

เหตุผลที่ AI กลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับห่วงโซ่อุปทานแฟชั่น

AI กำลังเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่อุปทานของวงการแฟชั่นตั้งแต่ต้นจนจบ ตั้งแต่ความเร็วในการผลิตไปจนถึงความยั่งยืน ดังนั้น ความสำคัญของ AI จึงไม่สามารถมองข้ามได้อีกต่อไป



Experts describe AI-driven product visualisation as having the potential to be a “game-changer,” however it is currently an area that remains overlooked. Credit: Shutterstock.

เทคโนโลยีมีบทบาทในห่วงโซ่อุปทานของวงการแฟชั่นมาโดยตลอด แม้ว่าบทบาทนั้นจะมีความสำคัญมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเวลาผ่านไป แต่เมื่ออุตสาหกรรมแฟชั่นเริ่มคุ้นเคยกับความซับซ้อนของ AI สิ่งหนึ่งที่ชัดเจนคือ AI จะเข้ามาเปลี่ยนแปลงเกมอย่างมาก

ก่อนหน้านี้ เทคโนโลยีส่วนใหญ่ถูกนำมาใช้เพื่อทำให้กระบวนการทำงานต่าง ๆ และถูกปรับให้เป็นระบบอัตโนมัติ เพื่อสร้างประสิทธิภาพที่มากขึ้น เพิ่มความเร็วให้กับธุรกิจที่ทำการค้าระหว่างประเทศทั่วโลก และต้องพึ่งพาซัพพลายเออร์ในต่างประเทศ

คุณ Max Easton รองประธานฝ่ายพันธมิตรของ Smartex.ai ซึ่งเชี่ยวชาญด้าน AI สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ชี้ให้เห็นว่าการปรับปรุงประสิทธิภาพเหล่านี้ช่วยให้แบรนด์แฟชั่นและผู้ค้าปลีกสามารถเพิ่มผลกำไรได้

ปัจจุบัน ในยุคของ Ultra Fast Fashion คุณ Max แสดงความคิดเห็นว่า มีผู้เล่นอย่าง Shein ที่ทำรายได้และมีอัตราการหมุนเวียนสินค้าคงคลังสูงกว่าแบรนด์ Fast Fashion เดิม

"ส่วนใหญ่มาจากนวัตกรรมห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การรวบรวมข้อมูล การสื่อสาร และการนำไปใช้ รวมถึงกระบวนการที่ดีขึ้น ดังนั้นจึงต้องเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกสำหรับโรงงานสิ่งทอชั้นนำในการรักษาความสามารถในการแข่งขันและดึงดูดคำสั่งซื้อที่ดีที่สุดและมีมูลค่าสูงสุด"

ทั้งนี้ บริษัทแฟชั่นหลายแห่งต่างหันมาใช้เทคโนโลยีเป็นตัวช่วย เนื่องจากมีแรงกดดันในการปฏิบัติตามกระแสความยั่งยืนระดับโลกเพิ่มมากขึ้น

คุณ Christina Iskov ผู้อำนวยการด้านผลกระทบของ Global Fashion Agenda (GFA) กล่าวกับ Just Style ว่า "สำหรับแบรนด์ต่าง ๆ เทคโนโลยีอย่างบล็อกเชนและการติดตามด้วย AI สามารถปรับปรุงความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับของห่วงโซ่อุปทาน เครื่องมือออกแบบ 3 มิติ และข้อมูลเชิงลึกจาก AI สามารถลดของเสียจากวัสดุและเร่งการผลิตได้ และการผลิตตามความต้องการและการผลิตแบบอัตโนมัติสามารถลดการผลิตเกินความจำเป็นและของเสียได้"

"ด้วยการใช้ประโยชน์จากข้อมูลผู้บริโภค ทำให้ AI สามารถวิเคราะห์รูปร่างที่แตกต่างกัน ปรับปรุงความพอดี และนำเสนอการลองเสื้อผ้าเสมือนจริงเพื่อลดอัตราการคืนสินค้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับประสบการณ์ของลูกค้าและยังรวมถึงความยั่งยืนด้วย เนื่องจากเรารู้ว่าประเทศในยุโรปโดยเฉลี่ยแล้ว เสื้อผ้าที่ขายทางออนไลน์ทุก ๆ 5 ชิ้น จะถูกส่งคืนหนึ่งชิ้น และเสื้อผ้าที่ส่งคืนประมาณหนึ่งในสามจะถูกทำลาย"

ในปี พ.ศ. 2568 (ปี 2025) และต่อจากนี้ ความต้องการเทคโนโลยีและการบูรณาการเข้ากับห่วงโซ่อุปทานแฟชั่นนั้นไม่่าจะลดลง ยิ่งไปกว่านั้น เทคโนโลยีกำลังพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว

ในขณะที่เทคโนโลยีต่าง ๆ อย่างการออกแบบและการพิมพ์ 3 มิติจะยังคงถูกนำมาใช้อย่างมาก มีเทคโนโลยีหนึ่งโดยเฉพาะที่กำลังขับเคลื่อนวิวัฒนาการของเทคโนโลยีรุ่นก่อนหน้า และจะมีบทบาทมากขึ้นในห่วงโซ่อุปทานแฟชั่น นั่นคือ ปัญญาประดิษฐ์ (AI)

AI จะมีอิทธิพลอย่างน้อยเพียงใดต่อห่วงโซ่อุปทานของวงการแฟชั่น?

รายงานจาก GlobalData คาดการณ์ว่ามูลค่าของ AI จะสูงถึง 1 ล้านล้านดอลลาร์ในปี พ.ศ. 2573 (ปี 2030) โดยเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 39.0 จาก 103 พันล้านดอลลาร์ในปี พ.ศ. 2566 (ปี 2023)

จากรายงานระบุว่า "AI กำลังกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญในการปรับปรุงความยั่งยืนสำหรับบริษัทค้าปลีกและเครื่องนุ่งห่ม และรับรองการปฏิบัติตามกฎระเบียบระดับโลก เนื่องจากบริษัทต่าง ๆ ต้องการตรวจสอบอย่างละเอียดเพื่อระบุและค้นหาแหล่งซัพพลายภายในห่วงโซ่อุปทาน การติดตามจึงเป็นงานที่ AI ช่วยแก้ไขได้ในกรณีที่มีซัพพลายเออร์จำนวนมาก"

"เนื่องจากกฎหมายเกี่ยวกับการตรวจสอบอย่างละเอียดในห่วงโซ่อุปทานมีความแพร่หลายมากขึ้น AI สามารถช่วยให้ผู้ค้าปลีกติดตามและจัดการห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้มั่นใจได้ว่าพวกเขาปฏิบัติตามมาตรฐานทางกฎหมายและจริยธรรม สิ่งนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งหลังจากกฎหมายล่าสุดที่กำหนดให้มีความโปร่งใสมากขึ้นในห่วงโซ่อุปทาน โดยประเทศต่าง ๆ เช่น แคนาดาและสหราชอาณาจักรกำหนดให้บริษัทแฟชั่นต้องเผยแพร่รายงานห่วงโซ่อุปทานของตน"

AI กำลังเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินงานของห่วงโซ่อุปทานแฟชั่นอย่างไร?

GFA ได้เปิดตัว Innovation Forum ซึ่งเป็นแหล่งรวมโซลูชันที่ยั่งยืนชั้นนำระดับโลก Hakio ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ขับเคลื่อนด้วย AI เป็นหนึ่งในผู้บุกเบิกที่ช่วยให้บริษัทต่าง ๆ คาดการณ์ยอดขายในอนาคตได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้นเพื่อปรับระดับสินค้าคงคลังให้เหมาะสม

คุณ Maxime Patte ซีอีโอและผู้ร่วมก่อตั้ง Veesimal แพลตฟอร์มลองเสื้อผ้าเสมือนจริงด้วย AI ได้ยกตัวอย่าง Autone ซึ่งเป็นสตาร์ทอัพที่เน้นการปรับปรุงการจัดสรรสินค้า ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ดีของการพัฒนาห่วงโซ่อุปทาน Autone ใช้ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการกระจายสินค้าไปยังร้านค้าและคลังสินค้าออนไลน์ ทำให้สินค้าคงคลังสอดคล้องกับความต้องการแบบเรียลไทม์

นอกจากนี้ AI ยังเปลี่ยนแปลงวิธีการออกแบบและวางแผนคอลเลกชัน โดยแบรนด์สามารถวิเคราะห์แนวโน้ม คาดการณ์ความต้องการ และสร้างสรรค์การออกแบบได้ ช่วยลดของเสียและเร่งการผลิต การสร้างต้นแบบเสมือนจริงยังช่วยลดความจำเป็นในการใช้ตัวอย่างจริง

ในด้านการผลิต ระบบอัตโนมัติ และการคาดการณ์ด้วย AI จะช่วยให้แบรนด์ผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและหลีกเลี่ยงสินค้าคงคลังมากเกินไป

AI มีผลกระทบอย่างมากต่อความสามารถของแบรนด์ในการคาดการณ์ความต้องการ ซึ่งช่วยลดการผลิตเกินความจำเป็น การวิเคราะห์ด้วย AI สามารถคาดการณ์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น ช่วยให้แบรนด์ลดการผลิตเกินและความสูญเสีย นอกจากนี้ AI ยังสามารถแนะนำวัสดุที่ยั่งยืนกว่าได้อย่างรวดเร็ว ทำให้กระบวนการจัดหาง่ายขึ้น AI ยังสนับสนุนแบรนด์ในการปรับสินค้าคงคลังให้เหมาะสม ลดการคืนสินค้า และนำโมเดลแฟชั่นหมุนเวียนมาใช้ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นประโยชน์ต่อความยั่งยืนและความยืดหยุ่นของแบรนด์

ในระดับค้าปลีก การแสดงภาพผลิตภัณฑ์ด้วย AI ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญ ช่วยให้แบรนด์สร้างเนื้อหาวิดีโอได้มากขึ้นเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ซื้อและช่วยให้พวกเขาซื้อสินค้าได้อย่างมั่นใจ ส่งผลให้ยอดขายสูงขึ้น ขนาดตะกร้าสินค้าใหญ่ขึ้น การคืนสินค้าน้อยลง และความภักดีของลูกค้าแข็งแกร่งขึ้น

ใครคือผู้นำในด้านโซลูชันแฟชั่นด้วย AI?

โซลูชัน AI สำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นและสิ่งทอกำลังได้รับการพัฒนาและนำมาใช้อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างอุตสาหกรรมที่มีประสิทธิภาพ ยั่งยืน และมีกำไรมากขึ้น

Ekoten Tekstil ในเครือ Sun Tekstil ได้เปิดตัวระบบตรวจจับข้อบกพร่องด้วย AI แบบเรียลไทม์ ซึ่งช่วยเพิ่มความแม่นยำ ลดของเสีย และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการผลิตสิ่งทออย่างมาก ระบบนี้ช่วยให้สามารถตรวจจับและแก้ไขข้อบกพร่องก่อนที่จะต้องนำไปผลิตซ้ำ ซึ่งช่วยประหยัดทรัพยากรและลดของเสีย

Fashion Enter ผู้ผลิตแฟชั่นและสิ่งทอในสหราชอาณาจักร ได้พัฒนาโซลูชันสำหรับการสร้างตัวอย่างผ้าดักที่ผสานรวม AI เข้ากับรูปแบบทางกายภาพ ทำให้ลูกค้ายังคงสามารถเห็นตัวอย่างจริงได้ในขณะที่ลดของเสีย ระบบนี้ช่วยให้สามารถผลิตตัวอย่างเพื่อขออนุมัติจาก AI และจากนั้นจึงผลิตตัวอย่างจริงที่ Fashion Enter ดีไซน์สามารถส่งไปยังผู้ผลิตผ้าดักรายใหญ่ทั่วโลกได้ ทำให้สามารถเริ่มการผลิตได้ทันที

"AI ยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเทคโนโลยีด้านขนาดและความพอดีของเสื้อผ้า เนื่องจากร้านค้าปลีกต้องเสียค่าใช้จ่ายจำนวนมากกับการคืนสินค้า การสำรวจพบว่าความพอดีเป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้น ๆ ที่ผู้บริโภคพิจารณาในการซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ การลงทุนในเทคโนโลยีที่ช่วยให้มั่นใจเรื่องความพอดีและขนาดที่สม่ำเสมอจะช่วยเพิ่มความภักดีของลูกค้า"

Veesual ได้เปิดตัวฟีเจอร์ใหม่สองอย่าง ได้แก่ Switch Model และ Multi-Sizing เพื่อปรับปรุงประสบการณ์การช้อปปิ้งแฟชั่นออนไลน์และลดความยุ่งยากในการซื้อ ฟีเจอร์ Switch Model ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเลือกนางแบบที่มีรูปร่างคล้ายกับตนเองเพื่อดูว่าเสื้อผ้าจะดูเป็นอย่างไรในมุมมองต่าง ๆ ส่วน Multi-Sizing ช่วยให้ลูกค้าเห็นภาพว่าเสื้อผ้าจะพอดีกับนางแบบที่เลือกในสามขนาดที่แตกต่างกัน ซึ่งช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกขนาดที่เหมาะสมกับสไตล์และความชอบของตนเองได้ง่ายขึ้น

อุปสรรคสำคัญในการนำ AI มาใช้สำหรับบริษัทแฟชั่น?

คุณ Iskov เห็นว่า ต้นทุนเป็นอุปสรรคสำคัญในการนำโซลูชันเทคโนโลยีมาใช้หรือปรับขนาด

"การนำ AI, AR หรือ Blockchain มาใช้อาจต้องมีการลงทุนเริ่มต้นจำนวนมากในด้านฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และความเชี่ยวชาญ แบนด์วิดท์ขนาดเล็กและขนาดกลางอาจประสบปัญหาในการแบกรับค่าใช้จ่ายที่สูงซึ่งเกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ ทำให้ความสามารถในการแข่งขันกับผู้เล่นรายใหญ่มูลดลง"

"อย่างไรก็ตาม ด้านกฎระเบียบที่เปลี่ยนแปลงไปเน้นย้ำถึงความเร่งด่วนของนวัตกรรมทางเทคโนโลยีเหล่านี้ โดยมีกฎหมายที่กำลังจะมาถึงซึ่งกำหนดให้แบรนด์ต้องปฏิบัติตามแนวทางด้านความยั่งยืน เช่นเดียวกับที่นักพัฒนานวัตกรรมต้องการการลงทุนที่ตรงเป้าหมายจากผู้ที่เข้าใจความซับซ้อนของภูมิทัศน์นี้ แบรนด์ต่าง ๆ ก็ต้องการการสนับสนุนในการนำนวัตกรรมมาใช้ในวงกว้างและตอบสนองความต้องการทางกฎหมายด้วยเช่นกัน"

GFA เชื่อว่าความร่วมมือในอุตสาหกรรมเป็นสิ่งสำคัญในการแก้ไขปัญหาลุทธิต่าง ๆ และโครงการ Trailblazer ที่ร่วมกับ PDS เป็นตัวอย่างที่ดี โดยโครงการนี้จะใช้เครือข่ายและความเชี่ยวชาญร่วมกันเพื่อให้ผู้พัฒนานวัตกรรมได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับอุตสาหกรรม และยังให้การสนับสนุนทางการเงิน คำปรึกษา และคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

Holloway จาก Fashion Enter มองว่าการลงทุนในซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์อย่างต่อเนื่องไม่ควรเป็นภาระของผู้ผลิตเพียงฝ่ายเดียว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่คำสั่งซื้อไม่แน่นอน เชื่อว่าการบูรณาการเทคโนโลยีในห่วงโซ่อุปทานเป็นสิ่งจำเป็น แต่ผู้ค้าปลีกก็ต้องให้ความไว้วางใจและลงทุนในซัพพลายเชนด้วยเช่นกัน เธอเสนอว่าสัญญาจัดซื้อจัดจ้างของรัฐบาลอาจช่วยให้โรงงานมีความมั่นใจในการลงทุนในเครื่องจักรใหม่ได้

คุณ Patte จาก Veesimal ชี้ให้เห็นถึงความลึกลับในการเปลี่ยนแปลงเป็นอีกหนึ่งอุปสรรค โดยเฉพาะจากทีมงานด้านความคิดสร้างสรรค์และทิศทางศิลป์ ซึ่งอาจกังวลเกี่ยวกับการสูญเสียการควบคุมความคิดสร้างสรรค์เมื่อเปลี่ยนไปใช้ภาพที่สร้างโดย AI ซึ่งคุณ Patte เน้นว่า AI ไม่ได้มาแทนที่ความคิดสร้างสรรค์ แต่เป็นการขยายขีดความสามารถ ซึ่งทีมงานยังคงสามารถควบคุมผลลัพธ์ทางภาพได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ เขายังกล่าวถึงปัญหาเรื่องความสามารถในการขยายขนาด โดยการรักษาความสม่ำเสมอและคุณภาพของภาพ AI ในปริมาณมากเป็นสิ่งสำคัญ และต้องมีการควบคุมคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้มั่นใจว่าภาพเหล่านั้นแสดงถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง

อย่างไรก็ตาม คุณ Patte สรุปลงว่าไม่ว่าจะมีอุปสรรคใด ๆ ก็ตาม สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการแก้ไข เนื่องจาก AI จะยังคงมีบทบาทสำคัญในอนาคตอันใกล้นี้ และเขาเชื่อว่า AI จะเป็นเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมมากที่สุด โดยมีอิทธิพลต่อทุกสิ่งตั้งแต่การจัดการสินค้าคงคลังไปจนถึงประสบการณ์ของลูกค้า และแบรนด์ที่นำ AI มาใช้ก่อนจะได้รับความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างแท้จริง

Source: JustStyle.com

Photo credit: Shutterstock.