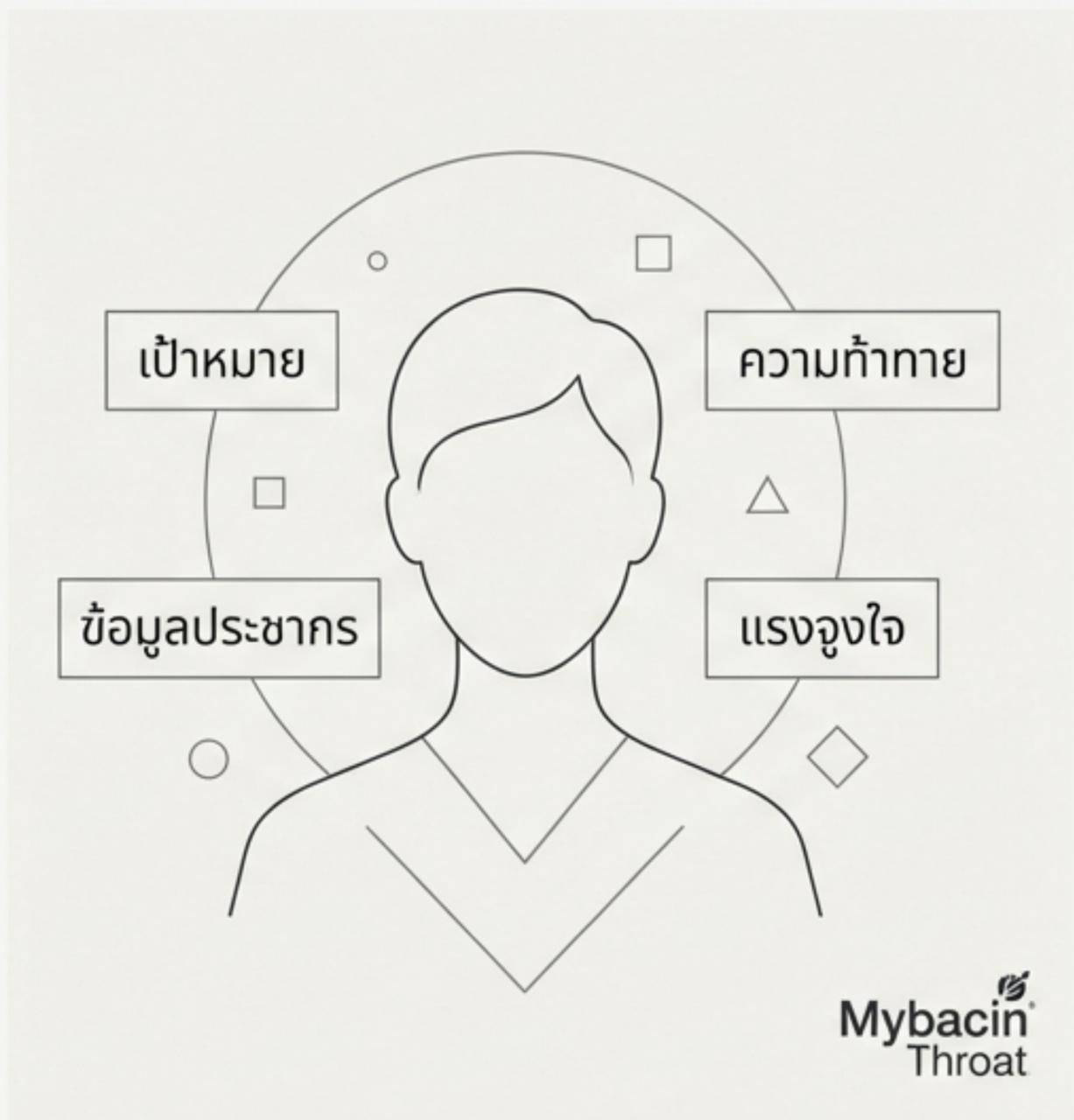


AI SHOWDOWN: การทดสอบภาคสนาม

ChatGPT ปะทะ Google Gemini ในโจทย์การตลาดจริง





ภารกิจ: สร้างภาพ Persona ที่ใช้สำหรับแบรนด์ ที่ใช้สำหรับแบรนด์

เราต้องการสร้างภาพ Persona สำหรับผลิตภัณฑ์
'Mybacin Throat' ที่สามารถสื่อสารตัวตนของ
แบรนด์ได้อย่างชัดเจนและน่าดึงดูด

เราจึงตั้งคำถามว่า: Generative AI ชื่อนำในปัจจุบัน
จะสามารถทำงานที่ต้องอาศัยความเข้าใจในบริบท
แบรนด์ที่ซับซ้อนนี้ได้หรือไม่?

ผู้เข้าชิง: สองยักษ์ใหญ่แห่งวงการ AI



ChatGPT

โมเดลภาษาขนาดใหญ่ที่โดดเด่นด้าน
การสร้างสรรคืบทสนทนาและ
คอนเทนต์ที่หลากหลาย



Google Gemini

โมเดล Multimodal จาก Google
ที่ถูกออกแบบมาเพื่อความเข้าใจและ
ประมวลผลข้อมูลที่ซับซ้อน



ROUND 1

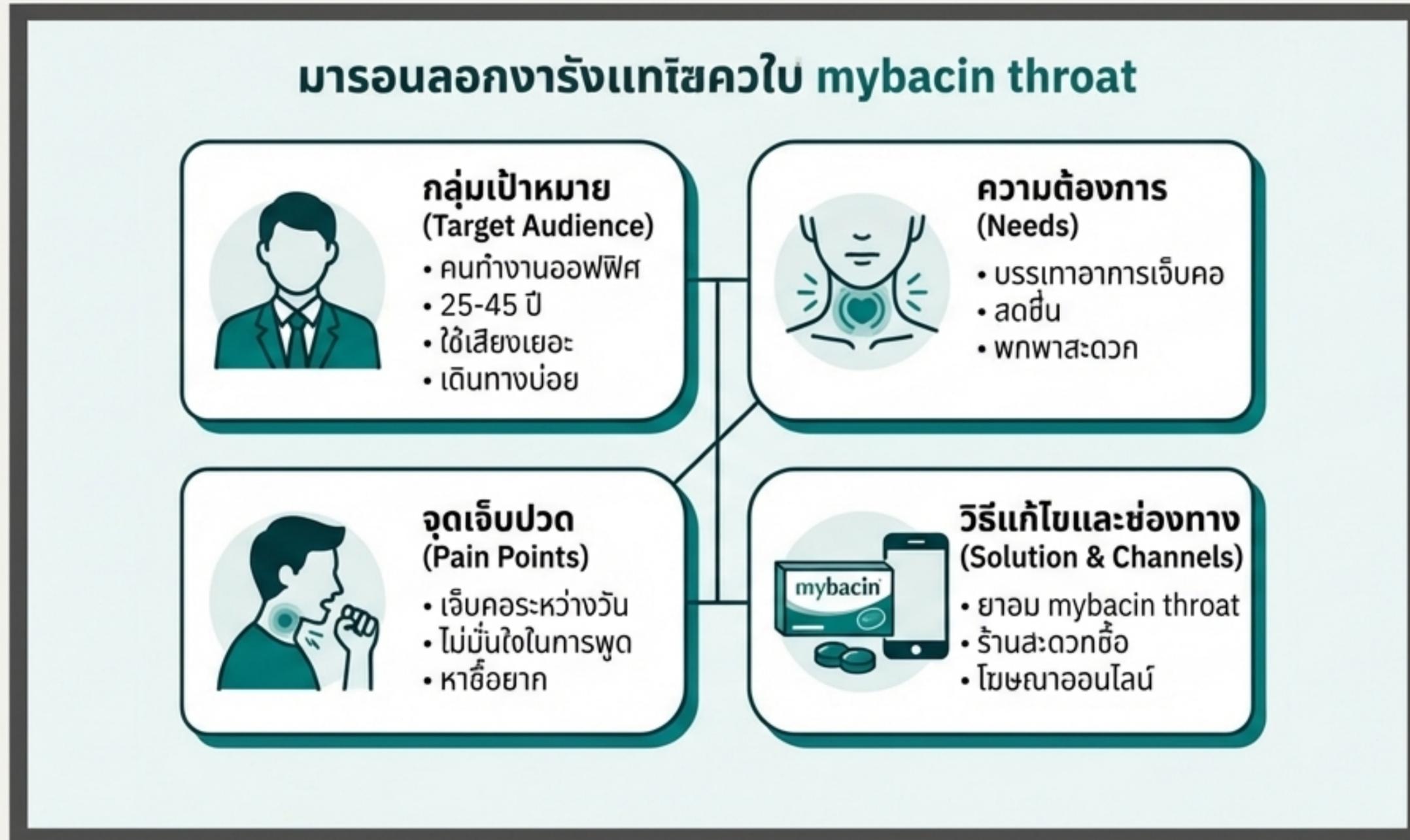
ChatGPT

คำสั่ง (Prompt) ที่เราป้อนให้ ChatGPT

วิเคราะห์ persona ของสินค้า mybacin throat
โดยนำเนื้อหาจากไฟล์ที่ให้มาใช้ร่วมด้วย และทำเป็นรูปภาพ

*เราให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมายในไฟล์แนบ และสั่งให้ AI
สังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดออกมาเป็นภาพ Persona เพียงภาพเดียว*

ผลลัพธ์ที่ได้จาก ChatGPT



การวิเคราะห์: จุดที่พลาดเป้าของ ChatGPT



- **เนื้อหาไม่ตรงประเด็น:** ข้อมูลในภาพไม่สอดคล้องกับ Persona ของ Mybacin Throat ที่ระบุในไฟล์ข้อมูล



- **ภาษาผิดเพี้ยน:** การใช้ภาษาอังกฤษในภาพบิดเบี้ยวและไม่เป็นธรรมชาติในบางจุด



- **ผิดภาษา:** แม้จะอ่านออก แต่ผลลัพธ์เป็นภาษาอังกฤษ ในขณะที่โจทย์หลักต้องการเนื้อหาภาษาไทยสำหรับตลาดไทย

ROUND 2

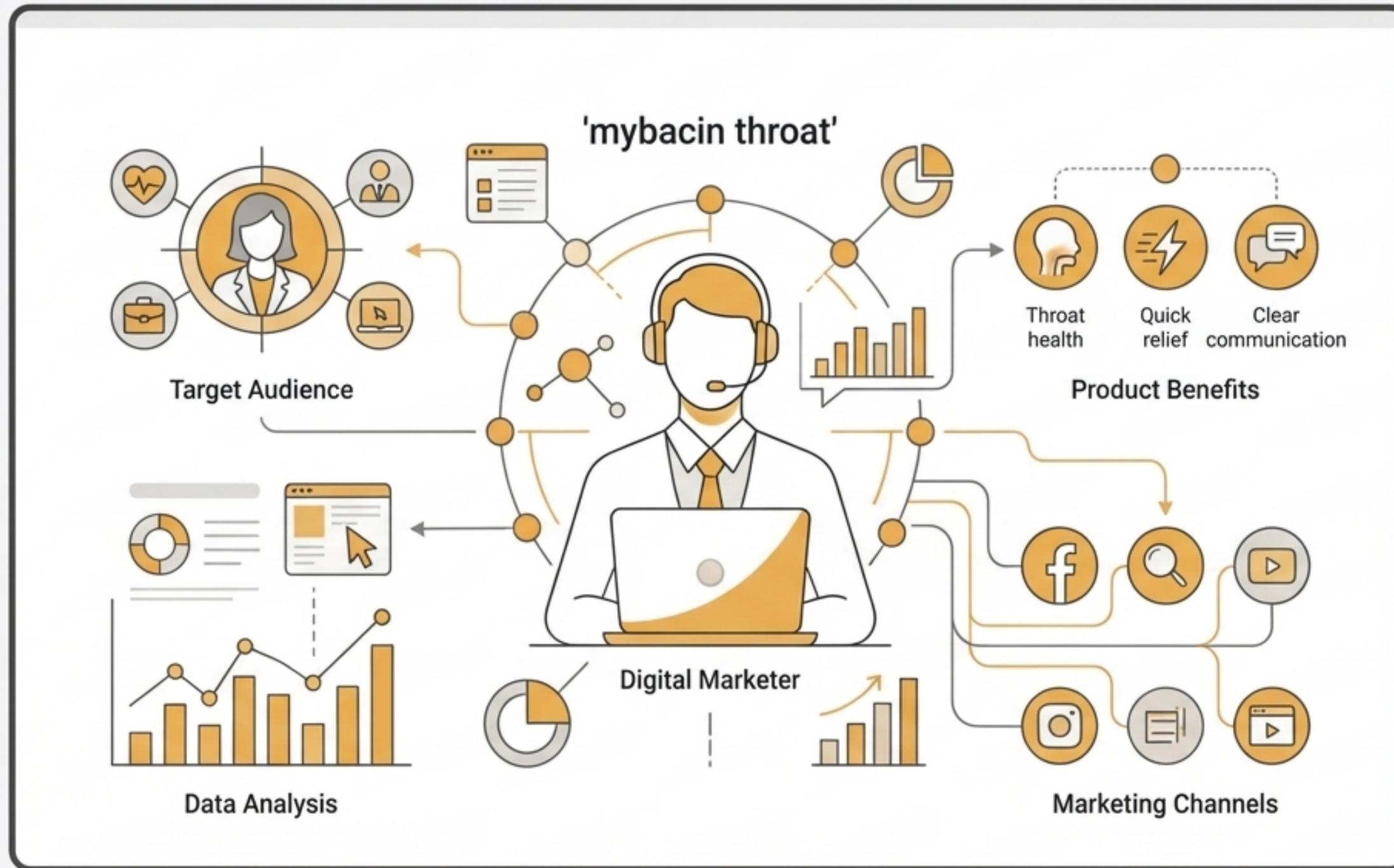
Google Gemini

คำสั่ง (Prompt) ที่เราป้อนให้ Google Gemini

วิเคราะห์ persona ของสินค้า mybacin throat
โดยนำเนื้อหาจากไฟล์ที่ให้มาใช้ร่วมด้วย และทำเป็นภาพ
โดยสมมติว่าตัวเองเป็นนักการตลาดดิจิทัล

*สำหรับ Gemini เราได้เพิ่มเงื่อนไขให้ AI สวมบทบาทเป็น ‘นักการตลาดดิจิทัล’
เพื่อดูว่าจะช่วยให้ผลลัพธ์มีความแม่นยำขึ้นหรือไม่*

ผลลัพธ์ที่ได้จาก Google Gemini



การวิเคราะห์: ความล้มเหลวในการตีความของ Gemini



- **รูปภาพไม่ตรงเนื้อหาโดยสิ้นเชิง:** ผลลัพธ์ที่ได้ไม่มีความเกี่ยวข้องใดๆ กับผลิตภัณฑ์ Mybacin Throat หรือข้อมูลที่ให้ไปเลยแม้แต่เล็กน้อย



- **ตัวอักษรอ่านไม่ออก:** ข้อความในภาพบิดเบือนอย่างรุนแรงจนไม่สามารถอ่านและตีความได้



- **ขาดความเข้าใจในโจทย์:** AI ไม่สามารถสังเคราะห์ข้อมูลจากไฟล์ที่แนบมาเพื่อสร้างภาพตามคำสั่งได้

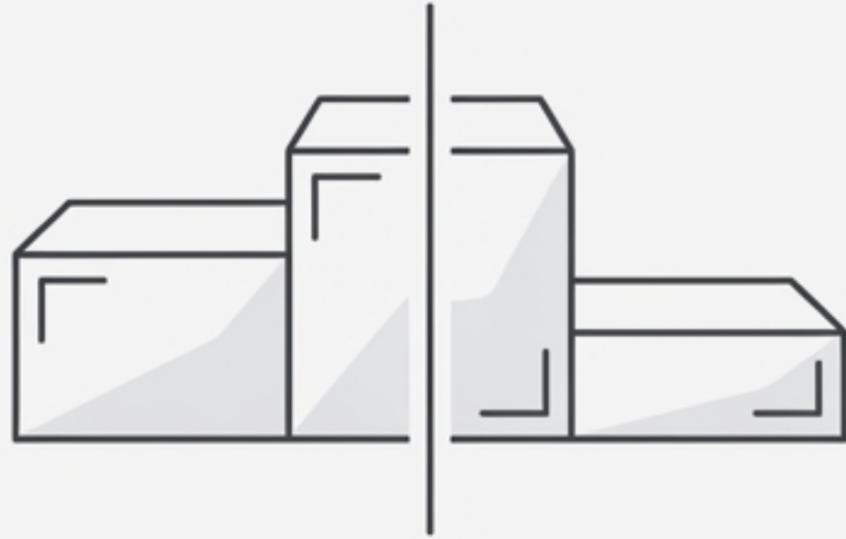
ผลการตัดสิน: เมื่อสองยักษ์ใหญ่เผชิญหน้ากัน



เกณฑ์การตัดสิน ChatGPT	Google Gemini
ความตรงต่อเนื้อหา	
✗ (ไม่ตรง)	✗✗ (ไม่เกี่ยวข้องเลย)
ความถูกต้องของภาษา	
✗ (ผิดภาษา)	✗✗ (อ่านไม่ออก)
การนำไปใช้งานจริง	
✗ (ใช้ไม่ได้)	✗ (ใช้ไม่ได้)



และผู้ชนะคือ... ไม่มี



จากการทดสอบภาคสนามในโจทย์การตลาดที่เฉพาะเจาะจงนี้ พบว่า Generative AI ทั้งสองแพลตฟอร์มยังไม่สามารถส่งมอบผลงานที่นำไปใช้งานได้จริง

"รูปภาพไม่ตรงกับเนื้อหา ส่งผลให้ออกมาดีแค่ไหนก็ใช้ไม่ได้อยู่ดี"

ข้อสรุป: AI คือเครื่องมือ ไม่ใช่ผู้สร้างสรรค์ทั้งหมด

การทดสอบนี้ชี้ให้เห็นว่าสำหรับงานที่ต้องการความ
เข้าใจในบริบทของแบรนด์ (Brand Context),
ความแม่นยำทางภาษา (Language Accuracy) และ
ความแตกต่างที่ละเอียดอ่อน (Nuance) ทักษะและ
วิจารณญาณของมนุษย์ยังคงเป็นสิ่งที่ไม่ได้

**พลังที่แท้จริงของ AI ในปัจจุบันไม่ได้อยู่ที่
การเข้ามาแทนที่นักการตลาดหรือครีเอทีฟ
แต่อยู่ที่การเป็นเครื่องมือเสริมศักยภาพที่
ทรงพลังในมือของผู้เชี่ยวชาญ**

