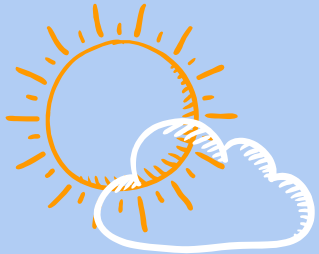


บทที่ 5 การบริหารจัดการและงบประมาณของการจัดกิจกรรมพิเศษ

ผศ.วิภาณี แม้นอินทร์

1) รับโจทย์จากลูกค้าและกำหนดวัตถุประสงค์

☞ทำความเข้าใจกับลูกค้า ถึงความต้องการที่แท้จริงว่าลูกค้าต้องการอะไร ต้องการแบบไหน ขอบเขตของการจัดงานคืออะไร และงบประมาณที่ลูกค้ากำหนด เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดนี้ไปคิดงานต่อในเรื่องของรูปแบบงาน ความคิดสร้างสรรค์ต่อไปในขั้นตอนที่ 2

Event Detail

Event date and time - วันและเวลาการจัดงาน
Event type and purpose - ประเภทการจัดงานและจุดประสงค์การจัดงาน
Budget - งบประมาณการจัดงาน (เฉพาะค่าสถานที่หรือรวมทุกอย่างแล้ว)
Number of participants - จำนวนผู้ร่วมงาน
Location - ตำแหน่งหรือย่านของสถานที่ที่ต้องการ
Theme and layout - (Layout - eg. cocktail, banquet, theatre, classroom, boardroom, U-shape, or T-shape)
Food and beverage - ประเภทของอาหารและเครื่องดื่มที่ต้องการ (Beverage - Alcoholic/Non-Alcoholic)
Activities - กิจกรรมภายในงาน
Amenities - อุปกรณ์เพิ่มเติม (wifi, projector, audio and visual, or lighting)
Parking - จำนวนที่จอดรถที่ต้องการ
Accommodation - จำนวนห้องพัก
Additional event suppliers (event organizer, audio and visual, cleaning service, photography, and filming)

รูปภาพที่ 7.3 ส่วนประกอบที่สำคัญของงบประมาณ

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสถานที่ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับสถานที่จัดงาน เช่น ค่าเช่า ค่าเก็บกวาดทำความสะอาด ค่าออกแบบสถานที่ ค่าเช่าเวที ค่าที่จอดรถ ค่ารถสุขาเคลื่อนที่ ค่าตกแต่งสถานที่ ยกตัวอย่างเช่น ค่าตกแต่งงานด้วยดอกไม้ ค่าแจกันดอกไม้สำหรับตกแต่งบริเวณกลางโต๊ะจัดเลี้ยง บอลลูน ระบบแสงสี ค่าตกแต่งด้วยเทียน ค่าผ้าปูโต๊ะ โดยการตกแต่งเหล่านี้จะสร้างความประทับใจเมื่อแรกเห็นให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน และทำให้ผู้ร่วมงานรู้สึกตื่นตาตื่นใจ นอกเหนือไปจากนี้ ยังมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าเช่าอุปกรณ์การจัดงาน ค่าระบบเครื่องเสียง ไมโครโฟน จอภาพ เครื่องฉาย โต๊ะ เก้าอี้ WIFI แสง เต็นท์ ฯลฯ โดยผู้จัดงานควรรวมค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น ค่าเงินมัดจำ ค่าประกันของ ค่าภาษี ค่าบริการ ค่าแรงของพนักงานเตรียมงานติดตั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ รวมถึงพนักงานที่ทำหน้าที่รื้อถอน และค่าล่วงเวลาหากมีการจัดงานเกินเวลาที่กำหนด ดังนั้น ผู้จัดงานควรจัดสรรงบประมาณที่ครอบคลุมค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับสถานที่ เครื่องมือ และสิ่งของที่เกี่ยวข้องเหล่านี้

ค่าใช้จ่ายการตลาด การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งสำคัญของการจัดงานอีเวนต์ เพื่อชักชวนให้ประชาชนทั่วไปมาร่วมงาน ค่าใช้จ่ายสำหรับการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น Facebook ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ ทางเว็บไซต์ ล้วนเป็นต้นทุนส่วนหนึ่งที่ควรรวมไว้ในการจัดทำงบประมาณ ในงานอีเวนต์บางประเภท ค่าใช้จ่ายในการจัดทำวีดีโอ ค่าออกแบบ ค่าถ่ายภาพ อาจเป็นค่าใช้จ่ายสำคัญเพื่อประชาสัมพันธ์งานให้เข้าถึงกลุ่มผู้เข้าร่วมงานที่หลากหลายได้

ค่าธรรมเนียมวิทยากร ผู้ให้ความบันเทิง นักแสดง พิธีกร ค่าธรรมเนียมเหล่านี้ควรรวมอยู่ในงบประมาณในการจัดงาน โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้อาจรวมถึงค่าเดินทางไปกลับ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าของขวัญของที่ระลึก และค่าเครื่องแต่งกายของบุคคลเหล่านี้

ค่าอาหาร ในหลายงานอีเวนต์ ต้นทุนหลักของการจัดงานนอกเหนือไปจากค่าสถานที่ อาจรวมไปถึงค่าอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงค่าอุปกรณ์ ภาชนะใส่อาหารและเครื่องดื่ม ผ้าเช็ดปาก จาน ชาม และช้อนส้อม

ค่าแรงพนักงานที่ให้บริการในงาน ค่าจ้างและค่าล่วงเวลาที่ต้องจ่ายพนักงานบริการเสิร์ฟอาหาร พนักงานผสมเครื่องดื่ม พนักงานรักษาความปลอดภัย รวมทั้งค่าทิป ค่าใช้จ่ายเหล่านี้ควรถูกรวมอยู่ในการทำงบประมาณด้วย

ค่าเดินทาง ค่าเดินทางของทีมงานจัดงาน ไม่ว่าจะเป็นค่าบริการรถรับส่ง รถบัส รถขนของ รวมทั้งค่าบริการรับส่งผู้ที่จะเข้ามาร่วมงาน ถือเป็นส่วนหนึ่งของงบประมาณจัดงาน

ค่าเครื่องเขียน สิ่งพิมพ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ในงาน ผู้จัดงานควรรวมค่าจัดทำจดหมายเชิญ ป้ายชื่อ แผนงานโปรแกรม เมนูอาหาร ป้าย สื่อประชาสัมพันธ์ในงาน ใบปลิว เอกสารแจกในงานและอื่น ๆ ในงบประมาณค่าใช้จ่ายด้วย เพราะเอกสาร สิ่งพิมพ์ และแผ่นป้ายต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เข้าร่วมงานเข้าใจวัตถุประสงค์งานอีเวนต์และกิจกรรมต่าง ๆ ในงานมากยิ่งขึ้น รวมทั้งทำให้ทราบข้อมูลของงานที่จัดขึ้นได้ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ข้อความที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้ ควรเป็นข้อความที่อ่านง่าย เข้าใจง่าย รวมทั้งมีรูปแบบที่สวยงามและเหมาะสม

ของที่ระลึก ของรางวัล ในงานอีเวนต์บางงาน ได้มีการให้ของขวัญ ของที่ระลึก และ/หรือของรางวัลที่ให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน ค่าใช้จ่ายเหล่านี้ควรเป็นส่วนหนึ่งของแผนงบประมาณจัดงาน

ค่าประกันภัย ตัวอย่างเช่น ค่าประกันภัยในกรณีที่มีผู้บาดเจ็บในระหว่างการจัดงาน ค่าประกันที่จ่ายเพื่อประกันความเสียหายของสินค้าและการบริการ รวมถึงอุปกรณ์ที่จะใช้ในงานที่เช่ามา และอาจรวมถึงค่าประกันระหว่างการเดินทางด้วย

ค่าธรรมเนียมในการบริหารและวางแผนการจัดงาน เป็นค่าธรรมเนียมสำหรับการวางแผนการจัดงานของผู้จัดงานอีเวนต์ โดยการกำหนดค่าธรรมเนียมนี้อาจคิดเป็นยอดเงินราคาเดียว หรือคิดเป็นร้อยละจากยอดค่าใช้จ่ายที่กำหนด หรืออาจคิดค่าธรรมเนียมต่อชั่วโมง หรืออาจใช้วิธีการกำหนดราคาหลาย ๆ แบบรวมกันในการจัดงานอีเวนต์งานใดงานหนึ่งก็ได้ โดยการกำหนดค่าธรรมเนียมนั้น ปกติจะขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของการจัดงาน เวลาที่ใช้ในการวางแผนและจัดงาน ขนาดของงาน สิ่งที่ลูกค้าต้องการให้มีในงาน

ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด กรณีที่ไม่สามารถกำหนดประเภทของค่าใช้จ่ายได้ในกลุ่มใด ๆ ให้นำไปรวมในหมวดค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด หรือจัดทำหมวดใหม่ขึ้นมาเพื่อสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพในระหว่างการจัดงาน

เงินสำรองฉุกเฉิน ถึงแม้ว่าผู้จัดงานอีเวนต์จะวางแผนงานอย่างระมัดระวังรอบคอบ แต่อาจมีค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้คาดหมายไว้ในแผนงานเกิดขึ้น ดังนั้น จึงควรสำรองเงินไว้โดยถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของงบประมาณ เพื่อนำมาใช้จ่ายในเหตุการณ์ที่นอกเหนือจากการวางแผนและการควบคุม เช่น ต้นทุนแฝง ต้นทุนที่ไม่คาดคิดว่าจะเกิด ความไม่แน่นอนทางการเงินของงานที่จัด ตัวอย่างเช่น ผู้ขายไม่สามารถส่งมอบสินค้าและบริการได้ตามสัญญา ดังนั้น จึงต้องหาผู้ขายรายใหม่ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น หรืองานอีเวนต์บางงานเป็นงานที่จัดกลางแจ้ง หรือนอกอาคาร ความไม่แน่นอนของสภาพดินฟ้าอากาศ ทำให้ต้องเปลี่ยนรูปแบบการจัดงานกะทันหัน ซึ่งทำให้เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ดังนั้น เงินสำรองฉุกเฉินนี้จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อนำมาใช้จ่ายในเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์เหล่านี้ และที่สำคัญยังทำให้ผู้จัดงานอีเวนต์ไม่ต้องตัดค่าใช้จ่ายส่วนอื่นออกจากงบประมาณ หรือไม่ต้องไปหารายได้ทางอื่นเพื่อมาชดเชยในส่วนดังกล่าว โดยทั่วไปแล้ว ควรกันเงินเพื่อใช้ในกรณีฉุกเฉินประมาณร้อยละ 5-20 ของงบประมาณทั้งหมด ซึ่งวงเงินที่กันไว้นี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดระยะเวลาของการจัดงาน

กว่า 40% ของงบประมาณในการจัดงานอีเว้นท์จะถูกใช้ไปกับค่าสถานที่และค่าอาหารเครื่องดื่ม

รายได้

1. ผู้ว่าจ้างจัดงาน เช่น งานมงคลสมรส งานวันเกิด งานเปิดตัวบริษัท งานเปิดตัวสินค้าใหม่

2. การจำหน่ายบัตรเข้าชมงาน เช่น งานแข่งขันกีฬา การแสดงดนตรีและโชว์ต่าง ๆ

3. ค่าลงทะเบียน เช่น อบรมสัมมนา

4. รายได้จากการขาย เช่น ขายสินค้า อาหาร เครื่องดื่ม รายได้จากการให้ตั้งบูธ

รายได้

5. เงินอุดหนุนจากธุรกิจท้องถิ่น รัฐบาล

6. การจัดระดมเงินทุน เช่น งานกาลาดินเนอร์ ผู้เข้าร่วมงานจะจ่ายค่าอาหารและค่าชมในราคาที่สูงกว่าปกติ

7. ผู้สนับสนุนหรือสปอนเซอร์ เช่น เงินสนับสนุน (เงินสดส่วนลดสินค้า/บริการ การประชาสัมพันธ์) หรือ สิ่งของ

2) การสร้างกิจกรรมพิเศษให้เกิดขึ้นจริง

☞ผสมผสานจินตนาการเข้ากับศาสตร์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการสื่อสาร การตลาด ความรู้ด้านการออกแบบศิลปะการแสดง ดนตรี Visual Art และสร้างอีเวนท์ให้โดดเด่นมีค่าและน่าจดจำ, Idea Hi-Light

2) การสร้างกิจกรรมพิเศษให้เกิดขึ้นจริง

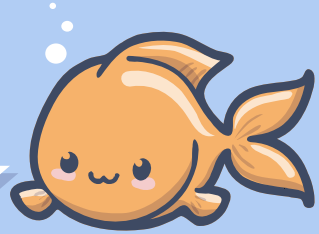
☞การหาไอเดียต้องดูจากเทรนโลก Tactic ใหม่ของสังคม Social Media, Case Study, YouTube และ Google

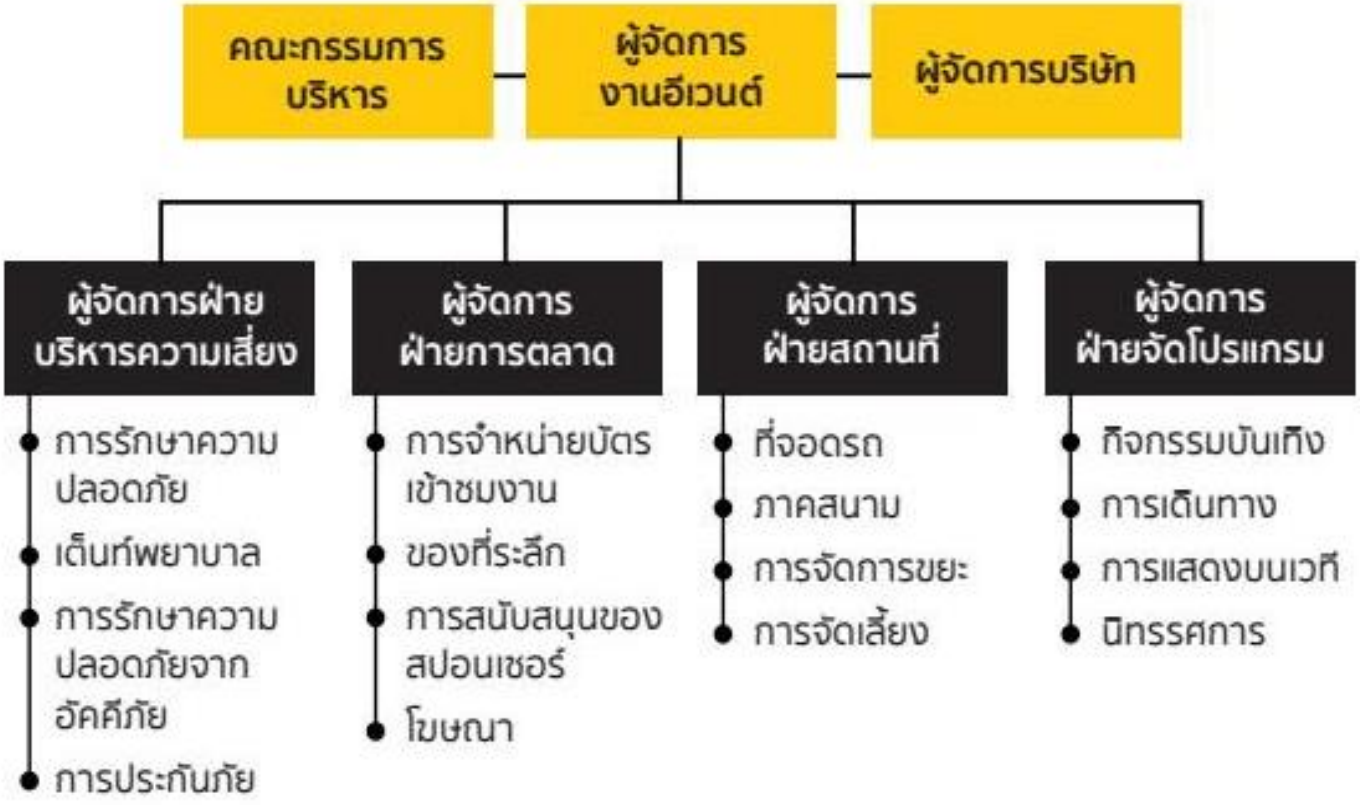
สรุป

★ระดมความคิดไอเดียต่าง ๆ เพื่อนำมาเรียบเรียง สร้างสรรค์เป็นอีเวนท์ 1 อีเวนท์ แต่การคิดว่างานสร้างสรรค์นั้นต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้และวัตถุประสงค์ของลูกค้า รวมไปถึงงบประมาณในการนำมาสร้างสรรค์งานต่าง ๆ เมื่อขั้นตอนนี้ถูกคิดงานขึ้นมาและลูกค้าเห็นชอบแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็จะการผลิตงาน

3) การบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษและสร้างงานอีเว้นท์

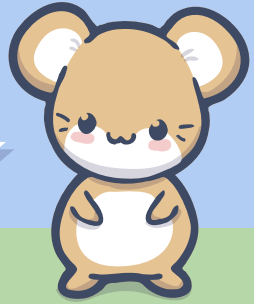
“ ☞ทำให้กิจกรรมพิเศษเกิดขึ้นจริง อีเวนท์หนึ่งงานประกอบด้วยงานหลายส่วน ทำอย่างไรเข้าใจงานทั้งหมดเป็นหนึ่งเดียว ขั้นตอนนี้มีความยุ่งยากและซับซ้อนมากเพราะต้องทำงานกับหลายทีม และต้องคอยวางแผนการทำงานและตรวจความเรียบร้อยทั้งหมด ขั้นตอนการบริหารจัดการอีเวนท์นี้จะแล้วเสร็จก็ต่อเมื่องานจบหรือสิ้นสุดงานของวันนั้น





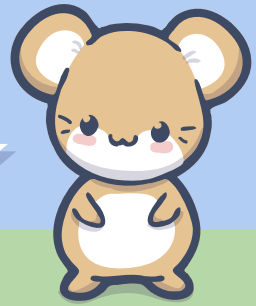
รูปภาพที่ 6.3 โครงสร้างขององค์กรแบบลำดับขั้น (Hierarchical organizational structure)
(นำมาจาก Silvers, 2013)

☞ แม้จะมีผู้รับผิดชอบแต่ละฝ่ายตามแผนที่วางไว้ แต่วันงานจำเป็นต้องมีอย่างน้อย 1 ทีมในการประสานงานและแก้ไขสถานการณ์ในกรณีเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิดขึ้นโดยอาจจะเป็นเรื่องเล็กน้อยหรือเรื่องใหญ่ก็ตาม เพื่อดำเนินงานไปได้อย่างลุล่วง

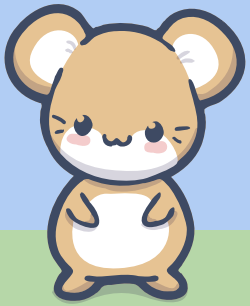


4) การประเมินผล

☞ สิ่งที่ทำมาตรงกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด สิ่งที่ทำมีผลต่อผู้เข้าร่วมงานมากน้อยเพียงใด ชอบอะไร ไม่ชอบอะไร การสื่อสารกับผู้ร่วมงานเป็นไปได้ด้วยดีมากน้อยเพียงใด



ปัจจัยที่ส่งผลให้การดำเนินงาน ในกิจกรรมพิเศษประสบผลสำเร็จ



ประกอบด้วย 3 ประการ

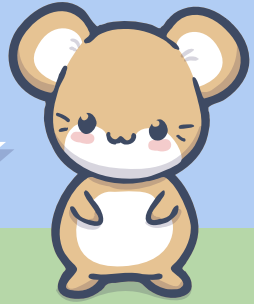
1) สร้างอีเวนท์ให้เป็นคอนเทนต์ที่คนอยากแชร์ (ต้องมีคาแรกเตอร์ มีจุดขายชัดเจน) (Selling Point และมีมุมให้คนมาถ่ายรูปได้)

2) เข้าใจความต้องการของผู้บริโภค

3) การเรียนรู้เรื่องเทคโนโลยีและดิจิทัล

บรรยากาศและ Sequence ในงานเปิดตัวสินค้า : ประสบการณ์ที่จะประทับใจไม่รู้ลืม

VÉRITÉ
VÉRITÉ
Aqua Light
50
COACH
VÉRITÉ
Sky High Pool Party
THU 19 OCT 2023
VÉRITÉ
Aqua Light
50



ประกอบด้วย 7 ประการ

1. การต้อนรับ (Welcome Segment)

ต้อนรับอย่างอบอุ่นที่ entrance ด้วยแสงสีและเสียงเพลงที่ตั้งใจคัดสรรสร้างความรู้สึกตื่นเต้นและความคาดหวังให้กับผู้เข้าร่วม

2. บรรยากาศและธีมการตกแต่ง

(Atmosphere & Theme)

ตกแต่งตามธีมของสินค้า ด้วยการใช้โปรเจ็กชั่นแมปปิ้ง, แสง สี, และการจัดวางที่ทันสมัยเพื่อสะท้อนคุณลักษณะของสินค้าใหม่

https://www.the101.world/projection-mapping-faqs/

3. การนำเสนอสินค้า (Product Presentation)

จุดสำคัญของงาน รวมถึงการแสดงสด, การสาธิตผลิตภัณฑ์, หรือการเล่าเรื่องผ่านวิดีโอ ทุกส่วนถูกออกแบบมาเพื่อสร้างความประทับใจและเข้าใจในสินค้า

4. การโต้ตอบและประสบการณ์ (Interactive & Experiential Activities)

หลังจากนำเสนอ ผู้เข้าร่วมงานจะได้สัมผัสกับสินค้าผ่านกิจกรรมโต้ตอบ เช่น บูธทดลองสินค้า, เกม

5. การเชื่อมต่อและเครือข่าย

(Networking Segment)

พื้นที่จะถูกจัดเตรียมให้ผู้เข้าร่วมงานสามารถพูดคุย, แลกเปลี่ยนความคิดเห็น, และสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นในอุตสาหกรรม

6. การปิดท้ายและขอบคุณ

(Closing & Gratitude)

จบงานด้วยการขอบคุณและการส่งมอบของที่ระลึกหรือโปรโมชั่นพิเศษ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมรู้สึกถึงความสำคัญและตื่นตาตื่นใจกับสินค้า

7. การติดตามผล

(Follow-Up)

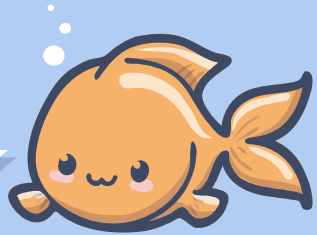
หลังจากงานจบ ประเมินผลลัพธ์และรักษาความสัมพันธ์กับผู้เข้าร่วมงาน ไม่ว่าจะผ่านอีเมลหรือโซเชียลมีเดีย

ที่มา: https://www.eventmania.co.th/blog

ตัวอย่าง

https://www.thailand4.com/%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B8%B4%E0%B8%94%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B8%A7%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B9%83%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B9%88/

https://www.youtube.com/watch?v=D8sP2eCEUaE&t=352s



Thanks!