

บทที่ 2

ทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้จัดทำโครงการสหกิจศึกษามีความสนใจที่จะทำโครงการเกี่ยวกับการจัดงานประชาสัมพันธ์และงานอีเว้นท์ ของนมโพรโมสต์ไอเมก้า 369 และไอเมก้าโกลด์ ดังนั้นคณะผู้จัดทำได้ศึกษาเอกสาร วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ในการจัดงานประชาสัมพันธ์และงานอีเว้นท์ และขออธิบายหัวข้อที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 2.1 ความหมายงานประชาสัมพันธ์
- 2.2 การจัดงานประชาสัมพันธ์
- 2.3 วัตถุประสงค์การจัดงานประชาสัมพันธ์
- 2.4 ประเภทของงานประชาสัมพันธ์
- 2.5 ความหมายจัดอีเว้นท์ (Events)
- 2.6 รูปแบบของการจัดงานอีเว้นท์ (Events)
- 2.7 ประเภทของงานอีเว้นท์ (Events)
- 2.8 ระบบของการจัดงานอีเว้นท์ทั่วไป
- 2.9 อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดงานประชาสัมพันธ์และการจัดงานอีเว้นท์

2.1 ความหมายงานประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสารความคิดเห็น ข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มประชาชน เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน องค์กร สถาบันกับกลุ่ม ประชาชนเป้าหมายและประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือ สนับสนุนจากประชาชนรวมทั้งมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีให้แก่หน่วยงาน องค์กร สถาบันด้วย

2.2 การจัดงานประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมซึ่งใช้เป็นที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รับรู้ผ่านการจัดงาน “ อีเวนต์ ” เพื่อมาส่งเสริมด้านบริการ หรือการตลาด และมีเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ สินค้าต่างๆให้มีผลตอบรับที่ดีและเข้าใจในการบริการ สินค้ามากขึ้น

2.3 วัตถุประสงค์การจัดงานประชาสัมพันธ์

- เพื่อให้ได้รู้จักขั้นตอนการทำงานของงานประชาสัมพันธ์ และวิธีการดำเนินงานงานอีเวนต์
- เพื่อแนะนำให้ผู้รู้จักสินค้า แก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
- เพื่อจัดการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า เช่น คุณประโยชน์ คุณสมบัติโดดเด่น ต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ เสริมข้อมูลข่าวสารให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ให้ผู้บริโภคสนใจมากขึ้น
- เพื่อสร้างแรงจูงใจ หรือดึงดูดใจ กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้า
- เพื่อส่งเสริมในการแข่งขันการตลาดกับแบรนด์อื่นๆ เพิ่มยอดขายของสินค้า
- เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือให้สินค้าเป็นที่ยอมรับ และน่าจดจำ

2.4 ประเภทของงานประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ แบ่งตามลักษณะงานได้ 2 ประเภท คือ

- การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) คือ การสร้างความสัมพันธ์และเข้าใจกับกลุ่มบุคคลภายในสถาบัน ได้แก่ ผู้บริหาร กลุ่มเจ้าหน้าที่ พนักงาน ลูกจ้าง รวมถึงจนถึงนักการภารโรง ภายในองค์กรสถาบันให้เกิดมีความสามัคคีกันในการร่วมงาน ให้เกิดความรักใคร่กลมเกลียว จงรักภักดีต่อองค์กร
- การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกองค์กร ได้แก่ ประชาชนทั่วไป และบุคคลที่องค์กรเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น ลูกค้า ผู้บริโภค เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจใน และมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

2.5 ความหมายจัดอีเวนต์ (Events)

งานอีเวนต์เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดประเภทหนึ่งในลักษณะของการตลาดเชิงรุกที่ต้องการผลักตัวสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้คนเหล่านั้นเข้าใจในความต้องการที่จะสื่อสารมากขึ้นว่างานที่จัดขึ้นมาในวันนี้ต้องการสื่อถึงอะไร โดยรูปแบบของการจัดงานอีเวนต์ก็จะมีด้วยกันหลากหลายตามแต่ที่ผู้จัดงานจะเลือกนำเอารูปแบบการจัดงานแบบไหนมาใช้ เมื่อเป็นเช่นนี้ความหมายของการรับจัดงานอีเวนต์ก็พอจะสรุปได้ว่าเป็นลักษณะของการที่เลือกรับจัดงานในลักษณะใดลักษณะหนึ่งขึ้นมาเพื่อต้องการนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของงานดังกล่าวให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยวัตถุประสงค์ที่ว่าไม่ได้หมายถึงจะต้องรู้จักสินค้าหรือบริการนั้นเสมอไป บางงานอีเวนต์ที่จัดขึ้นมามีวัตถุประสงค์ในด้านอื่นๆ ก็มีหลากหลาย การรับจัดงานอีเวนต์จึงต้องมีการพูดคุยกับเจ้าของงานให้ลงตัวมากที่สุดเนื่องจากงานที่จัดออกมาจะต้องตรงกับคอนเซ็ปต์ (Concept) ที่ได้ระบุเอาไว้อย่างชัดเจนไม่เช่นนั้นอาจเกิดปัญหาตามมาในภายหลังได้ด้วยเหมือนกัน

2.6 รูปแบบของการจัดงานอีเวนต์ (Events)

อีเวนต์ (Events) นั้นครอบคลุมตั้งแต่งานขนาดเล็ก รอบสื่อมวลชน จนถึงงานใหญ่ ที่มีผู้เข้าร่วมงาน เป็นพัน เป็นหมื่นคน อย่างการเลี้ยงฉลองแจกรางวัล งานแสดงสินค้า หรืองานมีการถ่ายทอดสดไปทั่วโลก อย่างการแจกรางวัลออสการ์ (Oscar) และบอลโลก เป็นต้น รูปแบบการจัด Events มีได้หลากหลายมากเท่าที่ผู้จัดจะคิดได้ บางงานใหญ่ บางงานจัดเป็นงานเฉพาะกลุ่ม บางงานสามารถจัดได้บ่อยๆ บางงานเหมาะสำหรับจัดปีละครั้ง ในที่นี้ ขอแนะนำเฉพาะรูปแบบ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้ อาทิ

- การจัดงานออนไลน์ (Virtual Event)
- งานนิทรรศการ
- งานเปิดตัวสินค้า
- งานการกุศล
- เดินแฟชั่นโชว์
- งานแสดงสินค้า
- งานสินค้านำเสนอ
- งานสัมมนาบริษัท

2.7 ประเภทของงานอีเว้นท์ (Events)

- ประเภทนำเสนอสินค้าหรือบริการ การจัดงานอีเว้นท์(Events)ประเภทนี้เป็นการจัดงานที่เราเห็นกันค่อนข้างบ่อยที่สุด เพราะนี่ถือว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุกวิธีการหนึ่งที่จะช่วยนำเสนอสินค้าหรือบริการให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปได้ง่ายที่สุด การจัดงานอีเว้นท์(Events) ประเภทนี้ส่วนมากมักต้องการจะดึงคนให้เข้ามาสนใจงานของตนเองด้วยการจ้างดารานักร้อง ศิลปิน เพื่อให้งานเกิดความน่าสนใจ อีกทั้งยังเป็นการสร้างกระแสได้อย่างดีด้วย
- การนำเสนอซึ่งความรู้ความเข้าใจ การจัดงานอีเว้นท์(Events)ประเภทนี้มักจะเน้นเรื่องราวของการให้ความรู้แก่คนที่เข้าร่วมงานเป็นหลัก อาจไม่ได้จำเป็นว่า จะต้องได้กำไรในอนาคตหรือว่าไม่ได้ผลตอบแทนอะไรกลับคืนมา เพราะสิ่งที่ผู้จัดงานอีเว้นท์(Events)ประเภทนี้ต้องการมากที่สุดก็คือคนที่มีความคิดในลักษณะใกล้เคียงกันมาอยู่ร่วมกันแล้วนำเสนอแนวทางในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดแนวคิดไปในทิศทางเดียวกัน
- ประเภทใช้เทคนิคพิเศษในการจัดงาน การจัดงานอีเว้นท์(Events)ประเภทนี้สามารถเกิดขึ้นได้หลากหลายแต่ความน่าสนใจก็คือมักจะมีการเลือกนำเอาเทคนิคพิเศษต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดงานอีเว้นท์(Events) อาทิ แสงสีเสียง, ภาพ 3 มิติ, วีดีโอ และอื่นๆ อีกมากมาย เป็นประเภทการจัดงานอีเว้นท์(Events)ที่จะทำให้เกิดความน่าสนใจแก่ผู้ที่เข้าร่วมงานเป็นอย่างมาก
- ประเภทสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร การจัดงานอีเว้นท์(Events)ประเภทนี้ส่วนใหญ่จะไม่เน้นเรื่องผลกำไรทางด้านตัวเงินเลยแต่คนจัดงานจะมองเห็นถึงภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรในอนาคตได้อย่างชัดเจนที่สุด ส่วนมากแล้วมักจะเป็นองค์กรที่เกิดขึ้นใหม่หรือองค์กรที่ต้องการเปลี่ยนแปลงแนวทางของตัวเองออกไปจากแบบเดิม

2.8 ระบบของการจัดงานอีเว้นท์ทั่วไป

- มีการวางแผนการจัดงานที่แน่นอน การจัดงานอีเว้นท์(Events)ในแต่ละครั้งย่อมมีรูปแบบการจัดงานที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับเรื่องของวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะจัดงานนั้นๆ เป็นหลัก เมื่อเป็นเช่นนี้สิ่งที่จะช่วยให้แนวทางในการจัดงานอีเว้นท์(Events)ตรงกับความต้องการมากที่สุดคือต้องมีการวางแผนการจัดงานที่แน่นอน โดยต้องศึกษาข้อมูลลักษณะของงานที่ต้องการจะจัด จากนั้นก็ให้ให้ประชุมพูดคุยถึงแนวทางให้ชัดเจน ทุกคนที่ร่วมงานเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี
- มองกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน การจัดงานอีเว้นท์(Events)แต่ละครั้งหลักใหญ่ใจความที่สุดคงหนีไม่พ้นว่าต้องการจัดให้ใครดู เมื่อเป็นเช่นนี้ก็จำเป็นจะต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนเพื่อที่เวลาจัดงานออกมาจะได้เข้าใจว่ามันตรงกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายมากน้อยขนาดไหน
- กำหนดงบประมาณที่จะต้องใช่ เรื่องงบประมาณเป็นเรื่องที่การทำอีเว้นท์(Events)แต่ละครั้งจำเป็นต้องให้ความสำคัญไม่น้อยเลยทีเดียว เพราะต่อให้วางแผนออกมาดีเลิศขนาดไหนแต่ถ้าหากงบประมาณมันไม่เพียงพอหรือมันไม่ได้อย่างที่ใจต้องการก็เป็นเรื่องลำบากที่จะทำให้งานนั้นประสบความสำเร็จอย่างที่คาดเอาไว้ ระหว่างวางแผนจึงควรต้องมีการเช็คเรื่องงบประมาณอยู่ตลอดด้วยเหมือนกัน
- เลือกวัน เวลา สถานที่ที่เหมาะสม การจัดงานอีเว้นท์(Events)ในแต่ละครั้ง วัน เวลา สถานที่ มักจะเป็นตัวคอยกำหนดรูปแบบของงานด้วยเช่นเดียวกัน เมื่อเป็นเช่นนี้ก็จำเป็นจะต้องเลือกวัน เวลา สถานที่ ให้เหมาะสมเพื่อที่จะได้วางแผนกันในระดับต่อไปว่าควรเลือกจัดงานในลักษณะใด
- จัดเตรียมอุปกรณ์พร้อมเชื่องานทุกอย่างให้ดี เมื่อวางแผนกันจนครบถ้วนแล้วก็ถึงเวลาในการจัดเตรียมความพร้อมต่างๆ ทั้งเรื่องอุปกรณ์ การเชื่องานต่างๆ ให้ออกมาเป็นอย่างที่วางแผนเอาไว้
- ตรวจสอบความเรียบร้อยตลอด เมื่อถึงเวลางานก็พยายามทำให้งานเป็นไปอย่างที่ไว้วางแผนเอาไว้ พยายามตรวจสอบความเรียบร้อยให้ดีที่สุดเพื่อป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นกับงานได้

2.9 อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดงานประชาสัมพันธ์และการจัดงานอีเว้นท์

- แบริคดรอป (Backdrop) เป็นพร็อพตกแต่งสวยงามประเภทหนึ่งในงานประชาสัมพันธ์ในงานอีเว้นท์ ทำให้งานมีสีสัน สร้างบรรยากาศและอารมณ์ให้ตัวสินค้า หรือจะเป็นสไลด์ตามตัวสินค้าที่ลูกค้าต้องการ
- เต็นท์การ์ด (Tent card) เต็นท์การ์ดเป็นสื่อส่งเสริมการขายที่ได้รับความนิยมสูงสุดเนื่องจากน้ำหนักเบา ราคาถูก ประกอบง่าย และยังสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้ชัดเจนและรวดเร็ว เพื่อบอกโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษต่างๆที่ร่วมกับสินค้าได้
- อุปกรณ์เล่นเกม (Game) เตรียมอุปกรณ์ที่ตรงกับเกมที่ได้จัดขึ้น ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ความเหมาะสมของสินค้าและสถานที่ และจะมีของรางวัลตามที่กำหนดในเกมส์
- ป้ายสแตนดี (Standee) ตัวอย่างป้ายที่ไว้ใช้ในการประชาสัมพันธ์สินค้า บริการของร้านค้า เหมาะสำหรับวางที่หน้างานอีเว้นท์ ทำจากสติ๊กเกอร์ ติดลงที่ฟิวเจอร์บอร์ด พร้อมขาตั้ง สามารถพับเก็บ และติดตั้งได้ง่าย
- ของพรีเมียม (Premium) เป็นของพรีเมียมที่ไว้แจกลูกค้าที่ได้สินค้าหรือเข้ารับบริการตามเงื่อนไขที่ทางงานกำหนดไว้ สินค้าพรีเมียมนั้นจะมีโลโก้ของแบรนด์อยู่ในสินค้านั้นด้วย



รูปภาพที่ 2.1 ตัวอย่าง Backdrop



รูปภาพที่ 2.2 ตัวอย่าง Standee , X stand