

## ลุยฝ่าโลกยุค AI ครองเมือง ด้วยขุมพลังแห่ง Storytelling ผ่านเบื้องหลังทางประสาทวิทยา (Neuroscience) #Adfest2026

ในยุคปัจจุบันที่เราถูกห้อมล้อมด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่สามารถผลิตคอนเทนต์ออกมาได้อย่างมหัศจรรย์และรวดเร็ว แต่ปัญหาที่เหล่านักการตลาดต้องเผชิญกลับไม่ใช่การขาดแคลนเนื้อหา แต่เป็น “การขาดแคลนความรู้สึกและการเชื่อมต่อ” ที่แท้จริง บทวิเคราะห์จากคุณ Oliver Atkinson ผู้อำนวยการด้านกลยุทธ์การเล่าเรื่องจาก Casual Film กล่าวบนเซสชัน Making People Care: Storytelling in the Age of AI เวที Adfest 2026 #Adfest2026 ได้ชี้ให้เห็นถึงจุดเปลี่ยนสำคัญของการโฆษณา โดยเฉพาะการเปลี่ยนผ่านของเจเนอเรชันที่หันมาบูรณาการศิลปะแห่งการเล่าเรื่องเข้ากับเทคโนโลยีและข้อมูลเชิงลึกทางพฤติกรรมศาสตร์ เพื่อก้าวข้ามขีดจำกัดของงานสร้างสรรค์ที่ไม่ได้มีดีแค่ความสวยงาม แต่ต้องสามารถ “ขยับ” ความรู้สึกและขับเคลื่อนพฤติกรรมของผู้คนได้จริงในโลกที่โฆษณาเกือบทั้งหมดถูกมองข้ามไปเหมือนคลื่นวิทยุที่ไม่มีใครหมุนไปเจอ หัวใจสำคัญของการก้าวข้ามความ “ไร้ตัวตน” ในงานโฆษณา อุปสรรคที่ใหญ่ที่สุดของงานโฆษณาในวันนี้คือสิ่งที่ Oliver เรียกว่า “ความไร้ตัวตน” (Invisibility) ซึ่งหมายถึงภาวะที่โฆษณาถูกผลิตออกมามากมายแต่กลับไม่มีใครสังเกตเห็นหรือจดจำได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อ AI เข้ามาทำให้คอนเทนต์กลายเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ที่หาได้ทั่วไป สิ่งที่ยากไปคือความรู้สึก “ขนลุก” หรือความประทับใจที่เกิดจากความเป็นมนุษย์ ทางออกของเรื่องนี้จึงไม่ใช่การทำคอนเทนต์ให้มากขึ้น แต่เป็นการสร้างเนื้อหาที่ทำให้คน “แคร์” ผ่านแพลตฟอร์มที่ชื่อว่า StoryPals ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการวิจัยร่วมกับนักประสาทวิทยาและศาสตราจารย์ด้านพฤติกรรมศาสตร์มานานกว่าสองปี เพื่อค้นหาคำตอบว่าทำไมสมองของมนุษย์ถึงเลือกที่จะเปิดรับหรือปิดกั้นข้อมูลบางอย่าง

โดยมีหลักการพื้นฐานว่าเรื่องราวที่มีประสิทธิภาพจะต้องสอดคล้องกับกลไกการทำงานของสมอง มิฉะนั้นข้อมูลเหล่านั้นจะถูกคัดกรองทิ้งไปโดยอัตโนมัติ การวัดผลผ่านระบบประสาท เมื่อความรู้สึกไม่ใช่เรื่องนามธรรมอีกต่อไป ความน่าสนใจของแนวคิดนี้คือการนำวิทยาศาสตร์มาพิสูจน์อารมณ์ ผ่านการทดลองที่ใช้เช่นเซโรโทนินหรือฮอร์โมนทางสรีรวิทยาเพื่อวัดการหลั่งของสารเคมีในสมองอย่าง ออกซิโทซิน (Oxytocin) ที่สร้างความผูกพัน และ โดปามีน (Dopamine) ที่สร้างความตื่นเต้นและจذب ผลการทดลองชี้ให้เห็นว่าสิ่งที่ผู้คน “พูด” ว่าชอบ (Conscious Preference) กับสิ่งที่ร่างกาย “รู้สึก” จริงๆ (Subconscious Experience) มักจะไม่ตรงกัน ข้อมูลจากนักจิตวิทยาและนักประสาทวิทยายืนยันว่าการตัดสินใจของมนุษย์กว่า 95% ถึง 99% เกิดขึ้นในระดับจิตใต้สำนึก ดังนั้นการใช้แบบสอบถามแบบเดิมที่ให้คนหยุดคิดเพื่อประเมินความชอบ จึงมักจะได้อาตรที่ผ่านการปรุงแต่งด้วยเหตุผลภายหลัง ซึ่งคลาดเคลื่อนจากปฏิกิริยาที่แท้จริงของสมองไปอย่างสิ้นเชิง “Immersion” และ “Resonance” กุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จทางการตลาด นิยามของความสำเร็จในยุคใหม่ถูกวัดด้วยค่า Immersion (ความจุ่มจ่อม) ซึ่งเป็นสภาวะที่สมองส่งสัญญาณว่า “สิ่งนี้สำคัญ” เป็นช่วงเวลาที่คุณเลิกกวาดสายตาดูผ่านๆ แต่เริ่มสัมผัสและดื่มด่ำกับประสบการณ์นั้นอย่างเต็มที่ เหมือนเวลาที่เรานั่งรอในรถจนจบพอดแคสต์แล้วออกเดินทางมาถึงที่หมายแล้ว ค่า Immersion นี้เปรียบเสมือน “มาตรวจวัดความใส่ใจ” (Give a shit metric) ซึ่งมีความแม่นยำสูงมาก

( ที่มา : MarketingOops! )



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน  
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙ ๕๕๕ ๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์  
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๙๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ  
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก  
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร  
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทยชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่นระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวันชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -  
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -  
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -  
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์ เป็นผู้พิมพ์  
นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์ เป็นผู้โฆษณา  
นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร์ เป็นบรรณาธิการ  
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่วันที่ ๑๗ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐  
(ลงชื่อ)นางสาวกนกอร ศักดาเดช

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร