

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Event) และการสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรม (Event Marketing) เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ ดังเช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกาอุตสาหกรรมนิทรรศการทางการค้า (Trade Show) และให้บริการวางแผนจัดงาน (Event Planning Service) มีรายได้เฉลี่ยต่อปีถึง 13 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีการจ้างงานเกือบหนึ่งแสนคน (IBISWorld, 2012) ในขณะที่ PQ Media (อ้างถึงใน Miller & Washington, 2012: 427) ประมาณการณียอดค่าใช้จ่ายในการสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรมสูงถึง 37 พันล้านเหรียญสหรัฐต่อปีซึ่งตัวเลขนี้เป็นยอดของกิจกรรมที่จัดโดยองค์กรยังไม่รวม กิจกรรมการตลาดที่องค์กรไปร่วมสนับสนุน (Sponsorships of third-party events) หรือนิทรรศการทางการค้า นอกจากนี้ผลสำรวจผู้บริหารด้านการตลาดของสหรัฐอเมริกาเป็นจำนวน 200 คนเปิดเผยว่าผู้บริหารเหล่านี้เห็นว่าการสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรมให้ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) สูงกว่าวิธีการสื่อสารอื่น ๆ (Close et al., 2006 อ้างถึงใน Dahlen, Lange, & Smith, 2010)

หนังสือพิมพ์บันเทิง “ดาราเดลี” วางแผงฉบับแรกเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2549 ภายใต้อิทธิพลของคอนเซ็ปต์ “มากกว่าดารา ยิ่งกว่าบันเทิง” โดยเนื้อหาหลักๆ จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนเพื่อความชัดเจน และง่ายต่อการติดตามของผู้อ่าน อาทิ ส่วนแรก ประกอบด้วย หน้าปก จะเป็นการวิเคราะห์เจาะลึกข่าวในแวดวงบันเทิง ที่ตกอยู่ในกระแสขณะนั้น ด้วยรูปแบบการทำข่าวและนำเสนอเชิงลึก ให้อ่านแบบเต็มอิ่ม จูใจ ภายใต้อารมณ์ที่ไม่มีใครเหมือน และไม่มีใครเหมือน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข่าวธุรกิจบันเทิง ที่หนังสือพิมพ์บันเทิงต่างๆ ไปไม่ค่อยให้ความสนใจจะสามารถหาอ่านได้จาก “ดาราเดลี” ฉบับเดียวเท่านั้น หนังสือพิมพ์ดาราเดลีเป็นหนังสือพิมพ์ 4สี ที่มีครบทั้งเนื้อหาสาระทางธุรกิจบันเทิง และธุรกิจอื่นๆที่มีประโยชน์ต่อท่านผู้อ่าน โดยเน้นไปที่เนื้อหาที่ถูกคัดกรองมาโดยทีมนักข่าวคุณภาพปัจจุบัน “ดาราเดลี” อยู่ภายใต้การบริหารงานของ บริษัท ดาราเดลี จำกัด และยังคงรักษาจุดแข็งในฐานะหนังสือพิมพ์บันเทิงที่มียอดขายอันดับ 1 ตลอดมา

นอกจากที่บริษัท ดาราเดลี นั้นจะมีการทำหนังสือพิมพ์บันเทิงแล้วนั้น แต่ภายในองค์กรก็จะมีการจัดงานกิจกรรมพิเศษ (Event) เป็นการจัดกิจกรรมให้กับบริษัท ทีคิวเอ็ม

อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ ที่เป็นบริษัทใหญ่ของคาราเดลี เป็นการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อเป็นคำตอบแทนลูกค้าของบริษัทที่ให้ความไว้วางใจมาใช้บริการ และในส่วนของการจัดกิจกรรมพิเศษนั้นทางบริษัท คาราเดลี จะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดกิจกรรมนั้นๆ ขึ้นมาได้ ตั้งแต่การบริฟงานจากทาง TQM และนำมาวางแผนตามความต้องการของ TQM และลงมือทำในทุกขั้นตอนเพื่อให้งานออกมาดีที่สุดเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจและประทับใจต่อทางบริษัท

การศึกษาครั้งนี้ต้องการที่จะทราบถึงขั้นตอนของการจัดกิจกรรมพิเศษในงาน daradaily rally Party “Night.Sport.Party” เพื่อให้เข้าใจถึงขั้นตอนการจัดกิจกรรมพิเศษอย่างแท้จริงและสามารถที่จะนำความรู้ความสามารถมาพัฒนาใช้ต่อไปในอนาคตได้อีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาขั้นตอนการจัดกิจกรรมพิเศษของงาน Daradaily rally Party “Night.Sport.Party

1.3 ขอบเขตของรายงาน

เพื่อศึกษาการขั้นตอนจัดกิจกรรมพิเศษงาน Daradaily rally Party “Night.Sport.Party” ของบริษัท คาราเดลี จำกัด ระยะเวลาวันที่ 3 – 4 มิถุนายน พ.ศ. 2560

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1.4.1 ทราบขั้นตอนของการจัดกิจกรรมพิเศษและเกิดทักษะการจัดกิจกรรมพิเศษว่ามีอะไรบ้างและมีระบบการทำงานอย่างไร
- 1.4.2 สามารถนำความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพิเศษไปพัฒนาต่อไปในอนาคต