



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน
วันที่ 4 - 10 กันยายน 2566
โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู
<thaitcchengdu@ditp.go.th>

เทคโนโลยี AI ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

นับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2565 ChatGPT ได้เปิดตัวสู่สาธารณะ โดย ChatGPT มีหน้าที่หลักในการเขียนข้อความ การปรับปรุงภาพ การตัดต่อคลิปวิดีโอ รวมทั้งยังสามารถให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้งานได้ด้วย ทั้งนี้ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มก็ตื่นตัวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ และได้เริ่มสัมผัสกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หรือ Artificial Intelligence (AI) รวมทั้งนำ AI มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิต การแปรรูป การออกแบบบรรจุภัณฑ์และด้านอื่นๆ

ในช่วงครึ่งปีแรกที่ผ่านมา ปรากฏว่า มีแบรนด์ในกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มหลากหลายแบรนด์ เช่น แบรนด์ Wanglaoji แบรนด์ Chiccream แบรนด์ Yili เป็นต้น ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้นำเอา AI มาใช้/ดำเนินการด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจากฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ระบุว่า ในปี 2563 การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในตลาดอาหารและเครื่องดื่ม มีมูลค่าประมาณ 3,070 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 29,940 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2569 หรือคิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 875.24 ภายในเวลา 6 ปี

ปัจจุบัน อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มสามารถประยุกต์ใช้ AI ในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

(1) Lighthouse Factory : AI สามารถช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพในด้านการผลิตและการแปรรูปของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โรงงานประเภทโลท์เฮาส์ เป็นรูปแบบที่ถูกนำมาใช้บ่อยครั้งในอุตสาหกรรม ซึ่งโรงงานประเภทนี้โดยมากจะมีสายการผลิตอัจฉริยะ และนำเทคโนโลยี/หุ่นยนต์ AI มาใช้ในการบรรจุอาหาร/เครื่องดื่มอัตโนมัติ ทั้งยังมีรถยกที่ขับเคลื่อนด้วยหุ่นยนต์ทำงานในคลังสินค้าด้วย ซึ่งกระบวนการผลิตดังกล่าวสามารถดำเนินการได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยที่เวลาในการทำงาน/กระบวนการผลิตไม่ถูกจำกัดเหมือนการใช้แรงงานคน นอกจากนี้ AI ยังสามารถช่วยในด้านการวิจัยและคาดการณ์ได้ว่า ผู้บริโภคจะนิยมรสชาติใดในอนาคต โดยผ่านการวิเคราะห์ข้อมูล Big Data เพื่อช่วยผู้ประกอบการในการพิจารณาและตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ได้



นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

(2) **AI Marketing** หมายถึง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI เข้าร่วมกับการทำการตลาดในรูปแบบต่างๆ เช่น อุปกรณ์ตรวจสอบเทอร์มินัล ซึ่งพนักงานขายสามารถรับทราบสถานะการวางผลิตภัณฑ์ต่างๆ บนชั้นวางสินค้า ในหน้าร้าน โดยผ่านการถ่ายภาพด้วยโทรศัพท์มือถือ ทั้งยังสามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับการวางจำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกันของแบรนด์ต่างๆ ในขณะเดียวกัน แปรนด์ต่างๆ สามารถใช้คู่แข่งระบบอัจฉริยะ เพื่อรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับประเภทสินค้าและจำนวนครั้ง/ความถี่ที่ผู้บริโภคเปิดตู้แช่แข็งเพื่อซื้อสินค้า ผ่านช่องทางต่างๆ ส่วนเครื่องบันทึกเงินสดระบบอัจฉริยะสามารถวิเคราะห์ปริมาณ/มูลค่าจำหน่ายสินค้าประจำวันได้อย่างครอบคลุมมากขึ้น ซึ่งช่วยปูทางให้แก่แบรนด์ต่างๆ ในการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมในภายหลัง

(3) **ควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์** ปัจจุบันระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability System) มีการพัฒนาอย่างสมบูรณ์แล้ว ซึ่ง AI ในระบบนี้สามารถติดตามความเคลื่อนไหวของขั้นตอนต่างๆ ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งการผลิต การแปรรูป การบรรจุ การขนส่ง การกระจายสินค้าไปถึงมือผู้บริโภค ทั้งนี้ ได้กลายเป็นระบบรับรองความปลอดภัยของอาหารและเครื่องดื่ม และได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภค

ข้อมูลเพิ่มเติม/ผลกระทบ/ความเห็นของ สคต.

ทุกวันนี้ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มได้ประโยชน์อย่างมากจากการพัฒนาเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ไม่ว่าจะด้านประหยัดต้นทุน ควบคุมคุณภาพสินค้า รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาสินค้าใหม่ที่เหมาะสมกับตลาด แต่ในขณะเดียวกัน ความท้าทายมักจะปรากฏตัวควบคู่ไปกับโอกาส

ในด้านหนึ่ง อุตสาหกรรมฯ ก็เกิดการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งทำให้การยกระดับเทคโนโลยีการผลิตกลายเป็นสิ่งสำคัญของบริษัทที่ใช้ในการต่อสู้แข่งขัน ทั้งนี้ ศักยภาพของปัญญาประดิษฐ์ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตอาหารก็ได้ดึงดูดความสนใจจากบริษัทต่างๆ เข้าสู่ตลาดด้วย แต่ต้นทุนที่ต้องทุ่มลงไปอย่างสูงก็ทำให้ปัญญาประดิษฐ์ไม่สามารถแพร่หลายมากขึ้นได้ ซึ่งไม่จำเป็นการพัฒนาาระบบใหม่ในช่วงแรกหรือการดำเนินการและบำรุงรักษาแพลตฟอร์มในภายหลัง ล้วนจำเป็นต้องใช้ต้นทุนอย่างสูง และกลายเป็นอุปสรรคที่บริษัทต้องเผชิญ

ส่วนอีกด้านหนึ่ง หากอุตสาหกรรมฯ อาศัยปัญญาประดิษฐ์กับทุกๆ ด้าน ก็อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงได้บางประการ โดยความเสี่ยงที่ใหญ่ประการหนึ่ง คือ ปัญญาประดิษฐ์อาจทำการตัดสินใจที่ไม่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือไม่คำนึงถึงผลทางด้านสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น หากบริษัทใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต ก็อาจส่งผลให้คุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์อาหารน้อยลงหรือเพิ่มมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมฯ จึงควรประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์อย่างมีระมัดระวังด้วย รวมทั้งพิจารณาจากมุมมองของผู้บริโภคควบคู่ไปด้วย เพื่อให้การดำเนินการของมนุษย์ได้รับแรงหนุน/ส่งเสริมจากปัญญาประดิษฐ์ให้ประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพึงพอใจ

แหล่งข้อมูล : <https://mp.weixin.qq.com/s/OLiIBJ407QVJB85DcH8DKA>

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1760222638723356809&wfr=spider&for=pc>

แปลและเรียบเรียงโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด