

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว

อุไร ทองหัวไผ่

ภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร

thnghph@hotmail.com

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเป็นการเปิดโลกทัศน์ช่วยให้มนุษย์มีทัศนคติที่กว้างไกล สามารถรับรู้และเข้าใจสถานการณ์ที่เป็นจริง การท่องเที่ยวมีความสำคัญทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและการเมือง ด้านวัฒนธรรม และด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศ ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน เกิดการพัฒนาสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ช่วยฟื้นฟูสืบทอดวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ช่วยสร้างความตระหนักถึงคุณค่าสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันภาคท่องเที่ยวไทยมีรายได้ลดลงเนื่องจากเกิดสถานการณ์โควิดระบาด และเมื่อสถานการณ์ดีขึ้นส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจังโดยมีเป้าหมายในการยกระดับและการเสริมศักยภาพธุรกิจท่องเที่ยวและบริการแบบก้าวกระโดดเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง โดยนวัตกรรมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการที่สามารถนำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ หรือพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิมจึงเป็นทางเลือกที่สำคัญสำหรับการเติบโต สามารถแบ่งนวัตกรรมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ นวัตกรรมด้านกระบวนการและบริหารองค์กร และนวัตกรรมด้านการสื่อสารและการตลาด ซึ่งปัจจุบันภาครัฐได้ให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องผ่านยุทธศาสตร์และแผนงานด้านการท่องเที่ยวในทุกระดับ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว นวัตกรรม เทคโนโลยีดิจิทัล

Application of Digital Technology in Tourism

Urai Thonghuapai

Department of Computer Science Faculty of Science Ramkhamhaeng University

thnghph@hotmail.com

Abstract

Tourism is one's views of world. It helps humans to have a broader perspective to recognize and understand real situations. Tourism is important both economically social and political aspects, cultural aspects, nature and environment. It generates income in the form of foreign currency, helps build careers and employment, develops public utilities and facilities, helps conserve cultures and the environment, helps restore cultural inheritance of local communities, helps build awareness of environmental value. Currently, the Thai tourism sector has decreased incomes due to the COVID epidemic. And when the situation improves, a vigorous promotion of tourism with the goal of enhancing and empowering the tourism and service businesses leapfrog is essential. Innovation in the tourism and service industry that can be used to develop new attractions or develop and improve the original tourist attractions become an important choice for growth. It can be categorized into three categories: product and service innovation, process and organizational Innovation, and communication and marketing Innovation. The government has continued to give importance and support through tourism strategies and programs at all levels.

Keywords: Tourism, Innovation, Digital Technology

1. บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นการเปิดโลกทัศน์ช่วยให้มนุษย์มีทัศนคติที่กว้างไกล สามารถรับรู้และเข้าใจสถานการณ์ที่เป็นจริง จัดเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาที่คนทุกระดับสามารถมีประสบการณ์ร่วมกันได้ แหล่งท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวปัจจุบันอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการสืบค้นหรือค้นหาข้อมูลต่างๆ เป็นโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยตรง เริ่มตั้งแต่ก่อนการเดินทางนักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นข้อมูลท่องเที่ยวจากเว็บไซต์หรือบริษัททัวร์ที่น่าสนใจเพื่อเลือกสถานที่ วันเวลาในการท่องเที่ยวที่เหมาะสม หลังจากนั้นจึงมีกิจกรรมอื่น ๆ ต่อเนื่อง ได้แก่ การจองตั๋วเครื่องบิน การจองรถโดยสาร การจองเรือ การจองรถเช่า การจองที่พัก นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจต้องการพักผ่อนและหลบหนีจากความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน โดยกิจกรรมที่ได้รับความสนใจพิเศษ ได้แก่ การเดินป่า การเล่นกีฬาทางน้ำ การเที่ยวเตร่สนุกสนานในเวลาว่าง การซื้อสินค้า สำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจต้องการการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ธรรมชาติ การรับประทานอาหารท้องถิ่น รวมทั้งการพบปะกับผู้คนในแหล่งท่องเที่ยว ต้องการเห็นความเป็นอยู่หรือต้องการค้นพบประสบการณ์ใหม่ ๆ เป็นต้น

การท่องเที่ยวมีความสำคัญทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและการเมือง ด้านวัฒนธรรม และด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศ ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ ช่วยสร้างอาชีพ และการจ้างงาน ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ภูมิภาคเกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น เกิดการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น เพิ่มรายได้ต่อหัวของชุมชนท้องถิ่น ช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น ช่วยสร้างสรรค์

ความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น เกิดการพัฒนาสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ช่วยลดปัญหาการอพยพเข้าไปแออัดในเมือง ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นเปิดโลกทัศน์ให้แก่กันท่องเที่ยว นอกจากนี้สามารถใช้วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เป็นการช่วยฟื้นฟูสืบต่อวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น การสร้างความรัก ความหวงแหน และความภาคภูมิใจของวัฒนธรรมประเพณีแก่ชุมชนท้องถิ่น มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอันดีระหว่างชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายงานศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนท้องถิ่น ด้านสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวยังช่วยสร้างความตระหนักถึงคุณค่าสิ่งแวดล้อม ช่วยรักษา ฟื้นฟู พัฒนา ปรับปรุงและเสริมคุณค่าของสิ่งแวดล้อมในชุมชนท้องถิ่น และช่วยค้นคว้าหาแนวทางรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ดังนั้นการศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่ง เพื่อให้ทราบว่าปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้สนับสนุนงานด้านการท่องเที่ยวได้ในด้านใดบ้าง ซึ่งผลของการศึกษานี้เป็นแนวทางที่ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมมาใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ เนื้อหาของบทความแบ่งเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทย และประเด็นเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวและบริการ

2. วัตถุประสงค์ของบทความ

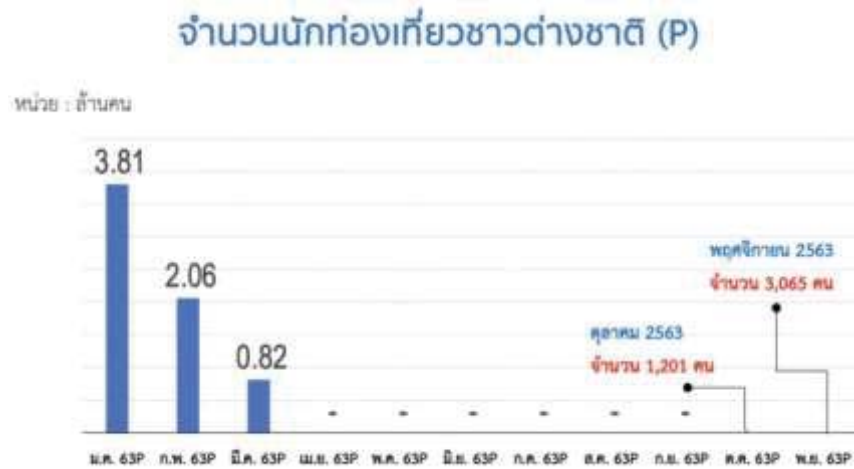
- 2.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- 2.2 เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว

3. สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า เสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญที่สุด สภาวะการท่องเที่ยวของประเทศไทย กลายเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นดัชนีชี้วัดสภาวะทางเศรษฐกิจและอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ หากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ดีจะส่งผลดีทางด้านเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิตและการสร้างงานของประเทศ กรมการท่องเที่ยว (2561) ได้สรุปสถานการณ์และแนวโน้มของการท่องเที่ยวของประเทศไทยไว้ดังนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ และมีการเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 6.7 ต่อปีต่อเนื่องไปถึงปี พ.ศ. 2570 ซึ่งคาดว่าในปี พ.ศ. 2570 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีมูลค่าประมาณ 2.71 ล้านล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 14.30 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องและตอบรับกับแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปถือว่าเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน สำหรับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความถี่และระยะทางในการเดินทางท่องเที่ยว ขณะที่จุดหมายปลายทางมักขึ้นอยู่กับกระแสสังคมในแต่ละช่วงเวลา โดยมีสื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคมเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญ จุดแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ได้แก่ ความหลากหลายของกิจกรรมและสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว ชื่อเสียงของอาหารไทยที่ได้รับการยอมรับภูมิอากาศแบบร้อนชื้นที่สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ความคุ้มค่าทางการท่องเที่ยว และการพัฒนาและสร้างชื่อเสียงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีมาอย่างยาวนาน จุดอ่อนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ได้แก่ ปัญหาการให้บริการของแท็กซี่ ความหนาแน่นของประชากรในเมือง ข้อจำกัดทางด้านภาษา ปัญหาโรงแรมหรือที่พักที่ไม่ได้จดทะเบียน ปัญหาระบบการขนส่งในชนบท การแข่งขันจากประเทศเพื่อนบ้าน ความไร้ประสิทธิภาพในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว และประเทศไทยไม่มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง

แต่เนื่องจากปี พ.ศ. 2563 - 2564 เกิดสถานการณ์โควิดระบาดทั่วโลก รายงานข่าวจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยว 11 เดือนแรกของปี 2563 ตั้งแต่เดือน ม.ค.-พ.ย. ที่ผ่านมาพบว่าภาคท่องเที่ยวไทยมีรายได้รวม 760,000 ล้านบาท ลดลง 1.93 ล้านล้านบาท หรือติดลบ 71.75% จากช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทย 6.69 ล้านคน ลดลง 29.27 ล้านคน หรือคิดลด 81.38% จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเดือน พ.ย. 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพียง 3,065 คนเท่านั้น ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เดือน ม.ค. – พ.ย. ปี 2563

(ที่มา: ศุกร์ 2 เมษายน 2564 กรุงเทพธุรกิจ <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/914548>)

ด้านสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศหรือตลาดไทยเที่ยวไทยในช่วง 11 เดือนแรกของปี 2563 เบื้องต้นมีจำนวนผู้เดินทางทั้งสิ้น 78.32 ล้านคน-ครั้ง ลดลง 75.78 ล้านคน-ครั้ง หรือคิดลด 49.17% จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา และมีเม็ดเงินที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว 428,000 ล้านบาท ลดลง 552,000 ล้านบาท หรือคิดลด 56.33% จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

จากสถานการณ์และแนวโน้มที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเห็นได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการจัดการและพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ได้แก่ การพัฒนาแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงในประเทศเพื่อกระจายนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักไปยังแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง การพัฒนาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจนเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว การพัฒนาฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยว เพื่อช่วยในการวางแผนการเดินทางและการตัดสินใจที่ถูกต้องและแม่นยำ การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่สะดวกแก่การเข้าถึงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ การพัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลในการอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การพัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการอำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการเตรียมความพร้อมรองรับปัญหาและวิกฤตทางการท่องเที่ยว เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การก่อการร้าย โรคระบาด และวิกฤตการณ์ทางการเมือง เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันภาครัฐได้ให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องผ่านยุทธศาสตร์และแผนงานด้านการท่องเที่ยวในทุกระดับ ได้แก่ ระดับนานาชาติ ระดับนโยบาย ระดับส่วนกลาง ระดับจังหวัดและท้องถิ่น และแผนพัฒนาเขตพื้นที่ระดับสาขา

4. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว

ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจภาคบริการที่มีการขยายตัวสูง และมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าและบริการรวมของประเทศแล้ว ยังก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องอีก

มากมาย ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ประเทศต่าง ๆ เริ่มเห็นโอกาสในการสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หลายประเทศหันมาส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจังโดยมีเป้าหมายในการยกระดับและการเสริมศักยภาพธุรกิจท่องเที่ยวและบริการแบบก้าวกระโดด ดังนั้นหากประเทศใดไม่มีการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่อย่างต่อเนื่องจะมีโอกาสเข้าสู่ภาวะปฏิเสศ (Decline) ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ไม่สามารถแข่งขันกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ใหม่กว่าได้ ดังนั้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่หรือการนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิมจึงเป็นทางเลือกที่สำคัญสำหรับการเติบโต สำหรับนวัตกรรมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการสามารถแบ่งเป็น 3 รูปแบบใหญ่ ๆ ได้แก่

4.1 นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product & Service Innovation)

นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการเป็นนวัตกรรมที่นำมาใช้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าและบริการ เพื่อส่งต่อคุณค่าต่อผู้ใช้หรือผู้รับบริการเป็นการเพิ่มมูลค่ากับสินค้า เพิ่มประสบการณ์ให้ผู้ใช้ทำให้ผู้ใช้หรือผู้รับบริการมีความพึงพอใจมากขึ้น เช่น การพัฒนาสินค้าของฝากแปลกใหม่ สร้างสรรค์ มีความเป็นท้องถิ่น รูปแบบทัวร์เชิงสร้างสรรค์ ทัวร์เฉพาะกลุ่ม การใช้หุ่นยนต์ในการบริการนักท่องเที่ยว การใช้บิ๊กดาต้า (Big Data) มาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาสินค้าหรือบริการ เป็นต้น



ภาพที่ 2 พนักงานหุ่นยนต์ของโรงแรมฟลายซู (FlyZoo)

ที่มา: <https://tech.mthai.com/it-news/104085.html> สืบค้นเมื่อ 6/4/2564

จากภาพที่ 2 พนักงานหุ่นยนต์ของโรงแรมฟลายซู (FlyZoo) หุ่นยนต์ทำหน้าที่เป็นพนักงานเสิร์ฟอาหาร ค็อกเทล ชา และกาแฟ โดยระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) ช่วยให้การจัดการภายในโรงแรมมีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดการใช้แรงงาน และลดความซ้ำซ้อนของพนักงานโรงแรม

4.2 นวัตกรรมด้านกระบวนการและบริหารองค์กร (Process & Organizational Innovation)

นวัตกรรมด้านกระบวนการและบริหารองค์กรเป็นนวัตกรรมที่นำมาใช้เพื่อสร้างสรรค์ ปรับปรุง พัฒนาให้กระบวนการรวมถึงการบริหารจัดการในองค์กรของผู้ให้บริการหรือผู้ผลิตสินค้านั้น ๆ ให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น เพื่อลดต้นทุน หรือเพิ่มผลผลิตเพื่อให้เกิดสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพหรือลดผลกระทบต่อชุมชน เช่น อุปกรณ์หรือระบบอัตโนมัติที่ทำให้บริการรวดเร็วได้มาตรฐาน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการ การใช้เทคโนโลยีสีเขียว และการสร้างเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจเพื่อลดต้นทุนการบริการ เป็นต้น



ภาพที่ 3 หุ่นยนต์ทำอาหาร ชื่อว่า “The Moley Robotic Kitchen”

ที่มา : <https://baania.com>

ภาพที่ 3 หุ่นยนต์ทำอาหารชื่อว่า “The Moley Robotic Kitchen” เป็นนวัตกรรมด้านกระบวนการที่ต้องการลดความต้องการการใช้งานมนุษย์ในการผลิตสินค้าและการบริการ โดยพัฒนาเมื่อจักรกลที่สามารถเคลื่อนไหวได้อิสระ สามารถหยิบจับสิ่งของได้เหมือนมนุษย์ หุ่นยนต์ทำอาหารนี้สามารถเรียนรู้การเตรียมอาหาร การทำอาหาร การจัดลงจาน การจัดเก็บ และทำความสะอาดหลังจากทำอาหารเสร็จ ผู้ใช้งานสามารถสั่งให้หุ่นยนต์ปฏิบัติงานผ่านมือถือสมาร์ทโฟนหรือสั่งงานโดยตรงจากหน้าจอ หลักการทำงานของมือจักรกลจะเก็บข้อมูลจากท่าทางการทำอาหารจากมนุษย์ที่เป็นเชฟจริงในรูปแบบสามมิติไว้ที่สตูดิโอครัวที่ได้จัดเตรียมไว้ ผู้ใช้งานสามารถเลือกสั่งให้หุ่นยนต์ทำอาหารที่ต้องการได้แบบเดียวกันกับเชฟจริงที่เป็นมนุษย์ ซึ่งนวัตกรรมนี้ นอกจากผู้ใช้งานได้ความสะดวกสบายที่เพิ่มขึ้น ยังลดปริมาณการสิ้นเปลืองของวัตถุดิบ การเกิดของเสียจากการทำอาหารน้อยลง ลดปริมาณขยะจากบรรจุภัณฑ์ ลดการใช้พลังงานในการทำอาหาร และลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

4.3 นวัตกรรมด้านการสื่อสารและการตลาด (Communication & Marketing Innovation)

นวัตกรรมด้านการสื่อสารและการตลาดเป็นนวัตกรรมที่นำมาใช้เพื่อการสื่อสารและการตลาดระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ หรือผู้ผลิตกับผู้ซื้อหรือผู้ซื้อสินค้า ซึ่งนำไปสู่กระบวนการให้บริการหรือตกลงซื้อขาย และรวมถึงการได้ข้อมูลตอบกลับหลังการรับบริการ เช่น การใช้สื่อสังคม (Social Media) ในการเข้าถึงและการบอกต่อ การพัฒนาการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) การพัฒนาโปรแกรมสร้างความภักดีให้เกิดขึ้นระหว่างลูกค้ากับแบรนด์ (Loyalty Program) และการอำนวยความสะดวกด้านการสื่อสารและการแปลภาษา เป็นต้น



ภาพที่ 4 การจัดกิจกรรมชมทรัพย์ท่องเที่ยวไทย ของ ททท.

ที่มา: <https://www.tourismtreasures.org/>

จากภาพที่ 4 การจัดการกิจกรรมชุมชนท่องเที่ยวไทย ของ ททท. เป็นกลยุทธ์นำเสนอขายสินค้าการท่องเที่ยว มุ่งเน้นส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยด้วยการกระตุ้นและกระจายรายได้ไปสู่เมืองหลักและเมืองรอง และกระจายข้อมูลด้านการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ก่อให้เกิดการเดินทางในหมู่นักท่องเที่ยว

5. บทสรุป

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า เสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญที่สุด สภาวะการท่องเที่ยวของประเทศไทย กลายเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นดัชนีวัดสภาวะทางเศรษฐกิจและอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ หากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ดีจะส่งผลดีทางด้านเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิตและการสร้างงานของประเทศ สถานการณ์ท่องเที่ยว 11 เดือนแรกของปี 2563 ตั้งแต่เดือน ม.ค.-พ.ย. ที่ผ่านมา พบว่าภาคท่องเที่ยวไทยมีรายได้รวม 760,000 ล้านบาท ลดลง 1.93 ล้านล้านบาท หรือติดลบ 71.75% จากช่วงเดียวกันของปี 2562 ซึ่งภาครัฐให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องผ่านยุทธศาสตร์และแผนงานด้านการท่องเที่ยวในทุกระดับ ได้แก่ ระดับนานาชาติ ระดับนโยบาย ระดับส่วนกลาง ระดับจังหวัดและท้องถิ่น และแผนพัฒนาเขตพื้นที่ระดับสาขา โดยนวัตกรรมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการที่สามารถนำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ หรือพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิมจึงเป็นทางเลือกที่สำคัญสำหรับการเติบโต สามารถแบ่งนวัตกรรมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ นวัตกรรมด้านกระบวนการและบริหารองค์กร และนวัตกรรมด้านการสื่อสารและการตลาด

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมการท่องเที่ยว. (2561). **แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2564**. กรุงเทพมหานคร: VIP COPY PRINT.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). **แผนปฏิบัติการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2562**.
- สืบค้นจาก <https://www.tat.or.th/th/about-tat/market-plan>.
- กนิษฐา เกิดฤทธิ์. (2017). **แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว**. สืบค้นจาก <https://ajkanittha.files.wordpress.com/2017/09/e0b89ae0b897e0b897e0b8b5e0b988-2-e0b981e0b899e0b8a7e0b884e0b8b4e0b894e0b980e0b881e0b8b5e0b988e0b8a2e0b8a7e0b881e0b8b1e0b89ae0b881.pdf>.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (2560). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)**.
- สืบค้นจาก http://www.ubu.ac.th/web/files_up/03f2017052216244626.pdf.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2548). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมหลัก**. กรุงเทพมหานคร: บางกอกบลู๊ค.
- Baum, T. (2007). Human resources in tourism: Still waiting for change. *Tourism Management*, 50 (6): 1383-1399.
- Pun-Arj Chairatana. (2017). **INNOVATION ... Making Creativity into Value Reality**.
- สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Northern/DocLib_SeminarSlide/NIA%20-%20Director%20-%20Tourism%20Industry%20-%202017-10-30.pdf.
- Righthand . (2019). **Alibaba เปิดตัว FlyZoo โรงแรมสุดล้ำ ใช้หุ่นยนต์แทนพนักงาน**. สืบค้นจาก <https://tech.mthai.com/it-news/104085.html>.