

คำนำ

สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชา วส.490 (การฝึกงานภายนอก) ตามหลักสูตรวารสารศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้เขียนได้เลือกที่จะศึกษาเรื่อง การจัดกิจกรรมพิเศษ (Event Marketing) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร เนื่องจากผู้เขียนได้รับความกรุณาให้เข้าฝึกงานในแผนก Marketing Services ที่บริษัท ลีโอ เบอร์เนทท์ จำกัด ซึ่งในขณะนั้นได้ทางบริษัทมีหน้าที่รับผิดชอบ ดูแลการจัดกิจกรรมพิเศษของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) ซึ่งปตท.ให้ความสำคัญกับสังคมและสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น จึงทำให้โดยส่วนใหญ่การจัดกิจกรรมพิเศษจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสังคม โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร ผู้เขียนได้มีโอกาสศึกษาและปฏิบัติงานเป็นเวลา 1 เดือน ทำให้ได้รับความรู้ในการที่จะจัดทำสารนิพนธ์เป็นอย่างมาก นอกเหนือจากการศึกษาค้นคว้าตำราทางวิชาการ

ในทัศนะของผู้เขียนนั้นเห็นว่า ในปัจจุบันการจัดกิจกรรมพิเศษเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เห็นได้จากธุรกิจจำนวนมากหันมาใช้การจัดกิจกรรมพิเศษเป็นเครื่องมือสำคัญ แต่โดยส่วนใหญ่แล้วการจัดกิจกรรมพิเศษจะมีวัตถุประสงค์เพื่อการส่งเสริมการขาย ซึ่งอาจจะไม่สามารถสร้างตำแหน่งที่แตกต่างของสินค้าได้ แต่การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์นั้นถือเป็นประเด็นใหม่ที่มีแนวโน้มว่าจะเจริญเติบโตไปอย่างรวดเร็ว เพราะนอกจากจะช่วยในการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรแล้ว องค์กรยังจะได้รับความสำเร็จทางธุรกิจในระยะยาวอีกด้วย

เนื้อหาของสารนิพนธ์ฉบับนี้ประกอบไปด้วยความสำคัญของการจัดกิจกรรมพิเศษ แนวคิดที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์การจัดกิจกรรมพิเศษ ลักษณะการดำเนินงานในการจัดกิจกรรมพิเศษ ตลอดจนกรณีศึกษา เพื่อประกอบการศึกษาเรื่องการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร อันจะนำมาซึ่งความเข้าใจได้เป็นอย่างดี

สุธิดา เทพกรรมกร