

(ร่าง)

เอกสารประกอบการสอน
รายวิชา การจัดและบริหารโครงการการออกแบบ
และนวัตกรรมดิจิทัล

ผศ.ดร.วินัย หมั่นคติธรรม

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

คำนำ

เอกสารการสอน รายวิชา การจัดและบริหารโครงการการออกแบบและนวัตกรรมดิจิทัล รหัส DDI3502 นี้ ได้แบ่งเนื้อหาในการเรียนการสอนไว้ 6 หัวเรื่อง แต่ละหัวเรื่องใช้เวลาในการสอน 1 สัปดาห์ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถในด้านงานการจัดและบริหารโครงการการออกแบบและนวัตกรรมดิจิทัล ซึ่งจะมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น ความรู้เบื้องต้นการจัดและบริหารโครงการ ออกแบบและนวัตกรรมดิจิทัล การวางแผนโครงการและการกำหนดกรอบการทำงาน การบริหารเวลา และความเสี่ยงในการควบคุมโครงการ การบริหารทีมและการสื่อสารในงานออกแบบและนวัตกรรมดิจิทัล การส่งมอบงานและการประเมินผลโครงการ ประวัติความเป็นมาของการสัมมนา วัตถุประสงค์ ประโยชน์ที่ได้รับ กระบวนการสัมมนาวิชาชีพ เป็นต้น โดยที่ในบทที่ 1-บทที่ 8 จะเน้นภาคทฤษฎีเป็นหลัก ให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจในการจัดและบริหารโครงการที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ โดยใช้เวลาประมาณ 45 ชั่วโมง โดยใช้ใบงานประกอบการเรียน เป็นการนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ ให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติงานจากใบงานเพื่อให้ผู้เรียนเกิดทักษะ ความแคล่วคล่องและมีความชำนาญทาง หวังเอกสารประกอบการสอนนี้คงอำนวยความสะดวกต่อการเรียน การสอน ทางด้านการจัดและบริหารโครงการ แก่ผู้สอนและนักศึกษาได้เป็นอย่างดี หากท่านที่นำไปใช้มีข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นใด ๆ สามารถให้ข้อมูลเพิ่มเติมได้ จักขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วินัย หมั่นคตธรรม)

สารบัญ

สารบัญภาพ

สารบัญตาราง

แผนบริหารการสอนประจำวิชา

รหัสวิชา DDI3502

รายวิชา การจัดการและบริหารโครงการการออกแบบและนวัตกรรมดิจิทัล

(Project Management in Digital Design and Innovation)

จำนวนหน่วยกิต - ชั่วโมง 3(3-0-6)

เวลาเรียน 15 สัปดาห์ 45 ชั่วโมง

คำอธิบายรายวิชา

การจัดการและการบริหารโครงการที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการออกแบบสร้างสรรค์และนวัตกรรมดิจิทัล การบริหารขอบเขตงาน การบริหารเวลา ขั้นตอนการดำเนินงาน การกำกับควบคุมโครงการ การปิดโครงการ และการนำเสนอสารสนเทศของโครงการ

วัตถุประสงค์ทั่วไป

1. เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้ขั้นตอนการจัดสัมมนาและการบริหารโครงการ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อให้นักศึกษาสามารถปฏิบัติการจัดสัมมนาและการบริหารโครงการได้อย่างถูกต้อง
3. เพื่อให้ศึกษามีทักษะและรู้จักการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น

เนื้อหาและเวลาที่ใช้สอน

บทที่ 1 บทนำ 4 ชั่วโมง

- 1.1 ความหมายของการประชุมสัมมนา
- 1.2 บทบาทและหน้าที่
- 1.3 หลักการจัดทำโครงการ
- 1.4 การเขียนโครงการ

บทที่ 2 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับนิทรรศการ 4 ชั่วโมง

- 2.1 ความหมายของนิทรรศการ
- 2.2 ประเภทของนิทรรศการ
- 2.3 จุดมุ่งหมายของการจัดนิทรรศการ
- 2.4 การวางแผนในการจัดนิทรรศการ
- 2.5 การออกแบบนิทรรศการ

บทที่ 3	ธุรกิจการจัดประชุมสัมมนาและจัดนิทรรศการ	4 ชั่วโมง
	3.1 ความหมายของธุรกิจ MICE	
	3.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากธุรกิจการจัดประชุมสัมมนา	
	3.3 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการประชุมสัมมนา	
	3.4 องค์ประกอบของการประชุมสัมมนา	
	3.5 ขั้นตอนการบริหารงานธุรกิจการจัดประชุมสัมมนา	
บทที่ 4	การจัดประชุม	4 ชั่วโมง
	4.1 ความหมายการจัดประชุม	
	4.2 รูปแบบของการจัดประชุม	
	4.3 เป้าหมายของการประชุม	
	4.4 ประโยชน์ของการประชุม	
	4.5 กระบวนการจัดการประชุม	
บทที่ 5	การจัดงานแสดงสินค้า	4 ชั่วโมง
	5.1 รูปแบบการจัดงานแสดงสินค้า	
	5.2 องค์ประกอบงานแสดงสินค้า	
	5.3 จุดมุ่งหมายผู้เข้าชมงาน	
	5.4 การเลือกเข้าร่วมงานแสดงสินค้า	
	5.5 ขั้นตอนการเข้าร่วมงานจัดแสดงสินค้า	
บทที่ 6	การบริหารราคาสำหรับธุรกิจการจัดประชุมและจัดนิทรรศการ	4 ชั่วโมง
	6.1 ความสำคัญของราคา	
	6.2 การกำหนดราคา	
	6.3 การประมาณราคาค่าใช้จ่าย	
	6.4 การเตรียมการจัดประชุม	

วิธีการสอนและกิจกรรม

1. วิธีการสอนแบบบรรยาย
2. วิธีการสอนแบบสาธิต
3. วิธีการสอนแบบให้ทำโครงการ
4. ศึกษาเอกสารประกอบการสอน หนังสือ ตำรา
5. ศึกษาชุดแผ่นโปสเตอร์ รูปภาพ แผนภูมิ ตารางและวิดิทัศน์ที่เกี่ยวข้อง
6. แบ่งกลุ่มศึกษาเนื้อหาจากอาคารกรณีศึกษาและจัดทำรายงานประกอบการค้นคว้า
7. สรุปข้อบกพร่องและเสนอข้อคิดเห็น ตามแต่ละโครงการ

สื่อการเรียนการสอน

1. ไฟล์ดิจิทัล
2. วีดิทัศน์

การวัดผลและการประเมินผล

การวัดผล

1.1 คะแนนระหว่างภาคเรียน	60 %
1.1.1 คะแนนความสนใจในการเรียน	10 %
1.1.2 จัดทำรายงาน	20 %
1.1.3 ทดสอบปลายภาค	30 %
2.1 คะแนนสอบปลายภาคเรียน	40 %
2.1 ทดสอบปลายภาค (โครงการ)	40 %

การประเมินผล

อักษร	ผลการศึกษา	ช่วงคะแนน	ค่าระดับคะแนน
A	ดีเยี่ยม	86.00 - 100	4
A-	ดีเยี่ยม	82.00 - 85.00	3.75
B+	ดีมาก	78.00 - 81.00	3.50
B	ดี	74.00 - 77.00	3.00
B-	ค่อนข้างดี	70.00 - 73.00	2.75
C+	ปานกลางค่อนข้างดี	66.00 - 69.00	2.50
C	ปานกลาง	62.00 - 65.00	2.00
C-	ปานกลางค่อนข้างอ่อน	58.00 - 61.00	1.75
D+	ค่อนข้างอ่อน	54.00 - 57.00	1.50
D	อ่อน	50.00 - 53.00	1.00
D-	อ่อนมาก	46.00 - 49.00	0.75
F	ตก	0.00 - 45.00	0
S	ผ่าน (ปรับพื้นฐาน)	50 ขึ้นไป	-
U	ไม่ผ่าน (ปรับพื้นฐาน)	ต่ำกว่า 50	-
I	ผลการเรียนไม่สมบูรณ์	-	-
W	ยกเลิกรายวิชา	-	-
V	ร่วมฟัง	-	-

แผนบริหารการสอนประจำบทที่ 1

หัวข้อเนื้อหา

1. ความหมายของการประชุมสัมมนา
2. บทบาทและหน้าที่
3. หลักการจัดทำโครงการ
4. การเขียนโครงการ

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

ภายหลังจากการศึกษาค้นคว้าแล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายความหมายของการจัดประชุมสัมมนาได้
2. อธิบายบทบาทและหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้องได้
3. เข้าใจหลักการจัดทำโครงการ
4. สามารถเขียนโครงการได้

วิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน

1. อธิบายโดยใช้สื่อประกอบการสอน
2. อธิบายโดยการแสดงตัวอย่าง
3. การตั้งคำถามเพื่อให้นักศึกษาเกิดความคิด

สื่อการเรียนการสอน

1. เอกสารประกอบการสอนวิชาสัมมนาวิชาชีพสถาปัตยกรรม
2. แผ่นโปสเตอร์และอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการบรรยาย
3. ข้อมูลดิจิทัล

การวัดผล

1. สังเกตจากความสนใจในการบรรยาย
2. พิจารณาการตอบคำถามของนักศึกษา
3. การตรวจผลงานจากการทำแบบทดสอบ

บทที่ 1

บทนำ

การประชุมสัมมนา คือ การประชุมระดมความคิดเห็นแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เพื่อหาข้อสรุป เสนอแนะ แนวทางแก้ปัญหาพร้อมกันเพื่อให้งานบรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง อาจจำแนกตามวัตถุประสงค์ได้ 6 ประเภท ประกอบด้วย การประชุมเพื่อแจ้งให้ทราบ การประชุมเพื่อการแก้ปัญหา การประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น การประชุมเพื่อการตัดสินใจ การประชุมเชิงปฏิบัติการ และการประชุมสัมมนา ความสำเร็จของการจัดประชุมสัมมนาผู้เข้าร่วมประชุมจะต้องช่วยกันระดมความคิดเห็นแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งขององค์กร หรือหมู่คณะ ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การประชุมสัมมนามีความสมบูรณ์ครบถ้วน จำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบหลายด้าน ดังนี้ ด้านเนื้อหา ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และอุปกรณ์ รวมทั้งด้านเวลาและงบประมาณที่เหมาะสม จึงจะทำให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. บอกความหมายความสำคัญของการประชุมสัมมนาได้
2. บอกวัตถุประสงค์ของการประชุมสัมมนาได้
3. บอกองค์ประกอบของการประชุมสัมมนาได้
4. บอกประเภทของการประชุมสัมมนาได้
5. อธิบายประโยชน์ของการจัดประชุมสัมมนาได้
6. อภิปรายสรุปสาระสำคัญเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดประชุมสัมมนาได้

สาระการเรียนรู้

การประชุมสัมมนา เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการบริหาร และการปฏิบัติงานขององค์กร การประชุมสัมมนาที่มีประสิทธิภาพต้องมีวัตถุประสงค์ การประชุมที่ชัดเจน มีการเตรียมการอย่างดี ผู้ร่วมประชุมมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เพื่อหาข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายไม่ว่าจะเป็นการประชุมประเภทใด ก็ตามมีวัตถุประสงค์อย่างไร ก็ต้องเข้าใจขั้นตอน และปฏิบัติตามหลักการของการประชุมสัมมนา จึงจะทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

ความหมายของการประชุมสัมมนา

การประชุมสัมมนา เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการบริหาร และการปฏิบัติงานขององค์กรในปัจจุบัน การประชุมสัมมนาจะมีประสิทธิภาพต้องมีวัตถุประสงค์การประชุมที่ชัดเจน มีการเตรียมการอย่างดี ผู้ร่วมประชุมมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เพื่อหาข้อสรุปตาม วัตถุประสงค์ ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายไม่ว่าจะเป็นการประชุมประเภทใดก็ตามมีวัตถุประสงค์ ใดๆ จำเป็นต้องเข้าใจขั้นตอน และปฏิบัติตามหลักการของการประชุมสัมมนา จึงจะทำให้เกิด ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

คำว่า “การประชุม” ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายทัศนะ ดังนี้

คำว่า “ประชุม” สำหรับความหมายทางภาษานั้น ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2546 : 657) ให้คำจำกัดความว่า หมายถึง มารวมกันหรือเรียก ให้มารวมกันเพื่อ ประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งมารวมพบกันเพื่อปรึกษาหารือ เช่น ประชุมกรรมการ

เกษม วัฒนชัย (2551 : 7) การประชุม หมายถึง การที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มากระทำ กิจกรรมสื่อสาร (สื่อข้อมูล ความรู้ สื่อความคิดเห็น) ร่วมกันอันจะนำมาซึ่งความเข้าใจที่ถูกต้อง ตรงกันเพื่อเป็นการหาข้อยุติหรือเพื่อแก้ไขปัญหาร่วมกัน

รชพร จันทรสว่าง (2546 : 10) การประชุม หมายถึง การที่บุคคลมารวมตัวกันเพื่อพบปะ สังสรรค์โดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกันตามเวลาและสถานที่ซึ่งมีการกำหนดไว้ล่วงหน้า โดยมีจำนวน ผู้เข้าร่วมประชุมที่แตกต่างกัน

สมิต สัจฉกร (2551 : 10) การประชุม หมายถึง การที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาพบกันตาม นัดหมาย เพื่อร่วมกันคิดอย่างมีวัตถุประสงค์และมีระเบียบวิธี ณ สถานที่หนึ่งตามเวลาที่กำหนด

สมคิด บางโม (2551 : 159) การประชุม หมายถึง การที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาร่วม ปรึกษาหารือเพื่อกระทำกิจกรรมให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง

สุรศักดิ์ วงศ์สันติ (2553 : 1) การประชุม หมายถึง การที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมา แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นและประสบการณ์ เพื่อให้ได้ข้อสรุปและแนวทางที่ต้องการในการ พัฒนาองค์กร

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปให้เห็นได้ว่าการประชุม (Meeting) หมายถึง การที่บุคคล ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาร่วมปรึกษาหารือแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อหาข้อสรุป เรื่องใดอย่างหนึ่ง

บทบาทและหน้าที่

บทบาทและหน้าที่ของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสัมมนาและจรรยาทางอาชีพของผู้เข้าร่วมสัมมนาในการจัดสัมมนาจะมีบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสัมมนาอยู่ 3 ฝ่ายด้วยกันคือ

1.1 ผู้จัดสัมมนา

1.2 วิทยากร

1.3 ผู้ร่วมสัมมนา

บุคคลทั้ง 3 ฝ่ายนี้ มีบทบาท – หน้าที่ ดังนี้

1.1 ผู้จัดสัมมนา

ผู้จัดสัมมนา ได้แก่บุคคลหรือคณะบุคคล หรือคณะกรรมการที่ทำหน้าที่จัดการสัมมนา ประกอบด้วยบุคคลหลายฝ่าย ดังต่อไปนี้

1.1.1 ประธาน คือบุคคลที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในการจัดสัมมนาในเรื่อง

1.1.1.1 สรรหาบุคคลเพื่อทำหน้าที่เป็นกรรมการในฝ่ายต่างๆ

1.1.1.2 ควบคุม ติดตาม และประสานงานกับฝ่ายต่างๆ

1.1.1.3 วางแผนและดำเนินการจัดทำโครงการสัมมนาร่วมกับฝ่ายต่างๆ

1.1.1.4 ให้คำปรึกษา ช่วยเหลือ สนับสนุน

1.1.1.5 วิเคราะห์ปัญหาและหาหนทางปฏิบัติ

1.1.1.6 พิจารณาตัดสินปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น

1.1.1.7 ดำเนินการจัดประชุมคณะกรรมการต่างๆ เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับการจัดสัมมนาเป็นระยะๆ จนถึงวันที่จัดสัมมนา และเมื่อมีการจัดสัมมนาเสร็จสิ้น ควรจัดให้มีการประชุมเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับการจัดทำสรุปผลรายงานการสัมมนา และดำเนินการจัดส่งสรุปผลรายงานการสัมมนาให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ

1.1.2. รองประธาน คือบุคคลที่ทำหน้าที่ช่วยประธาน ในการอำนวยความสะดวกในการจัดสัมมนา ที่ประธานดำเนินการอยู่และหากประธานติดธุระจำเป็น รองประธานก็จะต้องทำหน้าที่แทนประธาน นอกจากนี้ ยังต้องทำหน้าที่ตามที่ประธานได้มอบหมายให้ไปทำ กล่าวคือจะต้องทำงานเคียงคู่กับประธานแต่อยู่ในฐานะผู้ช่วย ยกเว้นแต่บางครั้งที่ประธานติดภารกิจ

1.1.3. เลขานุการ คือ บุคคลที่ทำหน้าที่สำคัญๆเกี่ยวกับการประชุมและการสัมมนา โดยมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

1.1.3.1 เตรียมการประชุม เพื่อการสัมมนา ตั้งแต่การประชุมขั้นต้น , ออกหนังสือเชิญประชุมให้เป็นที่เรียบร้อย และจัดบันทึกพร้อมจัดทำรายงานการประชุม

1.1.3.2 ดูแลการจัดสถานที่ประชุม ให้เรียบร้อย

1.1.3.3 เตรียมการจัดสัมมนา ในเรื่องของเอกสารที่จะต้องทำให้เสร็จก่อนการสัมมนา ได้แก่ โครงการ หนังสือเชิญวิทยากรผู้ดำเนินรายการและผู้เข้าร่วมสัมมนา

- 1.1.3.4 เตรียมเอกสารและเครื่องมือเครื่องใช้
 - 1.1.3.5 เตรียมคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการสัมมนา
 - 1.1.3.6 เตรียมทำหนังสือขออนุมัติงบประมาณ
 - 1.1.3.7 เตรียมออกหนังสือเชิญประธาน วิทยากร ผู้ดำเนินรายการ ผู้เข้าร่วมสัมมนา และผู้ให้การสนับสนุนการสัมมนา
 - 1.1.3.8 เตรียมหนังสือขอความอนุเคราะห์ สนับสนุนการสัมมนา (หากมี)
 - 1.1.3.9 เตรียมร่างคำกล่าวเปิด-ปิด การสัมมนา
 - 1.1.3.10 เตรียมร่าง คำกล่าวรายงานการจัดสัมมนา
 - 1.1.3.11 ดูแลการจัดสถานที่สัมมนา ให้เป็นที่เรียบร้อย
 - 1.1.3.12 เตรียมหนังสือขออนุญาตใช้สถานที่ ขอยืมวัสดุ-อุปกรณ์จากแผนกต่างๆ หรือจากหน่วยงานอื่น
 - 1.1.3.13 เตรียมทำเอกสารเกี่ยวกับการสัมมนาทั้งหมด
- 1.1.4. ผู้ช่วยเลขานุการและคณะอนุกรรมการฝ่ายเลขานุการ บุคคลเหล่านี้เป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่ในทีมงานของเลขานุการ หน้าที่ช่วยงานของเลขานุการในทุกๆด้าน เช่น จัดทำหนังสือเชิญประชุมให้เป็นที่เรียบร้อย ดูแลการทำรายงานของฝ่ายต่างๆ รวมทั้งติดต่อประสานงานกับฝ่ายเอกสาร
- 1.1.5. ฝ่ายทะเบียนและคณะกรรมการ คือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่เตรียมการเกี่ยวกับผู้เข้าร่วมสัมมนาทั้งหมด ทำการสำรวจจำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนา

ตัวอย่าง : แบบฟอร์มการลงทะเบียน

ใบลงทะเบียน

การสัมมนาวิชาการ เรื่อง “.....”

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เวลา.....น.

ณ.....

.....

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ลายเซ็น	สถานที่ทำงาน	หมายเลขโทรศัพท์

สิ่งที่ฝ่ายทะเบียนจะแจกให้แก่ผู้เข้าร่วมสัมมนาส่วนมาก ได้แก่ แฟ้มการเข้าสัมมนา ซึ่งภายในแฟ้มมักจะประกอบด้วย

- โครงการจัดสัมมนา
- กำหนดการจัดสัมมนา
- รายชื่อคณะกรรมการผู้จัดสัมมนา
- เอกสารประกอบการสัมมนา
- กระดาษเปล่าประมาณ 5 – 10 แผ่น
- แบบสอบถาม
- ดินสอ หรือปากกา

1.1.6 กรรมการและอนุกรรมการฝ่ายเอกสาร คือ กลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่พิมพ์ 罗เนียว ถ่ายเอกสาร เย็บเอกสาร เข้าเล่ม จัดทำเอกสาร ทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการจัดสัมมนา งานที่เกี่ยวข้องกับเอกสารที่ได้รับมอบหมายมาจากฝ่ายเลขานุการให้ดำเนินการ และงานที่ได้รับมอบหมายจากประธานให้จัดพิมพ์ ฯลฯ

1.1.7 กรรมการฝ่ายสถานที่ คือ กลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่จัดสถานที่สัมมนา ทั้งนี้จะต้องประสานงานกับทุกๆฝ่ายเกี่ยวกับรูปแบบของสถานที่ที่จะจัดสัมมนา รวมทั้งเวที เครื่องเสียง ไมโครโฟน เครื่องบันทึกเสียง จอภาพ สไลด์ เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ V.D.O การจัดบรรยากาศของห้องสัมมนา เครื่องปรับอากาศ ฯลฯ เจ้าหน้าที่ฝ่ายแสงเสียงจะต้องอยู่ประจำห้องสัมมนา เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมสัมมนาตลอดเวลา หากเครื่องเสียงขัดข้องจะได้ดำเนินการแก้ไขได้ทันที

1.1.8 กรรมการฝ่ายสวัสดิการ คือ กลุ่มบุคคล ที่หน้าที่ในเรื่องอาหารหรือ อาหารว่าง และเครื่องดื่ม ต้องจัดเตรียมภาชนะสำหรับใส่เครื่องดื่ม อาหารว่างให้เรียบร้อย ทั้งนี้ต้องประสานงานกับฝ่ายทะเบียนเพื่อจะได้ทราบจำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนาทั้งหมด

1.1.9 กรรมการฝ่ายเหรียญก คือ บุคคลที่ทำหน้าที่ควบคุมดูแลเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี งบประมาณค่าใช้จ่ายต่างๆของแต่ละฝ่าย สามารถตรวจสอบเกี่ยวกับงบประมาณของแต่ละฝ่ายที่เสนอมาน และเข้มงวดเกี่ยวกับการจ่ายเงินให้แก่ฝ่ายต่างๆ ซึ่งจะต้องมีหลักฐานการรับและการจ่ายเงินอย่างชัดเจน สามารถตอบคำถามแก่ทุกฝ่ายได้ และต้องจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย และงบดุล ให้เป็นที่เรียบร้อยเมื่อการสัมมนาได้เสร็จสิ้น

1.1.10. กรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ คือบุคคลที่ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารของการจัดสัมมนาไปยังกลุ่มเป้าหมายในแหล่งต่างๆ ให้มากที่สุด โดยอาศัยสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ โปสเตอร์ แผ่นพับ ฯลฯ การที่มีบุคคลให้ความสนใจเข้าร่วมสัมมนามากๆ และสามารถนำประโยชน์ที่ได้จากการสัมมนาไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ นับว่าการประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญ ที่มีส่วนให้การสัมมนาบรรลุวัตถุประสงค์

1.2 วิทยากร

คือ บุคคลที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ตลอดจนข้อเสนอ แนวคิดที่กว้างไกล เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความรู้ (Cognitive Domain) ทักษะ (Psychomotor Domain) และเจตคติ (Affective Domain) ตลอดจนแนวคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถนำความรู้ที่ได้รับนั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งแก่หน่วยงาน ตนเอง และสังคมโดยรวม

1.3 ผู้ร่วมสัมมนา

ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่เข้าร่วมสัมมนาซึ่งส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่จะมาร่วมฟังเพื่อให้ได้ความรู้ แนวคิด วิธีการปฏิบัติ ฯลฯ

บทบาท-หน้าที่ของผู้เข้าร่วมสัมมนา

- ศึกษาเอกสารการสัมมนา เพื่อให้เกิดความเข้าใจและได้แนวทางของการสัมมนา
- ฟังและฝึกปฏิบัติตามที่วิทยากรแนะนำ
- ตั้งใจรับความคิดเห็นของผู้อื่น โดยใช้สติปัญญา ดุลยพินิจพิจารณา
- คิดและไตร่ตรองด้วยเหตุและผล อย่างรอบคอบก่อนพูดทุกครั้ง

- เสนอความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้อื่น
- การแสดงความคิดเห็นแต่ละครั้ง ต้องเป็นไปตามความเป็นจริง
- จัดบันทึกประเด็นสำคัญต่างๆที่ได้จากการสัมมนา
- สรุปสิ่งที่ได้จากการสัมมนา เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์

เอกสารประชุมที่ต้องเตรียมไว้ก่อนและหลังการประชุม

- หนังสือเชิญประชุม
- ระเบียบวาระการประชุม
- รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุม
- รายงานการประชุมครั้งที่แล้ว (ถ้ามี)
- รายงานการประชุม
- เอกสารอื่นใด ที่เป็นข้อมูลที่จำเป็นต้องใช้ประกอบการพิจารณาในวาระต่างๆของการประชุม

การจัดทำเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสัมมนา

เอกสารที่ต้องจัดทำเพื่อการสัมมนา ได้แก่

- โครงการสัมมนา และแผนปฏิบัติงาน
- เอกสารประกอบการสัมมนา
- รายชื่อผู้เข้าร่วมสัมมนา และหนังสือเชิญเข้าร่วมสัมมนา
- คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานสัมมนา
- หนังสือขออนุมัติงบประมาณ จัดดำเนินงาน หรือหนังสือขอความอนุเคราะห์สนับสนุนการดำเนินงาน
- หนังสือเชิญวิทยากรและผู้ดำเนินรายการ
- คำกล่าวรายงาน-กล่าวเปิด-ปิด การสัมมนา
- หนังสือขอบคุณวิทยากรและผู้ดำเนินรายการ
- การประเมินผลการสัมมนา
- เอกสารรายงานสรุปผลการสัมมนา

หลักการจัดทำโครงการ

การจัดทำโครงการในส่วนต่อไปนี้จะเป็นการจัดทำโครงการสำหรับแบบที่ทำโครงการเสนอให้ผู้บริหาร ให้ผู้มีอำนาจอนุมัติ หรือ ให้ผู้ที่มีหน้าที่วิเคราะห์โครงการพิจารณาโครงการ ให้ปฏิบัติการ เพื่อขอให้พิจารณาสนับสนุนงบประมาณ เพื่อจัดสรรทรัพยากร โครงการเพื่อวัตถุประสงค์

ดังกล่าวนี้ ในภาษาอังกฤษนิยมเรียกกันว่า Project proposal ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว จะแสดงให้เห็นถึงสิ่งสำคัญๆ ดังต่อไปนี้

- ผลงานที่จะได้ หรือที่ต้องการจากโครงการนั้น
- แสดงขั้นตอนในการดำเนินงาน หรือ แสดงกิจกรรมตามลำดับขั้นในการดำเนินงาน และนำไปสู่วัตถุประสงค์ของโครงการนั้น (แสดงรายละเอียดในการปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินงานในช่วงระยะต่างๆ)
- แสดงชัดเจนถึงการเงิน งบประมาณ
- แสดงถึงวิธีการติดตาม ควบคุมกำกับให้มีการดำเนินงานตามแผนโครงการนั้น
- แสดงวิธีการประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการ
- ในโครงการบางประเภท ยังแสดงรายละเอียดให้เห็นเพิ่มเติมถึงผลพลอยได้ หรือ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

สิ่งที่แสดงในโครงการแบบ Project proposal คือ เมื่อผู้มีอำนาจตัดสินใจอนุมัติ ได้อ่านโครงการ หรือได้พิจารณาโครงการนั้นแล้ว สามารถทราบได้ทันทีว่าโครงการนั้น

- ต้องการจะทำอะไร ผลงานของโครงการนั้นคืออะไร
- จะทำได้อย่างไร ด้วยวิธีใด
- จะต้องใช้งบประมาณสักเท่าใด
- จะรู้ได้อย่างไรว่าตกลงให้ทำแล้ว จะมีการดำเนินงานจนบรรลุผลตามที่ได้กำหนดไว้

รายละเอียดเหล่านี้ เป็นสิ่งที่ผู้เสนอโครงการ จะต้องระบุให้ชัดเจน เพื่อช่วยให้ผู้ที่ทำหน้าที่พิจารณาโครงการ เข้าใจโครงการได้เป็นอย่างดี

การเขียนแผนโครงการหรือการจัดทำโครงการเพื่อเสนอของหน่วยงานใด จะต้องใช้ตามแบบฟอร์มโครงการ หรือใช้ตามแบบโครงสร้างของโครงการ ที่หน่วยงานนั้นกำหนดไว้เป็นหลักสำคัญ การเสนอรายละเอียดในส่วนต่างๆ จะต้องเป็นไปตามแนวปฏิบัติเฉพาะ ซึ่งผู้จัดทำโครงการเสนอจะต้องปฏิบัติให้ถูกต้อง

หลักการวางแผนโครงการนั้น โดยทั่วไปแล้วมีหลักใหญ่ของโครงการที่ดีคือ

- ต้องให้เป็นที่เข้าใจได้ง่าย
- มีวัตถุประสงค์ หรือผลที่คาดหวังจากการดำเนินงานชัดเจนจำเพาะเจาะจง ชัดเจน
- เห็นลำดับขั้นตอนในการดำเนินงาน
- กำหนดเรื่องงบประมาณค่าใช้จ่าย ชัดเจนและเหมาะสม

- มีวิธีการติดตาม กำกับการทำงาน และการตรวจสอบผล พิสูจน์ผลสำเร็จของโครงการ ชัดเจน น่าเชื่อถือได้

การเขียนโครงการ

หลักการเขียนโครงการ ที่เป็นโครงการแบบทั่วไปนั้น เป็นหลักการที่อาจประยุกต์ใช้ได้ค่อนข้างกว้างขวาง อาจปรับขยายให้เหมาะสมกับความต้องการในประเด็นต่างๆ ตลอดจนอาจนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดทำ Project proposal ในรูปแบบอื่นได้

คำถามที่ผู้บริหาร หรือนักวิเคราะห์โครงการ ชอบถาม เมื่อพิจารณาแผนและโครงการ มีดังนี้

- ชื่อโครงการ
- บุคคล หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ
- เวลาที่ใช้ (ในการดำเนินโครงการ)
- หลักการ-เหตุผล / ความเป็นมาของโครงการ / หรือความสำคัญของโครงการ
- วัตถุประสงค์(ของโครงการ)
- วิธีดำเนินงาน (เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย)
- งบประมาณ และแหล่งงบประมาณ
- การติดตาม ควบคุมกำกับ และประเมินผล
- ผล (ประโยชน์พลอยได้) ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ
- ผู้เสนอโครงการ

1.1 รายละเอียดในโครงสร้างของโครงการ

จากโครงสร้างของโครงการ จะมีลักษณะเฉพาะสำหรับการปฏิบัติแตกต่างกัน รายละเอียดต่อไปนี้จะป็นรายละเอียด ที่ใช้เป็นกรอบกำกับการเสนอรายละเอียด ตามประเด็นในโครงสร้างของโครงการ แบบ Project proposal

1.2 ชื่อโครงการ

ชื่อโครงการ จะเป็นส่วนที่จะบอกให้ทราบว่า “จะทำอะไร” ชื่อโครงการส่วนใหญ่แล้ว มักจะมาจาก ชื่องานที่จะปฏิบัติ หรืออาจเป็นชื่อที่มาจากลักษณะเฉพาะของกิจกรรม เช่น โครงการวิจัยและพัฒนา.....

หลักการสำคัญ สำหรับการระบุชื่อโครงการก็คือ ควรระบุชื่อโครงการด้วยข้อความในลักษณะที่ “สั้น – กระชับ และต้องชัดเจน” ต้องมีการกำหนดขอบข่ายและความหมายของโครงการประกอบไว้ด้วย เพื่อขยายความให้เป็นที่เข้าใจได้ หลักสำคัญสำหรับการเขียนชื่อโครงการคือ สั้น – กระชับ – แต่ต้อง ชัดเจน

1.3 ผู้รับผิดชอบโครงการ

บุคคล-คณะบุคคลหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบการปฏิบัติโครงการ รายละเอียดในส่วนนี้จะแสดงถึงตัวบุคคลหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อการพิจารณาถึงความน่าเชื่อถือได้ของบุคคล ผู้ดูแลกำกับการดำเนินงานของโครงการที่เสนอ โดยเฉพาะจะเน้นที่ความน่าเชื่อถือได้ ของผู้ที่จะดูแล การปฏิบัติงานของโครงการที่เสนอ

1.4 เวลา(ในการดำเนินงาน)

ตั้งแต่ต้นจนเสร็จสิ้น จะต้องใช้เวลาทั้งหมดเท่าใด เหมาะสมหรือไม่ ส่วนที่แสดงเวลา จะบอกให้ทราบว่า จะใช้เวลาในช่วงใดจากเวลาใดถึงเวลาใด จะมีการแบ่งช่วงการปฏิบัติเป็นช่วงๆ ช่วงระยะเวลาต่างที่กำหนดไว้เหมาะสมกับสภาพการปฏิบัติ

หลักสำคัญในเรื่องการกำหนดเวลาก็คือ ต้องการทราบเวลารวมทั้งหมดที่จำเป็นต้องใช้ ซึ่งครอบคลุมระยะเวลาทั้งหมด และช่วงเวลาที่ใช้ เพื่อจะได้ประเมินความเหมาะสมในการใช้เวลา

1.5 หลักการ – เหตุผล / ความเป็นมา หรือ ความสำคัญของโครงการ

รายละเอียดในส่วนนี้จะแสดงถึงเหตุผลว่า ทำไมจึงต้องทำเป็นโครงการ ทำไมต้องทำโครงการนั้น แสดงถึงที่มาของการทำโครงการนั้นว่า มีเหตุผลความเป็นมา หรือมีความสมควรอย่างไร เช่น มาจากปัญหา มาจากความต้องการในการพัฒนา มาจากนโยบาย มาจากแผนพัฒนา มาจากเกณฑ์มาตรฐานงาน

ผู้เสนอโครงการจะต้องให้เหตุผล และความจำเป็นในการจัดทำโครงการให้ชัดเจน สนับสนุนให้มีความหนัก แสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมหรือความจำเป็นของการทำโครงการนั้น แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างโครงการกับงานที่ต้องรับผิดชอบ

1.6 วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าถ้าให้ทำตามโครงการที่กำหนดแล้ว จะมีผลงาน จะเห็นผลอะไรเกิดขึ้น จะได้เห็นผลผลิตหรือผลงานใดที่เป็นขึ้นเป็นอัน ตามที่ระบุไว้ในวัตถุประสงค์ เป็นสิ่งที่แสดงให้ผู้พิจารณาโครงการทราบว่า เมื่อได้ตัดสินใจให้ทำโครงการนั้นแล้ว ผลสุดท้ายที่เกิดจากการปฏิบัติตามโครงการนั้น

ข้อความที่แสดงวัตถุประสงค์ ซึ่งถือกันว่าเป็นข้อความวัตถุประสงค์ที่ดี ก็คือ ต้องระบุผลงานที่ชัดเจน ต้องมีลักษณะที่จำเพาะเจาะจง ไม่คลุมเครือ ไม่ทำให้ตีความหรือแปลความหมายได้เป็นหลายอย่าง

วัตถุประสงค์ของโครงการ จะแสดงชัดในรูปของผลงาน แสดงถึงชิ้นงาน เนื้องานที่ชัดเจน แสดงถึงสิ่งที่ต้องการจะให้เกิดขึ้นเมื่อทำโครงการเสร็จสิ้นแล้ว

หลักการสำคัญ ที่ใช้กำกับการเขียนข้อความ ที่แสดงวัตถุประสงค์ในระดับโครงการ ก็คือ จำเพาะเจาะจง – วัดได้ – นับได้ – เป็นสิ่งที่ทำได้ – เป็นเรื่องจริงที่เป็นไปได้ไม่เพ้อฝัน - เป็นสิ่งที่อาจทำให้สำเร็จได้ในเวลาอันสมควร

วัตถุประสงค์ จะแสดงให้เห็นว่า ต้องทำอะไรให้เกิดขึ้น จะสนองสภาพที่เป็นเหตุผล ที่เป็นมาของโครงการนั้น ข้อความแสดงถึงวัตถุประสงค์จึงต้องเป็นสิ่งที่ มีความแน่นอนจำเพาะเจาะจง ชัดเจน สามารถวัดได้ ตรวจสอบได้ ส่วนเรื่องจำนวนข้อของวัตถุประสงค์ในแต่ละโครงการ แต่ไม่ควรมีจำนวนข้อมากนัก

1.7 เป้าหมาย

เป้าหมายเป็นการกำหนดจุดในการปฏิบัติงาน (จะปฏิบัติอย่างไร จำนวนเท่าใด ในเงื่อนไขใด ในช่วงเวลาอย่างไรจึงจะบรรลุเป้าหมายการทำงานในช่วงต่างๆตามที่ได้กำหนดไว้) เป้าหมายมีลักษณะเป็นวัตถุประสงค์เฉพาะ เป็นส่วนประกอบของแต่ละวัตถุประสงค์ของโครงการ

ตัววัตถุประสงค์ จะมีลักษณะเป็นจุดสุดท้าย หรือผลงานสุดท้ายที่ต้องการจากโครงการ ส่วนเป้าหมายมีลักษณะเหมือนจุดหมายปลายทาง ก่อนที่จะบรรลุถึงจุดหมายสุดท้ายแต่ละข้อ

เป้าหมาย มักจะแสดงลักษณะเชิงปริมาณ บอกลักษณะที่แสดงถึงคุณภาพ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ในโครงการก็ได้ แต่มักจะกำกับด้วยเงื่อนไขเวลา

ในโครงการต่างๆนั้น ถ้าปรากฏว่าวัตถุประสงค์แต่ละข้อ มีลักษณะเป็นวัตถุประสงค์แบบง่าย ไม่สลับซับซ้อนสามารถปฏิบัติให้เสร็จสิ้นได้ภายในเวลาที่ค่อนข้างรวดเร็ว และให้ใช้วัตถุประสงค์นั้นเป็นตัวกำกับการกำหนดแผนปฏิบัติ

1.8 วิธีดำเนินงาน

เป็นการเขียนเพื่อแสดงขั้นตอนของการทำงานทั้งหมด เพื่อให้ผู้ดำเนินงานเข้าใจลำดับขั้นตอนของการทำงาน และสามารถดำเนินงานตามที่ได้กำหนดไว้ เพื่อให้งานบรรลุวัตถุประสงค์

วิธีดำเนินงาน จะขึ้นอยู่กับเนื้อหาสาระ และรายละเอียดของโครงการแต่ละโครงการ แต่บางโครงการก็อาจถือเอาความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ดังนั้นจึงต้องจัดทำแผนปฏิบัติงาน เพื่อแสดงการทำงานแต่ละขั้นตอนว่าต้องใช้ระยะเวลาเท่าใด และเพื่อจะได้ติดตามงานได้ง่าย

วิธีดำเนินงาน จึงอาจแบ่งได้ดังนี้

1.8.1 **ขั้นเตรียมการ** หมายถึง ก่อนที่จะดำเนินงานหรือจะต้องเตรียมการทุกอย่างให้พร้อม ได้แก่เรื่องดังต่อไปนี้

- วางแผนงานเพื่อกำหนดโครงการ
- ประชุมแต่งตั้งคณะกรรมการ
- เขียนโครงการและเสนอตามลำดับขั้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ
- ประชุมติดตามงานแต่ละฝ่ายและหาข้อบกพร่องเพื่อแก้ไข

1.8.2 **ขั้นดำเนินการ** หมายถึง การลงมือปฏิบัติงาน จนกระทั่งงานแล้วเสร็จ โดยทั่วไปได้แก่เรื่องดังต่อไปนี้

- เชิญวิทยากร

- ประชาสัมพันธ์
- จัดสถานที่ พร้อมทดลองแสง เสียง
- ดำเนินงาน จัดสัมมนา
- ติดตามประเมินผลงาน
- สรุปผลการสัมมนา
- เสนอเอกสารสรุปผลการสัมมนา และการประเมินผลงานแก่ประธาน
- เผยแพร่เอกสารสรุปผลการสัมมนา ไปยังผู้เกี่ยวข้อง

1.9 งบประมาณ

โดยหลักวิชาการทางการวางแผนแล้ว ส่วนที่ว่าด้วยเรื่องงบประมาณนี้ คือส่วนที่ตอบคำถามว่า จะต้องใช้เงินใช้งบประมาณสักเท่าใด และจะเอามาจากไหน ส่วนที่แสดงถึงงบประมาณนี้ จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานตามโครงการนั้น ปกติแล้วจะครอบคลุมเรื่องกำลังคนที่ต้องใช้ ในการปฏิบัติงานและกิจกรรม ครอบคลุมถึงวัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น และครอบคลุมถึงเงินงบประมาณ และแสดงถึงแหล่งเงินที่คาดว่าจะได้มาสนับสนุนโครงการ โดยเฉพาะในด้านการงบประมาณ สิ่งที่ผู้พิจารณาโครงการสนใจ นอกเหนือไปจากการพิจารณาเรื่องความคุ้มค่า ในการใช้จ่ายแล้ว สิ่งที่มีต้องการจะทราบในทันทีคือ

- ยอดรวมเงินค่าใช้จ่ายทั้งหมดของโครงการนั้น
- รายละเอียดค่าใช้จ่ายแต่ละด้าน แต่ละรายการ
- ยอดรวมค่าใช้จ่ายเฉพาะในช่วงระยะต่างๆ ในการปฏิบัติตามโครงการ
- แหล่งสนับสนุน แหล่งงบประมาณ และแหล่งทรัพยากรอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

1.10 การติดตามกำกับและการประเมินผล

ในการดำเนินงานจัดสัมมนาธุรกิจศึกษา เพื่อเป็นการติดตามผลการดำเนินงานว่า ได้บรรลุผลตามเป้าหมายที่วางหรือไม่ เพียงใด มีสิ่งใดที่ควรแก้ไขอย่างไร เพื่อจะได้เป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไขในคราวต่อไป จึงควรรายละเอียดที่จะได้ทำการประเมินผล ซึ่งอาจจะใช้วิธีการประเมินผลโดยการ

- สังเกต
- สัมภาษณ์ (ออกแบบสอบถาม)
- สัมภาษณ์
- วิเคราะห์

1.10 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

หมายถึงการคาดคะเนว่า เมื่อสิ้นสุดการจัดสัมมนาแล้ว จะได้ประโยชน์หรือเกิดผลดีหรือผลพลอยได้จากการนี้อย่างไรบ้าง ซึ่งอาจจะระบุเป็นข้อๆ ดังนี้

- มีพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ในมหาวิทยาลัย...
- เป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ทางวิทยาการของนักศึกษา
- คณาจารย์และนักศึกษาคณะ.... มีความรักและสามัคคีเกิดความร่วมมือ-ร่วมแรง-ร่วมใจ
ทำกิจกรรมเพื่อส่วนรวม
- มีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ที่ปลอดภัยและเป็นพิษ เป็นต้น

1.11 ผู้รับผิดชอบโครงการ

หมายถึง กลุ่มบุคคล หน่วยงาน หรือองค์การที่เป็นผู้รับผิดชอบโครงการ ดำเนินการ
จัดสัมมนา งานงานเสร็จสิ้น ในการเขียนผู้รับผิดชอบโครงการจะต้องระบุชื่อกลุ่มบุคคล หน่วยงาน
หรือองค์การที่รับผิดชอบให้ชัดเจน

สรุป

การประชุมสัมมนา มีความสำคัญต่อผู้เข้ารับการประชุมเพราะเป็นเครื่องมือสำคัญในการปฏิบัติหน้าที่เอื้ออำนวยประโยชน์ในการปฏิบัติงานและการถ่ายทอดความรู้ ข่าวสารต่าง ๆ ทำให้การดำเนินงานรวดเร็วและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การประชุมสัมมนาจะสำเร็จหรือไม่เพียงใดต้องอาศัยองค์ประกอบทั้ง 9 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา ด้านบุคลากร ด้านสถานที่แลอุปกรณ์ด้านเวลา ด้านงบประมาณ ทุกด้านมีความสำคัญต้องทำงานร่วมกันเป็นทีม จะขาดด้านใดด้านหนึ่งไม่ได้ การประชุมสัมมนาแบ่งเป็น 6 ประเภท คือ การประชุมเพื่อแจ้งให้ทราบ การประชุมเพื่อการแก้ปัญหา การประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น การประชุมเพื่อการตัดสินใจ การประชุมเชิงปฏิบัติการและการประชุมสัมมนา องค์กรจะใช้การประชุมแบบไหนนั้นเลือกให้เหมาะสมกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมของแต่ละองค์กร

คำถามทบทวน

- 1.1 จงอธิบายความหมายของการจัดสัมมนาได้
- 1.2 ในการจัดสัมมนาจะประกอบด้วยบุคคลที่เกี่ยวข้องกี่ฝ่าย และทำหน้าที่อะไรบ้าง
- 1.3 ในการจัดทำโครงการ มีหลักใหญ่ของโครงการที่ดีอย่างไร
- 1.4 กลุ่มผู้จัดทำโครงการออกแบบ ทำหน้าที่อะไรและประกอบด้วยบุคลากรใดบ้าง
- 1.5 หลักการสำคัญที่ใช้กำกับการเขียนข้อความที่แสดงวัตถุประสงค์ในระดับโครงการ
อะไร

เอกสารอ้างอิง

สุณีย์ บริสุทธิ์ และคณะ แบบอย่างการลงทุน ธุรกิจท่องเที่ยว MICE เชียงใหม่: พลอยการพิมพ์,
2548 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ อุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค
เอเชีย กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

แผนบริหารการสอนประจำบทที่ 2

หัวข้อเนื้อหา

1. ความหมายของนิทรรศการ
2. ประเภทของนิทรรศการ
3. จุดมุ่งหมายของการจัดนิทรรศการ
4. การวางแผนในการจัดนิทรรศการ
5. การออกแบบนิทรรศการ

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

ภายหลังจากการศึกษาจบบทนี้แล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายความหมายของนิทรรศการได้
2. อธิบายลักษณะของนิทรรศการแต่ละแบบได้
3. แจกแจงขั้นตอนการจัดนิทรรศการได้
4. อธิบายการวางแผนการจัดนิทรรศการได้

วิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน

1. อธิบายโดยใช้สื่อประกอบการสอน
2. อธิบายโดยการแสดงตัวอย่าง
3. การตั้งคำถามเพื่อให้นักศึกษาเกิดความคิด

สื่อการเรียนการสอน

1. เอกสารประกอบคำสอนวิชา เทคนิคสถาปัตยกรรม 3
2. แผ่นโปสเตอร์และอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการบรรยาย
3. ข้อมูลดิจิทัล

การวัดผล

1. สังเกตจากความสนใจในการบรรยาย
2. พิจารณาการตอบคำถามของนักศึกษา
3. การตรวจผลงานจากการทำแบบทดสอบ

บทที่ 2

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับนิทรรศการ

ปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ ได้ถูกใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารสำหรับการให้ความรู้ การถ่ายทอดประสบการณ์ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานหรือองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ไปยังผู้คนที่เป็กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงผู้สนใจทั่วไป ให้สามารถเข้าชมได้พร้อม ๆ กัน ตามวันเวลาที่จัดแสดง ซึ่ง เป็นการประหยัดเวลาในการนำเสนอที่ต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยการแสดงนิทรรศการมีบทบาทในการที่จะ นำเสนอสิ่งต้องการแสดงต่อกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้ภายในเวลาที่รวดเร็ว โดยผู้จัดต้องจัดแสดงด้วยรูปแบบ ที่น่าสนใจ สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้เข้าชมได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ผู้ชมเหล่านั้นได้มีความรู้ความเข้าใจ และเกิดทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่จัดแสดง ซึ่งจะส่งผลดีไปยังหน่วยงานหรือองค์กรเจ้าของนิทรรศการเหล่านั้นด้วย การจัดนิทรรศการที่ประสบความสำเร็จต้องทำให้ผู้เข้าชมนิทรรศการสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ตามความต้องการ ดังนั้น การจัดนิทรรศการในแต่ละครั้งจึงต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบ และคำนึงถึงความคุ้มค่าในการการลงทุนที่สูงสูญเสียไป

ความหมายของนิทรรศการ

นิทรรศการได้มีผู้ให้ความหมายอย่างหลากหลาย ดังนี้

พยุงศักดิ์ ประจุศิลป์ (2531, หน้า 1) ให้ความหมายของนิทรรศการ คือการให้ การศึกษาอย่างหนึ่ง ด้วยการแสดงงานให้ชม อาจจะมีผู้บรรยายให้ฟัง หรือไม่ต้องมีก็ได้ การแสดงอาจจะแสดงออกนอกอาคาร หรือในอาคารก็ได้ ซึ่งจะประกอบด้วย ของจริง สิ่งจำลอง ภาพถ่ายและแผนภูมิ สิ่งของ ต่าง ๆ ที่จะนำมาออกมาแสดง แต่ในการจัดเตรียมจะต้องจัดอย่างมีระเบียบเรียบร้อย งดงาม และคำนึงถึงความ แจ่มชัด รวมทั้งก่อให้เกิดความรู้ ช่วยให้ผู้ดูมีความเข้าใจข้อมูล โดยใช้ข้อความสั้น ๆ อธิบายประกอบซึ่งควรจะ มีความน่าดูน่าชมด้วย

เป็รื่อง กุมุท (2533, หน้า 1-2) ได้ให้หมายของนิทรรศการไว้ 2 ทศนะ โดยให้ ความหมายของนิทรรศการตามทัศนะของผู้จัดว่าเป็นวิธีการอันทรงประสิทธิภาพ ในการกระตุ้นให้ผู้คนสนใจ ในวัตถุและแนวความคิดอ่าน เป็นวิธีที่มักสามารถเข้าถึงประชาชนได้ ในเมื่อวิธีการอย่างอื่นไม่สามารถทำได้ ทั้งนี้เพราะเสน่ห์อันเกิดจากผลงานการรวบรวมสรรพสิ่งทั้งหลาย การคัดเลือก และการจัดแสดงที่ดี เป็นแม่เหล็กอันใหญ่ที่ดึงดูดให้คนเหล่านั้นเข้ามาหามันได้อย่างง่ายดาย และความในทัศนะของ

ผู้ชม นิทรรศการ หมายถึงโอกาสของการเห็น ความชื่นชม และการเรียนรู้บางอย่างเกินปกติวิสัยจะได้ มีโอกาสเช่นนั้น เสน่ห์ของ นิทรรศการอยู่ที่ความพิเศษ หรือโอกาสที่หายาก หรือจะหาชมได้เป็น บางครั้งบางคราวเท่านั้น

วัฒนธรรม จุฑะวิภาต (2542, หน้า 1) ให้ความหมายของนิทรรศการ คือการจัดนำเอา ภาพถ่าย ภาพเขียน สถิติ แผนภูมิ หรือวัสดุกราฟิกอื่น ๆ ได้แก่ ของจริง หุ่นจำลอง โสตทัศนูปกรณ์บาง ประเภท เช่น ภาพยนตร์ ภาพนิ่ง มาจัดแสดง พร้อมคำบรรยายประกอบ การอภิปรายและการสาธิต ในเรื่อง ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ หรือกำลังอยู่ในความสนใจของกลุ่มประชาชนที่เลือกมาเป็นเป้าหมาย

ประเสริฐ ศีลรัตน์ (2549, หน้า 10) ให้ความหมายไว้ดังนี้ นิทรรศการเป็นเครื่องมือหรือ สื่อกลาง ของบุคคลหรือหน่วยงาน สำหรับให้ความรู้ ความเข้าใจ ประสบการณ์ การศึกษา การ ส่งเสริมเสนอแนะ การ โฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูล ไปสู่มหาชนที่วิธีการอย่างอื่นไม่สามารถ ทำได้

จากความหมายของนิทรรศการดังกล่าวข้างต้น พอจะสรุปได้ดังนี้ นิทรรศการ คือการ นำเสนอสิ่ง แสดง ได้แก่ วัสดุ สิ่งของ ทั้งที่เป็นของจริง หรือเป็นสิ่งจำลอง ภาพถ่าย แผนภูมิ โสตทัศนูปกรณ์ เป็นต้น มาจัด แสดงทั้งภายในอาคาร และนอกอาคารแล้วแต่ความเหมาะสมของสิ่ง แสดง เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจที่เป็น ประโยชน์แก่ผู้ชม รวมถึงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารขององค์การต่อสาธารณชน ด้วยรูปแบบและ วิธีการที่น่าสนใจ

ประเภทของนิทรรศการ

นิทรรศการสามารถแบ่งตามลักษณะการจัดได้ดังนี้

1. นิทรรศการถาวร (permanent exhibition) คือนิทรรศการที่จัดอยู่ในที่ใดที่หนึ่งเป็นระยะ เวลานาน หรือตลอดไป นิทรรศการลักษณะนี้ ถือได้ว่าเป็นการรวบรวมและการจัดแสดงสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะ วัตถุสิ่งของที่แสดงเรื่องราวที่เกิดขึ้นแน่นอนแล้ว เช่น สิ่งที่แสดงเรื่องราวทาง ประวัติศาสตร์ สังคมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ โบราณคดีและศิลปะ เป็นต้น โดยจัดแสดงเป็นเวลานาน หรือตลอดไป แม้จะมีการโยกย้ายบ้างก็ เพียงบางส่วน หรืออาจจะสะสมสิ่งจัดแสดงเพิ่มเข้าไปใหม่ หรือขยายการจัดแสดงเพิ่มเติมขึ้นอีก ซึ่งการจัด แสดงต้องการให้ผู้ชมหรือผู้สนใจสามารถเข้าชมหรือ เข้ามาศึกษา ได้ตลอดเวลาตัวอย่างนิทรรศการถาวร ได้แก่ นิทรรศการในหอศิลป์แห่งชาติ พิพิธภัณฑ์ สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ หอแสดง ประวัติสถาบัน เป็นต้น การจัด แสดงนิทรรศการถาวร สามารถจัดแสดงได้ทั้งภายในตัวอาคารหรือนอก ตัว อาคารก็ได้ หรืออาจจัด บริเวณกลางแจ้งก็ได้ เช่น นิทรรศการนรกภูมิ วัดไร่โรงัว จ.สุพรรณบุรี เมืองโบราณ จ.สมุทรปราการ เมืองจำลอง จ.ชลบุรี เป็นต้น

2. นิทรรศการชั่วคราว (temporary exhibition) คือนิทรรศการที่จัดอยู่ในที่ใดที่หนึ่งเป็นระยะเวลาสั้น ๆ ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง อาจเป็นสัปดาห์ เป็นเดือน หรือเป็นปี มักจัดแสดงเกี่ยวกับเรื่องที่เกิดขึ้นอย่างเร่งด่วน หรือความรู้ใหม่ ๆ เพื่อแสดงวัตถุหรือสิ่งสะสมที่เพิ่งได้มาใหม่ หรือจัดแสดงในหัวข้อที่ ผู้คนสนใจ โดยมากมักเป็นการจัดเพื่อเสริมนิทรรศการที่มีการจัดแสดงอยู่แต่เดิมแล้ว เพื่อสร้างความสนใจให้คน เข้ามาชมนิทรรศการอยู่เดิมมากขึ้น และเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศการให้ความรู้แก่ผู้ชมด้วย นอกจากนี้ การ จัดนิทรรศการชั่วคราวยังสามารถใช้เพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร สินค้าบริการใหม่ ๆ ขององค์การ ทั้งภาครัฐและเอกชนได้เป็นอย่างดี

3. นิทรรศการหมุนเวียน (traveling exhibition) เป็นนิทรรศการที่จัดแสดงหมุนเวียนเปลี่ยน สถานที่จัดแสดงที่สามารถเดินทางไปหากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ และยังช่วยดึงดูดความสนใจของ กลุ่มเป้าหมายให้มารวมกัน เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เสริมสร้างทัศนคติ และเป็นการเผยแพร่ให้ผู้ชมในพื้นที่จัดแสดง การจัดแสดงนิทรรศการประเภทนี้มีความยุ่งยาก เนื่องจากต้องมีค่าใช้จ่าย ในการเคลื่อนย้าย การดูแลรักษาสิ่งที่น่าสนใจไปจัดแสดง รวมถึงค่าติดตั้งในแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่พิพิธภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่ มักใช้นิทรรศการหมุนเวียนมาจัดแสดงเสริม เพื่อหาทุนมาช่วยการจัดนิทรรศการถาวร โดยเก็บค่าเข้าชม เพียงเล็กน้อย แต่จะเห็นได้ว่าการจัดนิทรรศการหมุนเวียน สามารถเป็นเครื่องมือที่สามารถนำความรู้และความ บันเทิงแก่คนจำนวนมาก นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริมการขายได้อีกด้วย

จุดมุ่งหมายของการจัดนิทรรศการ

การจัดนิทรรศการเป็นที่ทราบกันแล้วว่าสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารผลงานหรือเกียรติ ประวัติของบุคคลสำคัญได้เป็นอย่างดี เช่น นิทรรศการเฉลิมพระเกียรติพระมหากษัตริย์ของไทย นิทรรศการ แสดงหุ่นขี้ผึ้งพระเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียงในประเทศไทย นิทรรศการสุนทรภู่ นิทรรศการแสดงผลงานศิลปะของ ศิลปินทั้งไทยและต่างประเทศ เป็นต้น ในส่วนที่ใช้เป็นเครื่องมือ การสื่อสารของหน่วยงาน ได้แก่ นิทรรศการ เผยแพร่ผลงานของกระทรวงต่าง ๆ นิทรรศการแสดงผลงานทางวิชาการของสถาบันการศึกษา นิทรรศการ แนะนำสถานศึกษาในต่างประเทศ นิทรรศการ แสดงสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ นิทรรศการแสดงผล นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของบริษัทเอกชนต่าง เป็นต้น โดยผู้จัดนิทรรศการต่างต้องการนำเสนอสิ่งแสดงให้น่าสนใจ และพยายามสร้างแรงจูงใจให้ผู้ชมเข้ามาชมในนิทรรศการที่นำเสนอออกไป โดยมีจุดมุ่งหมายดังนี้

1. เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ต่าง ๆ ให้แก่ผู้ชม โดยผู้จัดนิทรรศการใช้ความพยายามใน การนำเสนอสิ่งแสดงให้ใกล้เคียงกับการที่ผู้ชมได้รับประสบการณ์ตรงมากที่สุด เช่น อาจมีการใช้เทคนิคพิเศษ ในการเลียนแบบให้ใกล้เคียงธรรมชาติมากที่สุด การใช้สื่อมัลติมีเดียร่วมนำเสนอ

เพื่อสร้างความแปลกใหม่ การใช้วิทยากรนำชมเพื่อให้ข้อเสนอแนะหรือตอบข้อซักถามจากผู้ชมตลอด การนำชม การสร้างหุ่นจำลองเท่าขนาด ของจริงเพื่อสร้างความตื่นตาตื่นใจ เป็นต้น

2. เพื่อให้ผู้ดูสามารถรับรู้รูปแบบและเรื่องราวหลาย ๆ สิ่งพร้อมกันในเวลาเดียวกัน เนื่องจากการจัด นิทรรศการในแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายจำนวนมาก โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาสิ่งจัดแสดง และค่าเช่า สถานที่จัดแสดง จึงจำเป็นที่ผู้จัดต้องนำเสนอสิ่งแสดงที่คาดว่าจะป็นสิ่งที่ผู้ชมเฝ้ารอจะได้ชม และรวบรวมสิ่ง แสดงที่น่าสนใจให้มากที่สุด เพื่อให้ผู้ชมมีความรู้สึกที่คุ้มค่าในการเข้าชมมากที่สุด

3. เพื่อส่งเสริมการแสดงออกที่ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้จัดและผู้ชม ซึ่งนับเป็นการถ่ายทอดและการ เรียนรู้วิธีหนึ่ง ผู้จัดนิทรรศการต้องพยายามรวบรวมข้อมูลที่ประกอบการนำเสนอสิ่งแสดงให้ครบถ้วน เพื่อให้ ผู้ชมได้รับทราบข้อมูลที่ถูกต้อง และเกิดความประทับใจในการเข้าชม ดังนั้นข้อมูลที่ใช้ประกอบการนำเสนอ ต้องมีการปรับข้อมูลให้กระชับได้เนื้อหา หรืออาจใช้สื่อในลักษณะอื่นเพื่อนำเสนอข้อมูลประกอบการนำชมให้ น่าสนใจ เช่น การใช้สื่อมัลติมีเดีย วิดีทัศน์ การแสดงประกอบ เป็นต้น

4. เพื่อให้ผู้ชมมองเห็นภาพและเกิดความเข้าใจในความคิดที่เป็นนามธรรมไปสู่ความคิดที่เป็นรูปธรรม โดยที่ผู้จัดนิทรรศการจะเป็นผู้ที่ต้องคิดรูปแบบในการนำเสนอ นิทรรศการ เพื่อให้ที่น่าสนใจและบรรลุ เป้าหมายมากที่สุด ดังนั้นจึงต้องหาทางที่จะนำเสนอข้อมูลเพื่อสร้างแรงดึงดูดใจผู้ชม ให้เกิดความสนใจและ รู้สึกที่จะติดตามเรื่องราว ด้วยเนื้อหาที่กระชับและง่ายต่อการติดตาม เพื่อให้ได้รับความรู้ในสาระสำคัญที่ นิทรรศการต้องการนำเสนอ

การวางแผนในการจัดนิทรรศการ

นิทรรศการที่ดีไม่ว่าจะมีขนาดเล็กหรือใหญ่ ย่อมขึ้นอยู่กับเนื้อหาหรือเรื่องราวที่นำเสนอ เนื้อหาดี ความต่อเนื่องกันทั้งนิทรรศการ บริเวณพื้นที่ งบประมาณ รวมไปถึงรูปแบบการจัดที่โดดเด่น สบายตา สะดวก และปลอดภัยในการชม ดังนั้น ผู้จัดนิทรรศการจึงต้องมีการวางแผนการดำเนินการจัดนิทรรศการ ดังนี้

1. ผู้ชม การจัดนิทรรศการในแต่ละครั้ง ต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายซึ่งได้แก่ผู้ชมเป็นลำดับแรก เพื่อนำไปสู่การวางแผนในเรื่องอื่น ๆ สิ่งที่ควรนำมาพิจารณาเกี่ยวกับผู้ชมนิทรรศการ ได้แก่

1.1 จำนวนผู้ชม ต้องประเมินความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย เปรียบเทียบกับนิทรรศการ เพื่อประโยชน์ในการคาดการณ์จำนวนผู้เข้าชมให้ใกล้เคียง

1.2 องค์ประกอบของผู้ชม ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ระดับสติปัญญา และลักษณะความสนใจ

1.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการชม โดยอาศัยการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับขนาด ของกลุ่ม ระดับสติปัญญา ทักษะ และอายุของผู้ชม ที่สามารถจับสาระสำคัญของนิทรรศการได้ในการชม เพียงครั้งเดียวได้หรือไม่ ผู้จัดจำเป็นต้องมีคู่มือประกอบการนำชมหรือไม่ หรืออาจต้องจัดให้มีผู้นำชมก็ได้

1.4 ช่วงเวลาที่จัดนิทรรศการ ไม่ควรตรงกับเหตุการณ์หรือวันประเพณี ควร จะต้องวางแผนวันจัดนิทรรศการ ไม่ให้ทับซ้อนกับการจัดนิทรรศการอื่น ๆ เพื่อไม่ให้เกิดการแย่งชิงผู้ชมกัน

2. หัวเรื่องใหญ่และเนื้อหาย่อย การจัดนิทรรศการในแต่ละครั้งต้องกำหนดหัวเรื่องใหญ่ให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้ชมจะทราบว่าจะตรงกับความต้องการหรือไม่ หรือมีความน่าสนใจหรือติดตามมากน้อยเพียงใด

โดยทั่วไปนิทรรศการสามารถจัดได้ทุกเรื่อง แต่จะอย่างไรให้นิทรรศการนั้นน่าสนใจ ผู้จัดจึงต้องคำนึงถึงสิ่ง ต่อไปนี้

2.1 เรื่องราวหรือประเด็นที่จะนำเสนอ ต้องมีเนื้อหาที่สอดคล้องกันทั้งนิทรรศการ ผู้จัดควรจะต้องทราบว่า จะจัดอะไรให้ใครดู เรื่องอะไรที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ ต้องการให้รู้อะไรบ้าง เพราะจะทำให้ผู้ชม ได้รับประโยชน์อย่างคุ้มค่า การนำเสนอเนื้อหา ต้องนำเสนอได้อย่างเหมาะสม และสามารถถ่ายทอดความรู้ ให้แก่ผู้ชมได้เป็นอย่างดี อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจในการชม และทำให้มีผู้ชมผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันมา ชมมากขึ้น

2.2 หัวเรื่องใหญ่ เป็นสิ่งที่บ่งบอกว่านิทรรศการที่จัดนั้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร เปรียบเสมือนชื่อเรื่องบนปกหนังสือ ที่จะเชิญชวนให้คนอ่านตัดสินใจหยิบขึ้นมาเพื่อพลิกดูเนื้อหาข้างในต่อไป ดังนั้น การตั้ง ชื่อหัวเรื่องใหญ่ต้องมีความน่าสนใจ และครอบคลุมเนื้อหาย่อยที่จัดแสดงอย่างครบถ้วน

2.3 เนื้อหาย่อย เปรียบเสมือนบทต่าง ๆ ในหนังสือ กล่าวคือต้องมีความสัมพันธ์กับชื่อเรื่องบนปกหนังสือ เนื้อหาย่อยที่จะจัดแสดงต้องอยู่ภายในขอบเขตของหัวเรื่องใหญ่ การวางลำดับของเนื้อหาย่อย ต้องวางให้สอดคล้องกันไปในแต่ละเนื้อหาย่อย

2.4 ข้อความและคำบรรยายในเนื้อหาย่อย ควรเลือกนำเสนอด้วยข้อความที่กระชับ ชัดเจน ตรงประเด็น และเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องรู้ หากมีข้อความหรือคำบรรยายมากเกินไป จะทำให้ผู้ชมเดินชมด้วยความเบื่อหน่าย ซึ่งในที่สุดผู้ชมก็ไม่ได้รับประโยชน์อะไร หรืออาจหมดความสนใจในการชมนิทรรศการไปเลยก็ได้

3. สิ่งแสดง การพิจารณาความเหมาะสมของสิ่งแสดง ขึ้นอยู่กับเนื้อเรื่องที่ต้องการนำเสนอ เช่น ของจริง ของจำลอง ภาพถ่าย แผนภูมิ และข้อความต่าง ๆ เป็นต้น การที่จะเลือกสิ่งแสดงใดมานำเสนอนั้น ต้อง พิจารณาว่าสามารถสื่อความรู้หรือเรื่องราวได้ชัดเจนตรงประเด็นมากน้อยเพียงใด การเคลื่อนย้าย การดูแลรักษาทำได้ง่ายและสะดวกหรือไม่ และที่สำคัญเป็นการสิ้นเปลืองงบประมาณโดยใช่เหตุหรือไม่ นอกจากตัวสิ่ง แสดงแล้ว ผู้จัดยังต้องคำนึงถึงสิ่งช่วยในการนำเสนอสิ่งแสดง ได้แก่

3.1 แผงตั้งแสดง สำหรับการนำเสนอสื่อประเภท 2 มิติ เช่น ภาพถ่าย แผนภูมิ แผนสถิติ เป็นต้น เพราะเป็นตัวช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่สิ่งแสดง แต่ไม่ควรให้ความโดดเด่นกว่าสื่อที่นำเสนอ ดังนั้น การเลือกใช้แผงตั้งแสดงต้องคำนึงถึงความสวยงาม ความมั่นคงแข็งแรง อยู่ในระดับสายตาที่ง่ายต่อการมองเห็น สะดวกในการติดตั้งและเคลื่อนย้าย

3.2 ฐานตั้งแสดง สำหรับการนำเสนอสื่อประเภท 3 มิติ ได้แก่สิ่งแสดงที่เป็นของจริง หรือหุ่นจำลอง มีความสำคัญเช่นเดียวกันกับแผงตั้งแสดง ฐานตั้งแสดงต้องมีความมั่นคงแข็งแรง เพียงพอต่อการรองรับน้ำหนักของสิ่งแสดง

3.3 ป้ายประกอบนิทรรศการ โดยทั่วไปต้องนำเสนอเรื่องราวให้กระชับและได้ใจความ เป็นการให้คำอธิบายเกี่ยวกับเรื่องราวของสิ่งแสดง ซึ่งมีหลายลักษณะดังนี้

3.3.1 ป้ายใหญ่ เป็นป้ายหัวเรื่อง ใช้ข้อความสั้น ๆ และตัวอักษรมีขนาดใหญ่ ที่สะดุดตา

3.3.2 ป้ายนำเรื่อง เป็นป้ายที่สำคัญ ที่นำเสนอเรื่องย่อโดยภาพรวมของนิทรรศการเพื่อให้ผู้ชมได้รับทราบก่อนเข้าชมนิทรรศการ

3.3.3 ป้ายบรรยาย เป็นป้ายที่บรรยายเรื่องราวโดยสรุปของสิ่งแสดง เพื่อให้ความรู้ประกอบการนำเสนอสิ่งแสดงนั้น ๆ

3.3.4 ป้ายประจำสิ่งแสดง เป็นป้ายที่แสดงชื่อของสิ่งทีนำมาแสดง ซึ่งจะต้องมีป้าย ประจำสิ่งแสดงนั้น ๆ ติดไว้ เช่น ป้ายติดชื่อวัตถุทีนำมาใช้แสดง ป้ายชื่อหุ่นจำลอง ป้ายติดภาพถ่าย และป้ายติดภาพวาด เป็นต้น

4. สถานที่ การจัดแสดงนิทรรศการจำเป็นต้องพิจารณาขนาดและเนื้อที่ ให้ความเหมาะสมจำนวน สิ่งทีนำมาจัดแสดง เหมาะสมกับเนื้อหาเรื่องราวทีนำเสนอ รูปแบบของการจัดนิทรรศการ จำนวนผู้ชมทีคาด ว่าเป็นกลุ่มเป้าหมาย ความสะดวกในขนย้ายสิ่งทีนำมาแสดง และสิ่งอำนวยความสะดวกประกอบการนำเสนอซึ่งผู้จัดต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี

4.1 บริเวณทีจัดนิทรรศการ มีขนาดกว้างขวางเพียงพอกับจำนวนสิ่งทีนำมาจัดแสดง และมีพื้นที่เหมาะสมแก่การเข้าชมเนื้อหาในแต่ละส่วน รวมไปถึงการถ่ายเทของอากาศ หากสถานที่จัดแสดงไม่มี เครื่องปรับอากาศ ควรต้องมีช่องระบายลมให้เพียงพอ เพื่อให้ผู้ชมมีสมาธิในการชม

4.2 มีความสะดวกในการขนย้าย หรือเคลื่อนย้ายสิ่งแสดงทีมีขนาดใหญ่ รวมถึงการอำนวยความสะดวกในช่วงของการจัดเตรียมนิทรรศการก่อนแสดงจริง ได้แก่ เวลาปิด-เปิดของสถานที่ การให้บริการ เครื่องปรับอากาศ การให้บริการไฟฟ้า เป็นต้น

4.3 สิ่งอำนวยความสะดวกทีสนับสนุนการนำเสนอของเรื่องราว เนื่องจากนิทรรศการทีนำเสนอ ต้องมีความเป็นเอกภาพในการจัดแสดง เช่น ต้องใช้แสง สี อุปกรณ์ประกอบ เพื่อให้สิ่งแสดงนั้นมี ความโดดเด่นน่าสนใจในตัวของมันเอง และมีส่วนดึงดูดผู้ชมนิทรรศการให้รู้สึกเพลิดเพลินในการรับชม เป็นผลให้การรับรู้เรื่องราวทีนำเสนอได้ตามเป้าหมาย

4.4 สามารถกำหนดเส้นทางการเดินชมนิทรรศการของผู้ชมได้อย่างสะดวก พยายามลดหรือป้องกันความแออัดที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับบริเวณส่วนใดส่วนหนึ่ง เพราะจะทำให้ผู้ชมไม่สามารถรู้รับสิ่งที่ผู้ จัดนำเสนอได้

5. ผู้นำชม การจัดแสดงนิทรรศการที่นำเสนอของจริง และมีค่าธรรมเนียมในการเข้าชม มักจะมี การกำหนดเวลาในการเข้าชม และจำกัดจำนวนผู้เข้าชมในแต่ละรอบ โดยมีผู้นำชมคอยให้ คำอธิบายในแต่ละ จุดของการนำชม เพื่อให้ผู้ชมได้รับความรู้และความเพลิดเพลินในการชม ตาม จุดมุ่งหมายของผู้จัดที่ต้องการให้ผู้ชมเห็นคุณค่าของนิทรรศการและการความประทับใจในสิ่งที่ได้รับรู้ รับชม ดังนั้น การเลือกผู้นำชม นิทรรศการควรมีคุณสมบัติ ดังนี้

5.1 เป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพดี น้ำเสียงชัดเจน น่าฟัง

5.2 มีทักษะในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี

5.2 เป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีใจรักในงานบริการ

5.3 มีความสามารถในการควบคุมอารมณ์ได้เป็นอย่างดี

5.4 มีปฏิภาณไหวพริบ และทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

5.5 มีความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่นำเสนอในนิทรรศการได้เป็นอย่างดี รวมถึงการใช้อุปกรณ์ที่อาจมี ประกอบการนำเสนอ นิทรรศการ

6. การประชาสัมพันธ์ ในการจัดนิทรรศการ ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับ ทราบ อย่างทั่วถึงมากที่สุด การประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะใช้วิธีการใดก็ตาม ต้องพิจารณาถึง กลุ่มเป้าหมายมีความใกล้ชิดกับสื่อใดมากที่สุด เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ โปสเตอร์โฆษณา แผ่นพับ และจดหมาย เป็นต้น หรือ อาจจะใช้สื่อหลายประเภทร่วมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับงบประมาณด้วย

7. ค่าใช้จ่าย ในการจัดนิทรรศการแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย อย่าง ได้แก่ จุดมุ่งหมายของการจัด รูปแบบการจัด ระยะเวลาที่จัด สถานที่ และระยะเวลาที่ใช้จัด เป็นต้น ตัวอย่างเช่น องค์การภาคธุรกิจที่มีการจัดนิทรรศการเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า หรือเพื่อเพิ่ม ส่วนแบ่งทาง การตลาด จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายจำนวนมาก เพื่อให้การนิทรรศการออกมาดีที่สุดในบรรด ตามเป้าหมายที่ ต้องการ การทำประมาณการค่าใช้จ่ายสำหรับการจัดนิทรรศการนั้น ได้แก่ ค่าเช่า สถานที่ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสิ่งที่นำมาจัดแสดง อุปกรณ์พิเศษประกอบการนำเสนอ ค่าตกแต่งสถานที่ ค่าไฟฟ้า ค่าการบรรจุหีบห่อ ค่าขนส่ง ค่าประกันของเสียหาย ค่าจ้างผู้นำชม และค่าประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

8. กิจกรรมประกอบ เป็นกิจกรรมเสริมความรู้ประกอบในการจัดนิทรรศการ เช่น การสาธิต การ บรรยาย การอภิปราย การแสดงดนตรี การฉายภาพยนตร์ การให้ร่วมตอบคำถาม และการแจก สุนัขบัตร เป็นต้น กิจกรรมประกอบเหล่านี้ มีส่วนสำคัญที่ทำให้การนิทรรศการมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยทั่วไปมักจะจัดใกล้ บริเวณที่จัดนิทรรศการ ซึ่งมีช่วยดึงดูดความสนใจให้มีจำนวนผู้ชมมากขึ้นด้วย

9. การประเมินผล การจัดนิทรรศการในแต่ละครั้งจะมีจุดมุ่งหมายและรูปแบบที่แตกต่างกันไป เพื่อให้ทราบว่า การจัดในแต่ละครั้งบรรลุตามเป้าหมายหรือไม่ จึงจำเป็นต้องมีการประเมินผลเพื่อตรวจสอบว่า การดำเนินการในแต่ละขั้นตอน ซึ่งการประเมินผลสามารถกระทำได้หลายวิธี ได้แก่ การสังเกต การสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถาม เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลย้อนกลับเพื่อนำไปพิจารณาปรับปรุงหรือพัฒนาให้ดีขึ้นในการจัด นิทรรศการครั้งต่อไป

การออกแบบนิทรรศการ

การออกแบบนิทรรศการ เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นหลังจากผู้จัดได้รับทราบเนื้อหาเรื่องราว สิ่งที่จะนำ แสดง และสถานที่แล้ว ทั้งนี้เพราะสิ่งดังกล่าวมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว การออกแบบเป็นการจัดวางเพื่อแสดง และสร้างบรรยากาศให้น่าสนใจ กระตุ้นความสนใจของผู้ชมให้อยากค้นหาและติดตามเรื่องราวที่น่าสนใจ การ ออกแบบนิทรรศการเป็นกระบวนการคิดสร้างสรรค์สิ่งที่มีอยู่ ให้มีความแปลกใหม่โดดเด่นกว่าภาพลักษณ์เดิม ๆ ที่เคยเห็นจนชินตา เช่น การจัดมุมมอง การจัดแสง สี การสร้างบรรยากาศให้อื้อต่อการรับรู้ เป็นต้น ดังนั้น ขั้นตอนในการออกแบบนิทรรศการ ควรประกอบด้วย

1. การออกแบบสัญลักษณ์ของงาน เพื่อใช้เป็นสื่อแทนนิทรรศการทั้งหมดที่จัดขึ้น และใช้เป็นเครื่องมือในการกระตุ้นความคิด ทศนคติของผู้ชมให้สอดคล้องกับเป้าหมายของการจัดนิทรรศการ การออกแบบสัญลักษณ์โดยทั่วไปมักใช้รูปแบบเป็นตัวอักษร รูปทรงเรขาคณิต รูปแบบตามลัทธิความเชื่อ รูปแบบ ตามธรรมชาติ รูปแบบผลผลิต หรือรูปแบบอิสระ เพื่อสื่อความหมายแทนสิ่งที่ต้องการนำเสนอ โดยอาจเลือกใช้ รูปแบบใดแบบหนึ่ง หรือใช้หลายรูปแบบผสมกันก็ได้ ทั้งนี้เพื่อให้ง่ายต่อการรับรู้และจดจำ

2. การออกแบบสื่อเนื้อหา ข้อมูลที่จะใช้ประกอบการนำเสนอสิ่งแสดง หรือข้อความที่เป็นความรู้ที่ จะต้องจัดแสดงนั้น จะต้องมีการสรุปเรียบเรียงให้ได้ใจความสำคัญ เพื่อที่ผู้ชมสามารถใช้เวลาในการเรียนรู้ได้ รวดเร็วขึ้น ดังนั้น ข้อควรคำนึงในการออกแบบสื่อเนื้อหา ต้องทำสิ่งสลับซับซ้อน ให้ง่ายต่อการรับรู้ เช่น การ ใช้แบบจำลองแทนของจริง การจำลองสถานการณ์ การใช้ภาพถ่าย การใช้แผนภูมิ เป็นต้น

3. การออกแบบที่ติดตั้ง ต้องคำนึงถึงรูปร่างลักษณะของสิ่งนำมาจัดแสดง การออกแบบที่ติดตั้งจะสอดคล้องและเหมาะสมกับสิ่งนำมาจัดแสดง เพื่อเสริมประกอบให้สิ่งที่จัดแสดงดูมีคุณค่า และมีความโดดเด่น

4. การออกแบบผังการจัดวาง คือการจัดวางสิ่งต่าง ๆ ต้องมีความเหมาะสมสัมพันธ์กัน ความเป็น ระเบียบ ดูสบายตา และวางเนื้อหาเรียงลำดับให้มีความต่อเนื่องสัมพันธ์กัน เพื่อที่ผู้ชมจะได้รับรู้เนื้อหาเรื่องราวของนิทรรศการได้อย่างครบถ้วน

5. การออกแบบตกแต่ง เพื่อการเสริมสร้างบรรยากาศของนิทรรศการ และพื้นที่บริเวณ โดยรอบให้มี สี สันสวยงาม น่าตื่นตาตื่นใจ และเกิดความประทับใจ โดยทั่วไปมักตกแต่งด้วย ดอกไม้ ต้นไม้ ฝา ลูกปัด เป็นต้น

6. การออกแบบกิจกรรม เพื่อเสริมนิทรรศการให้มีผลสมบูรณ์ ที่ให้ทั้งความรู้ ความบันเทิง กระตุ้น ความสนใจ รวมทั้งการมีส่วนร่วมกับนิทรรศการ ส่วนการออกแบบกิจกรรมในลักษณะใดนั้น ขึ้นอยู่กับความ สอดคล้องของเนื้อหา นิทรรศการโดยภาพรวม

สรุป

นิทรรศการสามารถจัดได้ทุกเรื่อง หากผู้จัดเชื่อว่านิทรรศการสามารถสื่อได้ดีกว่าการอ่านบทความ หรือการอ่านหนังสือ การจัดนิทรรศการที่ดีต้องทำให้ผู้ชมชื่นชอบ กระตุ้นหรือเร้าความสนใจของผู้ชมในขณะที่เดินชมได้เป็นอย่างดี และเกิดความประทับใจหลังจากการชมนิทรรศการแล้วนั้น ขึ้นอยู่กับการวางแผนและการออกแบบนิทรรศการว่าจะจัดทำได้ดีมีคุณภาพมากน้อยเพียงใด นอกจากนั้น การจัดแสดง นิทรรศการ ได้ถูกใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารสำหรับการให้ความรู้ การถ่ายทอดประสบการณ์ การโฆษณา และการ ประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานหรือองค์กรไปยังผู้คนที่ เป็นกลุ่มเป้าหมาย

คำถามทบทวน

- 1.1 จงอธิบายความหมายของ “นิทรรศการ” พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
- 1.2 นิทรรศการหมุนเวียน ใช้สำหรับจัดงานประเภทใด
- 1.3 กลุ่มเป้าหมายอันดับแรกในการจัดนิทรรศการคืออะไร
- 1.4 การประเมินผลในการจัดนิทรรศการแต่ละครั้งมีประโยชน์อย่างไร
- 1.5 จงอธิบายขั้นตอนในการจัดทำโครงการนิทรรศการ

เอกสารอ้างอิง

สุณีย์ บริสุทธิ์ และคณะ แบบอย่างการลงทุน ธุรกิจท่องเที่ยว MICE เชียงใหม่: พลอยการพิมพ์,
2548 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ อุทยานแม่ฟ้าหลวงในภูมิภาค
เอเชีย กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

แผนบริหารการสอนประจำบทที่ 3

หัวข้อเนื้อหา

1. ความหมายของธุรกิจ MICE
2. ประโยชน์ที่ได้รับจากธุรกิจการจัดประชุมสัมมนา
3. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการประชุมสัมมนา
4. องค์ประกอบของการประชุมสัมมนา
5. ขั้นตอนการบริหารงานธุรกิจการจัดประชุมสัมมนา

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

ภายหลังจากการศึกษาจบบทนี้แล้ว นักศึกษาสามารถ

1. แบ่งและจำแนกประเภทของธุรกิจได้
2. อธิบายลักษณะของธุรกิจ MICE ได้
3. อธิบายองค์ประกอบการประชุมสัมมนาได้
4. อธิบายบทบาทและหน้าที่ของผู้จัดทำโครงการได้

วิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนรู้การสอน

1. อธิบายโดยใช้สื่อประกอบการสอน
2. อธิบายโดยการแสดงตัวอย่าง
3. การตั้งคำถามเพื่อให้นักศึกษาเกิดความคิด

สื่อการเรียนการสอน

1. เอกสารประกอบคำสอน
2. แผ่นโปสเตอร์และอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการบรรยาย
3. ข้อมูลดิจิทัล

การวัดผล

1. สังเกตจากความสนใจในการบรรยาย
2. พิจารณาการตอบคำถามของนักศึกษา
3. การตรวจผลงานจากการทำแบบทดสอบ

บทที่ 3

ธุรกิจการจัดประชุมสัมมนาและการจัดนิทรรศการ

การจัดประชุมสัมมนาและการจัดนิทรรศการ เริ่มมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทย ดังปรากฏในแผนการบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2548 – 2551 ซึ่งมีประเด็นยุทธศาสตร์ในการปรับ โครงสร้างการท่องเที่ยว การบริการ การค้า เพื่อเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างงาน สร้างรายได้ และกระจาย รายได้สู่ชุมชน ในช่วงเวลาดังกล่าว โดยมีกลยุทธ์หลักคือการพัฒนาธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ เพื่อสร้าง เครือข่ายความเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่น ๆ โดยมุ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีกำลังซื้อสูง มี ค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งสูงกว่านักท่องเที่ยวปกติ ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวที่เป็นนักธุรกิจ ที่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อมาเข้าร่วมประชุมสัมมนาในระดับนานาชาติ เข้าร่วมงานแสดงสินค้าหรือ การจัดนิทรรศการ การเจรจาธุรกิจการลงทุนระหว่างประเทศ และการเดินทางอันเนื่องมาจากการได้รับเป็นรางวัล จึงก่อให้เกิดธุรกิจ MICE หรือธุรกิจการจัดประชุมสัมมนาและการจัดนิทรรศการ

ความหมายของธุรกิจ MICE

ธุรกิจการจัดประชุมสัมมนาและการจัดนิทรรศการ หรือธุรกิจ MICE เป็นคำย่อมาจาก Meeting Incentive Conference และ Exhibition ซึ่งเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัล การประชุมระดับนานาชาติ และการแสดงสินค้าหรือนิทรรศการระดับนานาชาติ โดยอาศัยความร่วมมือ กับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

M ย่อมาจาก Meeting หมายถึงการจัดประชุมสำหรับคนกลุ่มเล็ก ผู้เข้าประชุมอาจมาจากหน่วยงาน เดียวกัน หรืออาจมาจากหลายหน่วยงานก็ได้ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร หรือเพื่อผลประโยชน์ของ หน่วยงานที่จัด รูปแบบการจัดประชุมขึ้นอยู่กับจำนวนคน หัวข้อประชุม และเวลาที่ใช้ ค่าใช้จ่ายในการจัด ประชุมหน่วยงานที่จัดหรือหน่วยงานที่ร่วมประชุมจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้แก่ผู้เข้าประชุม

I ย่อมาจาก Incentive หมายถึงการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่พนักงาน หรือบุคลากรใน หน่วยงาน เพื่อตอบแทนความสำเร็จในการทำงานที่บรรลุได้ตามเป้าหมายที่หน่วยงานตั้งไว้ และเป็นการสร้าง แรงจูงใจให้พนักงานมุ่งมั่นทำงานอย่างทุ่มเทให้แก่หน่วยงานต่อไป การจัดการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ มักจะจัดทำรายการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากการจัดโดยทั่วไป อาจจะไปท่องเที่ยวพักผ่อนในประเทศหรือ ต่างประเทศก็ได้ โดยหน่วยงานเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมด

C ย่อมาจาก Conference หมายถึงการจัดประชุมขนาดใหญ่ มีผู้เข้าประชุมมาจากนานาชาติ จำนวนผู้เข้าประชุมตั้งแต่หนึ่งพันคนขึ้นไป รูปแบบการจัดประชุมในลักษณะนี้จะดำเนินการอย่างมีมาตรฐานสากล มีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการอย่างผู้เข้าประชุมอย่าง ครบครัน

E ย่อมาจาก Exhibition หมายถึงการจัดแสดงนิทรรศการ หรือการจัดแสดงสินค้าขนาดใหญ่ โดยทั่วไปผู้ผลิตหรือหน่วยงานจะเป็นผู้นำสิ่งของ หรือสินค้ามาจัดแสดง โดยมีค่าใช้จ่ายในการจัดแสดง ได้แก่ ค่าเช่าสถานที่ ค่าประชาสัมพันธ์ ค่าจัดสถานที่ เป็นต้น

ประโยชน์ที่ได้รับจากธุรกิจการประชุมสัมมนา

ธุรกิจการจัดประชุมสัมมนาและการจัดนิทรรศการ เป็นธุรกิจที่ต้องเกี่ยวข้องกับธุรกิจอื่น ๆ ซึ่ง ลักษณะการจัดงานมักเป็นงานระดับนานาชาติ ซึ่งก่อให้เกิดผลดีต่อประเทศผู้จัด ดังนี้

1. เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการดำเนินธุรกิจลักษณะนี้ ต้อง อาศัยสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างหลากหลาย เช่น สถานที่จัดประชุม โรงแรมที่พัก สายการบิน บิน บริษัท ท่องเที่ยว ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ทำให้รัฐมีรายได้ในรูปของภาษีเงินได้จากรายรับของธุรกิจ

3. พัฒนาศักยภาพของบุคลากร เนื่องจากการจัดธุรกิจนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อเสริมสร้าง ความรู้ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกลุ่มคนที่มาร่วมงาน จึงทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับประโยชน์ในด้าน การพัฒนาศักยภาพ อันนำไปสู่ระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพต่อองค์การ และต่อประเทศชาติต่อไป

4. เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ในเรื่องของการพัฒนาและลงทุน โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และการดำเนินการทางตลาด เป็นต้น

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมสัมมนา

1. ธุรกิจรับจัดประชุม (conference organizer) โครงสร้างองค์การของธุรกิจประเภทนี้จะมีขนาดเล็ก จำนวนบุคลากรมีน้อยแต่มีคุณสมบัติที่สามารถปฏิบัติงานได้หลายอย่างภายในคนเดียว เนื่องจาก ลักษณะการทำงานเป็นการประสานงานระหว่างผู้จ้างจัดประชุม วิทยากร (หากมี) เจ้าของสถานที่ที่ใช้จัดการบริการอาหารและเครื่องดื่ม หน่วยงานจัดกิจกรรมบันเทิง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวการจัดเตรียมเอกสารที่ต้องใช้ในการประชุม ฝ่ายความปลอดภัย เป็นต้น นอกจากงานด้านการประสานงานแล้ว ยังมีหน้าที่ให้คำปรึกษา และคำแนะนำแก่องค์การที่เป็นผู้จ้างจัดในเรื่องของงบประมาณ ขั้นตอนการดำเนินการ ประชุมเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ต้องการ รวมไปถึงการกำกับดูแลงานประชุมตั้งแต่เริ่มประชุมจนเสร็จสิ้นการประชุม

2. ธุรกิจรับจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (exhibition organizer) โครงสร้างองค์การ และ คุณลักษณะของผู้ปฏิบัติงานมีลักษณะเหมือนกับธุรกิจรับจัดประชุม การทำงานก็มีลักษณะคล้ายกัน กล่าวคือ เป็นผู้ประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้จ้างจัด ผู้นำสินค้ามาจัดแสดง เจ้าของสิ่งแสดงที่นำมาจัดนิทรรศการ หน่วยงานที่ให้บริการแสง สี เสียง บริษัททำสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น การให้คำแนะนำปรึกษาเช่นเดียวกับธุรกิจการ จัดประชุม การควบคุมดูแลงานให้ดำเนินการเป็นไปตามกำหนดการที่วางไว้ นอกจากนี้ยังต้องเป็นผู้ทำการตลาดเพื่อดึงคนมาชมงานให้มากที่สุด หากเป็นการแสดงสินค้าต้องดึงผู้ค้าให้นำสินค้าเข้ามาแสดงในงานให้ได้จำนวนมากเช่นเดียวกัน

3. ประเภทธุรกิจการจัดงานแสดงเพื่อความรื่นเริง (even management organizer) โครงสร้าง องค์การมักมีขนาดเล็กมีบุคลากรจำนวนไม่มาก แต่เป็นผู้มีความสามารถในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ตลอดเวลา เป็นนักแก้ปัญหาที่ดี มีทักษะในการสื่อสารที่ดี สามารถวางแผนงานได้อย่างครอบคลุมตามความต้องการของผู้จ้าง รวมไปถึงการเป็นนักการตลาดที่สามารถดึงคนเข้ามาร่วมงาน การดำเนินงานหลักคือการ ให้บริการกิจกรรมที่สร้างสีสันความบันเทิง ให้แก่ผู้เข้าร่วมงานได้เกิดความ ตื่นตาตื่นใจ และเกิดความประทับใจ

4. ประเภทธุรกิจบริการนักท่องเที่ยว (destination management company) เป็นการ บริหาร จัดการด้านการท่องเที่ยวแบบพิเศษให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อการประชุมสัมมนา หรือร่วมงาน นิทรรศการ ซึ่งจะแตกต่างจากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไป กล่าวคือการวางแผนการท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับความประสงค์ของผู้ว่าจ้าง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างความสามัคคี หรือเพิ่มแรงจูงใจในการทำงาน หรือสร้างความทุ่มเทในการทำงานให้แก่พนักงานประเภทนี้ ดังนั้นการกำหนดกิจกรรม (theme) ให้เข้ากับวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้าง

คุณลักษณะของผู้ประกอบธุรกิจการจัดประชุมสัมมนาและการจัดนิทรรศการผู้ที่จะประกอบธุรกิจการจัดประชุมสัมมนาและการจัดนิทรรศการ หรือบุคลากรในธุรกิจนี้ ต้องมี ทักษะในการทำงานที่ถือได้ว่าต้องมีความเป็นอาชีพมากพอสมควร โดยควรต้องมีลักษณะดังนี้

1. มีทักษะการใช้และการสื่อสารภาษาอังกฤษอยู่ในขั้นดีเยี่ยม
2. เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอ และสามารถนำเสนอออกมาเป็นรูปแบบงานที่สามารถ มองเห็นภาพได้อย่างชัดเจน
3. เป็นผู้ที่มีใจรักในการบริการ (service mind) อย่างแท้จริง และเป็นนักประสานงานที่ดี
4. มีปฏิภาณไหวพริบ พร้อมที่จะแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างทันท่วงทีและเหมาะสม สอดคล้องกับ สถานการณ์ในขณะนั้น
5. มีทักษะการวางแผนงานในการดำเนินการตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นโครงการ

6. มีทักษะการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างเหมาะสม และบรรลุตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
7. มีทักษะด้านการตลาดที่สามารถดึงคนเข้าร่วมงานได้ตามเป้าหมายที่วางไว้
8. มีทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเชิญชวน และให้ข้อมูลข่าวสารทั้งเชิงกว้างและเชิงลึกแก่ สาธารณะได้อย่างทั่วถึงและครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย
9. มีความสามารถในการควบคุมงบประมาณการใช้จ่ายให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และเกิดความคุ้มค่าในการลงทุนทั้งผู้จ้างและผู้ร่วมงาน

องค์ประกอบของธุรกิจการจัดประชุมสัมมนา

การประกอบธุรกิจการจัดประชุมสัมมนาและการจัดนิทรรศการนั้น เป็นธุรกิจที่ต้องใช้เวลาในการเตรียมการนานพอสมควรเพื่อให้งานนั้นออกมาดีที่สุดในบางครั้งอาจใช้เวลามากกว่า 2 – 3 ปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ รูปแบบและความสำคัญของงานว่าจะจัดให้อยู่ในระดับใด ในการจัดงานแต่ละครั้งต้องมีผู้ที่เกี่ยวข้องมากมายใน การที่จะทำให้งานนี้ประสบความสำเร็จ ดังนั้น การประกอบธุรกิจนี้ต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลและธุรกิจต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. เจ้าของงาน หมายถึงผู้ว่าจ้างจัดงานซึ่งสามารถแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ 5 กลุ่มได้แก่ องค์การ ระหว่างประเทศ หน่วยงานภาครัฐ สมาคมวิชาชีพและธุรกิจระหว่างประเทศ สถาบันการศึกษา และองค์การ การกุศล ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีจุดมุ่งหมายในการจัดที่แตกต่างกันไป ดังนี้

- 1.1 กลุ่มองค์การระหว่างประเทศ เช่น องค์การสหประชาชาติ (United Nation) องค์การการค้า โลก (World Trade Organization) เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดเพื่อให้สมาชิกได้มีการปรึกษาหารือ เพื่อให้ได้ข้อยุติในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเพื่อนำเสนอความก้าวหน้าในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเพื่อการแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

- 1.2 กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมอาเซียน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น โดยมี วัตถุประสงค์ในการจัดเพื่อแถลงนโยบายของรัฐ การกำหนดวาระแห่งชาติ แถลงข่าว ประชาสัมพันธ์ของ หน่วยงาน การเปิดตัวโครงการของหน่วยงาน

- 1.3 กลุ่มสมาคมวิชาชีพและธุรกิจระหว่างประเทศ ได้แก่ หอการค้า สมาคมนักหนังสือพิมพ์ เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดเพื่อประชุมคณะทำงานในระดับต่าง ๆ เพื่อให้สมาชิกได้มีการเจรจา ความร่วมมือระหว่างกัน เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ในวิชาชีพ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

- 1.4 กลุ่มสถาบันการศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อ แลกเปลี่ยนข้อมูลทางวิชาการ การประชุมประจำปีสำหรับผู้บริหาร การนำเสนอผลงานทางวิชาการ

- 1.5 กลุ่มองค์กรการกุศล ได้แก่ สภากาชาดไทย มูลนิธิต่าง ๆ เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดประชุมประจำปีแก่สมาชิกในระดับต่าง ๆ
2. ผู้ร่วมงาน โดยทั่วไปมักเป็นสมาชิกของสมาคม หรือองค์กร หรือบุคลากรในหน่วยงานที่จ้างจัด งานขึ้น บางครั้งอาจมีการเชิญชวนผู้สนใจจากภายนอกเข้าร่วมงานด้วยก็ได้
3. สถานที่จัดงาน โดยทั่วไปจะเป็นสถานที่ขนาดใหญ่ มีห้องประชุมหลายห้องหลายขนาด มีอุปกรณ์ ที่ทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการ รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่จัดประชุม ได้แก่ ความหลากหลายของประเภทอาหาร ศูนย์บริการธุรกิจ จำนวนห้องน้ำ ระบบการสื่อสารที่รวดเร็ว ห้องปฐมพยาบาล เป็นต้น
4. สายการบิน มีบทบาทสำคัญมากในกรณีที่เป็นการจัดงานระดับนานาชาติ หรือระดับโลก เนื่องจากเป็นพาหนะรับ – ส่งผู้โดยสารที่มาร่วมงาน ซึ่งทำให้สายการบินมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นสายการบิน จึงให้การสนับสนุนในเรื่องของบัตรโดยสารราคาพิเศษ จัดเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะในการ เดินทาง ช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารของการจัดงาน รวมถึงการจัดหน่วยบริการด้านบัตรโดยสาร ณ สถานที่จัดงาน
5. ผู้จัดงาน หมายถึงผู้ที่ได้รับความไว้วางใจจากเจ้าของงานเพื่อให้ทำหน้าที่ดูแลการจัดงานทั้งหมด หรือเกือบทั้งหมดแล้วแต่การตกลงกับเจ้าของงาน โดยผู้จัดงานแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ตามความรับผิดชอบ ของการจัดงานดังนี้

5.1 Professional Conference Organizer (PCO) หมายถึงผู้ที่มีทักษะและความชำนาญใน การวางแผนและจัดประชุมนานาชาติ

5.2 Professional Exhibition Organizer (PEO) หมายถึงผู้ที่มีทักษะและความชำนาญใน การวางแผนและจัดแสดงสินค้าหรือนิทรรศการนานาชาติ

5.3 Destination Management Company (DMC) หมายถึงผู้ดูแลการบริการภายใน ห้องถิ่น ให้แก่ผู้ร่วมงานตั้งแต่การรับจากสนามบินจนถึงการส่งกลับ และรวมถึงการจัดการท่องเที่ยวแบบ Sight Seeing การท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ และการจัดงาน Theme Parties

5.4 Event Management Company (EMC) หมายถึงผู้ที่มีทักษะด้านการจัดงานแสดง รื่น เริง แสง สี เสียง เพื่อความบันเทิงของผู้ร่วมงาน

6. โรงแรม ห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมต้องอยู่ในระดับมาตรฐานโลก เป็น โรงแรมระดับ 4 – 5 ดาว กล่าวคือภายในโรงแรมและห้องพัก ควรต้องประกอบไปด้วย ห้องประชุม ห้องอาหาร ห้องพัก สระว่ายน้ำ ศูนย์ออกกำลังกาย ตู้เก็บของมีค่า อินเทอร์เน็ตระบบความเร็วสูง โต๊ะเขียน หนังสือ เครื่องต้ม น้ำชากาแฟ เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น โทรทัศน์ เคเบิลทีวี เครื่องทำน้ำอุ่น โทรศัพท์

7. การขนส่งภายใน สถานที่จัดงานต้องมีบริการขนส่งสาธารณะประกอบด้วย รถแท็กซี่ รถไฟฟ้า รถไฟฟ้าใต้ดิน รถบัส รถไฟ ทางเท้าของคนเดินถนน บริการรถรับส่งของโรงแรม บริการรถเช่า และบริการรถเช่าพร้อมคนขับ

8. แหล่งท่องเที่ยว บริเวณใกล้เคียงสถานที่จัดงานต้องมีสถานที่สันทนาการและวัฒนธรรมภายใน เมือง ประกอบด้วย ภัตตาคารและบาร์ ศูนย์การค้า ศูนย์สุขภาพ พิพิธภัณฑ์ สระว่ายน้ำ ศูนย์ธรรมชาติและการท่องเที่ยว สนามกอล์ฟ ชายหาด สวนสนุก สถานที่สำหรับจัดงานเลี้ยง การแสดง มหรสพ เป็นต้น

9. ผู้รับจ้างเหมาช่วงงาน เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับการประกอบธุรกิจการจัดประชุมสัมมนา และการจัดนิทรรศการ ที่จะทำให้งานประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายที่ต้องการได้ ผู้รับจ้างเหมาช่วงงานที่สำคัญ ๆ ประกอบด้วย

9.1 บริษัทรับทำโฆษณา (advertising agency) ดูแลในเรื่องโฆษณาประชาสัมพันธ์ งาน ทำ ป้ายคัทเอ้าท์ ทำแผ่นพับ ออกแบบสัญลักษณ์งาน และจัดทำเอกสารเผยแพร่ที่เกี่ยวข้องกับงาน

9.2 บริษัทขนส่งสินค้า (freight handing agent) ทำหน้าที่ขนส่งสินค้าที่ต้องการนำมาใช้ หรือจัดแสดงในวันงาน รวมทั้งการส่งกลับ ทั้งทางเรือและทางอากาศ รวมทั้งการขนย้ายโดยไม่ให้เสียหาย แตกหัก หรือขนส่งไม่ให้เกิดความล่าช้า

9.3 บริษัทให้เช่าอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ (audio visual equipment suppliers) เป็นผู้ จัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ได้แก่ จอโทรทัศน์ขนาดใหญ่ ไมโครโฟนชนิดต่าง ๆ เครื่องฉายทอดเสียง แปลภาษา หูฟัง เครื่องฉายภาพ (LCD projector) เครื่องอัดเสียง โทรศัพท์ เครื่องฉายสไลด์ กล้องวิดีโอทัศน์ พร้อมอุปกรณ์ข้างต้น รวมไปถึงระบบแสง สี เสียง

9.4 บริษัทให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT company) ต้องเป็นบริษัทที่เชี่ยวชาญน่า เชื่อที่ และให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ การแบบเว็บไซต์ สำหรับงานโดยเฉพาะ ระบบการ ลงทะเบียนออนไลน์เพื่อเข้าร่วมงาน การให้เช่าเครื่องคอมพิวเตอร์ ทั้งแบบตั้งโต๊ะ และแบบพกพา เป็นต้น

9.5 ผู้รับเหมางานติดตั้งอุปกรณ์เกี่ยวกับไฟฟ้า (electricity equipment) เป็นผู้ จัดหาและ ติดตั้งอุปกรณ์ไฟฟ้าเพิ่มเติมจากที่มีอยู่ โดยเริ่มตั้งแต่การวางแผน ติดตั้งอุปกรณ์เดินสายไฟ ควบคุมระบบจ่าย กระแสไฟฟ้า

9.6 ภัตตาคารและผู้จัดหาอาหาร สำหรับการดูแลอาหารที่อยู่นอกสถานที่จัดงาน เช่น การรับประทานอาหารค่านอกสถานที่ การจัดเตรียมอาหารสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์ เป็นต้น

9.7 ฝ่ายรักษาความปลอดภัย (security guards) ทำหน้าที่จัดระบบรักษาความปลอดภัย รวมไปถึงการติดตั้งเครื่องสแกน (scanner) สำหรับตรวจจับวัตถุระเบิด และสิ่งผิดกฎหมาย

9.8 บริษัทนำเที่ยว (tour operation) มีหน้าที่พาผู้เข้าชมหรือผู้ติดตามไปท่องเที่ยวตาม สถานที่ต่าง ๆ รวมทั้งการพาไปทำกิจกรรมเพื่อการผ่อนคลายความตึงเครียด เช่น การนวดแผนไทย การทำสปา การทำอาหารไทย การซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

9.9 ผู้รับเหมาอื่น ๆ ได้แก่ บริษัทรับจัดหาพิธีกร นักร้อง นักเต้น ดารานักแสดง เพื่อมาร่วม งานในพิธีเปิด บริษัทให้เช่ารถโดยสาร บริษัทรับทำความสะอาด บริษัทรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริษัทให้เช่าเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น

10.ล่ามหรือผู้แปลภาษาต่างประเทศ พร้อมอุปกรณ์ (simultaneous interpreters and equipment) สำคัญและจำเป็นสำหรับการจัดงานระดับนานาชาติ

11.สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่ควรมีอยู่ใกล้เคียงบริเวณสถานที่จัดงาน ได้แก่ ธนาคาร สถานพยาบาล ร้านขายยา ที่ทำการไปรษณีย์ ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

ขั้นตอนการบริหารงานธุรกิจการจัดประชุมสัมมนา

1. ผู้ว่าจ้างทำการคัดเลือกบริษัทที่ไว้วางใจให้เข้ามาจัดงาน โดยอาจจะได้มาจากการเสนอตัว หรือ อาจจะมาจากการชนะการประมูล

2. ผู้ว่าจ้างและผู้รับจ้างจัดงานร่วมกันปรึกษาหารือในรายละเอียด

3. ผู้รับจ้างจัดทำร่างรูปแบบหรือกรอบของงานเสนอต่อผู้ว่าจ้าง โดยอาจมีการปรับแก้ไขตาม คำแนะนำของผู้ว่าจ้าง

4. เมื่อผู้ว่าจ้างตกลงตามรูปแบบหรือกรอบของงานที่ปรับแก้ไขแล้ว ทั้งสองฝ่ายต้องทำสัญญา วางเงินมัดจำตามเงื่อนไขของผู้ว่าจ้าง โดยทั่วไปจะอยู่ที่ร้อยละ 30 – 50

5. ผู้รับจ้างทำการวางแผนงานในรายละเอียด และเรียกประชุมผู้รับจ้างเหมาที่เกี่ยวข้อง เพื่อ มอบหมายงานที่เกี่ยวข้องให้รับผิดชอบตามความเชี่ยวชาญของผู้รับเหมาแต่ละรายไป

6. ผู้ว่าจ้างและผู้รับจ้างจะมีการตรวจสอบความพร้อมในการจัดงานก่อนถึงวันงานจริงให้มีความ เรียบร้อยตรงตามแผนการที่วางไว้ทุกประการ และร่วมกันเตรียมแผนสำรองไว้ในกรณีฉุกเฉิน ด้วย

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจการจัดประชุมสัมมนา

การดำเนินธุรกิจการจัดประชุมสัมมนาและการจัดนิทรรศการ ให้ประสบความสำเร็จนั้น ขึ้นอยู่กับ ปัจจัยหลัก 5 ข้อ ดังนี้

1. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำไปสู่โอกาสในการจ้างงาน

2. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้รับจ้างเหมาช่วงงานที่ได้มาตรฐาน มีสื่ออุปกรณ์ที่ทันสมัย เพียงพอ และมีความหลากหลาย

3. ผู้ประกอบการธุรกิจนี้ ต้องมีความพร้อมที่จะทุ่มเทให้กับงานอย่างเต็มที่ และมีความพร้อมในการ ท างานภายใต้สภาวะความกดดันที่สูง

4. ต้องมีทีมงานที่มีความเป็นมืออาชีพ สามารถทำงานด้วยกันได้อย่างมีความสุข และมีประสิทธิภาพ มีความสามารถในการใช้สื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในระดับดี มีความคิด สร้างสรรค์ในสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ และเป็นผู้ที่มีความสามารถและความถนัดหลาย ๆ ด้านภายในคนเดียว

5. มีประสบการณ์ทำงานและมีผลงานเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในระดับชาติขึ้นไป

สรุป

ธุรกิจการจัดประชุมสัมมนาและการจัดนิทรรศการ เป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งชุมชนที่อยู่ในบริเวณสถานที่จัดงาน เนื่องจากเป็นการดำเนินงานในระดับชาติ ทำให้ต้องมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูงมาก และต้องอาศัยความชำนาญในการดำเนินงานอย่างแท้จริง

คำถามทบทวน

- 1.1 จงอธิบายความหมายของ “ธุรกิจ MICE” พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
- 1.2 รัฐได้ประโยชน์อะไรจากการมีธุรกิจ MICE
- 1.3 จงบอกคุณลักษณะของผู้ประกอบธุรกิจการจัดประชุมสัมมนา
- 1.4 กลุ่มผู้จัดทำโครงการออกแบบ ทำหน้าที่อะไรและประกอบด้วยบุคลากรใดบ้าง
- 1.5 จงอธิบายขั้นตอนในการบริหารงานธุรกิจการจัดประชุมสัมมนา

เอกสารอ้างอิง

สุณีย์ บริสุทธิ์ และคณะ แบบอย่างการลงทุน ธุรกิจท่องเที่ยว MICE เชียงใหม่: พลอยการพิมพ์,
2548 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ อุทยานแม่ฟ้าหลวงในภูมิภาค
เอเชีย กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

แผนบริหารการสอนประจำบทที่ 4

หัวข้อเนื้อหา

1. ความหมายการจัดประชุม
2. รูปแบบของการจัดประชุม
3. เป้าหมายของการประชุม
4. ประโยชน์ของการประชุม
5. กระบวนการจัดการประชุม

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

ภายหลังจากการศึกษาจบบทนี้แล้ว นักศึกษาสามารถ

1. บอกความหมายการจัดประชุมได้
2. อธิบายลักษณะของรูปแบบการประชุมได้
3. แจกแจงกระบวนการจัดการประชุมได้
4. อธิบายประโยชน์การจัดการประชุมได้

วิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน

1. อธิบายโดยใช้สื่อประกอบการสอน
2. อธิบายโดยการแสดงตัวอย่าง
3. การตั้งคำถามเพื่อให้นักศึกษาเกิดความคิด

สื่อการเรียนการสอน

1. เอกสารประกอบคำสอนวิชา เทคนิคสถาปัตยกรรม 3
2. แผ่นโปสเตอร์และอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการบรรยาย
3. ข้อมูลดิจิทัล

การวัดผล

1. สังเกตจากความสนใจในการบรรยาย
2. พิจารณาการตอบคำถามของนักศึกษา
3. การตรวจผลงานจากการทำแบบทดสอบ

บทที่ 4

การจัดประชุม

การประชุมเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการบริหารงานภายในองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เนื่องจากการประชุมเป็นการระดมความคิดเห็น ประสบการณ์ จากกลุ่มคนที่หลากหลาย ให้มาร่วมกันคิด เสนอแนะ ให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ อย่างรอบคอบ เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจในการทำงานที่มีเป้าหมาย เดียวกัน ดังนั้น การประชุมที่มีประสิทธิภาพ ต้องมีการเตรียมการที่พร้อมเพื่อให้การประชุมนั้นได้ประโยชน์ และคุ้มค่า

ความหมายของการประชุม

การประชุมได้มีผู้ให้ความหมายอย่างหลากหลาย ดังนี้

สมิต สัจฉกร (2543, หน้า 14) การประชุมหมายถึงการที่บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป มาพบกันตามนัด หมายถึง เพื่อร่วมกันคิดอย่างมีวัตถุประสงค์ และระเบียบวิธี ณ สถานที่หนึ่งตามเวลาที่กำหนด

วรวรรณ ศรียาภัย (2554, หน้า 1) การประชุมหมายถึงการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งมาพบปะร่วมกันเพื่อปรึกษาหารือกันตามกำหนดนัดหมาย ด้วยจุดมุ่งหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยร่วมกันคิด ร่วมกันทำหรือแก้ไข ปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลาย ๆ อย่าง เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน

ไอ เอ็ม บู้คส์, บริษัท (2551, หน้า 340) การประชุมคือการสื่อสารอย่างหนึ่งซึ่งบุคคลพบปะกันตาม กำหนดนัดหมาย โดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ กัน อาทิเช่น เพื่อปรึกษาหารือร่วมกัน ตัดสินใจ รับทราบข้อเท็จจริง ต่าง ๆ ข้อเสนอแนะหรือนโยบายต่าง ๆ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2554 (2556, หน้า 704) ได้ให้ความหมายสรุปได้ ดังนี้ การประชุม คือการมารวมกันหรือเรียกให้มารวมกันเพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือการมาร่วมพบ กันเพื่อปรึกษาหารือ

จากความหมายของการประชุมดังกล่าวข้างต้น พอจะสรุปได้ดังนี้ การประชุม คือการกำหนดให้ บุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหัวหน้าหน่วยงาน ทำหน้าที่เป็นประธาน โดยเชิญผู้ที่ เกี่ยวข้องหรือตัวแทน มาพบปะพูดคุยกันตามก าหนดการนัดหมาย เพื่อมาร่วมกันแสดงความคิดเห็น หรือ นำเสนอประสบการณ์ของตัวเอง ในอันที่สร้างประโยชน์แก่ผู้ที่เข้ามาประชุม

รูปแบบของการจัดประชุม

การจัดการประชุมขององค์กรในแต่ละครั้ง จำเป็นต้องมีจุดมุ่งหมายในการเรียกประชุม โดยมีรูปแบบการจัดที่แตกต่างกันไปตามเป้าหมาย โดยสรุปได้ดังนี้

1. การจัดประชุมเพื่อให้ข้อมูล (informative meeting) เป็นการจัดที่ต้องการให้ผู้เข้าร่วมประชุม จำนวนมากได้รับทราบข้อมูลที่ตรงกัน และต้องการให้เกิดความเข้าใจข้อมูลได้อย่างชัดเจน เช่น การประชุม เกี่ยวกับกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ที่มีการปรับปรุงใหม่ขององค์กร การประชุม เพื่อแนะนำผู้บริหารใหม่ เป็นต้น

2. การประชุมเพื่อขอข้อเสนอแนะ (suggested solution meeting) เป็นการจัดประชุมเพื่อการรับ ฟังความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะที่เป็นไปได้จากผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีแนวทางในการดำเนินการขั้นต่อไป การประชุมในลักษณะนี้อาจไม่มีข้อสรุปใด ๆ เป็นการประชุมเพื่อให้ได้รับข้อคิดเห็นในมุมมองที่แตกต่างกันไป เช่น การประชุมเพื่อหามาตรการในการป้องกันการมาสายของพนักงาน การประชุมเพื่อหาแนวทางการในจัดสวัสดิการ เป็นต้น

3. การประชุมเพื่อแก้ไขปัญหา (problem solving meeting) มักเป็นการจัดประชุมโดยเร่งด่วน มี เป้าหมายที่แน่นอน เพื่อให้ได้ทางเลือกในการแก้ปัญหา และจะต้องได้ข้อสรุปที่ผู้เข้าร่วมประชุมต้องมิมติ เห็นชอบร่วมกัน หรือหากในวันดังกล่าวยังไม่ได้ข้อสรุป ต้องมีการนัดประชุมอีก เพื่อให้ได้ข้อสรุป เช่น การประชุมเพื่อลดอุบัติเหตุในการทำงานของพนักงานกะดึก การประชุมเพื่อเพิ่มเงินเดือนให้แก่พนักงาน เป็นต้น

เป้าหมายของการประชุม

การจัดการประชุมแต่ละครั้งจะมีเป้าหมายแตกต่างกันไป โดยสรุปได้ดังนี้

1. เพื่อแถลงข่าวสาร ให้ความรู้ หรือรายละเอียดต่าง ๆ รวมถึงการแถลงนโยบายขององค์กร คณะกรรมการ หรือผู้บริหาร ให้ผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบ

2. เพื่อให้ได้ข้อกำหนดเกี่ยวกับนโยบายขององค์กร และแนวทางปฏิบัติที่บุคลากรในองค์กร ต้องยึดถือ ปฏิบัติโดยทั่วกัน

3. เพื่อให้ได้คำแนะนำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ ที่ผู้เข้าร่วมประชุมสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการ ปฏิบัติ หรือแก้ไขปัญหาที่พบได้อย่างเหมาะสม

4. เพื่อให้ได้ข้อตกลงหรือข้อยุติในเรื่องที่ต้องใช้ความละเอียดรอบคอบในการตัดสินใจหรือ การ พิจารณาจากหลากหลายความคิด

5. เพื่อการประสานการทำงาน การมอบหมายงาน การติดตามงาน และการรายงานผลการ ปฏิบัติงาน ระหว่างบุคลากรในองค์กร หรือระหว่างองค์กรกับองค์กร

6. เพื่อเปิดโอกาสให้บุคลากรในองค์กรหรือต่างองค์กรได้มาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้ ประสบการณ์ ข่าวสารต่าง ๆ ระหว่างกัน อันจะนำไปสู่การเกิดความคิดสร้างสรรค์ ได้มีโลกทัศน์ที่กว้างขวาง ยิ่งขึ้น และมีการปรับวิสัยทัศน์ของตนที่ส่งผลดีต่อองค์กร

ประโยชน์ของการประชุม

การประชุม เป็นสิ่งที่จำเป็นในการบริหารองค์การ อันเนื่องมาจากการทำงานร่วมกันของคนที่มีความสามารถอย่างหลากหลาย มีความชำนาญความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกันไป การประชุมจึงเป็นเครื่องมือ สำคัญในการที่จะให้บุคลากรในองค์การได้มาร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็น เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ การประชุมจึงมีประโยชน์ต่อการบริหารองค์การ ดังนี้

1. เปิดโอกาสให้บุคลากรในองค์การได้มีส่วนร่วมตัดสินใจในการบริหารงานภายในองค์การ โดยผล การตัดสินใจถือว่าเป็นมติของที่ประชุม ดังนั้นจึงถือเป็นความรับผิดชอบร่วมกันของที่ประชุม
2. เป็นวิธีการแจ้งข่าวสารนโยบาย หรือแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการให้บุคลากรภายใน องค์การที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบอย่างทั่วถึงกัน
3. ช่วยให้การตัดสินใจในการบริหารงานด้านต่าง ๆ หรือการแก้ปัญหาต่าง ๆ เกิดความรอบคอบ เหมาะสมมากยิ่งขึ้น
4. ผู้เข้าร่วมประชุมได้มีโอกาสรับฟังความคิดเห็นของผู้เข้าประชุมคนอื่น ๆ ทำให้ได้รับความรู้หรือ เกิดความคิดในการพัฒนาตนเอง อันนำไปสู่การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพต่อไป รวมทั้ง การประสานงาน ระหว่างกัน
5. เป็นเครื่องมือทางอ้อมในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของผู้เข้าร่วมประชุม ได้มีโอกาสพบปะพูดคุย สังสรรค์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ทั้งในเรื่องหน้าที่การงานและเรื่องส่วนตัวของผู้เข้าประชุม ใน ระหว่างที่รอการประชุม

คำศัพท์ที่ใช้ในการประชุม

ภาษาที่ใช้ในการประชุมจะเป็นภาษาเฉพาะ ในการประชุมจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจ ทั้งในการ พูดและการเขียน คำสำคัญที่มักใช้สื่อสารในการประชุม ประกอบด้วย

1. องค์ประชุม หมายถึงผู้ที่มีหน้าที่ต้องเข้าประชุม โดยทั่วไปจะประกอบด้วย ประธาน รองประธาน กรรมการ และเลขานุการ
2. ครอบงำการประชุม หมายถึงการมีจำนวนผู้เข้าประชุมครบตามระเบียบที่กำหนดไว้ จึงจะสามารถ ดำเนินการเปิดประชุมได้ กรณีที่ไม่ครบองค์ประชุมต้องยกเลิกการประชุม เนื่องจากมติหรือ ข้อตกลงที่ได้จาก การประชุมถือว่าเป็นโมฆะ
3. ญัตติ หมายถึงข้อเสนอหรือประเด็นเพื่อให้ที่ประชุมพิจารณา โดยต้องเสนอเป็นลายลักษณ์อักษร ผ่านประธาน จากนั้นประธานอาจมอบให้เลขานุการเป็นผู้นำเสนอต่อที่ประชุมเพื่อพิจารณาต่อไป
4. แปรญัตติ หมายถึงการกระทำอันเนื่องมาจากญัตตินั้น ได้แก่ การแก้ไข เปลี่ยนแปลงเพิ่มเติม นำออกไป หรือเลื่อนไปพิจารณาในระเบียบวาระอื่น

5. มติ หมายถึงข้อสรุปหรือข้อตกลงในญัตติต่าง ๆ ของที่ประชุม ซึ่งทุกคนต้องปฏิบัติตาม ถึงแม้ว่าจะไม่เห็นด้วยก็ตาม
6. การยืนยันมติ หมายถึงการที่เลขานุการทำหนังสือแจ้งมติของที่ประชุมให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบโดยทั่วกัน
7. ระเบียบวาระการประชุม หมายถึงเรื่องที่จะนำเข้าปรึกษากันในที่ประชุม ในระเบียบวาระการประชุม หากมีเรื่องย่อย ๆ จะเรียกเรื่องย่อยว่าญัตติ
8. หนังสือหรือจดหมายเชิญประชุม หมายถึงเอกสารที่จะต้องแจ้งให้ผู้ประชุมทราบ เกี่ยวกับวัน เวลา สถานที่ พร้อมทั้งระเบียบวาระการประชุม โดยต้องส่งล่วงหน้าก่อนวันประชุมอย่างน้อย 7 วัน
9. รายงานการประชุม หมายถึงเอกสารที่ได้จากการที่เลขานุการเป็นจดบันทึกความเห็นของผู้เข้าประชุม ตามระเบียบวาระและญัตติ พร้อมทั้งมติของที่ประชุมในแต่ละญัตติ โดยจัดทำเป็นรายงานตามรูปแบบ ที่กำหนด
10. เสนอหมายถึงการบอกให้ที่ประชุมพิจารณาเรื่องที่ต้องการให้เสนอเพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น
 11. อภิปราย หมายถึงการแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องที่น่าเสนอ โดยต้องมีเหตุผลประกอบ
 12. เห็นชอบ หมายถึงการแสดงความคิดเห็นสนับสนุนต่อเรื่องที่มีผู้เสนอ
 13. ไม่เห็นชอบ หมายถึงการแสดงความคิดเห็นที่คัดค้านหรือไม่เห็นด้วยต่อเรื่องที่มีผู้เสนอ
 14. ผู้เข้าร่วมประชุม หมายถึงผู้ที่มาปรากฏตัว ณ ที่ประชุมเพื่อทำหน้าที่ร่วมให้ข้อมูลแก่ที่ประชุม แต่ไม่มีสิทธิ์ร่วมลงมติ

กระบวนการจัดประชุม

การจัดประชุมในแต่ละครั้งจำเป็นต้องมีการวางแผนและการเตรียมการที่ดี เพื่อให้การประชุมได้ผล ตามความต้องการของผู้ที่จัดประชุมนั้น บุคคลที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลหรือจัดเตรียมการประชุม จำเป็นต้องเข้าใจลักษณะของการประชุม รูปแบบการประชุม และวัตถุประสงค์ของการประชุมอย่างชัดเจน เพื่อที่จะสามารถดำเนินการได้ถูกต้องตามระเบียบวิธีการ คำนึงค่ากับเวลา และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ดังนั้น เพื่อให้การประชุมดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดจากการประชุม จึงแบ่งการดำเนินการ ออกเป็นช่วงต่าง ๆ ดังนี้

1. การดำเนินการก่อนการประชุม ผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการ ได้แก่ ประธานในที่ประชุม เลขานุการ และผู้ช่วยเลขานุการในกรณีที่มี โดยมีการดำเนินการดังนี้

1.1 การวางแผนก่อนการประชุม ในขั้นตอนนี้ประธานจะเป็นผู้กำหนดเป้าหมายการประชุม เพราะเป็นผู้ที่ต้องเข้าใจและรู้ถึงเรื่องที่จะต้องนำเข้าสู่ที่ประชุม รวมถึงผู้เกี่ยวข้องที่จะต้องเข้าร่วม ประชุม พร้อมทั้งเป็นผู้กำหนดวันเวลาและสถานที่ประชุมด้วย

1.2 การกำหนดระเบียบวาระการประชุม เป็นสิ่งที่บอกให้ผู้ประชุมทราบขอบเขตของการประชุม และทราบล่วงหน้าเกี่ยวกับเรื่องที่ประชุม ส่วนวาทะที่ใช้จะต้องมีลักษณะเป็นทางการ ใช้ ข้อความที่กระชับรัด ไม่เยิ่นเย้อและยืดเยื้อจนเกินไป และต้องสามารถสรุปใจความสำคัญได้ตรงประเด็น ใน ส่วนของการกำหนดระเบียบวาระเป็นอำนาจของประธาน ส่วนในการจัดเรียงลำดับประเด็นย่อยอาจมอบให้ เลขานุการเป็นผู้ดำเนินการจัดลำดับก็ได้ โดยปกติมี 5 ระเบียบวาระ ได้แก่

1.2.1 ระเบียบวาระที่ 1 เรื่องที่ประธานแจ้งให้ที่ประชุมทราบ ได้แก่เรื่อง ที่ ประธาน เห็นว่าเป็นประโยชน์และที่ประชุมควรรับทราบ

1.2.1 ระเบียบวาระที่ 2 เรื่องรับรองรายงานการประชุม เป็นการให้ที่ ประชุมลงมติ เพื่อรับรองรายงานการประชุมครั้งก่อนหน้านี้ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้เข้าประชุมได้ตรวจสอบว่าเป็นไปตาม มติที่ประชุมหรือไม่

1.2.3 ระเบียบวาระที่ 3 เรื่องสืบเนื่อง หมายถึงเรื่องที่ค้างพิจารณาจากการ ประชุม ครั้งที่แล้ว หรือเป็นเรื่องที่มีผู้ได้รับมอบหมายจากที่ประชุมให้ไปดำเนินการ และนำมา รายงานต่อที่ ประชุม

1.2.4 ระเบียบวาระที่ 4 เรื่องเสนอเพื่อพิจารณา ได้แก่เรื่องที่เป็นหัวข้อสำคัญที่ต้อง มีการจัดประชุม

1.2.5 ระเบียบวาระที่ 5 เรื่องอื่น ๆ (ถ้ามี) อาจเป็นเรื่องที่ผู้เข้าประชุม ต้องการแจ้ง ให้ทราบ โดยไม่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการประชุม หรืออาจเป็นเรื่องที่ไม่สามารถบรรจุไว้ใน ระเบียบวาระได้ทัน โดยได้ปรึกษากับประธานแล้ว ทั้งนี้ต้องอยู่ภายในกรอบเวลาของการ ประชุมด้วย

1.3 การออกหนังสือเชิญประชุม โดยปกติเป็นหน้าที่ของเลขานุการ กรณีที่เชิญผู้เข้าประชุมที่ บุคคลภายในองค์กร มักจะใช้การเขียนบันทึกแจ้งเป็นรายบุคคล หากเป็นบุคคลภายนอกจะใช้การส่ง จดหมาย เชิญ การออกหนังสือเชิญสามารถจัดทำได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

1.3.1 หนังสือเชิญประชุมแบบแจ้งระเบียบวาระการประชุมอยู่ในฉบับเดียวกัน ใช้ใน กรณีที่มี ระเบียบวาระการประชุมไม่มาก และสามารถแจ้งวันเวลาและสถานที่ประชุมลงไป ในแผ่นเดียวกันได้

1.3.2 หนังสือเชิญประชุมแบบแยกกับระเบียบวาระการประชุม ใช้ในกรณีที่มีระเบียบวาระ หลายเรื่อง ไม่สามารถแจ้งระเบียบวาระการประชุมให้อยู่ในฉบับเดียวกันได้ ดังนั้นเพื่อความสะดวกจึงต้องแยก ออกจากกัน

1.4 การจัดเตรียมเอกสารการประชุม นอกเหนือจากหนังสือเชิญประชุม และ ระเบียบวาระการประชุมแล้ว ในการส่งหนังสือเชิญประชุม จา เป็นต้องมีเอกสารอื่น ๆ ที่ต้องส่งไปด้วย เช่น รายงานการประชุมครั้งที่แล้ว เอกสารที่เกี่ยวข้องกับวาระที่จะต้องพิจารณาหนังสือมอบฉันทะการเข้าประชุม แทน เป็นต้น เอกสารเหล่านี้ถึงแม้ว่าจะส่งไปให้ผู้เข้าประชุมล่วงหน้าแล้ว แต่ในวันประชุมจริง เลขานุการต้อง จัดเตรียมไว้ให้พร้อมเพื่อแจกผู้เข้าประชุมด้วย โดยทั่วไปจะมีการจัดเอกสารต่าง ๆ เรียงตามลำดับของวาระ โดยกำหนดเลขหน้าให้เรียบร้อย เพื่อสะดวกในการแจ้งให้ดูขณะประชุม

โดยทั่วไปเอกสารประกอบการประชุม จะอยู่ในความรับผิดชอบของเจ้าของเรื่อง ซึ่ง ต้องมีการจัดเตรียมให้ครบจำนวนผู้เข้าประชุม โดยเลขานุการมีหน้าที่รวบรวมและจัดให้ดูวาระ ในกรณีที่เอกสารมีรายละเอียดค่อนข้างมาก หรือมีความซับซ้อน เลขานุการต้องสรุปสาระสำคัญของเรื่องนั้น ๆ เพื่อ ความสะดวกและรวดเร็วในการพิจารณา

ในการประชุมบางครั้งอาจต้องใช้เอกสารอ้างอิงเพื่อประกอบการพิจารณา เช่น กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ เลขานุการต้องมีการจัดเตรียมไว้ เพื่อความสะดวกเมื่อมีการเรียกใช้

1.5 การจัดเตรียมด้านกายภาพ เป็นความรับผิดชอบของเลขานุการในการ ประสานงานกับ ผู้เกี่ยวข้อง ในการจัดเตรียมด้านกายภาพให้มีความพร้อมตั้งแต่เริ่มประชุมจนเสร็จสิ้นการประชุมในแต่ละครั้ง การเตรียมความพร้อมด้านกายภาพ ได้แก่ สถานที่ใช้จัดประชุม อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในวันประชุม การจัดที่นั่งสำหรับผู้เข้าประชุม และการจัดเตรียมอาหารสำหรับผู้เข้าประชุม

1.5.1 การจัดเตรียมความพร้อมของสถานที่ประชุม ได้แก่ โต๊ะ เก้าอี้ มี จำนวนเพียงพอสำหรับ ผู้เข้าประชุม แสงสว่างเพียงพอ เครื่องปรับอากาศ เครื่องเสียง ไมค์ตั้งโต๊ะพร้อมใช้งาน หากมีสิ่งใดชำรุดต้องเร่งแก้ไขให้สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี กรณีที่ไม่สามารถแก้ไขได้อาจต้องมีการ เปลี่ยนห้องประชุม ซึ่งต้องแจ้งให้ผู้เข้าประชุมได้รับทราบกันอย่างทั่วถึง นอกจากนั้นการขจัดกลิ่นอับชื้นก็เป็น สิ่งที่ควรต้องดำเนินการโดยเร่งด่วนเช่นเดียวกัน

1.5.2 การจัดเตรียมวัสดุกรณ์ ได้แก่ กระดาษเปล่า ดินสอ ปากกา ป้ายชื่อผู้ เข้าประชุม คอมพิวเตอร์ เครื่องฉายและจอ เครื่องบันทึกเสียง เอกสารที่เกี่ยวข้องกับประเด็นพิจารณาในระเบียบวาระการประชุม ควรต้องจัดเตรียมไว้ให้พร้อมกรณีที่มีการเรียกใช้

1.5.3 การจัดเตรียมที่นั่งสำหรับผู้ประชุม หลักการโดยทั่วไปที่นั่งของ ประธาน รองประธาน และเลขานุการ หรือกรณีที่มีผู้ช่วยเลขานุการด้วยนั้น มักจะจัดให้อยู่ในส่วนที่เห็นชัดเจน รองประธานนั่งด้านขวามือของประธาน เลขานุการและผู้ช่วยเลขานุการนั่งด้าน

ซ้ายมือของประธาน ส่วนผู้เข้า ประชุมจะนั่งตามลำดับความสำคัญของสายงานหรือตำแหน่ง ซึ่งจะมีป้ายชื่อวางไว้ ผู้มาเข้าร่วมประชุมมักจะจัดที่นั่งแยกไว้ให้ต่างหาก หรืออาจจัดให้นั่งแยกห้องต่างหากก็ได้ เมื่อถึงระเบียบวาระที่เกี่ยวข้องเลขานุการจะ เป็นผู้มาเชิญให้เข้าร่วมประชุมด้วย

สำหรับรูปแบบการจัดที่นั่งสำหรับผู้เข้าประชุม สามารถจัดได้หลายลักษณะ ขึ้นอยู่กับเป้าหมายของการประชุม จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม ขนาดของห้องประชุม รวมถึงความเหมาะสมของ สถานที่ด้วย ลักษณะที่มักใช้จัดในการประชุม ได้แก่

- 1) การจัดแบบเวที ใช้จัดกรณีที่มีผู้เข้าประชุมเป็นจำนวนมาก
- 2) การจัดแบบรูปเกือกม้า หรือรูปตัว U ใช้จัดกรณีที่มีผู้เข้า ประชุมจำนวนไม่มาก ซึ่งช่วยให้ผู้เข้าประชุมได้มีโอกาสทำความรู้จักกันด้วย
- 3) การจัดแบบห้องเรียน ใช้จัดกรณีที่มีผู้เข้าประชุมจำนวนมาก และต้องการให้ผู้เข้าประชุมจดได้บันทึก ทั้งนี้อาจมีการมอบหมายให้ทำรายงานในเรื่องที่เกี่ยวข้องด้วย
- 4) การจัดแบบโต๊ะกลม เหมาะสำหรับการประชุมกลุ่มเล็ก เพื่อให้ ได้มีการปรึกษาหารือกันอย่างใกล้ชิดและสามารถเห็นหน้ากันได้ทุกคน
- 5) การจัดแบบรูปตัวที (T) ใช้จัดกรณีที่มีผู้เข้าประชุมไม่มาก

1.5.4 การจัดเตรียมอาหารสำหรับผู้เข้าประชุม โดยทั่วไปมักจะบริการ อาหารว่างก่อนการประชุม กล่าวคือในระหว่างรอผู้เข้าประชุมให้ครบองค์ประชุม หากการประชุมครั้งนั้นปิด ประชุมใกล้เวลาเที่ยง เลขานุการต้องจัดเตรียมอาหารกลางวันให้แก่ผู้เข้าประชุม หรือเป็นการประชุมในช่วง บ่ายที่มีระเบียบวาระการประชุมจ านวนมากและมีความสำคัญ ไม่สามารถเลื่อนเวลาไปได้ต้องพิจารณาให้เสร็จสิ้นในครั้งนั้น ต้องมีการจัดเตรียมอาหารเย็นให้แก่ผู้เข้าประชุมเช่นเดียวกัน อาหารที่จัดให้มักเป็นอาหารจาน เดียวเพื่อความสะดวกในการรับประทาน และใช้เวลาไม่มาก

2. การดำเนินการขณะประชุม ผู้ที่มีบทบาทสำคัญได้แก่ประธานในที่ประชุม ที่จะต้องใช้เทคนิคใน การบริหารจัดการขณะประชุมให้เป็นไปตามระเบียบวาระการประชุม ภายในกรอบเวลาที่กำหนดไว้ และบรรลุ เป้าหมายตามที่ต้องการ โดยมีขั้นตอนดำเนินการประชุมดังนี้

2.1 การลงทะเบียน เมื่อผู้เข้าประชุมมาถึงห้องประชุม ต้องมาลงทะเบียนหรือลงนามเพื่อเป็นหลักฐานในการเข้าประชุม พร้อมทั้งรับเอกสารการประชุม และเข้านั่งประจำ ที่ตามที่จัดไว้ กรณีที่มีค่าตอบแทนในการเข้าประชุม หรือที่เรียกว่าเบี้ยประชุม ก็จะได้รับในช่วงนี้ โดยมีเลขานุการเป็นผู้ดูแล รับผิดชอบ

2.2 การนับองค์ประชุม เมื่อถึงกำหนดการประชุม เลขานุการจะนับองค์ประชุม เมื่อครบองค์ประชุมแล้ว เลขานุการจะแจ้งให้ประธานทราบ เพื่อให้ประธานดำเนินการขั้นต่อไป

2.3 การกล่าวเปิดประชุม ก่อนที่ประธานจะดำเนินการเปิดการประชุม อาจมีการกล่าวทักทาย หรือกล่าวขอบคุณผู้เข้าประชุม จากนั้นจึงกล่าวเปิดประชุม และมอบให้เลขานุการแจ้งระเบียบวาระการประชุม ทั้งนี้ การพูดของประธานต้องมีความต่อเนื่องและเป็นธรรมชาติ เพื่อให้บรรยากาศการประชุม ไม่ตึงเครียด หรือดูเป็นกันเองมากเกินไป

2.4 การแจ้งระเบียบวาระการประชุม เป็นหน้าที่สำคัญของเลขานุการ ต้องอ่านด้วยน้ำเสียงที่ดัง ชัดเจนจนครบทุกวาระการประชุม

2.5 ประธานดำเนินการประชุมตามระเบียบวาระที่ 1 เรื่องที่ประธานแจ้งให้ที่ประชุม ทราบ โดยประธานเป็นผู้แจ้ง ผู้เข้าประชุมไม่จำเป็นต้องแสดงความคิดเห็น แต่สามารถสอบถามเพื่อความ ชัดเจนได้

2.6 ประธานดำเนินการประชุมตามระเบียบวาระที่ 2 เรื่องรับรองรายงานการประชุม หรืออาจมอบให้เลขานุการดำเนินการแทนก็ได้ โดยทั่วไปวิธีการรับรองรายงานการประชุม มักจะให้ดู พร้อมกันไปที่ละหน้า ซึ่งประธานถือว่าผู้เข้าประชุมได้อ่านมาก่อนแล้ว ตามที่ส่งไปพร้อมกับหนังสือเชิญประชุม เป็นการให้ที่ประชุมลงมติเพื่อรับรองรายงานการประชุมครั้งก่อนหน้านี้ เป็นไปตามมติที่ประชุมหรือไม่ หากมี ข้อแก้ไขผู้เข้าประชุมสามารถทักท้วงและขอให้แก้ไขได้ ทั้งนี้ มิใช่การนำเรื่องที่มีมติไปลงมาอภิปรายกันใหม่

2.7 ประธานดำเนินการตามระเบียบวาระที่ 3 เรื่องสืบเนื่อง เพื่อเป็นการติดตามเรื่อง ที่ได้มีการมอบหมายจากที่ประชุมให้ไปดำเนินการ และนำมารายงานต่อที่ประชุม หรืออาจเป็นเรื่องที่ผู้เข้า ประชุมต้องการทราบความคืบหน้าของประเด็นที่ปรากฏในรายงานการประชุมครั้งที่ผ่านมาก็ได้

2.8 ประธานดำเนินการตามระเบียบวาระที่ 4 เรื่องเสนอเพื่อพิจารณา ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจของการประชุมในแต่ละครั้ง เพื่อพิจารณาประเด็นที่ต้องการขอคำแนะนำ ปรึกษา ประธานต้องมีทั้งศาสตร์และศิลป์ในการที่จะทำให้ผู้เข้าประชุมร่วมแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์มากที่สุด รวมทั้งการ ควบคุมการพิจารณาให้อยู่ในประเด็นและอยู่ในกรอบเวลา เพราะเมื่อพิจารณาแล้วผลลัพธ์ที่ได้หากออกมาเป็น อย่างไร ให้ถือว่าเป็นมติของที่ประชุม ซึ่งจะมีผลในทางปฏิบัติต่อไป

2.9 ประธานดำเนินการตามระเบียบวาระที่ 5 เรื่องอื่น ๆ (ถ้ามี) ซึ่งอาจมีหรือไม่มีก็ได้ โดยทั่วไปมักเป็นเรื่องที่ผู้เข้าประชุมต้องการแจ้งให้ทราบ โดยอาจไม่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการประชุม หรืออาจเป็นเรื่องเร่งด่วนที่ต้องพิจารณา อย่างไรก็ตาม ขึ้นอยู่กับเวลาของ

การประชุมยังมีเหลือพอที่จะ พิจารณาได้ทันท่วงทีหรือไม่ทั้งนี้ไม่ควรให้เกินก าหนดการประชุมที่ ได้กำหนดไว้แล้ว

2.10 การกล่าวปิดประชุม เมื่อดำเนินการประชุมครบทุกระเบียบวาระแล้ว ประธาน จะแจ้งกำหนดการประชุมครั้งต่อไป หรืออาจให้เลขานุการเป็นผู้แจ้ง จากนั้นประธานกล่าว ปิดการประชุม พร้อมทั้งขอบคุณผู้เข้าประชุมทุกคน

2.11 เลขานุการมีหน้าที่ต้องจดบันทึกการประชุม โดยอาจมีผู้ช่วยเลขานุการเป็นผู้ ช่วยเหลือ หรืออาจมีการบันทึกเทปไว้ก็ได้

3. การดำเนินการหลังประชุม หลังจากเสร็จสิ้นการประชุมแล้ว เลขานุการ และ ผู้ช่วยเลขานุการ ต้องดำ เนินการจัดทำรายงานการประชุม การแจ้งมติที่ประชุมไปยังผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยความเห็นชอบของประธาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพจากการประชุมต่อไป โดยมีการด าเนินการ ดังนี้

3.1 การจัดทำรายงานการประชุม รายงานการประชุมเป็นหลักฐานที่มีปรากฏเป็น ลายลักษณ์อักษร ที่สามารถใช้อ้างอิงได้ ดังนั้นการจดบันทึกรายงานการประชุมแต่ละครั้ง ต้องมีการเรียบเรียง ให้ถูกต้องตามระเบียบการเขียนรายงานการประชุม โดยจะประกอบด้วย เนื้อหาเรียงตามระเบียบวาระการประชุม พร้อมทั้งมติของที่ประชุมที่มีต่อระเบียบวาระนั้น ๆ

รายงานการประชุมที่ดี ต้องมีเนื้อหาถูกต้องตรงตามที่ประชุมอภิปราย มติถูกต้อง ชัดเจน และครบถ้วน สามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย ใช้ภาษาราชการที่กระชับ เป็นประโยชน์ บอกเล่าได้ใจความ ควรใช้ประโยคความเดียวที่ไม่มีคำเชื่อมมาก เพื่อหลีกเลี่ยงความเยิ่นเย้อ ยืดยาวของประโยค ต้องมีวรรคตอนและตัวสะกดที่ถูกต้อง

3.2 โครงสร้างของรายงานการประชุม มีหลักการและแนวทางการเขียนดังนี้

3.2.1 ระบุว่าเป็นรายงานการประชุมของผู้ประชุมกลุ่มใด เช่น รายงานการประชุมสภาวิชาการ รายงานการประชุมคณะกรรมการประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครปฐม เป็นต้น

3.2.2 ระบุครั้งที่ประชุม ให้ลงเป็นครั้งที่ที่ประชุมเป็นรายปี โดยให้นับการ ประชุมครั้งแรกของปีปฏิทิน เป็นครั้งที่ 1 เรียงจำนวนครั้งจนสิ้นสุดปีปฏิทิน ดังนี้ ครั้งที่ 12/2556 พอขึ้นปีปฏิทินใหม่ให้นับเป็นครั้งที่ 1/2557

3.2.3 ระบุวันเดือนปีที่ประชุมทุกครั้ง ดังนี้ เมื่อวันที่ 25 มกราคม 2557

3.2.4 ระบุสถานที่ใช้ประชุมดังนี้ ณ ห้องประชุมสภามหาวิทยาลัย

3.2.5 ระบุชื่อผู้มาประชุมทุกคน พร้อมทั้งตำแหน่ง โดยใช้คำนำหน้าตามตามระเบียบราชการ หรือบางแห่งอาจใช้ตามความนิยมก็ได้ กรณีมีมาประชุมแทนให้ระบุว่ามาประชุมแทนผู้ใด

3.2.6 ระบุชื่อผู้ไม่มาประชุมทุกคน พร้อมทั้งตำแหน่ง และระบุเหตุผลที่ไม่สามารถมาประชุมได้

3.2.7 ระบุชื่อผู้ร่วมประชุมทุกคน พร้อมทั้งตำแหน่งหรือสังกัด

3.2.8 ระบุเวลาเริ่มประชุม

3.2.9 เนื้อหาให้เรียงตามระเบียบวาระการประชุม พร้อมทั้งมติที่ประชุม

3.2.10 ระบุเวลาเลิกประชุม

3.2.11 ระบุชื่อผู้บันทึกการประชุม และผู้ตรวจรายงานการประชุม

3.3 การจัดเก็บรายงานการประชุม ต้องจัดเก็บอย่างมีระบบ และระบบที่กำหนดขึ้นต้องสะดวก และง่ายต่อการเรียกใช้ได้ทันที

3.4 การเผยแพร่รายงานการประชุม ขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์การหรือหน่วยงานนั้น ๆ อาจให้เผยแพร่ทั้งฉบับ หรืออาจให้เผยแพร่เฉพาะมติที่ประชุมในระเบียบวาระเพื่อพิจารณา เป็นต้น ช่องทางการเผยแพร่อาจทำเป็นหนังสือเวียนไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรืออาจเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ของ องค์การหรือหน่วยงานก็ได้

สรุป

การจัดประชุมเป็นงานที่มีความสำคัญ การที่จะจัดการประชุมให้มีประสิทธิภาพ ต้องมีการเตรียมการประชุมอย่างเหมาะสมและรอบคอบ และดำเนินการประชุมให้ตรงตามเป้าหมายที่ต้องการ โดยต้องมีการศึกษาให้เข้าใจเพื่อที่จะได้มีแนวทางในการนำไปปฏิบัติ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการประชุมในแต่ละครั้ง

คำถามทบทวน

- 1.1 จงอธิบายความหมายของการประชุม
- 1.2 คำว่า แปรุ้ตติ ในการประชุม หมายถึงอะไร
- 1.3 จงอธิบายกระบวนการจัดประชุม
- 1.4 รูปแบบการจัดที่นั่งในห้องประชุมมีกี่แบบ อะไรบ้าง
- 1.5 ระเบียบวาระการประชุม มีกี่วาระ อะไรบ้าง

เอกสารอ้างอิง

สุณีย์ บริสุทธิ์ และคณะ แบบอย่างการลงทุน ธุรกิจท่องเที่ยว MICE เชียงใหม่: พลอยการพิมพ์,
2548 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ อุทยานแม่ฟ้าหลวงในภูมิภาค
เอเชีย กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

แผนบริหารการสอนประจำบทที่ 5

หัวข้อเนื้อหา

1. รูปแบบการจัดงานแสดงสินค้า
2. องค์ประกอบงานแสดงสินค้า
3. จุดมุ่งหมายผู้เข้าชมงาน
4. การเลือกเข้าร่วมงานแสดงสินค้า
5. ขั้นตอนการเข้าร่วมงานจัดแสดงสินค้า

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

ภายหลังจากการศึกษาจบบทนี้แล้ว นักศึกษาสามารถ

1. แบ่งและจำแนกประเภทของรูปแบบการจัดงานแสดงสินค้าได้
2. อธิบายองค์ประกอบงานแสดงสินค้าได้
3. แจกแจงจุดมุ่งหมายของผู้เข้าชมงานได้
4. อธิบายขั้นตอนการเข้าร่วมงานจัดแสดงสินค้าได้

วิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนรู้การสอน

1. อธิบายโดยใช้สื่อประกอบการสอน
2. อธิบายโดยการแสดงตัวอย่าง
3. การตั้งคำถามเพื่อให้นักศึกษาเกิดความคิด

สื่อการเรียนการสอน

1. เอกสารประกอบการสอน
2. แผ่นโปสเตอร์และอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการบรรยาย
3. ข้อมูลดิจิทัล

การวัดผล

1. สังเกตจากความสนใจในการบรรยาย
2. พิจารณาการตอบคำถามของนักศึกษา
3. การตรวจผลงานจากการทำแบบทดสอบ

บทที่ 5

การจัดงานแสดงสินค้า

การจัดงานแสดงสินค้า มีบทบาทสำคัญในการสร้างโอกาสและรายได้ให้แก่ผู้คนเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ผู้เข้าชมงานผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า ผู้รับจัดงานแสดงสินค้า ธุรกิจให้เช่าและบริการด้านสถานที่ ธุรกิจที่พัก ธุรกิจขนส่งสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ งานแสดงสินค้ายังเป็นการนำผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงซึ่งได้แก่ผู้ซื้อและผู้ขายมารวมไว้ในสถานที่เดียวกัน เพื่ออำนวยความสะดวกและประหยัดเวลาในการเดินทางไปแสวงหาสิ่งที่ต้องการ ขณะเดียวกันผู้ซื้อสามารถเลือกสรรสินค้าได้ตามความต้องการ รวมไปถึงการรับรู้ข้อมูลเพื่อการ เปรียบเทียบอันนำไปสู่การตกลงที่จะซื้อขายซึ่งกันและกันต่อไป ดังนั้น การจัดงานแสดงสินค้าในแต่ละครั้งจึง ต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบ และคำนึงถึงความคุ้มค่าเป็นสำคัญ

รูปแบบของการจัดงานแสดงสินค้า

การจัดงานแสดงสินค้านี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการสร้างคุณค่าของงานเพื่อให้ ผู้ประกอบการมีความสนใจในการที่จะนำสินค้ามาร่วมแสดง และกระตุ้นให้ผู้ซื้อหรือผู้ชมงานมีความสนใจใน สินค้าที่มาจัดแสดง รูปแบบการจัดงานแสดงสินค้าจะแบ่งตามประเภทสินค้า ดังนี้

1. งานแสดงสินค้าเฉพาะด้าน หมายถึงงานที่จัดแสดงสินค้าที่อยู่ธุรกิจประเภทเดียวกันทั้งหมดรวม ไปถึงวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตของธุรกิจนั้น ๆ เช่น งานตลาดนัด คอมพิวเตอร์ งานแสดงสินค้าอุตสาหกรรมยานยนต์ งานมอเตอร์โชว์ เป็นต้น ผู้เข้าชมงานจะมีเป้าหมายที่ ชัดเจนในการมาชมงาน

การจัดงานแสดงสินค้าเฉพาะด้าน โดยทั่วไปมักจะมีขนาดเล็ก ดังนั้นจำเป็นต้องมีกิจกรรมเสริมใน งาน เช่น การจัดประชุมวิชาการ การจัดเสวนา และการจัดกิจกรรมความบันเทิงให้แก่ผู้เข้าชมงาน นอกจากนี้มักจะมีการจัดนิทรรศการให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่จัดแสดงด้วย ในส่วนของการจัดการให้เข้าชม งาน มักมีการแยกคุณสมบัติของผู้เข้าชมตามสถานภาพ เช่น วันแรกเฉพาะผู้ประกอบการและผู้จัดจำหน่ายเพื่อ พบปะเจรจาธุรกิจ ส่วนวันต่อไปจึงจะเปิดให้ผู้ซื้อทั่วไปเข้าชมงานได้ตามปกติ

2. งานแสดงสินค้าทั่วไป หมายถึงการจัดแสดงสินค้าในภาพกว้าง เช่น การจัดแสดงสินค้าเพื่อสุขภาพ สินค้าที่มาร่วมจัดแสดงต้องเกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ ได้แก่ อาหารเพื่อสุขภาพ ผักและผลไม้สดออร์แกนิกส์ ข้าวสารอินทรีย์ อาหารเสริม ที่นอน ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากธรรมชาติ อุปกรณ์

ประกอบอาหาร เป็นต้น การจัดแสดงสินค้าประเภทของตกแต่งบ้าน สินค้าร่วมจัดแสดง ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ โคมไฟ ต้นไม้ อุปกรณ์จัดสวน ของ แต่งบ้านสไตล์วินเทจ ผ้าม่าน หมอนอิง เป็นต้น

การจัดงานแสดงสินค้าในลักษณะนี้ มักเป็นงานที่ต้องใช้พื้นที่จำนวนมาก เนื่องจากจะมีผู้ประกอบการจากหลากหลายธุรกิจมาร่วมแสดง กลุ่มผู้ชมงานจึงมีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับความสนใจแต่ เดิมและความน่าสนใจของสินค้าด้วย

3. งานเอ็กซ์โป (EXPO) หมายถึงการจัดแสดงสินค้าที่มีขนาดใหญ่ และใช้เวลาในการจัดแสดงเป็น เวลานาน ตั้งแต่ 3 สัปดาห์ จนถึง 6 เดือน การจัดงานในลักษณะนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อการเผยแพร่ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ด้านเทคโนโลยี การเมือง การศึกษา และวัฒนธรรม เป็นต้น โดยมีได้ มีจุดหมายทางการค้าเป็น สำคัญ เช่น งานเอ็กซ์โปโลก จัดขึ้นทุก ๆ 3 ปีถึง 5 ปี โดยจัดหมุนเวียนไป ตามประเทศต่าง ๆ โดยมีระยะเวลา การจัดประมาณ 6 เดือน งานเอสเอ็มอี ไทยแลนด์ เอ็กซ์โป 2014 (SME Thailand Expo 2014) ภายในงานมี การจัดแสดงสินค้าจากผู้ประกอบการ มีการจัด สัมมนาและให้ค าแนะนำปรึกษาเกี่ยวกับการลงทุนแก่ผู้สนใจ กำหนดจัดงานเป็นเวลา 2 สัปดาห์

การจัดงานเอ็กซ์โปมักเป็นการจัดงานระดับนานาชาติ ใช้เวลาในการ เตรียมงานนาน และใช้ งบประมาณสูงมาก ผู้เข้าร่วมแสดงสินค้านักจะเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงระดับโลก สถาบันวิจัย และ องค์กรภาครัฐ และเอกชนที่มีได้แสวงหาผลกำไร สถานที่จัดมักจะเป็นประเทศที่มีความพร้อมในการ รองรับผู้คนจำนวนมาก ผู้ เข้าร่วมงานจะเป็นผู้ที่สนใจในความแปลกใหม่ และแสวงหาวิทยาการความรู้ ใหม่ ๆ การจัดงานเอ็กซ์โปมักเป็นการจัดงานระดับนานาชาติ ใช้เวลาในการ เตรียมงานนาน และใช้ งบประมาณสูงมาก ผู้เข้าร่วมแสดงสินค้านักจะเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงระดับโลก สถาบันวิจัย และ องค์กรภาครัฐ และเอกชนที่มีได้แสวงหาผลกำไร สถานที่จัดมักจะเป็นประเทศที่มีความพร้อมในการ รองรับผู้คนจำนวนมาก ผู้ เข้าร่วมงานจะเป็นผู้ที่สนใจในความแปลกใหม่ และแสวงหาวิทยาการความรู้ ใหม่ ๆ

องค์ประกอบของงานแสดงสินค้า

งานแสดงสินค้าเป็นงานที่ต้องมีการวางแผนการจัดการที่ดี โดยเฉพาะสถานที่จัดงาน ต้องมี ความเหมาะสม มีระยะเวลาในการจัดที่แน่นอน ในบางครั้งอาจมีการจัดแสดงนิทรรศการเพื่อ ผลประโยชน์ทางธุรกิจและผลประโยชน์ทางการค้าร่วมด้วย เพื่อสร้างสีสันให้แก่งานก็ได้ โดยทั่วไป งานแสดง สินค้ามีองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้

1. ผู้จัดงาน นับว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ในการที่จะท าให้การจัดแสดงสินค้านี้ มีความ น่าสนใจ และนำไปสู่ความสำเร็จของการจัดงาน เนื่องจากผู้จัดงานต้องทำหน้าที่วางแผนการต่าง ๆ ทั้งหมด ตั้งแต่กำหนดการจัดงานแสดงสินค้า เลือกประเภทสินค้าที่จะนำมาจัดแสดงโดยคำนึงถึงความ ต้องการ ของผู้เยี่ยมชมงานที่เป็นกลุ่มใหญ่เป็นสำคัญ การจัดเตรียมสถานที่รวมถึงอุปกรณ์ในการจัด

แสดงงาน มักจะ เลือกสถานที่ที่เป็นแหล่งผลิตสินค้าประเภทนั้นหรือบริเวณใกล้เคียง การเชิญชวน ผู้ประกอบการจากภาคส่วน ต่าง ๆ ให้มาร่วมแสดงสินค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์งานสู่ผู้ชมงาน ผู้จัดงานอาจเป็นได้ทั้งภาครัฐหรือเอกชน หรืออาจเป็นความร่วมมือระหว่างกัน โดยทั่วไปผู้จัดงานแสดง สินค้าหากมีความเป็นมืออาชีพ มีผลงาน เป็นที่ยอมรับ มีทีมงานที่ดี ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะให้ความเชื่อถือ และเต็มใจในการนำสินค้ามาร่วมจัด แสดง เนื่องจากสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่ายในการแนะนำ สินค้าต่อผู้บริโภค

2. ผู้เข้าชมงาน เป็นองค์ประกอบที่บ่งชี้ถึงความสำเร็จของการจัดงานแสดงสินค้าของผู้จัดงาน กล่าวคือถ้าผู้จัดงานเลือกวันเวลาในการจัดแสดงสินค้าได้อย่างเหมาะสม สถานที่จัดงานมีความ สะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึง การประชาสัมพันธ์ที่สามารถดึงดูดให้เกิดการรับรู้ รวมไปถึง ประเภทของ สินค้าที่จัดแสดงตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชมงาน เนื่องจากผู้เข้าชมงานส่วนใหญ่ ก็คือผู้ที่ต้องการซื้อ สินค้าที่นำมาจัดแสดง อันเนื่องมาจากความพึงพอใจในสินค้าแต่เดิมแล้ว หรือ อาจมีความต้องการทดลองสินค้า ใหม่ ๆ ที่ต่างไปจากที่เคยใช้อยู่เป็นประจำ แต่ก็ยังมีชมอีกบางส่วนที่ ต้องการมาชมงานเพื่อการศึกษาหาข้อมูล ของสินค้าตามความสนใจหรือเพื่อต่อยอดสินค้าของตัวเอง หรืออาจมาชมเพื่อการเจรจาทางธุรกิจกับ ผู้ประกอบการโดยตรง

3. ผู้ประกอบการ หมายถึงผู้ที่ร่วมนำสินค้ามาจัดแสดง ซึ่งมักจะเป็นผู้ผลิตและเป็นผู้จัด จำหน่ายด้วย ซึ่งอาจจะเป็นผู้ประกอบการภายในประเทศหรือต่างประเทศก็ได้ หรืออาจจะเป็นการ รวมกลุ่ม ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน หรืออาจจะเป็นหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้การ สนับสนุนการจัดงาน แสดงสินค้าในครั้งนั้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการเหล่านี้ต้องมีคุณสมบัติเป็นไปตาม เงื่อนไขที่ผู้จัดงานกำหนดไว้ ถึงแม้ว่าสินค้าของผู้ประกอบการแต่ละรายจะมีความหลากหลายและ แตกต่างกันไป ผู้จัดงานจะเป็นผู้พิจารณา คัดเลือก และแบ่งประเภทสินค้าที่นำมาจัดแสดงได้อย่าง เหมาะสม ซึ่งสะดวกสำหรับผู้ชมงานในการเลือก พิจารณาตามความต้องการ

4. หน่วยงานบริการ หมายถึงหน่วยงานที่ให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน แสดง สินค้า เช่น บริษัทบริการขนส่งสินค้า บริษัทการจัดพิมพ์เอกสารโฆษณา บริษัทรับบริการติดตั้งบูธ เป็นต้น หน่วยงานบริการเหล่านี้จะช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ ทำให้ประหยัดเวลาและ ค่าใช้จ่าย โดยทั่วไปงานจัดแสดงสินค้าไม่ว่าจะขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ มักจะมีการจัดบริการติดตั้งบูธ ตามขนาดที่ผู้จัด กำหนด โดยมีการคิดค่าบริการตามขนาดของบูธ ส่วนการตกแต่งและการจัดวาง สินค้า จะเป็นหน้าที่ของผู้ร่วม แสดงสินค้า

5. บุคคลสำคัญและสื่อมวลชน เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อผู้จัดงานเป็น อย่างยิ่ง เพราะจะเป็นผู้ที่ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารการจัดงาน ไปสู่สังคมและแวดวงธุรกิจได้อย่างกว้างขวาง และรวดเร็ว เป็นผลให้ผู้เข้าชมงานได้รับรู้กำหนดการจัดงาน และความน่าสนใจของการจัดงานในแต่

ละครั้ง บุคคลสำคัญหรือผู้ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในสังคม เช่น นักธุรกิจที่มีชื่อเสียง นายกสมาคม ผู้นำทางการเมือง ดารา เป็นต้น โดยบุคคลเหล่านี้อาจมาเป็นประธานในพิธีเปิดงาน เยี่ยมชมงาน เป็นวิทยากรบรรยาย หรือมาร่วมงานในพิธีเปิดหรือช่วงใดช่วงหนึ่งของการจัดงาน ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีส่วนช่วยให้งานดูมีความน่าเชื่อถือ และมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันยังช่วยดึงดูดผู้ชมงานกลุ่มใหม่ ๆ เข้ามาชมงานได้อีกด้วย

จุดมุ่งหมายของผู้เข้าชมงาน

ผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าส่วนใหญ่ มักมีจุดมุ่งหมายเพื่อไปซื้อสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาด และ อาจได้รับของสมนาคุณในช่วงเวลาพิเศษ แต่ก็มีผู้ชมงานบางส่วนมีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกันไป โดยสรุปได้ดังนี้

1. ชอบทดลองสินค้าใหม่ ผู้ชมงานที่มีจุดมุ่งหมายแบบนี้จะชอบไปชมงานแสดงสินค้าเพื่อไปศึกษาหา ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่มีความแปลกใหม่ อาจจะไปสู่การพัฒนาต่อยอดตัวสินค้าชนิดนั้น หรืออาจไปแสวงหา ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ไปใช้ในการเรียนการทำงาน ถึงแม้ว่าในงานแสดงสินค้านั้นจะมีผู้ร่วมจัดแสดงสินค้าไม่มากก็ตาม และบางครั้งมักจะมีการจับจ่ายซื้อหากลับมาด้วย

2. แสวงหาความก้าวหน้า ผู้ชมงานกลุ่มนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการมาชมสินค้าที่จัดแสดง โดยเฉพาะไม่มีความสนใจในการจับจ่ายสินค้า ต้องการมาชมเพื่อต้องการศึกษาความก้าวหน้าหรือการพัฒนาในตัวสินค้า หรือ รวบรวมข้อมูลทางเทคนิคของสินค้าที่สนใจ เพื่อเอาไปใช้ประโยชน์ในกระบวนการผลิตสินค้าของตนเอง หรือ เพื่อนำไปใช้ในเขียนข่าวสารประชาสัมพันธ์ หรือเพื่อการแนะนำเผยแพร่สินค้านั้น ๆ

3. ต้องการพบปะผู้จัดจำหน่าย ผู้ชมงานกลุ่มนี้มีเป้าหมายที่ชัดเจนในการที่จะไปเลือกชมสินค้าที่ ตั้งใจมาชมโดยเฉพาะ อันเนื่องมาจากความพึงพอใจในสินค้าแต่เดิมที่อาจหาซื้อได้ยากในท้องตลาด หรืออาจ ต้องการได้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้า หรืออาจมีปัญหาที่ต้องการแจ้งให้เจ้าของสินค้าได้รับทราบเพื่อการ แก้ไขต่อไป

4. เข้าร่วมประชุมสัมมนา ผู้ชมงานกลุ่มนี้มีเป้าหมายหลักเพื่อการมาร่วมประชุมสัมมนาทางด้าน วิชาการ ที่ผู้จัดงานจัดประกอบการจัดแสดงสินค้า เพื่อนำเสนอความก้าวหน้าที่เกี่ยวข้องกับประเภทสินค้าที่จัด แสดง ผู้ชมงานในกลุ่มนี้จะมีเวลาในการชมงานน้อย อาจจะเป็นช่วงเวลาพักหลังรับประทานอาหารกลางวัน หรือหลังจากเสร็จสิ้นการประชุมแล้ว และมักเลือกชมตามความน่าสนใจในการนำเสนอสินค้า มากกว่าที่เลือก ชมแบบเจาะจงสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง

5. พร้อมจะซื้อ ผู้ชมงานกลุ่มนี้มีเป้าหมายหลักในการจับจ่ายซื้อสินค้าโดยตรง หากมีความพึงพอใจ ในตัวสินค้าที่มาจัดแสดง พร้อมที่จะจ่ายเพื่อให้ได้สินค้าตามที่ต้องการ และผู้ชมกลุ่มนี้เป็นกลุ่ม

ที่ผู้จัดงาน ต้องการมากที่สุด ดังนั้นผู้จัดงานต้องพยายามหาผู้ประกอบการให้มาร่วมงานแสดงสินค้ามากที่สุด และต้องมี การจัดหมวดหมู่ ประเภทของสินค้าให้สะดวกต่อการเดินชม

จุดมุ่งหมายของผู้ร่วมแสดงสินค้า

ผู้ร่วมแสดงสินค้าหรือผู้ประกอบการ ต่างมาเข้าร่วมงานโดยมุ่งหวังถึงผลประโยชน์ ที่คาดว่าจะคุ้มค่า กว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดไปเพื่อแลกกับการที่ได้เข้าร่วมงานการจัดแสดงสินค้าในแต่ละครั้ง เนื่องจากการเข้าร่วมงานแต่ละครั้งผู้ร่วมแสดงสินค้า ประกอบไปด้วย

1. การรับใบสั่งซื้อ ในการร่วมงานจัดแสดงสินค้า ผู้ร่วมแสดงสินค้าหรือผู้ประกอบการต่าง มุ่งหวังที่จะได้รับใบสั่งซื้อให้มากที่สุด ถึงแม้ว่าใบสั่งซื้อที่ได้จากลูกค้าที่มาชมงานจัดแสดงสินค้ามักจะ เป็นเพียงใบสั่งซื้อ จำนวนมาไม่มากนัก ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นการสั่งซื้อเพื่อนำไปทดลองจำหน่ายก่อน หากได้ผลการตอบรับที่ดี จึงจะมีการสั่งซื้อในครั้งต่อไป ดังนั้น ผู้ร่วมแสดงสินค้าจึงต้องการใบสั่งซื้อ จำนวนมาก

2. การแสวงหาลูกค้าใหม่ นับว่าเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญไม่แตกต่างจากการได้ ใบสั่งซื้อ แต่ในความเป็นจริงพบว่าในงานแสดงสินค้าจะมีคู่แข่งทางการค้ามากมาย ซึ่งจะทำให้ลูกค้า สามารถ เปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างสินค้าด้วยกันได้ง่าย เนื่องจากจะมีผู้ประกอบการมากมายที่นำ สินค้าที่อยู่ใน ประเภทเดียวกันมาจัดแสดง ทำให้ผู้ชมงานสามารถเปรียบเทียบสินค้าได้ในเวลา เดียวกันเพื่อการตัดสินใจ ทั้งนี้อาจขึ้นอยู่กับความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับ และสามารถนำไปสู่การ ตัดสินใจในการซื้อ หรืออาจยังไม่ สามารถตัดสินใจได้ในขณะนั้น ผู้ร่วมแสดงสินค้าต้องมีช่องทางให้ สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ หากมีการตัดสินใจที่จะซื้อในภายหลัง

3. การเปิดตัวสินค้าใหม่ ผู้ร่วมแสดงสินค้าส่วนใหญ่มักใช้การเข้าร่วมงานจัดแสดงสินค้าเป็น โอกาสในการเปิดตัวสินค้าใหม่ ซึ่งผู้จัดงานเองก็เห็นเป็นข้อดีในการสร้างแรงดึงดูดให้มีผู้ชมงาน จำนวนมาก ขณะเดียวกันผู้ร่วมแสดงสินค้าสามารถตรวจสอบปฏิกิริยาของผู้ชมงานที่มีต่อตัวสินค้า ใหม่ หรือข้อเสนอแนะติชมเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงหรือพัฒนาสินค้าได้อีกด้วย หากเป็นการ เปิดตัวสินค้าใหม่ ผู้ร่วมงานแสดง จำเป็นต้องมีข้อมูลในการประชาสัมพันธ์สินค้า หรืออาจมีกิจกรรม ส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การซื้อ ในราคาที่ได้รับส่วนลดจากราคาปกติ การแจกของ สมนาคุณ การเล่นเกมสกับผู้ชมงาน เป็นต้น

4. การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การเข้าร่วมงานจัดแสดงสินค้าของผู้ประกอบการ หลายราย ที่ใช้โอกาสนี้เป็นการมาพบปะลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่อยู่ ต่างประเทศหรือที่อยู่พื้นที่ ไกล ๆ ออกไปจากสถานที่จัดงาน การพบปะลูกค้าและได้มีการพูดคุย ทักทาย นำเสนอความก้าวหน้าของสินค้า หรือการรับฟังปัญหาโดยตรงจากลูกค้า ซึ่งดีกว่าการพบปะ

กันจากการสื่อสารทางโทรศัพท์ อีเมล จดหมาย หรือ ช่องทางอื่น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการต้องแสดงออกด้วยความรอบคอบและจริงใจต่อลูกค้า

5. การรวบรวมข้อมูลธุรกิจ การจัดงานแสดงสินค้าเป็นการรวบรวมผู้ประกอบการจากธุรกิจต่าง ๆ มารวมกันเป็นจำนวนมาก โดยมีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกันไป เช่น การเปิดตัวสินค้าใหม่ การเปิดตัวสินค้าเพื่อทดลองตลาด เป็นต้น ผู้ประกอบการรายใหม่ มักจะใช้โอกาสนี้ในการศึกษาข้อมูลสำคัญ ที่เป็นประโยชน์ในการ พัฒนาสินค้าของตนเอง กลยุทธ์ในการนำเสนอสินค้าที่น่าสนใจ กิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นต้น

6. การรักษาชื่อเสียงและการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ผู้ร่วมแสดงสินค้าที่มีจุดมุ่งหมายใน ลักษณะนี้มักเป็นผู้ประกอบการที่มีขนาดใหญ่และมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ มีผู้แทนจำหน่ายเพียงพออยู่แล้ว ซึ่งไม่จำเป็นต้องมาร่วมงานแสดงสินค้าก็ได้ แต่ผู้ประกอบการเหล่านี้มักจะต้องเข้าร่วมแสดงสินค้าเสมอ โดยจะเลือก ร่วมแสดงสินค้ากับงานแสดงสินค้าระดับประเทศ หรือระดับนานาชาติ ทั้งนี้เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้นำของตราสินค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้ายอมรับในภาพลักษณ์ และยังคงเชื่อมั่นในสินค้าขององค์กรนั้น ๆ และยังช่วยให้ตลาดเป้าหมายมีความเชื่อมั่นและภักดีต่อสินค้านั้นอย่างต่อเนื่อง

การเลือกเข้าร่วมงานแสดงสินค้า

การเลือกเข้าร่วมงานแสดงสินค้า เป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับกลับมาคุ้มค่าหรือไม่กับการไปร่วมงานในแต่ละงาน ดังนั้นก่อนที่ผู้ประกอบการจะตัดสินใจเข้าร่วมงาน แสดงสินค้า จำเป็นต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่อไปนี้

1. ขนาดของงาน โดยทั่วไปขนาดของงานจะขึ้นอยู่กับ จำนวนผู้ประกอบการ ขนาดพื้นที่ที่ใช้จัด แสดงสินค้า และจำนวนผู้ชมงานตามความเข้าใจของคนทั่วไปการจัดงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ย่อมมีความคุ้มค่าและมีความน่าสนใจที่จะเข้าร่วมงานด้วย ในทวีปยุโรปกำหนดขนาดของงานขนาดใหญ่ต้องใช้พื้นที่ มากกว่า 100,000 ตารางเมตร มีผู้ประกอบการเข้าร่วมแสดงงาน 1,000 ราย และต้องมีผู้ชมงาน 100,000 คนขึ้นไป ส่วนงานขนาดเล็กใช้พื้นที่ 2,000 – 3,000 ตารางเมตร และมีผู้ประกอบการเข้าร่วมแสดงงาน 200 - 300 ราย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการในการเข้าร่วมงาน เพราะถ้าผู้จัดงานมีจำนวน ผู้ร่วมงานน้อย รายได้จากการจัดเก็บค่าเช่าพื้นที่ก็จะน้อยตามไปด้วย อาจเป็นผลให้ค่าใช้จ่ายในส่วนของการ ประชาสัมพันธ์งานไม่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย ผู้ชมงานอาจมีจำนวนไม่เป็นไปตามความคาดหวัง หรือมีคุณสมบัติ ไม่ตรงตามความต้องการ ทั้งนี้การพิจารณาในลักษณะนี้อาจใช้ไม่ได้กับการจัดงานแสดงสินค้าเฉพาะด้าน ซึ่ง อาจเป็นงานจัดแสดงสินค้าเฉพาะผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกเข้าร่วมงานเป็นหลัก หรือบางงานอาจจะกำหนดผู้ชมงานได้แก่ผู้นำเข้า หรือตัวแทนจำหน่ายเท่านั้น ดังนั้น ต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าเป็นสำคัญ

2. คุณภาพของผู้ซื้อ มีองค์ประกอบที่ใช้พิจารณาหลายองค์ประกอบ โดยทั่วไปจะดูจากอำนาจในการตัดสินใจซื้อ ระยะเวลาที่ใช้ในการสอบถามรายละเอียดข้อมูลของสินค้าประกอบการตัดสินใจซื้อ มีแผนในการจับจ่ายสินค้าอยู่แต่เดิมก่อนที่จะมาทำงานหรือไม่ ระยะเวลาที่อยู่ในบริเวณจัดงานที่ยาวนาน จำนวนผู้ชมงานโดยเฉลี่ยต่อสินค้าของผู้ประกอบการแต่ละรายที่นำมาจัดแสดง กล่าวคือถ้าผู้ชมงานใช้เวลาในการชมงานมากเท่าไร หมายถึงผู้ชมงานนั้นเป็นผู้ซื้อที่มีคุณภาพ

3. ข้อมูลย้อนหลังของงานจัดแสดงสินค้า การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าของผู้ประกอบการมีความมุ่งหวัง เพื่อจำหน่ายสินค้าและบริการ เพื่อให้ได้ผลกำไรนำไปเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้า ดังนั้น การจะเข้าร่วมงานแสดงสินค้าได้ก็ตาม ผู้ประกอบการต้องมีการศึกษาข้อมูลย้อนหลังของการจัดงาน ได้แก่ จำนวนครั้งใน การจัด ความต่อเนื่องของการจัดในแต่ละปี ศักยภาพในการประชาสัมพันธ์งาน ความสำเร็จของการจัดงานใน แต่ละครั้ง เป็นต้น หากการจัดงานแสดงสินค้าได้มีการจัดต่อเนื่องกันมาอย่างยาวนาน นั้นแสดงให้เห็นว่างานได้ กล่าวได้รับความนิยมนจากผู้ชมงานจำนวนมาก ทำให้มีผู้ประกอบการสนใจเข้าร่วมแสดงสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานเพราะย่อมได้รับประโยชน์อย่างแท้จริง

4. เงื่อนไขของสินค้าที่จัดแสดง สินค้าที่นำออกแสดงเป็นสิ่งที่ผู้จัดงานให้ความสำคัญเพราะจำเป็นต้องใช้เป็นหลักในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์งาน ในการที่จะเชิญชวนผู้ชมงานให้มาชมงานแสดง สินค้าในครั้งนั้น ถ้าเป็นงานแสดงสินค้าเฉพาะด้าน เงื่อนไขของสินค้าที่จัดแสดงจะถูกกำหนดให้เป็นสินค้าใน ธุรกิจเดียวกัน และมักจะไม่ให้มีสินค้าในธุรกิจอื่นเข้ามาร่วมแสดงด้วย แต่อาจให้มีสินค้ารองหมายถึงสินค้าที่มี ส่วนเกี่ยวข้องกับสินค้าหลักหรือเป็นสินค้าประกอบของสินค้าหลักเท่านั้น ซึ่งโดยทั่วไปสินค้ารองมักไม่ใช่ เป้าหมายหลักของผู้ชมงาน ดังนั้น ผู้เข้าร่วมงานต้องพิจารณาให้ดีกว่า สินค้าของตนเองเป็นสินค้าหลักหรือสินค้า รอง เพราะนั่นคือสิ่งที่แสดงถึงความคุ้มค่าของการร่วมงานแสดงสินค้าในแต่ละครั้ง

5. ตลาด หมายถึงแหล่งที่อยู่ของกลุ่มผู้เข้าชมงาน เช่น หากมีการจัดแสดงสินภายในประเทศไทย ตลาดคือประเทศไทย หากเป็นการจัดแสดงสินค้าในประเทศเยอรมันมี ตลาดคือประเทศเยอรมันนี่ เป็นต้น ดังนั้น สถานะของผู้ชมงานจึงเปรียบเสมือนตัวแทนของช่องทางที่สินค้าจะไปถึง ผู้ร่วมแสดงสินค้าจึง จำเป็นต้องทราบถึงตลาดที่ตนเองมีอยู่ด้วย ดังนั้น ถ้าผู้ประกอบการต้องการขยายตลาดออกไปนอกประเทศ ก็ไม่เข้าร่วมงานแสดงสินค้าภายในประเทศ นอกเสียจากการจัดงานในประเทศครั้งนั้น เป็นการจัดแสดงสินค้านานาชาติ หรือระดับโลก และต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับโครงสร้างของแหล่งที่มาของผู้เข้าชมงาน เพราะนั่นคือแหล่งที่อยู่ของตลาด

ขั้นตอนการเข้าร่วมงานจัดแสดงสินค้า

ดังที่ทราบกันแล้วว่าการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า เป็นการแสดงภาพลักษณ์ที่ง่ายของบริษัท ขณะเดียวกันเป็นการนำเสนอสินค้าต่อลูกค้าโดยตรง โดยทั่วไปการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า มักจะอยู่ในแผนการตลาดรวมถึงแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของผู้ประกอบการด้วย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องตั้งคณะทำงาน เพื่อรับผิดชอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า โดยต้องมีการเตรียมการ ดังต่อไปนี้

1. กำหนดเป้าหมายของการไปร่วมงาน ได้แก่ เพื่อหาลูกค้ารายใหม่ เพื่อเชื่อมสัมพันธ์ไมตรีกับลูกค้า เพื่อให้ได้ใบสั่งสินค้า เพื่อการจำหน่ายสินค้า หรือเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นต้น การตั้งเป้าหมายจะต้องสามารถวัดได้ เพื่อประเมินผลการเข้าร่วมงานงานแสดงสินค้าในครั้งนั้น การตั้งเป้าหมายของการร่วมงาน ควรให้พนักงานผู้เข้าร่วมงานได้มีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย และประกาศ ให้พนักงานอื่น ๆ ได้รับทราบโดยทั่วกัน เมื่อได้เป้าหมายแล้ว คณะทำงานจะสามารถกำหนดขนาดของพื้นที่ จำนวนพนักงานประจำบูธ ค่าตกแต่ง การจัดวางสินค้า เป็นต้น

2. กำหนดงบประมาณ การตั้งงบประมาณนั้นจะกำหนดหลังจากที่ทราบเป้าหมายแล้ว โดยปกติ มักจะเป็นค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่จัดงาน ซึ่งต้องประมาณการจากขนาดพื้นที่สำหรับผู้เข้าชมสินค้า พื้นที่ สำหรับจัดวางแสดงสินค้า พื้นที่สำหรับการทำงานของพนักงาน และพื้นที่สำหรับจัดเก็บสินค้า ซึ่งขนาดของ พื้นที่นั้นมีผลต่อความรู้สึกของผู้ชมงาน พื้นที่มีขนาดใหญ่ย่อมเป็นที่ดึงดูดใจผู้เข้าชมงานได้มากกว่าพื้นที่ขนาดเล็ก นอกจากค่าเช่าพื้นที่แล้ว ค่าใช้จ่ายสำหรับพนักงานต้อนรับลูกค้า ประจำบูธ ค่าตกแต่งบูธ ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ค่าขนย้ายสินค้า และค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ที่ผู้จัดงานเรียกเก็บ เป็นต้น ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วม จัดแสดงสินค้ายิ่งมีราคาสูงเท่าไร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต่างก็เต็มใจที่จะเข้าร่วมงานถึงแสดงสินค้านั้นๆ แม้จะมีราคาสูงก็ตาม เพราะนั่นหมายถึงประสิทธิภาพของผู้จัดงานและประสิทธิผลของการจัดแสดงสินค้า

3. การเตรียมสินค้านำแสดง สินค้าที่นำมาแสดงส่วนใหญ่มักเป็นสินค้าใหม่ ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมา เพื่อให้ทันกับงานแสดงสินค้า ดังนั้น หากเป็นสินค้าใหม่ต้องแน่ใจว่าสามารถพัฒนาได้เสร็จก่อนงานเริ่มอย่างน้อย 2 สัปดาห์ เพื่อจะได้มีโอกาสทดลองสินค้านั้น หากมีปัญหาใด ๆ จะสามารถแก้ไขได้ทัน นอกจากตัว สินค้าแล้ว ต้องจัดเตรียมอุปกรณ์ประกอบการนำเสนอสินค้าให้เรียบร้อยด้วย การบรรจุสินค้าเพื่อไปร่วมแสดง ต้องให้มีความสะดวกต่อการบรรจุใหม่เพื่อการนำกลับมา หลักในการเลือกบรรจุภัณฑ์ ต้องง่ายต่อการเปิด สะดวกต่อการเก็บ และนำกลับมาใช้ใหม่ได้

4. การจัดทำสิ่งพิมพ์และเอกสารโฆษณา ในงานแสดงสินค้าจำเป็นต้องมีแผ่นพับ โปสเตอร์ แนะนำสินค้า นามบัตร ถุงผ้า เป็นต้น เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องมือช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าที่นำมาจัดแสดง ถึงแม้ว่า ผู้ชมงานมักจะได้ออกสารต่าง ๆ เหล่านี้จากผู้จัดแสดงสินค้าหลายราย และมักพบว่าโดยส่วนใหญ่จะถูกโยนทิ้งไป โดยเฉพาะแผ่นพับและโปสเตอร์แนะนำสินค้า ดังนั้น ผู้ร่วมงาน

ต้องคำนึงถึงความสูญเสียค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ อาจมีการเลือกแจกเฉพาะผู้ที่สนใจในสินค้าจริง ๆ หรือผู้ที่คาดหวังว่าจะเป็นลูกค้า เช่นเดียวกับนามบัตรที่ต้อง เลือกแจกเฉพาะผู้ชมที่ร้องขอ หรือผู้ที่คาดหวังว่าจะเป็นลูกค้าต่อไป ฝูงผ้าพับว่าเป็นสื่อโฆษณาเคลื่อนที่ที่ดีใน งานโดยเฉพาะถุงผ้าที่มีขนาดใหญ่ เพราะผู้ชมงานมักจะถือติดตัวระหว่างเดินชมงานและมักนำกลับไปด้วย นับว่าถุงผ้ามีความสำคัญใน ส่วนของการช่วยประชาสัมพันธ์สินค้า ดังนั้น การออกแบบที่น่าสนใจ ขนาด และการแบกรับน้ำหนัก จึงเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญเช่นเดียวกัน

5. พนักงานประจำบูธ ถือว่าเป็นตัวแทนหรือภาพลักษณ์ของบริษัท เนื่องจากผู้เข้าชมงานเมื่อ มาถึงบูธแสดงงานย่อมตื่นตาตื่นใจกับบูธที่ประดับตกแต่งอย่างสวยงาม มีการจัดวางสินค้าได้อย่างน่า ชม แต่หากเจอพนักงานประจำบูธที่ไม่สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าที่จัดแสดงได้ หรือแสดง ปฏิกริยาที่ไม่พร้อม จะต้อนรับผู้ชมงาน ความสนใจในตัวสินค้าจะลดลงอย่างแน่นอน และความ น่าเชื่อถือต่อสินค้าก็จะหมดไป เช่นเดียวกัน ดังนั้น จึงต้องมีการเตรียมพนักงานตั้งแต่การต้อนรับที่ เป็นมิตร อ่อนน้อม สุภาพ มีความจริงใจใน ระดับที่เหมาะสม มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่นำมาจัดแสดง อย่างลึกซึ้ง สามารถนำประเด็นการสนทนาเพื่อไม่ให้ ลูกค้ารู้สึกกดดัน รู้จักแก้ไขปัญหาได้อย่าง เหมาะสม มีความอดทนต่อคำติเตียน ซึ่งจะทำให้ผู้ชมงานโดยตรงหรือ ผู้ชมงานที่ผ่านมาพบเห็นเกิด ความพึงพอใจ และช่วยสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าและผู้ประกอบการได้อย่างดี

6. จัดทำใบตรวจสอบพัสดุ เพื่อป้องกันปัญหาการหลงลืมของใช้ที่จำเป็นสำหรับการร่วม แสดงสินค้า และของใช้ส่วนตัวที่จำเป็นสำหรับพนักงานประจำบูธ ควรเขียนรายการพัสดุที่ต้องใช้ให้ ครบถ้วน และต้อง จัดทำให้ครบถ้วนตรงตามรายการ และจัดลงในหีบห่อให้ครบตามรายการ ใบ ตรวจสอบพัสดุควรทำขึ้นตาม ความสะดวกและความเหมาะสม

7. การศึกษาคู่มือผู้เข้าร่วมงาน คู่มือนี้จะแจ้งกฎเกณฑ์การเข้าร่วมงาน สิทธิและภาระหน้าที่ ของผู้จัดงาน และผู้เข้าร่วมแสดงงาน ซึ่งผู้ประกอบการหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายต้องอ่านอย่างละเอียด เพื่อผลักดันให้งานแสดงสินค้าให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ผู้จัดงานกำหนด เนื้อหาจะแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานของ งาน คือข้อมูลของผู้จัดงาน ข้อมูลของงานแสดงสินค้า ชื่อและที่อยู่ของอาคารที่ ใช้จัดแสดง และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง 2) ข้อกำหนดของการแสดงสินค้า รวมถึงกฎเกณฑ์ของความ ปลอดภัย กฎเกณฑ์ของการนำเสนอสินค้า และ 3) แบบฟอร์มการยื่นคำร้องเพื่อขอรับบริการต่าง ๆ

สรุป

การจัดงานแสดงสินค้า เป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า ที่ผู้ซื้อสามารถ ตรวจสอบ สัมผัสสินค้าได้อย่างทั่วถึง มีโอกาสสื่อสารได้โดยตรง สามารถเปรียบเทียบสินค้าของผู้ประกอบการ แต่ละรายได้อย่างครบถ้วนก่อนตัดสินใจตกลงซื้อ นอกจากนี้งานแสดงสินค้าจะอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายแล้ว ยังช่วยให้อัตราการตกลงซื้อขายกันได้ง่ายยิ่งขึ้น

คำถามทบทวน

- 1.1 งานแสดงสินค้าเฉพาะด้าน หมายถึงอะไร
- 1.2 องค์ประกอบของงานแสดงสินค้ามีอะไรบ้าง
- 1.3 จงอธิบายจุดมุ่งหมายของผู้เข้าชมงาน ว่ามีอะไรบ้าง
- 1.4 จงบอกลักษณะที่ดี ของพนักงานประจำบูธ ควรเป็นอย่างไร
- 1.5 ขนาดของงานจัดแสดงมีผลต่อการกำหนดงบประมาณจัดงานแสดงสินค้าอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

วัฒน์ะ จุฑะวิภาต ศิลปะการจัดแสดงนิทรรศการ กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์, 2542 สมิต สัชฌุกร
เทคนิคการประชุม พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: วิญญูชน, 2543

แผนบริหารการสอนประจำบทที่ 6

หัวข้อเนื้อหา

1. ความสำคัญของราคา
2. การกำหนดราคา
3. การประมาณราคาค่าใช้จ่าย
4. การเตรียมการจัดประชุม

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

ภายหลังจากการศึกษาค้นคว้าแล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายการกำหนดราคาค่าใช้จ่ายในการประชุมได้
2. อธิบายปัจจัยที่มีผลต่อราคาของการจัดประชุมได้
3. แจกแจงระดับการประมาณราคาได้
4. อธิบายบทบาทและหน้าที่ของการเตรียมการจัดประชุมได้

วิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน

1. อธิบายโดยใช้สื่อประกอบการสอน
2. อธิบายโดยการแสดงตัวอย่าง
3. การตั้งคำถามเพื่อให้นักศึกษาเกิดความคิด

สื่อการเรียนการสอน

1. เอกสารประกอบคำสอน
2. แผ่นโปสเตอร์และอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการบรรยาย
3. ข้อมูลดิจิทัล

การวัดผล

1. สังเกตจากความสนใจในการบรรยาย
2. พิจารณาการตอบคำถามของนักศึกษา
3. การตรวจผลงานจากการทำแบบทดสอบ

บทที่ 6

การบริหารราคาสำหรับธุรกิจการจัดประชุมและการจัด นิทรรศการ

ธุรกิจการจัดประชุมและจัดนิทรรศการ เป็นธุรกิจที่น่าสนใจ เนื่องจากมีการลงทุนน้อย ใช้บุคลากรไม่มากแต่ต้องเป็นบุคลากรที่มีศักยภาพ มีความคิดสร้างสรรค์ และทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ ขณะเดียวกันในส่วนของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มลูกค้าภาคเอกชนที่ต้องการเปิดตัวสินค้าใหม่ และ ต้องการกระตุ้นยอดขาย กลุ่มสมาคม องค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ต้องการจัดประชุมสัมมนา หรือ การนำเสนอผลงานทางวิชาการ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าธุรกิจนี้มีความน่าสนใจ และมีโอกาสเติบโตได้อย่างรวดเร็ว หากผู้ดำเนินการมีความสามารถในการบริหารจัดการที่ดี รวมไปถึงการบริหารราคาที่เหมาะสม และลูกค้ามองเห็นถึงความคุ้มค่า ในการลงทุน

ความสำคัญของราคา

ราคามีความสำคัญต่อผู้ประกอบการในฐานะที่จะเป็นตัววัดผลกำไร และเป็นตัวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งตรงกับที่แนวคิดของนักวิชาการที่กล่าวว่าราคาเป็นตัววัดผลประโยชน์ที่ลูกค้า ได้รับจากการซื้อสินค้าหรือบริการ เปรียบเทียบกับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ (เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม, 2554) นอกจากนี้ ราคายังเป็นตัวชี้วัดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด การกำหนดราคาจะต้องสอดคล้องกับสภาวะการณ์ทั้งนอกและในบริษัทสภาวะการณ์ภายนอก ได้แก่ ราคาของคู่แข่ง สถานภาพความรุนแรงของการแข่งขัน ความต้องการสินค้าของตลาด เป็นต้น ส่วนสภาวะการณ์ ภายในบริษัท ได้แก่ การดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา ได้แก่ ต้นทุนของฝ่ายผลิต ความต้องการสร้างกำไรของฝ่ายบริหาร เป็นต้น

ราคาเป็นสิ่งที่สื่อสารอย่างหนึ่งของคุณค่าในตัวสินค้าให้แก่ลูกค้าที่ผู้ประกอบการต้องการเสนอขาย ถ้าตั้งราคาของสินค้าต่ำไป ผู้ซื้อจะรับรู้ได้ว่ามูลค่าของสินค้านั้นไม่น่ามีอะไรมากมาย ในขณะที่ตั้งราคาสูงผู้ซื้อจะรับรู้ได้ว่าสินค้านั้นมีมูลค่าสูงและสามารถให้ประโยชน์ได้ตามที่ได้กล่าวอ้างไว้ ผู้ซื้อหรือลูกค้าต้องการสินค้าที่มีมูลค่ามากที่สุด หรือได้ผลประโยชน์จากสินค้านั้น มากกว่าความต้องการซื้อสินค้าในราคาที่ต่ำหรือราคาที่ถูกที่สุด โดยไม่คำนึงผลประโยชน์หรือความคุ้มค่าจากสินค้านั้น

การกำหนดราคาจำเป็นต้องสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งหมายความว่าหากผลิตภัณฑ์ได้รับการออกแบบอย่างดี ผลิตด้วยวัสดุอย่างดี มีความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ที่ไม่เหมือนใครจำเป็นต้องสร้างคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์ด้วยการส่งเสริมการตลาด ในรูปของการโฆษณาประชาสัมพันธ์จุดเด่นของผลิตภัณฑ์นั้น ดังนั้นการกำหนดราคาขายจึงต้องสูงเพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนที่เกิดขึ้น และต้องเป็นราคาที่ลูกค้าสามารถรับได้ด้วย

การกำหนดราคาที่สูงกว่าคู่แข่ง เพื่อทำให้สินค้าดูแตกต่างและมีคุณค่าต้องยึดมั่นในตำแหน่งของราคา ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย หรือทำการส่งเสริมการตลาดด้วยการลดราคา เพราะจะทำให้ลูกค้ารู้สึกหมดความเชื่อถือในคุณภาพของตัวสินค้า ซึ่งจะมีผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งต่อไป

การกำหนดราคา

โดยทั่วไปการกำหนดราคามักพิจารณาจากเรื่องทุนราคาของคู่แข่ง และกำไรที่ต้องการ หรือการที่ผู้ประกอบการต้องการตั้งราคาที่สูงกว่าต้นทุน ซึ่งต้นทุนโดยทั่วไปแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ต้นทุนคงที่ (fixed cost) คือต้นทุนที่คงอยู่ในระดับเดิมไม่ว่าจะผลิตหรือขายสินค้าเท่าใดก็ตาม เช่น เงินเดือนพนักงาน ค่าโฆษณา ค่าเช่าอาคารสถานที่ เป็นต้น ต้นทุนอีกประเภทหนึ่งได้แก่ ต้นทุนผันแปร (variable cost) คือต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนการผลิตและการขาย เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าจ้างในการท างานล่วงเวลา ค่าบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

นอกจากนั้นในการกำหนดราคาต้องรู้จักกำไรเบื้องต้นต่อหน่วย (unit margin) หมายถึงความแตกต่างระหว่างต้นทุนทั้งสองประเภทหารับต่อหน่วยที่องค์กรได้รับและต้นทุนผันแปรต่อหน่วย เป็นการพิจารณาจากรายรับที่ได้เป็นหลัก กำไรเบื้องต้นเป็นการวัดความสามารถในการสร้างรายรับขององค์กรต่อการ ขายสินค้าแต่ละหน่วย และยังช่วยให้องค์กรสามารถครอบคลุมต้นทุนคงที่และสร้างผลกำไรให้เกิดขึ้นได้ตาม ต้องการ โดยจำนวนสินค้าที่ขายได้และสามารถครอบคลุมต้นทุนคงที่ทั้งหมดเรียกว่าปริมาณจุดคุ้มทุน (break- even-point) ซึ่งสามารถหาผลต่างได้จากต้นทุนคงที่ (จำนวนเงิน) ต่อ กำไรเบื้องต้นต่อหน่วย การคำนวณโดยใช้ตัวเลขเหล่านี้เป็นเพียงค่าประมาณการ จะก่อให้เกิดประโยชน์ก็ต่อเมื่อมีการนำเอาผลลัพธ์จากการคำนวณ มาพิจารณาร่วมกับข้อมูลอื่นๆ ด้วย ซึ่งในความเป็นจริงพบว่าลูกค้าจะตัดสินใจซื้อสินค้า หากพบว่าราคาที่เห็น นั้นมีความใกล้เคียงกับราคาที่เคยซื้อ หรือราคานั้นเหมาะสมกับรูปลักษณ์และคุณสมบัติของสินค้า จึงตัดสินใจซื้อด้วยความรู้สึกของลูกค้าเอง

ในทางตรงกันข้าม หากกำหนดราคาต่ำเพื่อต้องการให้ได้ลูกค้าจำนวนมากนั้น สามารถใช้ได้กับผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ตั้งแต่เรื่องการควบคุมต้นทุนทั้งระบบของการ

ผลิตการเสริมสร้างและการพัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากร และการหลีกเลี่ยงลูกค้าที่ทำกำไรได้น้อย ซึ่งเป็นสาเหตุที่ไม่สามารถสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ได้ เนื่องจากจะทำให้เพิ่มต้นทุนอีก คู่แข่งสามารถเลียนแบบได้ง่ายเพราะลงทุนน้อย และก่อให้เกิดคู่แข่งตามมา ขณะเดียวกันลูกค้าสามารถรู้และเปรียบเทียบราคาต้นทุนได้ง่ายขึ้น หากมีการติดตามข้อมูลข่าวสารที่มีการเผยแพร่ทั่วไป

การกำหนดราคาเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน ในการกำหนดราคาแต่ละครั้งต้องมั่นใจว่าราคานี้ทำให้ได้กำไรมากที่สุดหรือไม่ และต้องได้กำไรมากที่สุด โดยที่ลูกค้ามีความพอใจและยินดีจะจ่ายตามราคาที่คิดว่า ยุติธรรม การกำหนดราคาเป็นเรื่องของการสร้างสมดุลระหว่างมูลค่ากับราคาของสินค้า ถ้ามูลค่าของสินค้ามีค่าเท่ากับหรือมากกว่าราคาที่ลูกค้าต้องจ่าย ลูกค้าก็ยินดีที่จะซื้อสินค้านั้น ดังนั้นราคาที่เหมาะสมขึ้นอยู่กับมูลค่าที่ผู้ประกอบการกำหนดไว้เพื่อให้ได้กำไรมากที่สุด สิ่งที่ต้องระวังในการตั้งราคาคือความต้องการของฝ่ายขายกับ ฝ่ายการตลาด กล่าวคือฝ่ายขายจะพยายามผลักดันให้ราคาถึงจุดที่ทำให้ขายได้มากที่สุด แต่ไม่ใช่ราคาที่ได้กำไร โดยรวมของบริษัทที่สูงที่สุด เพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากค่าคอมมิชชั่น ซึ่งคิดมาจากยอดขายเป็นหลัก ซึ่งยอดขาย นี้ได้จากราคาคูณจำนวนที่ขายได้ โดยไม่ได้คำนึงถึงต้นทุนการผลิต ในขณะที่ฝ่ายการตลาดต้องการให้ตั้งราคาที่สูงเพื่อให้ได้ผลกำไรโดยรวมสูงที่สุดไม่ใช่ยอดขายที่สูงที่สุดเหมือนฝ่ายขาย เพื่อที่จะได้ผลตอบแทนในรูปของโบนัสซึ่งคิดจากผลกำไรของบริษัท

การตั้งราคาสำหรับธุรกิจการจัดนิทรรศการ มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการผลกำไรและเพื่อต้องการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่บริษัท ดังนั้นวิธีการตั้งราคามักใช้วิธีต้นทุนบวกกำไร (cost plus price) และต้องเป็นราคาที่สามารถแข่งขันได้ กล่าวคือเมื่อนำต้นทุนบวกด้วยกำไรที่ต้องการโดยทั่วไปจะอยู่ที่ร้อยละ 10 – 30 โดยพิจารณาราคาของคู่แข่งชั้นประกอบไปด้วย การกำหนดราคาส่วนมากจะขึ้นอยู่กับงบประมาณที่ ลูกค้ามีอยู่และรูปแบบการจัดที่ต้องการ ซึ่งบริษัทผู้รับจัดงานมักจะมีการกำหนดระดับราคาค่าบริการไว้เป็นมาตรฐาน เช่น การให้บริการรับจัดงานประชุมสัมมนา มักจะอยู่ที่ 30,000 – 200,000 บาท และจำนวนผู้เข้าร่วมงานด้วย ถ้าเป็นการให้บริการด้านการจัดนิทรรศการ หรือการจัดแสดงสินค้า การกำหนดราคาจะอยู่ที่ 70,000 – 1,000,000 บาท โดยมีการจัดงานที่เต็มรูปแบบ งานกิจกรรมส่งเสริมการขาย พิธีเปิดงาน และการตกแต่งสถานที่จัดงาน ซึ่งการตั้งราคา ต้องสามารถยืดหยุ่นได้ ตามเงื่อนไขที่เจ้าภาพได้วางไว้ และจำนวนวัน ของการจัดงาน

การประมาณการค่าใช้จ่าย

การจัดนิทรรศการและการจัดแสดงสินค้า มีบทบาทสำคัญต่อโอกาสทางการค้าและการสร้างคุณค่าต่อสังคม เนื่องจากเป็นการนำโอกาสในการสร้างงานให้แก่ผู้คนในชุมชน และเป็นการเพิ่ม

โอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มเติมให้แก่ธุรกิจต่าง ๆ ในชุมชน เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจบริการอาหาร เป็นต้น เพราะ ในการจัดงานแต่ละครั้งต้องมีผู้เกี่ยวข้องมากมายตั้งแต่ผู้ร่วมแสดงสินค้า ผู้เข้าชมงาน ผู้จัดงาน ผู้รับเหมางานต่าง ๆ พนักงานต้อนรับประจำบูธแสดง เป็นต้น ดังนั้น ในการจัดงานแต่ละครั้งต้องมีค่าใช้จ่ายมากมายเพื่อให้ งานบรรลุตามเป้าหมายที่ต้องการ ในการประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ต้องคำนวณตั้งแต่จำนวนผู้ซื้อ พนักงานต้อนรับ ขนาดของพื้นที่ที่ต้องใช้ ค่าใช้จ่ายในการตกแต่ง ค่าขนส่งสินค้าหรือสิ่งจัดแสดง ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ในส่วนของการกำหนดราคานั้น ขึ้นอยู่กับเขตบริเวณพื้นที่ที่ใช้จัดแสดง ระยะเวลาที่แสดง และช่วงเวลาที่ใช้จ่ายแสดงประกอบด้วย ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้จัดว่าจะกำหนดอัตราค่าบริการแต่ละส่วนเป็นเท่าใด โดยจะสรุปเป็นแนวทางไว้ดังนี้

1. ค่าเช่าพื้นที่ นับเป็นค่าใช้จ่ายหลักในการเข้าร่วมงาน โดยทั่วไปจะแยกค่าเช่าพื้นที่เป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนในอาคาร และส่วนนอกอาคาร สำหรับส่วนในอาคารอาจแบ่งเป็นค่าเช่าเฉพาะพื้นที่ และค่าเช่าพื้นที่พร้อมที่กันผนังแยกบูธพร้อมป้ายชื่อหน้าบูธ ซึ่งมีราคาเช่าสูงกว่าการเช่าเฉพาะพื้นที่ร้อยละ 20 ส่วนค่าเช่าบูธที่อยู่นอกอาคารจะมีราคาถูกกว่าบูธที่อยู่ในอาคารมากกว่าเท่าตัว ลักษณะของบูธที่ใช้ในการจัดงาน สามารถแบ่งได้ 5 ประเภท ดังนี้

1.1 บูธประเภท island หรือบูธประเภท four side open มีทางเดินรอบทั้ง 4 ด้าน ผู้ชมสามารถชมได้ทุกด้าน ราคาเช่าจะสูงที่สุด

1.2 บูธประเภท three side open หรือบูธประเภท head stand ผู้ชมสามารถเดินชมได้ 3 ด้าน ราคาเช่าสูงรองจากประเภทแรก

1.3 บูธประเภท two side open หรือบูธประเภท corner stand ซึ่งจะเป็นบูธที่อยู่ หัวมุม ผู้ชมสามารถเดินชมได้เพียง 2 ด้าน ราคาเช่าจะสูง เนื่องจากอยู่ตรงหัวมุม

1.4 บูธประเภท one side open หรือบูธประเภท in-line stand ซึ่งจะเป็นบูธที่มีทางเข้าเพียงด้านเดียว ซึ่งส่วนใหญ่มักนิยมใช้ ราคาเช่าจะถูกกว่าประเภทที่ 3

1.5 บูธประเภท outdoor stand เป็นบูธกลางแจ้ง ราคาเช่าจะถูกกว่าประเภทอื่น ๆ

ในบางครั้งนอกจากค่าเช่าบูธแล้ว ผู้จัดอาจมีการเรียกเก็บค่าบริการต่างหาก หรืออาจมีการเก็บเงิน ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ล่วงหน้า หลังจากงานเสร็จสิ้นแล้วจึงหักค่าใช้จ่ายตามจำนวนที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งเงื่อนไขเหล่านี้ผู้ จัดต้องแจ้งให้ผู้เข้าร่วมงานแสดงทราบก่อน

2. ค่าตกแต่ง มีความสำคัญเช่นเดียวกับค่าเช่าพื้นที่ โดยทั่วไปอาจมีราคาสูงพอ ๆ กับค่าเช่าบูธ เนื่องจากการตกแต่งบูธหมายถึงการแสดงถึงภาพลักษณ์ของบริษัท และเป็น การประชาสัมพันธ์บริษัทอีกด้วย ซึ่งค่าใช้จ่ายจะขึ้นอยู่กับความพร้อมของบริษัท ค่าใช้จ่ายในส่วนนี้จะครอบคลุมถึงค่าใช้จ่ายต่อไปนี้ด้วย

2.1 ค่าใช้จ่ายด้านการออกแบบ ติดตั้ง และรื้อถอน

3. ค่าขนส่ง วิธีการศุลกากรและสินค้าแสดง ค่าใช้จ่ายส่วนนี้ขึ้นอยู่กับสินค้าและสิ่งทีนำมาจัดแสดง เช่น เครื่องจักรที่มีขนาดใหญ่ จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูง หากเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศต้องมี การเสียภาษีนำเข้าด้วย หากเทียบกับนานาฬิกาที่นำเข้าจากต่างประเทศค่าใช้จ่ายก็จะถูกกว่าเครื่องจักร หรือ ถ้าเป้าหมายของการเข้าร่วมงาน เพื่อแสดงผลผลิตที่เป็นนวัตกรรมใหม่ของบริษัท จำเป็นต้องขนส่งมาให้ถึงสถานที่จัดงานก่อนวันงานจริง จึงจำเป็นต้องมีค่าเช่าโกดังเก็บสินค้าก่อน เพื่อป้องกันเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่จะทำให้สินค้าหรือสิ่งแสดงนั้น ไม่สามารถจัดแสดงได้ตามกำหนด

นอกจากตัวสินค้าแล้ว อุปกรณ์ประกอบการวางแสดงสินค้าหรือสิ่งแสดง ที่จำเป็นต้องมี อุปกรณ์ พิเศษต้องมีการจัดเตรียมให้พร้อมใช้โดยต้องมีการทดลองวางแสดงก่อนที่จะนำไปใช้จริง เพื่อป้องกัน ข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น หากมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขได้ทัน ในส่วนของการบรรจุสินค้าต้องใช้ บรรจุภัณฑ์ที่มีความสะดวกต่อการบรรจุใหม่เพื่อนำกลับมา เพื่อไม่ให้เป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ เนื่องจากวัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ในต่างประเทศมีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันไป ดังนั้นต้องพยายามไม่ให้เกิด ค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ หลักการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ต้องง่ายต่อการเปิดสะดวกต่อการเก็บ และนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ซึ่งค่าใช้จ่ายของการขนส่ง และวิธีการศุลกากร มีดังนี้

4. ค่าประชาสัมพันธ์ เป็นค่าใช้จ่ายที่มีความยืดหยุ่นมาก ยกเว้นส่วนของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับบัตรเชิญ คู่มือผู้ซื้อ การแถลงข่าว ของขวัญ ของชำร่วย โปสเตอร์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเป็นค่าใช้จ่าย ที่จำเป็นต้องจัดท าให้เพียงพอ ส่วนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ขึ้นอยู่กับการวางแผนที่รอบคอบ ซึ่งในงานจะมีเอกสาร โฆษณาต่าง ๆ มากมาย ได้แก่

4.1 แผ่นพับและโปสเตอร์ การจัดพิมพ์แผ่นพับและโปสเตอร์ต้องจัดท าอย่างรอบคอบ และต้องไม่มีข้อผิดพลาด โดยเฉพาะการจัดพิมพ์ในภาษาต่างประเทศ ต้องเผื่อเวลาส าหรับการ เตรียมการจัดท าข้อมูลและการจัดพิมพ์เพื่อให้แล้วเสร็จก่อนวันงานอย่างน้อย 2 สัปดาห์ สิ่งตีพิมพ์เหล่านี้พบว่ามีบางส่วนที่ถูกทิ้งหลังจากที่มีการแจกจ่ายออกไปแล้ว ซึ่งถือว่าปริมาณมากกว่าผู้ที่เก็บกลับบ้านไปด้วย ดังนั้น ในการสั่งตีพิมพ์ต้องคำนึงถึงกรณีนี้ด้วย อาจเลือกใช้วัสดุที่มีต้นทุนต่ำ หรือเลือกแจกให้เฉพาะผู้ที่สนใจหรือต้องการอย่างแท้จริง

4.2 รูปถ่ายและภาพโฆษณา นับได้ว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลมากที่สุด เนื่องจากว่าการมองเห็นภาพจะช่วยเพิ่มความทรงจำและความเข้าใจมากกว่าการได้รับฟังหากต้องนำไปใช้เพื่อ จัดแสดงควรจัดใส่กรอบให้เรียบร้อยก่อนการขนส่ง เพราะเมื่อ ำไปประดับตกแต่งที่บูธจัดแสดง จะดูสวยงาม ไม่มีรอยยับทำให้น่ามองยิ่งขึ้น ภาพถ่ายต่าง ๆ หรือสัญลักษณ์ใด ๆ ควรต้องจัดเตรียมทำไปให้เรียบร้อย ครบถ้วน

4.3 นามบัตร เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ขาดหายไปไม่ได้ ต้องเตรียมไปให้พอแจกจนถึงวันเลิกงาน โดยคำนวณจากจำนวนผู้คาดหวังที่จะเข้ามาชมงาน

4.4 ถุงหิ้ว เป็นสินค้าโฆษณาที่พบเห็นได้เสมอ ถุงหิ้วเป็นโฆษณาเคลื่อนที่เนื่องจากผู้ที่ได้รับไปจะถือถุงหิ้วเดินไปทั่วบริเวณงาน ผู้ที่มาชมงานก็จะได้เห็นโฆษณานี้ไปด้วย แม้ว่าจะเป็นแค่ระยะเวลา สั้น ๆ แต่ก็ช่วยสร้างความประทับใจได้พอสมควร แต่ถุงหิ้วก็มีข้อจำกัดที่ต้องคำนึง ได้แก่ ขนาดของถุงและการแบกรับน้ำหนัก หากว่าผู้ชมงานได้รับถุงหิ้วมากกว่าหนึ่งใบ ถุงเล็กจะถูกเก็บไว้ในถุงใหญ่อย่างแน่นอน ดังนั้น ถุงขนาดใหญ่จึงมีผลทางการโฆษณามากกว่า นอกจากขนาดของถุงหิ้วแล้วต้องคำนึงถึงความสามารถในการรองรับน้ำหนักที่เพิ่มขึ้นด้วย หากถุงหิ้วที่มีขนาดใหญ่ไม่มีความแข็งแรงพอ เช่น หูหิ้วขาด ก้นถุงรั่ว ถุงนี้ก็จะถูกทิ้งไป หรืออาจก่อให้เกิดความรู้สึกในทางลบต่อผลการโฆษณาที่ต้องการด้วย เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงปัญหา เหล่านี้ มักใช้ถุงที่ทำจากวัสดุผ้า เนื่องจากมีความแข็งแรงสูง สามารถเก็บไว้ใช้ซ้ำได้อีกนับว่ามีผลต่อการ โฆษณาสูงมาก แต่มีต้นทุนสูงกว่าถุงกระดาษหรือถุงพลาสติก 3-4 เท่า

4.5 วิดีทัศน์ เป็นสื่อโฆษณาที่ใช้กันประจำในงานนิทรรศการ ซึ่งมีเป้าหมายสำคัญอยู่ 3 ประการ ได้แก่ 1) สร้างผู้ชม หมายความว่า เป็นสื่อที่ใช้ดึงดูดผู้ชมให้หยุดแวะชม เพื่อนำไปสู่การเปิดการขาย หรือการให้ข้อมูลที่ต้องการนำเสนอต่อไป 2) ส่งข่าวสาร หมายถึงการสื่อข่าวสารที่ยากในการอธิบาย 3) ให้ความรู้ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในการอธิบายคำถามพื้นฐานที่มีการถามบ่อย ๆ เพื่อ หลีกเลี่ยงการตอบคำถามเดียวเสมอ ๆ ความยาวของวิดีโอควรอยู่ระหว่าง 5 – 8 นาที ซึ่งเป็นเวลาปกติมี ผู้ชมยินดีที่จะแวะชม

4.6 สติกเกอร์ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่พบเห็นได้ทั่วไป ซึ่งผู้จัดงานจะส่งมอบให้ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมแสดงในงาน เพื่อประชาสัมพันธ์งานนิทรรศการหรืองานจัดแสดงสินค้า หรืออาจจะ ส่งไปผ่านกับหนังสือเชิญลูกค้าเข้าร่วมงาน

4.7 แผ่นดิสก์หรือแผ่นซีดี มักจะใช้แทนเอกสารแผ่นพับโฆษณา เนื่องจากมีต้นทุนต่ำกว่ากระดาษ และส่วนใหญ่ผู้ได้รับมักจะเก็บ โอกาสในการโยนทิ้งมักจะน้อย

5. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ได้แก่ ค่าแรงงานพนักงานชั่วคราว ค่าประกันสินค้าอุปกรณ์ในงาน ค่า ประกันอัคคีภัย ค่าประกันบุคคลที่สาม ค่างานเลี้ยง ค่าเลี้ยงรับรอง เป็นต้น

ค่าใช้จ่ายตามรายการดังกล่าวข้างต้น เป็นค่าใช้จ่ายโดยประมาณการ บางรายการหากไม่ได้ใช้ก็ไม่ ต้องจ่าย ส่วนอัตราส่วนค่าใช้จ่ายของรายการต่าง ๆ นั้น ไม่สามารถกำหนดได้แน่นอน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภท ของนิทรรศการที่จัด สถานที่จัดงาน การบริการที่จัดเตรียมให้ ซึ่งมีผลให้งบประมาณมากน้อยแตกต่างกันไป

การเตรียมการสำหรับการจัดประชุม

การจัดประชุมเป็นงานที่มีความสำคัญมาก หากมีการเตรียมการที่ดีก็จะทำให้การประชุมในครั้งนั้น ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการได้ ดังนั้น ผู้จัดการประชุมจะต้องมีการเตรียมการอย่างรอบคอบ ตั้งแต่การจัดหาสถานที่สำหรับการจัดประชุม การเตรียมเครื่องมือเครื่องใช้ในการประชุม มีความเข้าใจถึง ลักษณะของการจัดประชุม รูปแบบการประชุม และจุดมุ่งหมายของการประชุมอย่างถ่องแท้ จึงจะทำให้การ ดำเนินงานในแต่ละครั้งมีความสมบูรณ์ครบถ้วน และผู้เข้าร่วมประชุมรับรู้ได้ถึงคุณค่าในการประชุม เนื่องจากผู้มาเข้าร่วมประชุมต่างก็ค านึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการประชุม การได้รับความรู้และ ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ หรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการน าไปประยุกต์ใช้ในการทำงานของตนเอง หรือของหน่วยงาน

การจัดประชุมในแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายสูงมาก เพราะนั่นหมายถึงชื่อเสียง เกียรติยศ และ ค่านิยมของ องค์กรหรือบุคคลซึ่งจัดให้มีการประชุมขึ้น ดังนั้นการเตรียมการในการจัดประชุมใด ๆ ก็ตาม

การจัดเตรียม

การประชุมนับว่าเป็นงานขั้นแรกที่มีความสำคัญและมีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการจัดในแต่ละครั้ง ผู้มีส่วนในการดูแลรับผิดชอบการจัดงาน ต้องมีการประชุมเพื่อเตรียมการวางแผนในการดำเนินงานเรื่อง ต่าง ๆ ดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ และรายละเอียดของการจัดประชุม ผู้จัดต้องรู้วัตถุประสงค์ของการ ประชุมถึงเป้าหมายที่ต้องการได้จากการประชุม รวมทั้งเรื่องราวและหัวข้อที่กำหนดให้มีการอภิปราย หรือมุ่งที่ประเด็นใดเป็นสำคัญ เพราะจะเป็นประโยชน์ในการสร้างบรรยากาศของการ

ประชุมดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถกำหนดและแบ่งเวลาของการประชุมให้เหมาะสมชัดเจน จำนวนครั้งของการอภิปราย เวลาของวิทยากรในแต่ละหัวข้อที่อภิปราย โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการประชุม และกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุมเป็นสำคัญ

2. การจัดทำงบประมาณ ต้องกำหนดแผนรายจ่ายให้ชัดเจน รายได้จากสปอนเซอร์ หรือผู้สนับสนุน ต้องรู้ว่ามียังงบประมาณอยู่ในอำนาจการจ่ายเท่าใด และควรจะใช้จ่ายในรายการใดบ้าง

3. การกำหนดวันประชุม เป็นเรื่องสำคัญที่ต้องรับรู้เพื่อใช้ในการเตรียมบุคลากรในการดำเนินงานวันที่ประชุม หลีกเลี่ยงวันเวลาที่ตรงกับการประชุมในรายการอื่น ๆ หรืออาจใช้ตรวจสอบสถานการณ์อื่น ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อการจัดประชุม เช่น ตรงกับวันหยุดเทศกาลสำคัญ ตรงกับฤดูฝน เป็นต้น ซึ่งอาจเป็น อุปสรรคในการดำเนินการ ที่ไม่อาจหาคนงานได้ตามต้องการ หรืออาจต้องจ่ายค่าแรงสูงกว่าค่าที่ประมาณการไว้ จึงจำเป็นที่จะต้องหลีกเลี่ยงสถานการณ์เหล่านี้ เพื่อประสิทธิภาพในการจัดงานประชุม

4. การจัดเตรียมสถานที่ประชุม มีความสำคัญต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการประชุมได้ การจัดสถานที่อย่างเหมาะสมมีส่วนเอื้ออำนวยให้เกิดการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ การเลือกสถานที่จัดประชุมมี ความสำคัญมาก เพราะจะมีผลต่อทัศนคติของผู้เข้าประชุม ดังนั้น ในการเลือกห้องประชุม สมิต สัณฐกร (2543 หน้า 100) เสนอว่าควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

4.1 เลือกห้องประชุมใหญ่หรือห้องประชุมกลุ่มให้เหมาะสมกับขนาดของกลุ่ม ขนาดของห้องประชุมต้องมีความจุพอสำหรับผู้เข้าประชุม เจ้าหน้าที่ ผู้สังเกตการณ์และนักหนังสือพิมพ์ ถ้าห้องประชุมใหญ่เกินไปไม่เหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าประชุม จะไม่ให้ความประทับใจ และบรรยากาศไม่อบอุ่น เท่าที่ควร แต่ถ้าห้องประชุมเล็กเกินไปก็จะแออัดไม่สะดวกสบาย

4.2 สิ่งจำเป็นสำหรับห้องประชุมที่ควรจะมีคือ ประตูทางเข้าออกควรมีประตูเดียว เพื่อป้องกันผู้ที่จะเดินผ่านห้องประชุม อันเป็นวิธีการช่วยลดการรบกวนผู้ที่กำลังประชุมอยู่ให้น้อยที่สุด หากมีหลายประตูต้องจัดให้มีทางเดินสำหรับคนเข้าออก โดยไม่รบกวนที่ประชุม

4.3 ห้องประชุมควรจะเป็นห้องซึ่งทุกคนสามารถที่จะมองเห็น และได้ยินเสียงซึ่งกันและกันอย่างชัดเจน

4.4 โต๊ะของเลขานุการและผู้จัดการประชุมเป็นสิ่งสำคัญต้องอยู่ในตำแหน่งที่ มองเห็นผู้เข้าร่วมประชุมได้ทั้งหมด และสะดวกในการเข้าออกห้องประชุม เพื่อรับส่งข่าวสารโดยไม่รบกวนที่ประชุม

5. การจัดทำหัวข้อประชุม และรายการอภิปราย ต้องให้ครอบคลุมประเด็นทั้งหมดภายในเวลาที่ กำหนดโดยจะแยกประเด็นไปตามหัวข้อที่จะใช้ในการดำเนินการประชุม การจัดทำหัวข้อต่าง

ๆ ต้องเผื่อเวลาว่างในการทำกิจกรรมอื่น ๆ ด้วย หรือเผื่อเวลาที่อาจไม่สามารถควบคุมได้ไว้ด้วย นอกจากนี้ยังอาจต้องเป็นผู้ จัดหาประธานในที่ประชุม และผู้ดำเนินรายการด้วย เนื่องจากผู้ดำเนินการประชุมจะทำให้บรรยากาศการ ประชุมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น จึงมักเลือกใช้ผู้ดำเนินการประชุมที่มีประสบการณ์ และมีความ เชี่ยวชาญในหัวข้ออภิปรายที่กำหนดไว้เป็นอย่างดี

6. การติดต่อเชิญผู้อภิปรายหรือวิทยากร สิ่งสำคัญที่ต้องเตรียมก่อนการติดต่อ ได้แก่ หัวข้อ แนวทาง การบรรยาย เวลาที่ใช้ในการบรรยาย เวลาที่จะอภิปรายแสดงความคิดเห็นและตอบข้อซักถามของผู้ฟัง ประเภทของผู้ฟังซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย กรณีที่เป็นการประชุมระหว่างประเทศ ต้องมีการเตรียมการแปลเนื้อหา ให้เป็นภาษาซึ่งกำหนดให้ใช้ในการประชุมนั้น ๆ นอกจากนี้ต้องแจ้งให้ทราบว่าผู้อภิปรายร่วมมีใครบ้าง และ ประเด็นที่รับผิดชอบเป็นอย่างไร เพื่อประโยชน์ในการป้องกันความซ้ำซ้อนของเนื้อหาที่ต้องอภิปราย

7. การจัดทำประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ข่าวการประชุม ผู้จัดต้องมีการประสานงานกับสื่อมวลชน ต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่รายละเอียดเกี่ยวกับการประชุม ได้แก่ หัวข้อการประชุม วันเวลา สถานที่ และวัตถุประสงค์ เด่น ๆ ของการจัดประชุม รวมถึงผู้เข้าร่วมประชุมที่มีความสำคัญที่สุด และเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป ถ้าการประชุมนั้นเป็นที่น่าสนใจแก่บุคคลทั่วไป สื่อมวลชนจะเป็นผู้กระจายข่าวในประเด็นที่สำคัญออกไปอย่างรวดเร็ว การประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการประชุมนั้น ต้องอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนอย่างดีที่สุด เพราะการ ประสานงานที่ดีย่อมสร้างทัศนคติที่ดีต่อกัน

การประมาณการค่าใช้จ่ายสำหรับการจัดประชุม

การจัดประชุมในแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายมากมาย โดยเฉพาะการจัดงานที่มีความสำคัญในระดับประเทศ โดยเฉพาะงานจัดประชุมระหว่างประเทศ ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายมากกว่าการจัดประชุมภายในประเทศ เพราะจะต้องมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางด้วย ดังนั้น ผู้จัดประชุมจะต้องชี้แจงแก่ผู้เข้าร่วมประชุม ถึงค่าใช้จ่ายที่ผู้เข้าร่วมประชุมต้องรับผิดชอบเอง ในส่วนที่ผู้จัดต้องมีการเตรียมการเพื่อให้การประชุม

ในครั้งนั้นประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการ ดังนั้น ผู้จัดการประชุมจะต้องมีการเตรียมการตั้ง งบประมาณรองรับค่าใช้จ่ายที่ต้องเกิดขึ้น ดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายอำนวยความสะดวกและค่าอาหาร สำหรับแขกพิเศษ เช่น ประธานในการประชุม วิทยากร ผู้ดำเนินรายการ เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน หรือเป็นการประชาสัมพันธ์งานและองค์การของผู้จัด จำเป็นต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากบุคคลเหล่านี้ด้วย

2. ห้องประชุมและอุปกรณ์ ค่าใช้จ่ายส่วนนี้ประกอบด้วย ค่าเช่าห้องประชุม ห้องสำหรับการทำงาน ของผู้จัด ค่าตกแต่งสถานที่ ค่าเช่าอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการประชุม เป็นต้น
3. ค่าใช้จ่ายสำหรับผู้ให้บริการ ได้แก่ เลขานุการในการจัดอภิปราย พนักงานเทคนิคประจำอุปกรณ์ พิเศษ เป็นต้น
4. ค่าตอบแทนประธาน ผู้ร่วมประชุม และผู้เสนอบทความ หากมีการจัดเตรียมไว้ให้ ควรเป็นส่วนที่ ได้มาจากการลงทะเบียนของผู้เข้าร่วมประชุม ซึ่งต้องมีการกำหนดก่อนล่วงหน้า
5. ล่ามและพนักงานแปล เป็นค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ในการประชุมระดับนานาชาติ จำเป็นต้องมีไว้ ให้บริการ ยิ่งมีการให้บริการหลายภาษาย่อมมีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น
6. ค่าใช้จ่ายสำหรับการเตรียมการประชุม ได้แก่ ค่าเครื่องเขียน หนังสือโต้ตอบ รายงานการประชุม ค่าป้ายชื่อ ค่าไปรษณีย์ ค่าโทรศัพท์ ค่าบริการทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น
7. สิ่งพิมพ์เผยแพร่ ได้แก่ ก าหนดการประชุม หนังสือแนะนำการประชุม เพื่อให้ความรู้พื้นฐาน เกี่ยวกับความเป็นมาของการประชุมในครั้งนี้ แผนที่และเอกสารแนบแนวสถานที่ตั้งของห้องประชุม รวมไปถึงสถานที่บริเวณใกล้เคียงด้วย
8. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ซึ่งมักเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่คาดคิดว่าจะเกิดขึ้น เช่น ค่าทำงานล่วงเวลา ค่ารักษาพยาบาล ค่าของที่ระลึกเนื่องในวันส าคัญของผู้เข้าร่วมประชุมบางคน เป็นต้น

สรุป

ความสำเร็จของการจัดงานนิทรรศการและการจัดประชุม เป็นที่สิ่งที่ยากแก่การประเมิน ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจต่อว่าความคาดหวังของผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่ ผู้เข้าร่วมงานบางกลุ่มอาจรับรู้ได้ถึง ความพึงพอใจอย่างสูงสุด เพราะได้มาอยู่ในสถานที่ใหญ่โตหรูหราที่น่าตื่นตาตื่นใจ ได้รับเอกสารที่มีประโยชน์ ได้ฟังวิทยากรที่เชี่ยวชาญหรือมีชื่อเสียงมาให้ความรู้ให้ค าแนะนำ เป็นต้น ในทางตรงกันข้ามหาก มีผู้เข้าร่วม ประชุมไม่ได้ มีความรู้สึกดังกล่าว อาจเห็นว่าเป็นการเสียเวลาที่มาร่วมงาน ไม่คุ้มค่ากับเวลาและ ค่าใช้จ่ายที่สูญสียไป ดังนั้นการเตรียมการที่มีระเบียบและวิธีดำเนินการที่เป็นแบบแผน ย่อมทำให้อุปสรรคและปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นเมื่อถึงเวลาการดำเนินการจริงน้อยที่สุด และทำให้การจัดงานในแต่ละครั้งเกิดความคุ้มค่ามากที่สุด

คำถามทบทวน

- 1.1 การบริหารราคามีความสำคัญต่อธุรกิจจัดการประชุมและนิทรรศการอย่างไร
- 1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาของผู้ประกอบการ
- 1.3 บูธประเภท island หรือบูธประเภท four side open มีข้อดีอย่างไร
- 1.4 จงบอกความสำคัญของการจัดเตรียมงานประชุมและนิทรรศการ
- 1.5 ลักษณะที่ดีของห้องประชุมควรเป็นอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

----- กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มกำไร กรุงเทพฯ: อิมเมจ เอ็นเตอร์ไพรส์, 2552

----- กลยุทธ์การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ กรุงเทพฯ: แอ็คเม พรีนติ้ง, 2549 เกษม
พิพัฒน์เสรีธรรม การตลาดเหนือชั้น กลยุทธ์พร้อมรบ กรุงเทพฯ: พีเพิลมีเดีย, 2554
ซิลก์, อัลวิน เจ เรียนลัดการตลาด MBA Harvard กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท, 2551

ฝ่ายวิชาการเอ็กสเปอร์เน็ท เทคนิคการประชุมแบบมืออาชีพ กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท, 2548

วัฒน์ จุฑะวิภาต ศิลปะการจัดแสดงนิทรรศการ กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์, 2542 สมิต สัจฉกร
เทคนิคการประชุม พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: วิญญูชน, 2543