

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการทำการตลาด มีให้เลือกหลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็น การประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ แต่สิ่งที่ยังไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ และได้รับความนิยมนั้นเป็นจำนวนมาก นั่นคือการจัดกิจกรรมพิเศษ (Event Marketing) เป็นการเพิ่มช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารอีก รูปแบบหนึ่ง รวมถึงรูปแบบกิจกรรมที่มีความหลากหลายและน่าสนใจภายในบริเวณงาน เน้นให้เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การจัดกิจกรรมพิเศษ จึงเป็นการกระตุ้นลูกค้าให้เกิดความสนใจ มากกว่าและโน้มน้าวการโฆษณาสินค้าในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ข่าวสารผ่านกิจกรรมต่างๆ ภายในงาน

การจัดกิจกรรม Event นั้นค่อนข้างสำคัญเป็นอย่างมาก สำหรับการเปิดตัวนิทรรศการ หรือหนังสือเล่มใหม่ เพราะการจัดกิจกรรม Event สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี Event สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทหลักๆคือ 1. Sole Event คือ Event ที่เจ้าของแบรนด์หรือองค์กรเป็นเจ้าของแต่เพียงผู้เดียวจึงต้องมีการวางแผนและดำเนินการในขั้นตอนทุกอย่างของกิจกรรม ซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดตลอดจน ตั้งแต่กำหนดวัตถุประสงค์ วัน เวลา สถานที่จัดงาน โดยไม่มีใครเข้ามาเกี่ยวข้องรวมทั้งงบประมาณทั้งหมดมาจากองค์กรหรือแบรนด์นั้นๆ 2. Joint Event คือ Event ประเภทที่มีหลายองค์กร หลายแบรนด์เข้ามาเกี่ยวข้อง อาจมีหนึ่งองค์กรเป็นผู้จัดการให้เกิดขึ้น แล้วไปเชิญหน่วยงานอื่นมาร่วมงานในรูปแบบต่างๆ เช่น เข้าร่วมฐานะสปอนเซอร์หรือฐานะส่วนหนึ่งของงาน เพราะฉะนั้นการวางแผนเป็นทีมนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งในการจัดกิจกรรม Event เพื่อทำให้งานออกมามีประสิทธิภาพ จึงทำให้เกิดความสนใจที่ต้องศึกษาให้ได้รับความรู้ความเข้าใจเพื่อนำไปใช้ปฏิบัติงานให้ได้ประสิทธิภาพ หากไม่มีการเรียนรู้วิธีการวางแผนต่างๆก็จะไม่ทำให้เกิดความสามารถในฝ่ายงานนี้และไม่มีความชำนาญงานจึงทำให้ทราบว่าการเรียนรู้และศึกษาการวางแผนงานประสานงานการดำเนินงานจัดกิจกรรม Event ช่วยเพิ่มทักษะการติดต่อสื่อสารและที่สำคัญสอนให้รู้ว่า การทำงานเป็นทีมนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดกิจกรรม Event

การจัดกิจกรรม Event ของงาน Amarin baby&kids fair ครั้งที่ 8 ประจำปี 2559 การจัดกิจกรรมพิเศษที่เกิดขึ้นในครั้งนี้ เกิดจากหน่วยงานหลายฝ่ายร่วมกันเพื่อให้ประสบความสำเร็จ ผู้บริโภคจะได้สัมผัสประสบการณ์จากแบรนด์โดยตรง เกิดจากความร่วมมือ ร่วมแรง ใฝ่ใจในรายละเอียดของงานองค์กรสามารถใช้เวลาที่จัดกิจกรรม สื่อสารกับผู้บริโภคที่เข้าร่วมงานให้มีประสิทธิภาพได้อย่างเต็มที่ ผู้จัดสามารถเข้าถึงตัวลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละคนได้อย่างแท้จริง การสร้างแรงจูงใจในงาน จะทำให้ผู้ร่วมงาน เห็นด้วยกับสิ่งที่วิทยากรกำลังนำเสนอได้ง่ายๆ ได้รับประสบการณ์ตรงและเกิดความประทับใจต่อสินค้าและบริการนั้นๆ อีกทั้งยังเพิ่มการรับรู้ในตราสินค้าอีกด้วย ทั้งหมดนี้เกิดจากการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง แบรนด์กับลูกค้า ความสัมพันธ์ที่ทำให้เกิดธุรกิจและสิ่งดีๆที่เกิดขึ้นได้ตามมา แต่สิ่งที่คำนึงถึง คือความพึงพอใจของลูกค้า ด้วยการจัดสภาพแวดล้อมอย่างดี การวางแผนงานและ ตรวจสอบเช็คความเรียบร้อยของงานเพื่อลดปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการจัดงาน ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้กับกลุ่มเป้าหมายของการจัดงาน

รายงานสหกิจศึกษานี้จึงเป็นการศึกษาขั้นตอน การจัดกิจกรรมพิเศษ ของงาน Amarin Baby & Kids fair ครั้งที่ 8 ที่ศูนย์นิทรรศการไบเทคบางนา โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเข้าใจถึงกลวิธีในการปฏิบัติงานจริง ในแต่ละขั้นตอน ที่สำคัญคือต้องเตรียมความพร้อมและมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน

## 1.2 วัตถุประสงค์

- เพื่อทราบถึงขั้นตอนการจัดกิจกรรมพิเศษของงาน Amarin Baby & Kids Fair ครั้งที่ 8 ของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด(มหาชน)
- เพื่อทราบถึงปัญหาและอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน และวิธีแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นจริงของการจัดงานครั้งนี้

## 1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาระดับต้นการจัดกิจกรรมพิเศษของบริษัท อมรินทร์ พรีนติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาการจัดอีเวนต์ของงาน Amarin Baby & Kids Fair ครั้งที่ 8 ที่ศูนย์นิทรรศการไบเทคบางนา โดยขอบเขตการศึกษาเริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 13 กรกฎาคม – 31 กรกฎาคม 2559 รวมระยะเวลาทั้ง 15 สัปดาห์

#### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากรายงาน

- ทราบถึงขั้นตอนการติดต่อประสานในแต่ละ ขั้นตอนเพื่อจัดกิจกรรม Amarin Baby & Kids Fair ครั้งที่ 8
- ทราบถึงปัญหาและอุปสรรค ที่มีต่อการจัดกิจกรรม Amarin Baby & Kids Fair ครั้งที่ 8 เพื่อนำไปปรับปรุงต่อการทำงานในด้านอื่นๆไป