

บทที่ 2

การจัดกิจกรรมพิเศษหมายถึง

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์) กล่าวว่า การจัดกิจกรรมพิเศษ คือ การกำหนดวาระพิเศษขึ้นมา เพื่อช่วยส่งเสริมสินค้า และชื่อเสียงของบริษัทให้เป็นที่ยอมรับ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเคลื่อนไหว และการรับรู้ข่าวสารในกลุ่มผู้บริโภคด้วย การนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ ให้มีความสอดคล้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ และการหยิบยกเอาสถานการณ์ขึ้นมาประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์ เหมาะสมกับฐานการตลาดของสินค้า โดยรูปแบบของกิจกรรมพิเศษนั้น ไม่มีกำหนดตายตัว แต่คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

(ลักษณะ สตะเวทิน) ให้ความหมายว่า การจัดกิจกรรมพิเศษเป็นเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทหนึ่งที่สามารถใช้สร้างความสัมพันธ์กับชุมชนหรือประชาชนเป้าหมายได้เป็นอย่างดี การจัดกิจกรรมพิเศษสามารถทำได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับความสามารถ และลักษณะของแต่ละกิจกรรมนโยบายวัตถุประสงค์ ตลอดจนงบประมาณที่หน่วยงานจะให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมพิเศษนั้น

เนื่องในปัจจุบันการจัดกิจกรรมพิเศษถือเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่หลายองค์กรธุรกิจนิยมนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากมีข้อได้เปรียบหลายประการในการสร้างการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย จึงทำให้กิจกรรมพิเศษทวีความสำคัญมากขึ้นในแวดวงการตลาดจนเกิดแนวคือใหม่ที่ว่า การตลาดเชิงกิจกรรม ขึ้น ซึ่ง(ดร.เสรี วงษ์มณฑา) ได้ให้ความหมายว่า การตลาดเชิงกิจกรรม หมายถึง การที่องค์กรหรือบริษัทได้มีการจัดกิจกรรมพิเศษ อย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมาเพื่อให้ทุกคนได้มีส่วนร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ ตลอดจนต่อยอดขยายของสินค้า เรียกว่าการทำตลาดเชิงวิถีชีวิต ซึ่งหมายถึงการนำตลาดเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เขาไม่รู้ตัว

จากคำจำกัดความต่างๆดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการจัดกิจกรรมพิเศษ คือรูปแบบหนึ่งของเครื่องมือที่ใช้เพื่อการสื่อสารการตลาดในลักษณะของการจัดเป็นเหตุการณ์หรือวาระพิเศษขึ้นมาเองให้มีความสอดคล้องเหมาะสมกับลักษณะของสินค้า บริการ หรือองค์กร และมีรูปแบบในการนำเสนอที่สร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือองค์กรแก่กลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรหรือสินค้า

วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมพิเศษ

1. เพื่อส่งเสริมการตลาด เป็นการเผยแพร่ให้ข่าวสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าโดยมุ่งเน้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจ ความสนใจ การเรียนรู้ และรับรู้ข่าวสารอย่างรวดเร็วเพื่อนำไปเผยแพร่ต่อ เช่น การจัดแถลงข่าวต่อสื่อมวลชนในงานเปิดตัวสินค้าใหม่ เป็นต้น

1. กลุ่มสื่อมวลชน ส่วนมากจะเป็นงานแถลงข่าว เพื่อให้สื่อมวลชนได้รับรู้ข้อมูลที่ต้องการ

2. กลุ่มผู้แทนจำหน่าย เพื่อมุ่งสร้างความมั่นใจในตัวสินค้าและธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสินค้า

ใหม่

3. กลุ่มผู้บริโภครวม เพื่อมุ่งสร้างความประทับใจและบอกกล่าวคุณประโยชน์ของสินค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง

ประโยชน์และความสำคัญของการจัดกิจกรรมพิเศษ

1. ช่วยลดความสับสนจากการโฆษณา เนื่องจากในวันหนึ่งๆ กลุ่มเป้าหมายมีการเปิดรับข่าวสารของสินค้าต่างๆหลากหลายรูปแบบจำนวนมาก จนทำให้สับสนความแตกต่างระหว่างตราสินค้า สามารถสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือองค์กรจากคู่แข่ง
 3. เป็นการเปิดรับกลุ่มเป้าหมายใหม่โดยตรง
 4. การจัดกิจกรรมพิเศษถือเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญในการสื่อสารการตลาด เพราะสินค้าบางชนิดสามารถสร้างความประทับใจให้ผู้บริโภคด้วยการสาธิต เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภครวมกับสินค้า
 5. เป็นการสร้างโอกาสทางการตลาด โดยเฉพาะการตลาดระดับท้องถิ่น
 6. สามารถใช้เป็นพยานของจุดขาย เช่น การฉลองครบรอบ30ปี เป็นการสื่อสารความหมายว่าเป็นการสื่อสารความหมายว่าสินค้านี้มีคุณภาพที่ดีเพียงใด
 7. สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด เพราะเป็นการส่งข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง
 8. เป็นการสนับสนุนการโฆษณาทางอ้อม เนื่องจากการจัดกิจกรรมพิเศษมักจะเชื่อมโยงกับสินค้าและเชื่อมโยงกับโฆษณา
 9. การจัดกิจกรรมพิเศษช่วยให้ช่องว่างระหว่างตัวสินค้ากับผู้บริโภคลดลง เนื่องจากการสื่อสารสองทาง
 10. สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมได้ง่าย
 11. เสียค่าใช้จ่ายต่ำเมื่อเทียบกับการโฆษณา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันสื่อโฆษณามีราคาสูงขึ้น
 12. กิจกรรมพิเศษสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสังคมส่วนรวมได้ซึ่งเป็นประโยชน์กับองค์กรและสินค้า
 13. เอกสารที่แจกในกิจกรรมพิเศษจะแสดงเครื่องหมายการค้าของบริษัทเจ้าของสินค้าทำให้ผู้บริโภคเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้า
 14. กิจกรรมพิเศษสามารถสร้างข่าวสารเป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวสารได้โดยเฉพาะกิจกรรมที่น่าสนใจ
 15. สามารถต่อยอดตราสินค้า เพราะการจัดกิจกรรมพิเศษในบางครั้งไม่ได้ใช้เป็นแผนหลักในการสื่อสารการตลาดอย่างโฆษณา
 16. สามารถเพิ่มสัมพันธภาพที่ดีกับร้านค้าในชุมชน
- โอกาสและความเป็นไปได้ในการจัดกิจกรรมพิเศษ
- การจัดกิจกรรมพิเศษจะพิจารณากับปัจจัยพื้นฐาน2ประการคือ

1. ควรใช้กิจกรรมพิเศษเมื่อต้องการสื่อกับตัวผู้บริโภคโดยตรง สินค้าเหล่านี้มักเป็นสินค้าประเภทเทคโนโลยี สินค้าบริการ หรือหลักสูตรการศึกษาต่างๆ ซึ่งเป็นสินค้าที่มีความซับซ้อนต้องอาศัยข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้าเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจซื้อ

2. ควรใช้กิจกรรมพิเศษในกรณีที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ สร้างความสัมพันธ์กับสังคมซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในปัจจุบัน การใช้กิจกรรมพิเศษรูปแบบนี้จะทำให้ผู้บริโภคเห็นว่าองค์กรมีความรับผิดชอบและมีความห่วงใยต่อสังคม อย่างไรก็ตาม

จากปัจจัยที่กล่าวมานี้สามารถสรุปได้ว่าการจัดกิจกรรมพิเศษมักจะนำไปใช้ในกรณีที่ต้องการสร้างความตระหนักในตัวสินค้า และต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า บริการ หรือองค์กรเป็นส่วนใหญ่ ข้อดี ข้อเสียของการจัดกิจกรรมพิเศษ

ข้อดีของการจัดกิจกรรมพิเศษ

1. เสียค่าใช้จ่ายที่ต่ำเมื่อเทียบกับการโฆษณา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันสื่อโฆษณามีราคาสูงมากขึ้น

2. หากกิจกรรมพิเศษสามารถจัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเกิดการจดจำได้ดียิ่งขึ้น

3. กิจกรรมพิเศษสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสังคมส่วนรวมได้ซึ่งเป็นประโยชน์องค์กรและสินค้า

4. กิจกรรมพิเศษนั้นจะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคได้ง่ายกว่าการส่งเสริมการขายประเภทอื่นๆ

5. กิจกรรมพิเศษสามารถสร้างข่าวสารและเป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวสารได้ กิจกรรมพิเศษให้ประโยชน์ 2 ประการคือ สร้างการเผยแพร่ข่าวสาร ทำให้ผู้บริโภคสามารถเปิดรับข่าวสาร

ข้อเสียของการจัดกิจกรรมพิเศษ

1. ไม่สามารถรองรับได้ว่ากลุ่มคนที่ร่วมกิจกรรมพิเศษเป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าที่แท้จริงหรือไม่

2. การจัดกิจกรรมพิเศษอาจเกิดข้อผิดพลาดและข้อบกพร่องเล็กๆน้อยๆในการดำเนินงาน

การจัดกิจกรรมพิเศษ คือ เป็นการช่วยส่งเสริมสินค้าและชื่อเสียงของบริษัทให้เป็นที่ยอมรับและหยิบยกเหตุการณ์สำคัญในตอนนั้นมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับกิจกรรมพิเศษ การจัดกิจกรรมพิเศษเป็นการประชาสัมพันธ์อีกแบบหนึ่งสามารถสร้างความสัมพันธ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี ในปัจจุบันเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เป็นการให้กลุ่มเป้าหมายได้มีส่วนร่วมและเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เขาไม่รู้ตัว การจัดกิจกรรมพิเศษเป็นรูปแบบหนึ่งของเครื่องมือที่ใช้เพื่อการสื่อสารการตลาด และปรับให้สอดคล้องเหมาะสมกับลักษณะสินค้า บริการ เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข่าวสาร ข้อมูลความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมพิเศษ คือ เพื่อส่งเสริมการตลาด เผยแพร่ให้ข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้าให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจ สนใจและนำไปเผยแพร่ต่อ และผู้บริโภคต้องได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ในเชิงลึก พอ

กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกที่ประทับใจในสินค้าและบริการ ก็จะทำการซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ ประโยชน์ความสำคัญของการจัดกิจกรรมพิเศษ คือ ช่วยลดความสับสนจากการโฆษณาความแตกต่างระหว่างตราสินค้า ถ้าหากตราสินค้าใดได้จัดกิจกรรมบ่อยๆก็จะช่วยลดความสับสนของผู้บริโภคได้ และเป็นการเปิดรับกลุ่มเป้าหมายใหม่โดยตรง การสาธิตสินค้าเป็นการสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคอีกทางหนึ่งด้วย เพราะการสื่อสารบางชนิดอาจจะทำให้เกิดความไม่เข้าใจได้ดีเท่ากับได้เห็นของจริง การทำกิจกรรมเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด และช่วยให้ช่องว่างระหว่างสินค้าและผู้บริโภคลดลง เกิดความผูกพัน และ เกิดความภักดีกับสินค้ามากขึ้น ถ้ากิจกรรมมีความแปลกใหม่จะดึงดูดผู้บริโภคให้เข้าร่วมกิจกรรมได้ง่าย การจัดกิจกรรมเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าเมื่อเทียบกับการโฆษณา กิจกรรมพิเศษสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อสังคมส่วนรวมได้และจะเป็นประโยชน์กับองค์กรและสินค้าอีกด้วย โอกาสและความเป็นไปได้ในการจัดกิจกรรมพิเศษ ควรใช้กิจกรรมพิเศษเมื่อต้องการสื่อกับตัวผู้บริโภคโดยตรง และสินค้าเหล่านี้มักเป็นสินค้าประเภทเทคโนโลยี สินค้าบริการและหลักการสื่อสารต่างๆ ควรใช้กิจกรรมในกรณีในการสร้างภาพลักษณ์สร้างความสัมพันธ์กับสังคมเป็นสำคัญในปัจจุบัน นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องมือสื่อสารการตลาด ประเภทอื่นๆกิจกรรมพิเศษยังมีข้อดีและข้อเสียอีกหลายประการ เช่น

ข้อดีของการจัดกิจกรรมพิเศษ

1. เสียค่าใช้จ่ายที่ต่ำเมื่อเทียบกับการโฆษณา
2. หากกิจกรรมพิเศษสามารถจัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเกิดการจดจำได้ดียิ่งขึ้น
3. กิจกรรมพิเศษสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสังคมส่วนรวม
4. กิจกรรมพิเศษนั้นจะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคได้ง่ายกว่าการส่งเสริมการขายประเภทอื่นๆ
5. กิจกรรมพิเศษสามารถสร้างข่าวสารและเป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวสารได้

ข้อเสียของการจัดกิจกรรมพิเศษ

1. ไม่สามารถรองรับได้ว่ากลุ่มคนที่ร่วมกิจกรรมพิเศษเป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าที่แท้จริงหรือไม่
2. การจัดกิจกรรมพิเศษอาจเกิดข้อผิดพลาดและข้อบกพร่องเล็กๆน้อยๆในการดำเนินงาน