



อีเวนต์สำเร็จ หรือล้มเหลว

อ่านต่อหน้า 18

**กลยุทธ์ IMC
กับอีอีพี**

พ.ศ.ดร.ธีรพัฒน์ ไร่ทองคำ

teerapunl@throughtheline.co.th



จัดงานอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังนำไปสู่
จุดยืนและชื่อเสียงที่เกิดจากการจัดงาน
อีกด้วย ดังนั้นผู้รับผิดชอบการจัดงานทุก
คนจึงต้องมีการประเมินผลการจัดงาน
อีเวนต์ของตนเสมอ

การประเมินการจัดงานอีเวนต์ คือ
กระบวนการสังเกตอย่างมีวิจารณ์ญาณ

อีเวนต์สำเร็จหรือล้มเหลว (ตอนแรก)

การจัดงานอีเวนต์ส่วน
ใหญ่มักจะเน้นความ
สำคัญไปที่ขั้นตอน
ของการวางแผนงาน การจัดเตรียม
งานและกิจกรรมในวันงาน แต่มักจะ
ละเลยกับการประเมินผลการจัดงาน
ซึ่งแท้จริงแล้วมีความสำคัญมากไม่
ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน สัปดาห์นี้ผู้เขียน
จึงขอพูดถึงเรื่องการประเมินผล
การจัดงานอีเวนต์ เพื่อให้ผู้อ่านได้เห็น
ถึงความสำคัญและสามารถนำไปใช้
ในการจัดงานอีเวนต์ให้มีประสิทธิภาพ
มากยิ่งขึ้น

การประเมินการจัดงานอีเวนต์
เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการ
วางแผน โดยมีจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์
ที่ตั้งไว้ก่อนการจัดงานเป็น
เกณฑ์มาตรฐานในการกำหนดผลลัพธ์
และความสำเร็จ การประเมินการจัด

งานอีเวนต์ทำให้ผู้รับผิดชอบการจัดงาน
สามารถประเมินการทำงานของตนเอง
และผลลัพธ์ของการจัดงาน เนื่องจากการ
จัดกิจกรรมทางการตลาดเป็นสิ่งสำคัญ
ต่อธุรกิจและเกี่ยวข้องกับการลงทุนของ
องค์กรที่เป็นผู้จัด จึงมีความจำเป็นอย่าง
ยิ่งที่จะต้องมีการประเมินผลที่ได้รับว่า
เป็นอย่างไร มีอะไรต้องแก้ไขบ้าง

การประเมินการจัดงานอีเวนต์
เป็นการตรวจสอบวัตถุประสงค์ที่ลึกซึ้ง
กว่า “การป่าวประกาศ” ว่ามีการจัดงาน
เพราะเป็นแก่นของกระบวนการที่นำมา
ซึ่งความเข้าใจอันลึกซึ้ง เกิดการเรียนรู้
ว่าการจัดงานมีความสมบูรณ์แบบหรือ
ไม่และสามารถนำผลลัพธ์ทั้งความสำเร็จ
และล้มเหลวมาปฏิบัติและแก้ไขให้เกิด
ประโยชน์ในการทำงานในครั้งต่อไป
นอกจากนี้การประเมินการจัดงานอีเวนต์
ยังเป็นกุญแจที่จะนำไปสู่การปรับปรุงการ

การวัดผลและการติดตามการปฏิบัติใน
การจัดงาน เพื่อที่จะกำหนดผลลัพธ์ได้
อย่างถูกต้องแม่นยำ การประเมินยังเป็น
กระบวนการอันต่อเนื่อง ซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่
ต้นจนจบของการจัดงานหนึ่งๆ อย่างไรก็ตาม
การประเมินผลการจัดอีเวนต์สามารถ
แบ่งได้เป็น 3 ระยะ ดังนี้

- การประเมินก่อนการจัดงานหรือ
การศึกษาความเป็นไปได้ ซึ่งเกิดขึ้นก่อน
การจัดงานเพื่อที่จะประเมินว่าการจัดงาน
จะประสบผลหรือไม่

- การติดตามและควบคุม จะเกิดขึ้น
ระหว่างการจัดงานเพื่อทำให้มั่นใจได้ว่า
งานอีเวนต์ยังดำเนินไปตามแผนและต้อง
มีการแก้ไขปัญหาในจุดใดระหว่างที่งาน
อีเวนต์กำลังดำเนินการอยู่

- การประเมินหลังการจัดงาน ซึ่ง
เน้นไปที่การวัดผลการจัดงาน และวิธี
ปรับปรุงการจัดงาน

แง่มุมสำคัญของการประเมินการจัดงานอีเวนต์ คือ การพิจารณาถึงผลกระทบในการจัดงานทั้งในด้านบวกและด้านลบ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ทั้งต่อผู้ที่มีส่วนร่วมและชุมชนที่ร่วมงานอีเวนต์

การประเมินหลังการจัดงานมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวัดผลความสำเร็จในด้านวัตถุประสงค์ของการจัดงานอีเวนต์หนึ่งๆ โดยการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานอีเวนต์ทั้งหมด นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับการประเมินกระบวนการจัดระบบในการจัดงานอีเวนต์และการตอบสนองของผู้เข้าร่วมงานด้วย ซึ่งหน้าที่สำคัญของการประเมินหลังการจัดงาน ได้แก่

การวัดผลสิ่งที่ได้รับจากการจัดงานอีเวนต์ (Measurement of event outcomes) ในการวางแผนงานอีเวนต์จะมีการระบุจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ไว้แล้ว ซึ่งจะเป็นเกณฑ์มาตรฐานหรือตัวบ่งชี้การวัดผลความสำเร็จในการจัดงานที่สัมพันธ์กับผลลัพธ์ เช่น เทศกาลภายในชุมชน อาจจะต้องจุดมุ่งหมายที่จำนวนของผู้มาร่วมงาน ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าชมงานและรายได้ในการจัดงาน สำหรับการจัดงานใหญ่ๆ วัตถุประสงค์ของการจัดงานและวิธีในการวัดผลอาจจะซับซ้อนมากขึ้น โดยมักมีเกณฑ์มาตรฐานเหล่านี้เข้ามาเกี่ยวข้อง

เช่น ผลกระทบทางเศรษฐกิจ การครอบคลุมของสื่อหรือผลลัพธ์ด้านการท่องเที่ยว

สำหรับบริษัทเอกชนอาจคำนึงถึงระดับแรงจูงใจของพนักงาน ความตระหนักรู้ในผลิตภัณฑ์และยอดขายที่เกิดขึ้นในแต่ละครั้งของการจัดงาน โดยจะมีการคาดคะเนความสำเร็จจากการจัดงานและการวัดผลสิ่งเหล่านั้นต้องใช้วิธีที่เชื่อถือได้ รวมทั้งมีการรายงานผลกลับไปยังผู้บริหารและบุคคลที่เกี่ยวข้อง

การสร้างฐานข้อมูลของผู้เข้าร่วมงานอีเวนต์ (Creation of a demographic profile of the event audience) วัตถุประสงค์ด้านการวางแผนในอนาคตจะบรรลุผลได้ หากมีการจัดทำฐานข้อมูลทั้งในด้านจำนวนคนที่เข้าร่วมงาน การรับรู้เกี่ยวกับการจัดงาน และรายละเอียดทางประชากรศาสตร์ เช่น ช่วงอายุ เพศ ระดับการศึกษาและรายได้ ซึ่งการจัดทำโครงสร้างทางประชากรศาสตร์ที่ถูกต้องแม่นยำของผู้เข้าร่วมงานจะเป็นประโยชน์ต่อการกลั่นกรองกลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบกิจกรรมและการกำหนดงบประมาณที่เหมาะสม

การระบุถึงวิธีในการปรับปรุงการจัดงานอีเวนต์ (Identification of how the event can be improved) หน้าที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของการประเมินผล

การจัดงานอีเวนต์ก็คือ การระบุถึงสิ่งที่ได้ผลและไม่ได้ผล โดยมีการวางแผนที่ดี เพื่อให้ได้มาซึ่งความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน ซึ่งจะช่วยให้รู้ว่า พวกเขาชอบกิจกรรมใดมากที่สุดและควรมีการปรับปรุงในเรื่องใดบ้าง ข้อมูลที่ได้นี้จะนำไปสู่การปรับปรุงการทำงานในครั้งต่อไป เช่น การขยายเวลาการซื้อขายสินค้าภายในงาน การปรับปรุงป้ายโฆษณาและการเพิ่มเติมกิจกรรมใหม่ๆ หากต้องจัดงานครั้งต่อไป

สำหรับหน้าที่สำคัญสำหรับการประเมินผลการจัดอีเวนต์ที่เหลือจะขอยกออกไปพูดถึงในสัปดาห์หน้า แล้วติดตามอ่านกันนะครับ! ■

เกี่ยวกับผู้เขียน

ผศ.ดร.ธีรพันธ์ ไล่ห์ทองคำ เป็นนักกลยุทธ์การตลาดและวิทยากรชื่อดัง อีกทั้งยังเป็นอาจารย์พิเศษระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยชั้นนำหลายสถาบัน

ปัจจุบันดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริหาร บริษัท ทรู เดอะไลน์ คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด เป็นบริษัทที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์การตลาด ไอเอ็มซี และแบรนด์ดิ้ง ให้กับตราสินค้าชั้นนำมากมาย