

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเรียนการสอนในสังคมยุคปัจจุบันนั้นมีความเจริญก้าวหน้า ที่มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูงและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องไม่หยุดนิ่งมีสิ่งใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย ทำให้ช่องทางของการ โฆษณาการจัดกิจกรรมพิเศษนั้นมีหลากหลายช่องทางมากขึ้น ที่ให้ความสำคัญด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญในชีวิตประจำวันของมนุษย์อย่างรวดเร็ว เพื่อที่จะให้ประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมพิเศษอย่างมากมาย จึงทำให้เกิดการแข่งขันกันสูงมากขึ้น ในการจัดกิจกรรมพิเศษรวมถึงสื่อใหม่ๆที่เกิดขึ้น ยิ่งทำให้ในปัจจุบันการ โฆษณาด้านกิจกรรมนั้นแข่งขันกันมากขึ้นตามลำดับ

การจัดกิจกรรมพิเศษ คือ การกำหนดวาระพิเศษขึ้นมา เพื่อช่วยส่งเสริมสินค้า และชื่อเสียงของบริษัทให้เป็นที่ยอมรับ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเคลื่อนไหว และการรับรู้ข่าวสารในกลุ่มผู้บริโภคด้วยการนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ ให้มีความสอดคล้องเหมาะสมกับทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ และการหยิบยกเอาสถานการณ์ขึ้นมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับฐานการตลาดของสินค้า โดยรูปแบบของกิจกรรมพิเศษนั้น ไม่มีกำหนดตายตัวแต่คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , 2541)

การจัดกิจกรรมพิเศษเป็นเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทหนึ่งที่สามารถใช้สร้างความสัมพันธ์กับชุมชนหรือประชาชนเป้าหมายได้เป็นอย่างดีการจัดกิจกรรมพิเศษสามารถทำได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับความสามารถและลักษณะของแต่ละกิจกรรมนโยบายวัตถุประสงค์ตลอดจนงบประมาณที่หน่วยงานจะให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมพิเศษนั้น

เนื่องในปัจจุบันการจัดกิจกรรมพิเศษถือเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่หลายองค์กรธุรกิจนิยมนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากมีข้อได้เปรียบหลายประการในการสร้างการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย จึงทำให้กิจกรรมพิเศษทวีความสำคัญมากขึ้นในแวดวงการตลาดจนเกิดแนวคือใหม่ที่ว่า การตลาดเชิงกิจกรรมขึ้น (ลักษณ์า สตะเวทิน , 2542)

การตลาดเชิงกิจกรรม หมายถึง การที่องค์กรหรือบริษัทได้มีการจัดกิจกรรมพิเศษอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมาเพื่อให้ทุกคนได้มีส่วนร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจตลอดจนต่อยอดขายของสินค้าเรียกว่าการตลาดเชิงวิถีชีวิตซึ่งหมายถึงการนำตลาดเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เขาไม่รู้ตัว สามารถสรุปได้ว่าการจัดกิจกรรมพิเศษ คือ

รูปแบบหนึ่งของเครื่องมือที่ใช้เพื่อการสื่อสารการตลาดในลักษณะของการจัดเป็นเหตุการณ์หรือวาระพิเศษขึ้นมาเองให้มีความสอดคล้องเหมาะสมกับลักษณะของสินค้า บริการ หรือองค์กรและมีรูปแบบในการนำเสนอที่สร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข่าวสารข้อมูลความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือองค์กรแก่กลุ่มเป้าหมายรวมทั้งสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรหรือสินค้า (ดร.เสวี วงษ์มณฑา , 2542)

จากที่ได้ศึกษางานเรื่อง “การจัดกิจกรรมพิเศษ กรณีศึกษากิจกรรมการบรรยายพิเศษเชิงเสวนา หัวข้อ “ สื่อมวลชนไทยในยุค Thailand 4.0 ” มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต วิทยาเขตพัฒนาการ ปี พ.ศ. 2561” ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต เพื่อศึกษาถึงขั้นตอนการจัดกิจกรรมพิเศษ การโฆษณาประชาสัมพันธ์การบรรยายพิเศษ การจัดงานกิจกรรมพิเศษการบรรยายเชิงเสวนากับมืออาชีพที่ชำนาญในการจัดงานการบรรยาย ขั้นตอนการคิดโฆษณา การbriefจากฝ่ายผู้จัดงานด้านต่างๆ ทำให้การทำงานนั้นเข้าใจง่ายขึ้น ทำให้เกิดความคิดใหม่ๆ ความคิดที่จะผลิตงานออกมาให้โดนใจกับความต้องการของผู้เข้ารับฟังการบรรยายเชิงเสวนา

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อเรียนรู้การสร้างงานเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพิเศษ
2. เพื่อศึกษาขั้นตอนการผลิตงาน โฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมพิเศษ

1.3 ขอบเขต

การศึกษาขั้นตอนการ โฆษณาการจัดบรรยายพิเศษเชิงเสวนาของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต เพื่อศึกษาขั้นตอนการผลิตงาน โฆษณาการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงเสวนา ขั้นตอนการทำโฆษณาของกิจกรรมพิเศษเชิงเสวนา และขั้นตอนการคิด โฆษณาของกิจกรรมพิเศษเชิงเสวนา

โดยขอบเขตการศึกษาอยู่ระหว่าง เดือนพฤษภาคม - สิงหาคม 2561 ศึกษาเกี่ยวกับขั้นตอนการคิด โฆษณาและการรวบรวมเนื้อหาของงานและทำรายงานสหกิจ

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบถึงขั้นตอนการ โฆษณาของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

2. ได้ศึกษาและเรียนรู้การสร้างงานโฆษณาแบบครีเอทีฟของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหา
บัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

3. ได้ศึกษาขั้นตอนการบริิฟงาน การคิดงานและผลิตงานของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหา
บัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

