้องกันการทุจริตรุ่นใหม่เป็นสิ่งที่เป็นไปได้แล้วในวันนี้ ด้วยความล้ำหน้าทางเทคโนโลยีในการใช้ระบบข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และการวิเคราะห์ข้อมูล บริษัทที่ทำงานบริหารจัดการข้อมูลอย่างเอ็กซ์พีเรียนมีการใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลใหม่ล่าสุด เพื่อช่วยให้วิสาหกิจสามารถป้องกันการทุจริตและการตัดสินใจโดยอัตโนมัติได้”

###