

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI ในอุตสาหกรรมอีเวนต์ APPLICATION OF AI TECHNOLOGY IN THE EVENT INDUSTRY

¹มานินทร์ เจริญลาภ และ ²ปณิธาน ทับแสง
¹Manin Charoenlarp and ²Panitan Tubsang

มหาวิทยาลัยศรีปทุม, ประเทศไทย
Sripatum University, Thailand

¹Manin.ch@spu.ac.th, ²Panitan.tu@spu.ac.th

Received : March 8, 2023; Revised : March 29, 2024; Accepted : April 30, 2024

บทคัดย่อ

ปัจจุบันในอุตสาหกรรมการจัดงานอีเวนต์ เทคโนโลยี AI ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วม และให้ผู้เข้าร่วมได้รับประสบการณ์ความบันเทิงใหม่ ๆ อย่างเต็มรูปแบบ ประกอบด้วย การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูล การสร้างประสบการณ์ส่วนบุคคลให้กับผู้เข้าร่วม โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของผู้เข้าร่วม เพื่อนำมาพัฒนาการออกแบบกิจกรรมให้ตรงกับความต้องการส่วนบุคคล การสร้างระบบสนทนาอัตโนมัติและผู้ช่วยเสมือน การรวบรวมเนื้อหาและกำหนดรูปแบบการจัดงาน โดยรวบรวมและจัดระเบียบเนื้อหาจากแหล่งต่างๆ นำมาเผยแพร่แบ่งปันในรูปแบบใหม่ ให้มีวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ การตลาดและการส่งเสริมการตลาด ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับข้อมูลประชากร ทำให้สามารถสร้างลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างละเอียด เข้าใจว่าใครคือผู้เข้าร่วมในอุดมคติ และใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารประจำแบบอัตโนมัติ เช่น การส่งอีเมล การเพิ่มประสิทธิภาพทรัพยากร ประกอบด้วย การเลือกสถานที่ การกำหนดพนักงาน และการขนส่งอุปกรณ์ และการสร้างเครือข่ายให้กับผู้เข้าร่วม

คำสำคัญ: เทคโนโลยี AI, อุตสาหกรรมการจัดงานอีเวนต์

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

² อาจารย์, คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Abstract

Currently, in the event organizing industry, AI technology has played an important role. In order to meet the needs of the participants and provide participants with new entertainment experiences in full, consisting of data collection and data analysis to help make decisions based on data. Creating a personalized experience for attendees by analyzing the insights of the participants to develop activity designs to meet individual needs. Creating automated conversation systems and virtual assistants Gathering content and determining the format for organizing the event by collecting and organizing content from various sources. Bring it out and share it in a new way. Have an interesting way of presenting it. Marketing and promotion with in-depth analysis of demographic data this makes it possible to create detailed characteristics of the target group. Understand who the ideal participant is. And use it as an automated routine communication tool, such as sending emails and optimizing resources, including selecting locations Employee Assignment and transportation of equipment and networking for participants.

Keywords: AI technology, Event Management Industry

บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมการจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Event Industry) หรือเรียกทับศัพท์ว่าการจัดงานอีเวนต์ (Event Management) เติบโตอย่างมาก เห็นได้จากในปี ค.ศ. 2023 สมาอุตสาหกรรมงานกิจกรรม หรือ The Events Industry Council (EIC) ร่วมกับ Oxford Economics ได้เผยแพร่ผลการวิจัยจากการศึกษาสถานการณ์ทางธุรกิจของอีเวนต์ ต่อความสำคัญทางเศรษฐกิจโลกในปี ค.ศ. 2022 จากการสำรวจผู้เชี่ยวชาญด้านการประชุม ผู้แสดงสินค้า และสถานที่ กว่า 50 ประเทศทั่วโลก พบว่าอุตสาหกรรมจัดการอีเวนต์ (Event Management Industry) มีมูลค่าทางตลาดกว่า 1.6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ (ลงทุนศาสตร์, 2566) เช่นเดียวกับประเทศไทยภายหลังสถานการณ์โควิด อุตสาหกรรมจัดงานมีการฟื้นตัวอย่างเห็นได้ชัด ภาคธุรกิจต่างๆ มีการจัดกิจกรรม เพื่อเติมสีสันให้ตลาดอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นคอนเสิร์ต แฟนมีต (Fanmeet) มหกรรมเกมส์ งานเกี่ยวกับการตกแต่งบ้าน งานมหกรรมหนังสือระดับชาติ เป็นต้น ส่งผลให้สถานที่จัดงาน (Venue) ที่เป็นทำเลสำคัญมีกิจกรรมแน่น (สาวิตรี รินวงศ์, 2023) อาทิ อิมแพ็คเมืองทองธานี ในปี พ.ศ.2567 มียอดจองพื้นที่จัดงาน 80-90% เทียบเท่ากับช่วงก่อนเกิดวิกฤตโควิด จากการจัดงานทุกกลุ่ม อาทิ การจัดประชุม การจัดประชุมนานาชาติทั้ง

ระดับองค์กรและระดับใหญ่ และยังมีโอกาสเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จากผู้จัดงานใหญ่ ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (การเงินธนาคาร, 2024)

การจัดอีเวนต์ (Event) หรือการจัดกิจกรรมพิเศษ คือ การกำหนดเหตุการณ์หรือวาระพิเศษ ณ เวลาหนึ่งและสถานที่หนึ่ง (An Occurrence at a Given Place and Time) หรือเหตุการณ์ที่สำคัญ หรือน่าจดจำ (A Noteworthy Occurrence) เพื่อช่วยส่งเสริมสินค้าและบริการ หรือสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรเป็นที่ยอมรับ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเคลื่อนไหว และเป็นการกระจายข่าวสารในกลุ่มผู้บริโภค ด้วยการนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ ให้มีความเชื่อมโยงเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้จัดงานนั้นจะมีความคิดสร้างสรรค์ และการหยิบยกเอาสถานการณ์มาประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์ เหมาะสมกับฐานการตลาดของสินค้า ซึ่งรูปแบบของกิจกรรมพิเศษนั้นไม่มีกำหนดตายตัว แต่คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ (เสรี วงษ์มณฑา, 2540)

ข้อดีที่เห็นได้ชัดของอีเวนต์ จากผลการสำรวจพบว่าผู้เข้าร่วมกว่าร้อยละ 74 มีการรับรู้เชิงบวกของตราสินค้ามากขึ้น และร้อยละ 96 ของผู้เข้าร่วมได้รับประสบการณ์ที่ดีจากในงาน และมีแนวโน้มที่จะกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ

อย่างไรก็ตาม การเติบโตของอุตสาหกรรมการจัดงานอีเวนต์ (Event Management Industry) มีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญอันเนื่องมาจากอิทธิพลที่เพิ่มขึ้นของปัญญาประดิษฐ์ หรือที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางว่าเทคโนโลยี AI (Artificial Intelligence หรือ AI) ซึ่งมีความสามารถอันโดดเด่น (Abdul Halim A. H., Zamzuri, N. H., & Ghazali. A. R., 2023) สอดรับกับความต้องการของผู้คนในปัจจุบัน ข้อมูลจาก YPulse ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลด้านการตลาด กล่าวว่า ผู้คนรุ่น Gen Z และ Millennials กว่าร้อยละ 71 มักจะรู้สึกตื่นเต้น และมีทัศนคติเชิงบวก เมื่อมีเทคโนโลยี AI เข้ามาเกี่ยวข้อง เนื่องจากสามารถนำเสนอเนื้อหาใหม่ๆ ได้อย่างน่าสนใจ ทั้งนี้หากตราสินค้าต้องการนำเทคโนโลยี AI มาใช้ให้เกิดประโยชน์ มากที่สุด จะต้องรู้ว่าควรออกแบบการจัดงานอีเวนต์ด้วยเทคโนโลยี AI แบบใด เพื่อให้ผู้คนมีประสบการณ์ร่วมที่ดี รวมถึงการเลือกใช้เทคโนโลยี AI ช่วยมอบความบันเทิงให้แก่ผู้ใช้งาน บูรณาการเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้เข้าร่วมกับตราสินค้า ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่ช่วยประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้คนได้ดียิ่งขึ้น ผู้จัดงานอีเวนต์จึงต้องปรับตัวให้ทันกับความสนใจของผู้คนในปัจจุบัน จึงควรศึกษาแนวโน้มเทคโนโลยี AI อยู่เสมอ เพื่อนำมาใช้ในการจัดงานให้มีความน่าสนใจ รวมถึงเลือกใช้เทคโนโลยี AI ตั้งแต่กระบวนการวางแผนงาน ไปจนถึงเพิ่มประสิทธิภาพภายในงาน และภายหลังงานเสร็จสิ้น เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ อย่างเต็มรูปแบบ (any i media, 2023) จึงกล่าวได้ว่าปัจจุบันเทคโนโลยี AI กลายเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในอุตสาหกรรมการจัดงานอีเวนต์

การใช้เทคโนโลยี AI (Artificial Intelligence : AI) ในอุตสาหกรรมอีเวนต์

เทคโนโลยี AI (Artificial Intelligence หรือ AI) เปรียบเสมือนสมองกลอัจฉริยะที่ ถูกสร้างขึ้นเพื่อเลียนแบบความสามารถของมนุษย์ สามารถที่จะเรียนรู้ วิเคราะห์ข้อมูล และ ตัดสินใจ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ เปรียบเสมือนผู้ช่วยอัจฉริยะทำงานได้หลากหลาย รูปแบบ (อรพิม ประสงค์, ม.ป.ป.) ทั้งนี้ในอุตสาหกรรมอีเวนต์มีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก มีความซับซ้อนในการผลิต มีข้อจำกัดด้านเวลาในการจัดงาน การสร้างกิจกรรมที่น่าสนใจ และการจัดการงบประมาณ สิ่งต่างๆ เหล่านี้สามารถนำเทคโนโลยี AI เข้ามาช่วย ในอุตสาหกรรมการจัดอีเวนต์ ดังนี้ (Abdul Halim A. H., Zamzuri, N. H., & Ghazali. A. R., 2023; Cob.anoglu C., Dogan S., Berezina K., & Collins G., 2021)

1. การตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูล (Data-Driven Decision-Making)

เทคโนโลยี AI มีบทบาทสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก อาทิ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วม ความต้องการของผู้เข้าร่วม พฤติกรรมของผู้เข้าร่วมช่วยให้นักวางแผนงานอีเวนต์สามารถตัดสินใจได้อย่างแม่นยำ เพื่อนำมาวางกลยุทธ์การดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง และลดความผิดพลาดในอดีต

นอกจากนี้ เทคโนโลยี AI ยังสามารถใช้ในการวิเคราะห์เชิงคาดการณ์แนวโน้มและผลลัพธ์ในอนาคตได้อีกด้วย อาทิ การประมาณการณ์จำนวนผู้เข้าร่วม ช่วยให้สามารถคาดการณ์ความต้องการทรัพยากร ความต้องการสถานที่ งบประมาณ และการขนส่งอุปกรณ์ ได้อย่างถูกต้อง และยังติดตามสินค้าคงคลังของอุปกรณ์และอำนวยความสะดวกในการปรับเปลี่ยนแบบเรียลไทม์ (Real Time) ตามความจำเป็น ป้องกันการขาดแคลนหรือส่วนเกินที่อาจนำไปสู่ความไร้ประสิทธิภาพและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น สิ่งเหล่านี้ช่วยในการประหยัดต้นทุน ส่งผลให้ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ในกิจกรรมต่างๆ เพิ่มขึ้น

2. ประสบการณ์ส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วม (Personalized Attendee Experiences)

การนำเทคโนโลยี AI มาใช้ในอุตสาหกรรมอีเวนต์ถือเป็นทางเลือกใหม่ช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดงาน ที่จะสร้างการมีส่วนร่วมและเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ ของผู้เข้าร่วมได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงยังนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของผู้เข้าร่วมด้วย อาทิ การเข้าร่วมที่ผ่านมา หรือความสนใจต่างๆ เพื่อนำมาพัฒนาการออกแบบกิจกรรมให้ตรงกับความต้องการส่วนบุคคล นำไปสู่ความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมที่เพิ่มขึ้น เห็นได้จากงาน National Speakers Association (NSA) Winter Workshop 2021 เป็น การประชุมของสมาคมส่งเสริมการพูดในที่สาธารณะแห่งประเทศสหรัฐอเมริกาดำเนินการในรูปแบบ Hybrid ได้นำแพลตฟอร์ม Socio มาสร้างประสบการณ์ร่วมกันระหว่าง ผู้ร่วมงานทั้งแบบ Onsite และ Virtual ทำให้ผู้ร่วมงานมีส่วนร่วมและโต้ตอบกันได้ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้นำผู้ร่วมงานทั้งสองรูปแบบมาไว้ในบรรยากาศงานประชุมเดียวกัน ด้วยโปรแกรม ถาม-ตอบ เกมส์การแข่งขัน และกิจกรรมอื่น ๆ อาทิ การจัดกิจกรรมแบบ Gamification ที่ผู้ร่วมงานจะได้คะแนนทุกครั้งเมื่อเข้าร่วมทำภารกิจที่กำหนดไว้ เช่น เยี่ยมชมโปรไฟล์ (Profile) ของผู้สนับสนุน หรือการเข้าร่วม

ประชุมแต่ละ Session รวมถึงมีการจัด Help Desk ให้คำแนะนำและตอบคำถาม การเข้าถึงข้อมูลต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้เข้าร่วมงานในรูปแบบ Virtual (MICE Intelligence Team, 2021)

3. ระบบสนทนาอัตโนมัติและผู้ช่วยเสมือน (Chatbot and Virtual Assistants)

แชทบอท (Chatbot) เป็นระบบที่ทำให้การโต้ตอบข้อความการสนทนาที่ทำให้ระบบคอมพิวเตอร์เข้าใจภาษาของมนุษย์ (Natural Language Processing: NLP) เป็นหนึ่งในเทคโนโลยี AI เพื่อให้เกิดการสื่อสารข้อมูลรวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ออกมาได้อย่างที่มนุษย์สื่อสารกัน (พิรพัฒน์ จันทร, 2566) และมักถูกออกแบบให้ตอบคำถามและสืบค้นข้อมูลเฉพาะเรื่องตามที่เจ้าของระบบต้องการ เวลาที่ผู้ใช้งานคุยกับระบบสนทนาอัตโนมัติจะรู้สึกเหมือนคุยอยู่กับมนุษย์บุคคลหนึ่ง โดยที่เจ้าของระบบสามารถฝึการทำงานจากระบบสนทนาอัตโนมัติ ลงบนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของตนเอง (นวภัทร ศุภสีลวัต และ สุนันทา สดสี, 2561)

ขณะที่ผู้ช่วยเสมือน (Virtual Agents) เป็นแอปพลิเคชันที่ออกแบบมาเพื่อช่วยงานผู้ใช้งานแบบอัตโนมัติโดยทำงานผ่านเสียงพูด หรือข้อความแบบโต้ตอบในเชิงสนทนา ซึ่งทำงานโดยใช้เทคโนโลยี AI หรือผสมผสานกับความช่วยเหลือของมนุษย์เข้าด้วยกัน ทั้งนี้ การประยุกต์ใช้งานมีความเกี่ยวข้องกับระบบสนทนาอัตโนมัติ (Chatbot) ระบบอัตโนมัติ (Automation) Robotic Process Automation (RPA) เทคโนโลยี AI (AI) Machine Learning (ML) การประมวลผลภาษาธรรมชาติ (NLP) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) และ Internet of Things (IoT) (อนุเทพ ชมพูวัช และสิริกัญญา ชมพูวัช, 2565)

ทั้งแชทบอทและผู้ช่วยเสมือน ถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในอุตสาหกรรมการจัดงาน อีเวนต์ช่วยในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วม จัดหาช่องทางสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชม. สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมทั้งก่อนเริ่มกิจกรรม อาทิ การลงทะเบียน การให้รายละเอียดกิจกรรม การตอบคำถามและข้อสงสัย ระหว่างกิจกรรม อาทิ การให้ความช่วยเหลือเรียลไทม์ (Real Time) การตอบคำถามที่พบบ่อยๆ และหลังกิจกรรม อาทิ การส่งแบบสำรวจ รวบรวมคำติชม และให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม หรือส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทำให้ผู้เข้าร่วมรู้สึกถึงการสนับสนุนและข้อมูลที่ติดตามการเข้าร่วมกิจกรรม ส่งผลให้มีแนวโน้มที่จะเข้าร่วมกิจกรรมในอนาคต (Abdul Halim A. H., Zamzuri, N. H., & Ghazali. A. R., 2023)

เห็นได้จากตัวอย่าง ในงานประกาศรางวัลนานาชาติ International Corporate Event Awards ที่ประเทศอังกฤษ ผู้จัดงานอีเวนต์ บริษัท Ya Ya Regie ได้นำซอฟต์แวร์ระบบจดจำใบหน้า Zenus เข้ามาใช้เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับงาน โดยก่อนเริ่มงาน ผู้เข้าร่วมงานต้องอัปโหลด (Upload) รูปของตนเองเพื่อให้ระบบจดจำใบหน้าและเก็บข้อมูลไว้ในฐานข้อมูล และเมื่อเดินทางมาถึงงานและเข้าสู่ขั้นตอนการลงทะเบียน เจ้าหน้าที่ภายในงานจะใช้แท็บเล็ต (Tablet) สแกนใบหน้าผู้เข้าร่วมงานขณะเดินผ่าน จากนั้นระบบจะทำการสแกนใบหน้าเพื่อทำการลงทะเบียนการเข้าร่วมงานอัตโนมัติ โดยการใช้เทคโนโลยี AI เปรียบเทียบลักษณะบนใบหน้ากับฐานข้อมูลใบหน้าบุคคลที่มีอยู่ในระยะเวลาการประมวลผลเพียง 15 – 20 วินาทีต่อคน ซึ่งเร็วกว่าการลงทะเบียนเข้าร่วมงานแบบเดิมที่ใช้การลงทะเบียนด้วยกระดาษหรือ QR Code และมีความ

แม่นยำในการวิเคราะห์มากถึงร้อยละ 99 จากฐานข้อมูลจำนวนใบหน้าของบุคคลกว่า 1,000 คน (Mice Intelligence center and TCEB, n.d.)

4. การรวบรวมเนื้อหาเกี่ยวกับอีเวนต์ (Event Content Curation)

นักวางแผนการจัดงานอีเวนต์ได้ใช้เทคโนโลยี AI ช่วยในการรวบรวมและจัดระเบียบเนื้อหาจากแหล่งต่างๆ นำมาเผยแพร่แบ่งปันในรูปแบบใหม่ โดยมีวิธีการนำเสนอให้น่าสนใจ อาทิ บทความ วิดีโอ อินโฟกราฟิก (admind, 2020) เพื่อให้สอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของผู้เข้าร่วม นอกจากนี้หน้าที่หลักประการหนึ่งของเทคโนโลยี AI คือ การระบุหัวข้อที่กำลังได้รับความนิยม และการนำเสนอประเด็นสำคัญ ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น โซเชียลมีเดีย (Social Media) สิ่งพิมพ์ในอุตสาหกรรม และข้อเสนอแนะของผู้เข้าร่วม เพื่อระบุแนวโน้มหัวข้อที่น่าสนใจ รวมถึงยังช่วยให้ผู้จัดงาน นำเสนอหัวข้อได้ทันต่อเวลาด้วย

นอกจากนี้ในการจัดประชุม (Meeting) ยังสามารถใช้เทคโนโลยี AI ในการ กำหนดวาระการประชุมที่สอดคล้องกับความสนใจของผู้เข้าร่วม และสามารถค้นหาแนะนำ วิทยากรที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานและความคาดหวังของผู้ฟังได้ จากการวิเคราะห์ ข้อมูล คุณสมบัติ ประวัติ การพูด และการได้รับการต้อนรับจากผู้ฟัง และยังสามารถกำหนดรูปแบบการประชุมได้ด้วย เพื่อให้เข้ากับความสนใจของผู้เข้าร่วมได้เป็นอย่างดี อาทิ การประชุมเชิงปฏิบัติการ การสัมมนา ทั้งหมดนี้จะส่งเสริมความพึงพอใจของผู้เข้าร่วม สร้างการมีส่วนร่วม และสามารถรักษาผู้เข้าร่วมได้

5. การตลาดและการส่งเสริมการตลาด (Marketing and Promotion)

เทคโนโลยี AI นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับข้อมูลประชากร ความชอบ พฤติกรรม ความรู้สึกนึกคิดจากการพูดคุยบนโซเชียลมีเดียของผู้เข้าร่วม ทำให้สามารถสร้างลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้าร่วมได้อย่างละเอียด เข้าใจว่าใครคือผู้เข้าร่วมในอุดมคติ เมื่อสร้างบุคลิกเหล่านี้แล้วเทคโนโลยี AI จะมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพกลยุทธ์การตลาด ด้วยการแบ่งกลุ่มเป้าหมาย ตามลักษณะและความสนใจ ช่วยให้การกำหนดแคมเปญการตลาดตรงเป้าหมายและเป็นส่วนตัวได้ นอกจากนี้เทคโนโลยี AI ยังสามารถแนะนำช่องทางข้อความ และรูปแบบเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อเข้าถึงแต่ละกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงกำหนดการส่งเสริมการขายที่เหมาะสม ในเวลาที่เหมาะสมได้อีกด้วย (Abdul Halim A. H., Zamzuri, N. H., & Ghazali. A. R., 2023)

นอกจากนี้ เทคโนโลยี AI ยังปรับปรุงประสิทธิภาพของการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด โดยสามารถกำหนดเป็นประจำแบบอัตโนมัติ อาทิ การส่งข้อความเฉพาะบุคคล การส่งอีเมล การโพสต์ (Post) บนโซเชียลมีเดีย (Socialmedia) และกำหนดตำแหน่งโฆษณา ซึ่งเป็นการดำเนินการได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย จึงสร้างโอกาสในการจับคู่บุคคลที่สนใจอย่างแท้จริงเพิ่มขึ้นอย่างมาก

6. การเพิ่มประสิทธิภาพทรัพยากร Resource Optimization

เทคโนโลยี AI มีบทบาทสำคัญในการจัดสรรทรัพยากรอุตสาหกรรมจัดงานอีเวนต์ โดยช่วยประหยัดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมาก เห็นได้ชัดเจนใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ (Abdul Halim A. H., Zamzuri, N. H., & Ghazali. A. R., 2023)

1) การเลือกสถานที่ (Venue Selection) เทคโนโลยี AI ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินปัจจัยหลายประการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ อาจรวมถึงเหตุการณ์ในอดีต ข้อมูลประชากรของผู้เข้าร่วม ความสะดวกในการเดินทาง และที่พักในท้องถิ่น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้นำมาใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดงานและงบประมาณให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละงานได้

2) การจัดกำหนดการพนักงาน (Staff Scheduling) การจัดการตารางเวลาของพนักงานมักขึ้นอยู่กับตัวแปรมากมาย อาทิ ทักษะ ความพร้อม และปริมาณงาน เทคโนโลยี AI สามารถประมวลผลข้อมูลเหล่านี้ได้อย่างรวดเร็ว สร้างและกำหนดบุคลากรให้เหมาะสม เป็นการลดความขัดแย้ง จัดความเครียดในตารางเวลา ลดต้นทุนการทำงานล่วงเวลา และการคัดเลือกบุคลากรได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะเป็นการเพิ่มขวัญและกำลังใจแก่พนักงาน

3) การขนส่งอุปกรณ์ (Equipment Logistics) เทคโนโลยี AI สามารถช่วยวิเคราะห์ข้อมูลในอดีต อาทิ อุปกรณ์ภาพและเสียง บ้าย และการจัดที่นั่ง เพื่อคาดการณ์ความต้องการอุปกรณ์ตามประเภทและขนาดของกิจกรรมได้ และยังสามารถติดตามสินค้า คงคลัง และอำนวยความสะดวกในการปรับเปลี่ยนแบบเรียลไทม์ (Real Time) ตามความจำเป็น ป้องกันการขาดแคลนหรือส่วนเกินที่อาจนำไปสู่ความไร้ประสิทธิภาพและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นได้

7. การสร้างเครือข่าย (Networking)

การสร้างเครือข่ายก็เป็นอีกหนึ่งเหตุผลหลักในการเข้าร่วมการประชุมและงาน อีเวนต์ของผู้เข้าร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสาร เรียนรู้ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีทางธุรกิจ ซึ่งจากเหตุผลดังกล่าว ผู้เข้าร่วมงานประชุมจะมีความคาดหวังสูงในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ระหว่างการเข้าประชุม เทคโนโลยี AI จะเข้ามาช่วยสนับสนุนการสร้างเครือข่ายธุรกิจและ จับคู่ธุรกิจ (Matchmaking) ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งการจับคู่ทางธุรกิจ เป็นระบบที่ใช้ระดับการประมวลผลสูงที่เรียกว่า การเรียนรู้เชิงลึก (Deep Learning) มีระดับการเรียนรู้ที่ซับซ้อนและสามารถแยกแยะสิ่งต่างๆ ได้อย่างแม่นยำ มากกว่าการประมวลผลทั่วไป โดยหลักการทำงาน คือ ช่วยผู้จัดเก็บข้อมูล ของผู้เข้าร่วมประชุมในหัวข้อที่สำคัญต่างๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมและลักษณะของเครือข่ายธุรกิจ และจัดกลุ่มประเภทธุรกิจเดียวกันหรือมีความสนใจคล้ายๆ กันรวมเข้าด้วยกัน เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหาและจับคู่ทางธุรกิจ รวมถึงการอนุญาตให้ผู้เข้าร่วมประชุมสามารถสร้าง ตารางการนัดหมายเพื่อพบปะพูดคุยกับผู้เข้าร่วมงานประชุมคนอื่นๆ ที่อาจจะเป็นประโยชน์กับธุรกิจของตนเองได้ (Mice Intelligence center and TCEB, n.d.)

บทสรุป

เทคโนโลยี AI ได้เข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมการจัดงานอีเวนต์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วม และให้ผู้เข้าร่วมได้รับประสบการณ์ใหม่ ประกอบด้วย 1) ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงาน 2) การสร้างประสบการณ์ส่วนบุคคลให้กับผู้เข้าร่วม เพื่อนำมาพัฒนาการออกแบบกิจกรรมให้ตรงกับความต้องการส่วนบุคคล 3) การสร้างระบบสนทนาอัตโนมัติและผู้ช่วยเสมือน เพื่อช่วยให้เกิดความ

รวดเร็วในการดำเนินงาน และรูปแบบใหม่ๆ ที่จะทำให้ผู้เข้าร่วมพึงพอใจ 4) การรวบรวมเนื้อหา และกำหนดรูปแบบการจัดงาน โดยการรวบรวมและจัด ระเบียบเนื้อหาจากแหล่งต่างๆ นำมา เผยแพร่ในรูปแบบใหม่ๆ ให้น่าสนใจ เพื่อให้สอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของ ผู้เข้าร่วม 5) การตลาดและการส่งเสริมการตลาด ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เกี่ยวกับข้อมูล ประชากร ทำให้สามารถสร้างลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างละเอียด เข้าใจว่าใครคือ ผู้เข้าร่วมในอุดมคติ และการใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบอัตโนมัติ 6) การเพิ่ม ประสิทธิภาพทรัพยากร ประกอบด้วย การเลือกสถานที่ การกำหนดพนักงาน และการขนส่ง อุปกรณ์ และ 7) การสร้างเครือข่าย เพื่อใช้ในการสื่อสาร เรียนรู้ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีทาง ธุรกิจของผู้เข้าร่วม

เอกสารอ้างอิง

- การเงินธนาคาร. (2024, 26 กุมภาพันธ์). *อุตสาหกรรมไมซ์ ปี 67 โตสวย อีเวนต์-คอนเสิร์ตไทย ต่างชาติจ่อคิวยาวถึงสิ้นปี*. MB การเงินธนาคาร.
<https://moneyandbanking.co.th/2024/93486/>
- นวกัทร ศุภศิลาวัณ, และ สุนันทา สดสี. (2561). *การพัฒนาระบบ Chatbot ในการค้า เพื่อการส่ง ข้อความออนไลน์*. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมทางวิชาการระดับชาติด้าน คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ครั้งที่ 14 (NCCIT 2018) (น. 599-604). คณะ เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- พิรพัฒน์ จันทร (2566). *ระบบแชทบอทอัจฉริยะเพื่อการให้คำปรึกษาทางการเรียน กรณีศึกษา คณะวิชาของมหาวิทยาลัยศรีปทุม*. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ลงทุนศาสตร์. (2566, 6 ตุลาคม). *การเติบโตของวงการอุตสาหกรรม Event*. ลงทุนศาสตร์.
<https://www.investorest.co/business/event-industry/>
- สาวิตรี รินวงษ์. (2023, 22 มีนาคม). *อีเวนต์แน่นดันตลาดปีนี้พ่น ห่วงปี 67 รัฐเบิกจ่ายล่าช้าอุด ธุรกิจสะดุดยาว*. กรุงเทพธุรกิจ.
<https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1096119>
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: วิสัทธิ์พัฒนา.
- อรพิม ประสงค์. (ม.ป.ป.). *ความรู้เบื้องต้นและประวัติของปัญญาประดิษฐ์: ความเป็นมาของ ปัญญาประดิษฐ์และการนำปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในเทคโนโลยีการแพทย์และการดูแลสุขภาพ*.
<https://lawforasean.krisdika.go.th/File/files/1529283558.b2240f7ca5574bfd419ef062752e05ff.pdf>
- อนุเทพ ชมพูธวัช และสิริกัญญา ชมพูธวัช. (2565). *วิจัยพัฒนาระบบสนทนาอัตโนมัติและ แพลตฟอร์มระบบผู้ช่วยส่วนตัวอัจฉริยะ*. (รายงานการวิจัย). กรมสอบสวนคดีพิเศษ กระทรวงยุติธรรม.

- Abdul Halim A. H., Zamzuri, N. H., & Ghazali. A. R., (2023). *The Transformative Role of Artificial Intelligence in the Event Management Industry*. Journal of International Business, Economics and Entrepreneurship. 8(2), 98-106.
- admin.d. (2020, April 15). 7 ประโยชน์การทำ Content Curation ที่คุณจะได้รับ คือ?. KO AI FIRST. <https://www.ko.in.th/>
- Any i media. (2023, Nov 21). เทรนด์จัดอีเวนต์ควบคู่ AI โอกาสเฉิดฉายที่ Event Organizer ต้องปรับให้ทันความสนใจของคน Gen ใหม่. Any I. <https://www.anyimedia.com/trend-organizing-ai-with-events-for-the-new-generation-customer>
- Cobanoglu, C., Dogan, S., Berezina, K., and Collins, G. (2021). *Hospitality & Tourism Information Technology*. University of South Florida M3 Publishing 2021.
- Haleem, A., Javaid, M., Qadri, M. A., Singh, R. P., & Suman, R. (2022). *Artificial intelligence (AI) applications for marketing: A literature-based study*. International Journal of Intelligent Networks, 3, 119-132. doi:10.1016/j.ijin.2022.08.005
- Mice Intelligence center and TCEB. (n.d.). ปัญญาประดิษฐ์ (AI) คือกุญแจสู่อนาคตสำหรับ ธุรกิจ จี ไมซ์ . Mice intelligence center Thailand convention and exhibition bureau
- MICE Intelligence Team. (2022, 19 Oct). *Tech for Meetings สร้างการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงานประชุมผ่านเทคโนโลยี*. Mice Intelligence center. <https://intelligence.businesseventsthailand.com/en/blog/tech-for-meetings>

