

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

จากการศึกษาถึงเรื่องการจัดกิจกรรมพิเศษทั้งในด้านที่มา ความสำคัญ ตลอดจนหลักการสำคัญต่าง ๆ พบว่าการจัดกิจกรรมพิเศษนั้นเป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคประเภทหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและจดจำ ซึ่งเป็นการแปลงวาระโอกาสที่มีอยู่ หรืออาจจะเป็นการกำหนดขึ้นเองให้เป็นการจัดกิจกรรมพิเศษ โดยวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมพิเศษนั้นอาจสรุปได้ใน 2 ลักษณะ คือ การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการตลาด และการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์

กุญแจสำคัญที่จะทำให้การจัดกิจกรรมพิเศษประสบความสำเร็จได้นั้นอยู่ที่การเอาใจใส่พฤติกรรมของผู้บริโภคและมีการติดตามอย่างใกล้ชิด เพราะการจัดกิจกรรมพิเศษนั้นมิใช่การสร้างโอกาสใดโอกาสหนึ่งขึ้นแล้วปรับให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภค แต่เป็นการนำพฤติกรรมของผู้บริโภคมาเป็นตัวแปรสำคัญในการสร้างกิจกรรมพิเศษขึ้น ดังนั้นการเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างแท้จริงจึงเป็นการนำการจัดกิจกรรมพิเศษไปสู่ความสำเร็จ นอกจากการเอาใจใส่ในพฤติกรรมของผู้บริโภคแล้ว องค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้การจัดกิจกรรมพิเศษสำเร็จลุล่วงไปได้นั้นก็คือการวางวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและแน่นอน เพราะจะทำให้กลยุทธ์ในการดำเนินงานออกมาอย่างชัดเจน การประกอบกิจกรรมใด ๆ ย่อมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยทั้งหมดย่อมต้องอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจในทฤษฎีและการนำไปปฏิบัติให้เหมาะสม

แนวโน้มของการจัดกิจกรรมพิเศษในอนาคตนั้นก็มีที่คาดว่าจะเป็นเรื่องมือทางการตลาดที่แข็งแรงอีกประเภทหนึ่ง เห็นได้จากธุรกิจจำนวนมากหันมาให้ความสนใจกับการจัดกิจกรรมพิเศษ มีการจัดกิจกรรมพิเศษให้เห็นมากมายในรูปแบบต่าง ๆ เพราะธุรกิจเล็งเห็นว่าการจัดกิจกรรมพิเศษนั้นเป็นเครื่องมือที่จะช่วยกระตุ้นผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

ในเรื่องรูปแบบของการจัดกิจกรรมพิเศษนั้นมีแนวโน้มว่าจะมีความซับซ้อน แปลก หลากหลาย และมีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น อาจจะมีการสอดแทรกกิจกรรมการขายอยู่ด้วย โดยส่วนมากกิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นในปัจจุบันนี้จะเป็นการนำเงื่อนไขทางสังคมมาประยุกต์เข้ากับองค์กรของตน เช่น เพื่อสังคมส่วนรวม เพื่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น เพราะโอกาสที่จะประสบความสำเร็จจากการจัดกิจกรรมพิเศษประเภทนี้มีค่อนข้างสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการจัดกิจกรรมพิเศษซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายความดีนั้นสามารถสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับผู้บริโภคได้ง่าย เพราะนอกจากจะได้ช่วยเหลือสังคมส่วนรวมแล้ว ยังทำให้ผู้บริโภคจดจำตราสินค้าได้ง่าย ซึ่งเบื้องหลังของการจัดกิจกรรมพิเศษนั้นก็มุ่งหวังที่จะให้เกิดพฤติกรรมการซื้อและการสนับสนุนสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ นั้น

เอง เพราะการจัดกิจกรรมพิเศษนอกจากจะสร้างยอดขายได้แล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า บริการและ หน่วยงานได้เป็นอย่างดี นักการตลาดจึงจำเป็นที่จะต้องพยายามสร้างสรรค์กิจกรรมพิเศษใหม่ ๆ ที่มีความน่าสนใจและมีความแตกต่างให้ผู้บริโภครับรู้ให้ได้

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้จะเห็นได้ว่า การจัดกิจกรรมพิเศษเป็นเครื่องมือทางการสื่อสารการตลาดที่กำลังมาแรงและน่าจับตามองเป็นอย่างยิ่ง เพราะถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมกระบวนการสื่อสารไปยังผู้บริโภคให้มีความสนบุนุ่มมากยิ่งขึ้น การจัดกิจกรรมพิเศษจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่นักการตลาดไม่อาจมองข้ามได้ในยุคปัจจุบัน

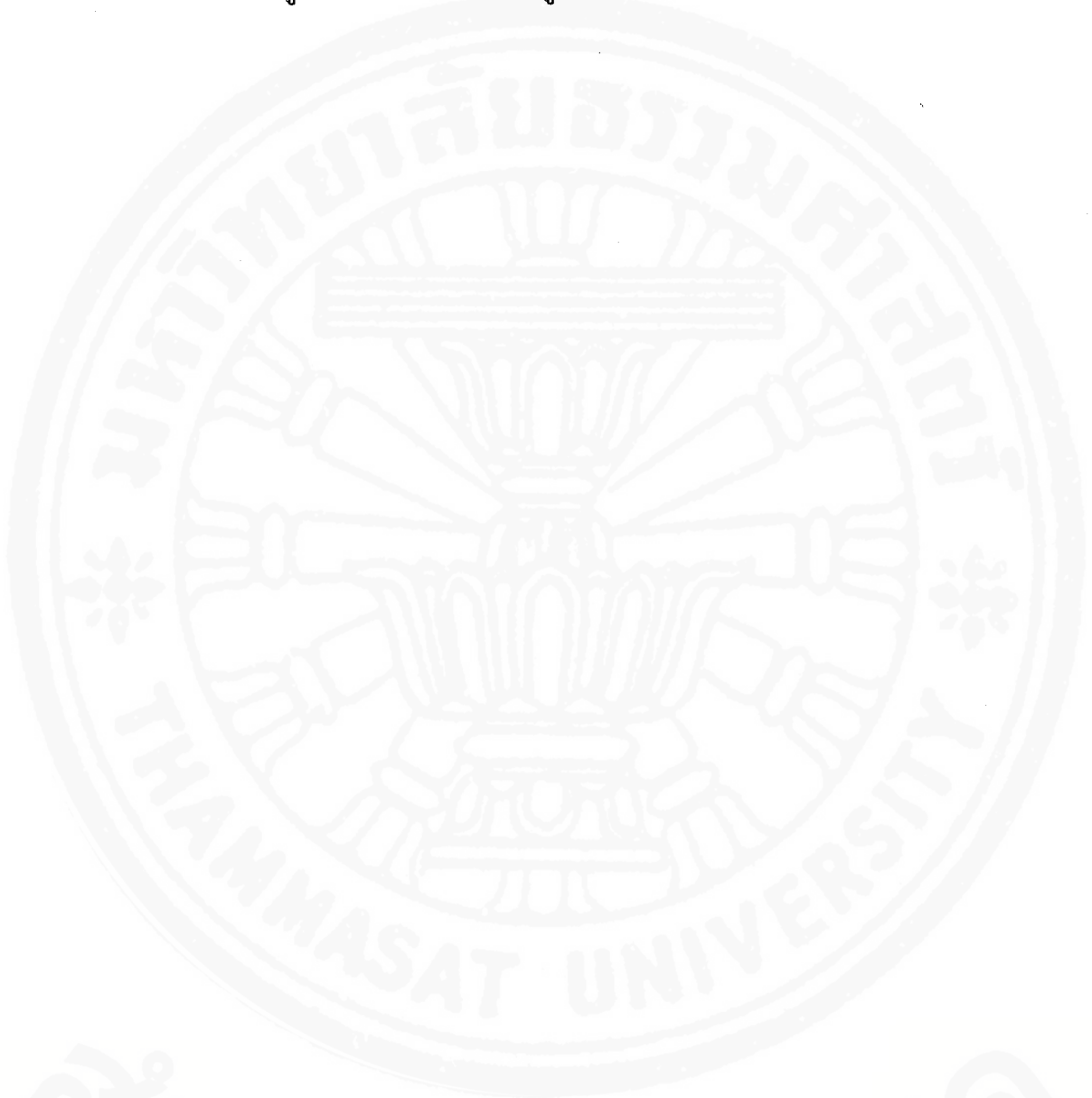
ข้อเสนอแนะ

จากการที่ผู้เขียนได้ศึกษาเรื่องการจัดกิจกรรมพิเศษ โดยเฉพาะในส่วนของ การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น ผู้เขียนเห็นว่าในปัจจุบันนี้บทบาทของภาพลักษณ์องค์กรนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เป็นสิ่งที่องค์กรไม่ควรจะมองข้าม เนื่องจากสภาพการแข่งขันในปัจจุบันทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น การตลาดในสมัยใหม่จึงไม่ควรมองเพียงการขายสินค้าได้เท่านั้น เพราะการส่งเสริมภาพลักษณ์จะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่จะทำให้สินค้าของเรามีความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นกว่าคู่แข่งได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สำหรับการสร้างให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ที่แตกต่างขององค์กรนั้นจึงจำเป็นต้องมีการใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดเข้ามาเป็นสื่อกลาง เพื่อที่จะสื่อสารถึงลักษณะเด่นขององค์กรไปยังผู้บริโภค การจัดกิจกรรมพิเศษจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างขององค์กรให้เกิดในสายตาของผู้บริโภค

หลังจากที่ผู้เขียนได้ศึกษาแผนงานของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ในส่วนของ การจัดกิจกรรมพิเศษ “โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติฯ” แล้วนั้น ผู้เขียนพบว่าลักษณะของการดำเนินงานในการจัดกิจกรรมพิเศษที่ได้รับไว้ในแผนนั้นมีความสอดคล้องเหมาะสมในการที่จะสื่อสารไปยังผู้บริโภค ให้ได้รับรู้ว่าการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานหนึ่งที่เล็งเห็นความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม และมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเหล่านั้น ๆ ซึ่งการจัดกิจกรรมพิเศษด้วยการสนับสนุนโครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรตินั้นจะมีความสอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นอย่างมาก ซึ่งในจุดนี้จะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรจะมีความเด่นชัดยิ่งขึ้น นอกจากนี้การจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ภายใต้อาณาเขตดังกล่าวนี้ยังเป็นการส่งเสริม และเน้นให้เกิดตำแหน่งของภาพลักษณ์องค์กรที่ชัดเจน ทำให้บุคคลภายนอกเล็งเห็นว่าหน่วยงานมีความห่วงใยต่อสังคม ซึ่งเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรให้เกิดขึ้น

ในท้ายที่สุดสิ่งสำคัญของการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์นี้ ผู้เขียนมองว่าภาพลักษณ์ที่ดีนั้นจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อองค์กรได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมภาพลักษณ์อย่างจริงจังและมีความต่อเนื่อง ซึ่งจะต้องมีการกำหนดไว้เป็นแนวทางในการบริหารงานอย่างชัดเจน

เพื่อให้กิจกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับแผนงานนั้นช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่มีอยู่ให้โดดเด่นในสายตาของผู้บริโภค และจะต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน ผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยเสริมข้อมูลเหล่านี้ให้กระจายออกสู่สาธารณชนได้มากยิ่งขึ้น



ชำนาญกหอสมุด