

ประวัติความเป็นมาของบริษัท ซี เอ็ม ออกาไนเซอร์ จำกัด

บริษัท ซี เอ็ม ออกาไนเซอร์ จำกัด เป็นบริษัทหนึ่งในเครือคิวบิค กรุ๊ปซึ่งมีคุณเสริมคุณ คุณวางค์เป็นผู้ก่อตั้ง โดยมีบริษัทในเครือทั้งหมด 6 บริษัท ดังนี้

1. บริษัท ดี อายส์ จำกัด  
(ดำเนินธุรกิจด้านการผลิตสไลด์ มัลติวิชั่นและวิดีโอ)
2. บริษัท พรินเซนเตชั่น มีเดีย ซัพพลาย จำกัด  
(ดำเนินธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์เกี่ยวกับการนำเสนอ)
3. บริษัท ซี เอ็ม ออกาไนเซอร์ จำกัด  
(ดำเนินธุรกิจเป็นผู้รับจ้างจัดงาน)
4. บริษัท อิเลคทริก วิชั่น จำกัด  
(ดำเนินธุรกิจคอมพิวเตอร์ กราฟฟิก)
5. บริษัท แชนเนล 16 จำกัด  
(ดำเนินธุรกิจห้องอัดเสียง)
6. บริษัท เอส คิวบิค กรุ๊ป จำกัด  
(ดำเนินธุรกิจด้านการจัดทำบัญชีและการตลาด)

ในแต่ละบริษัทจะดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันแต่สามารถพึ่งพาอาศัยกันเป็นในลักษณะของการทำงานที่ครบวงจรในด้านเกี่ยวกับการผลิตงานเพื่อการนำเสนอ โดยมีบริษัท เอส คิวบิค กรุ๊ป จำกัด เป็นบริษัทแม่ (Holding Company) ที่คอยช่วยเหลือดูแลในด้านบัญชี และการตลาด และมีคุณเสริมคุณ คุณวางค์เป็นผู้บริหารงานในตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ

ก่อนที่จะก่อตั้งเป็นคิวบิก กรุป บริษัทได้เริ่มจากการก่อตั้งบริษัท ดิ อายส์ จำกัดในปีพ.ศ. 2529 โดยเป็นการหุ้นกันระหว่างคุณเสริมคุณ คุณวงศ์กับพี่ชายและคนในวงการโฆษณา ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตสไลด์ มัลติวิชั่น เพื่อการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ เช่น งานแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ของเอนเนลซี งานแนะนำห้างสรรพสินค้าเดอะ มอลล์ ธนบุรี งานจัดเลี้ยงตัวแทนจำหน่ายและแนะนำสินค้าของเนชั่นแนล ฯลฯ ต่อมาในปี 2532 บริษัท ดิ อายส์ ได้ขยายการผลิตงานออกมาในด้านสื่อเพื่อการนำเสนออื่น ๆ อีก เช่น Video Wall, Video Panorama และ Media Overhead

ต่อมาในเดือนพฤษภาคม 2533 ได้มีการขยายบริษัท โดยร่วมทุนกับผู้ที่มีความสามารถในธุรกิจด้านสื่อเพื่อการนำเสนอ (Media Presentation) ตั้งเป็นบริษัท พีริเซนเตชั่น มีเดีย ซัพพลาย จำกัด ดำเนินธุรกิจด้านให้เช่าและบริการติดตั้งอุปกรณ์สำหรับการนำเสนอ โดยมีคุณสุรีย์ คุณวงศ์ เป็นกรรมการผู้จัดการ

ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2533 บริษัท ดิ อายส์ ได้ขยายแผนรับจ้างจัดงาน (Organizer) ออกมาตั้งเป็นบริษัท บางกอก พี ซี โอ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจด้าน Convention organizer เนื่องจากการพีริเซนเตชั่นในปัจจุบันรูปแบบของงานมีความสลับซับซ้อนและมีความสำคัญมากขึ้นและมีได้จำกัดรูปแบบเหมือนในอดีต แต่มีการนำเสนอต่าง ๆ เข้ามาใช้เช่น แสง สี เสียง การแสดง การให้บริการอากาศต่าง ๆ และที่สำคัญคือมีการนำไอเทคโนโลยีในการนำเสนอที่ทันสมัยเข้ามาประกอบเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้อยู่กับการนำเสนอมากขึ้น

หลังจากนั้นในเดือนพฤษภาคม 2534 บริษัท ดิ อายส์ ได้ถอนหุ้นออกจากบริษัท บางกอก พี ซี โอ จำกัด และก่อตั้งเป็นบริษัทใหม่ชื่อว่า บริษัท ซี เอ็ม ออคาไนเซอร์ จำกัด

### การเข้าสู่ของผู้รับจ้างจัดงาน

จากการที่บริษัทดิ-อายส์ จัดตั้งบริษัท ซี เอ็ม ออกาไนเซอร์ จำกัดขึ้น เพื่อเป็นบริษัทที่รับจ้างจัดงานเพื่อการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ออกจากการเป็นแผนก เพราะในอดีตบริษัทโฆษณาที่เป็นผู้ดูแลสินค้าตัวนั้น ๆ จะทำตัวเป็นผู้จัดการ (Organizer) เสียเอง โดยจ้างผู้ทำการแทน (Supplier) ต่าง ๆ เช่น บริษัท รับสร้างเวที, บริษัทติดตั้งแสง เสียง, บริษัทผลิตสื่อมาช่วยในการจัดงาน

สาเหตุที่ทำให้บริษัทโฆษณามีลักษณะเป็นผู้จัดงานก็คือ

1. ในตอนนั้นยังไม่มีบริษัทที่ทำด้านนี้โดยเฉพาะ
2. เพราะบริษัทโฆษณาเองมีความเคยชินในจุดยืนของการเป็นผู้จัดการ (Organizer) ที่ต้องจัดการทุกสิ่งทุกอย่างให้กับลูกค้า นอกเหนือจากงานโฆษณา
3. ลูกค้าบริษัทโฆษณาจะไม่ยอมจ่ายค่า Organizer Fee แยกต่างหากจากงบประมาณการโฆษณา เพราะถือว่าได้รวมอยู่ในงบประมาณนั้นแล้ว ดังนั้นบริษัทโฆษณาจึงต้องควบคุมงบให้อยู่

แต่เมื่องานการจัดประชุมสัมมนาและการแนะนำสินค้าใหม่มีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นและผู้ทำการแทนที่เคยช่วยงานบริษัทโฆษณามาก่อน ต่างเห็นช่องทางในการทำเงินในธุรกิจประเภทนี้ จึงมีการตั้งแผนกรับจ้างจัดงาน (Organizer) ของตัวเองขึ้นมาในบริษัท หรือออกไปจัดตั้งบริษัทรับทำด้านนี้โดยเฉพาะ ซึ่งอาจจะแยกออกได้เป็น

1. เป็นผู้ทำการแทน (Supplier) ที่เคยสนับสนุนบริษัทโฆษณาต่าง ๆ แล้วขยายตัวออกมาเป็นบริษัทรับจ้างจัดงานเองเช่น
  - เป็นบริษัทผลิตสื่อ เช่น ดิ อายส์, สดดีไอ 10, มัลติมีเดีย, ออวีมีเดีย
  - เป็นบริษัทติดตั้งแสง เสียง เช่น ออวี

2. เกิดจากอาชีพที่ทำอยู่เดิม เช่น ละติจูด (แยกตัวออกมาจาก JSL), Point Break (ซึ่งมีคุณริสา หงส์หิรัญและคุณอนันตชัย อนันตเมฆเป็นผู้ก่อตั้ง) อินเด็กซ์ (แยกตัวออกมาจากชิน โปรเกรสซึ่งเคยเป็นบริษัทในเครือของ JSL)

จุดเด่นของแต่ละบริษัทก็จะแตกต่างกันไปตามพื้นเดิมที่ตัวเองมีอยู่ เช่นถ้าเคยเป็นบริษัทผลิตสื่อมาก่อน เช่น ดี อายส์ หรือ ออวี มีเดีย ก็จะมีจุดเด่นในด้านของการผลิตสื่อที่ยิ่งใหญ่ และสลับซับซ้อน เช่น วิดิทัศน์ 2 จอ 2 ชั้น, การใช้สื่อผสม (Mixed Media) เช่น สไลด์มิกซ์วิดิทัศน์หรือคอมพิวเตอร์ กราฟฟิก, การใช้สไลด์ อิมเมจวอลล์ เป็นต้น เพราะบริษัทเหล่านี้มีบริษัทที่ผลิตสื่อเป็นของตัวเอง สามารถที่จะสรรหาแนวความคิดแปลก ๆ ใหม่ ๆ ของการผลิตสื่อมาใช้ในการนำเสนอได้

บริษัท ละติจูด จะมีจุดเด่นทางด้านความคิดสร้างสรรค์ที่ออกไปทางแนวศิลป์ การจัดโชว์และการปล่อยคิวการแสดงต่าง ๆ เพราะเคยชินกับงานทางด้านโทรทัศน์และละครเวทีมาบ้างแล้ว ส่วนบริษัท Point Break นั้นจะถนัดไปทางด้านการจัดงานแสดงแฟชั่นโชว์และการเปิดตัวสินค้าแฟชั่นทั้งชายและหญิง

บริษัท อินเด็กซ์ จะถนัดทางด้านการจัดโชว์และการปล่อยคิวการแสดงต่าง ๆ เพราะออกมาจาก JSL เช่นเดียวกับบริษัท ละติจูด แต่เนื่องจากผู้บริหารของอินเด็กซ์ มีความสามารถทางด้านการตลาดด้วยบริษัท อินเด็กซ์ จึงได้เปรียบบริษัทผู้รับจ้างจัดงานรายอื่น ๆ ในด้านของการจัดงานเพื่อการส่งเสริมการขาย

ในระยะหลังได้มีบริษัทผู้รับจ้างจัดงาน เกิดขึ้นมากมายจากโปรดิวเซอร์ที่แยกตัวออกมาตั้งบริษัทเอง และบริษัทโฆษณาขนาดกลางและขนาดเล็กที่รับทำเอง โดยจ้างผู้ทำการแทนต่าง ๆ มาช่วยในบางจุด

การจัดงานของบริษัทผู้รับจ้างจัดงาน สามารถแบ่งออกได้เป็น

- การนำเสนอ (Presentation)

- การจัดประชุมสัมมนา (Convention)
- การเปิดตัวสินค้าใหม่ (Launching new Product)
- การส่งเสริมการขาย (Promotion)
- งานเนื่องจากโอกาสพิเศษต่าง ๆ (Special Event)
- งานเพื่อความบันเทิง (Entertainment)

งานเหล่านี้เกี่ยวพันกันแต่ไม่จำเป็นต้องไปในทิศทางเดียวกันเสมอไป การนำเสนอนอกจากจะสนับสนุนให้กับงานของการจัดประชุมสัมมนาแล้ว ยังสนับสนุนให้กับงานอื่น ๆ อีก เช่น งานด้านการประชาสัมพันธ์ที่อยู่ภายในองค์กรคือ การจัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์องค์กร และจัดฉายให้กับผู้ไปเยี่ยมชมองค์กร

#### องค์ประกอบสำคัญของการผลิตงานเพื่อการนำเสนอ

องค์ประกอบที่สำคัญหรือจะเรียกว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการผลิตงานเพื่อการนำเสนอ มีดังนี้คือ

1. โครงสร้าง (Construction) เราเรียกว่า Atmosphere Design คือ การออกแบบบรรยากาศ รวมทั้งการตกแต่งทั่วไป
2. สื่อ (Media)
3. ส่วนที่เกี่ยวข้องกับแสง เสียง
4. ด้านความบันเทิง (Entertainment)

#### 1. โครงสร้าง

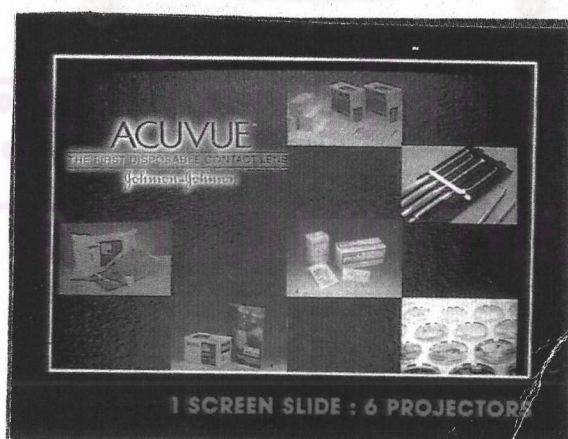
โครงสร้าง หรือ บรรยากาศงานได้แก่ การออกแบบตกแต่งบรรยากาศของงานให้เข้ากับแนวความคิด (Concept) และ แนวทาง (Theme) ของงานที่ต้องการให้ปรากฏออกมาให้เห็นรวมทั้งการออกแบบเวที การจัดนิทรรศการและการก่อสร้างสิ่งต่าง ๆ

## 2. สื่อ

สื่อหลักที่ใช้บอกเล่ารายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งที่เราต้องการ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า หรือ ประวัติความเป็นมาและความเจริญก้าวหน้าของบริษัท แผนงานและนโยบายต่าง ๆ ซึ่งสื่อที่สามารถบอกรายละเอียดเหล่านี้ได้ ได้แก่ สไลด์มัลติวิชั่น วิดีโอ และ คอมพิวเตอร์ กราฟฟิกประกอบการพูด (Speech) หรือ มัลติมีเดีย ซึ่งหมายถึงการเสนอสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์ โดยใช้ทั้งเสียง ภาพเคลื่อนไหวภาพกราฟฟิก และข้อความ

ในส่วนของสไลด์มัลติวิชั่น มีอยู่ด้วยกันหลายขนาดและหลายลักษณะ สามารถเลือกใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน จำนวนของผู้เข้าชม และขนาดของห้อง โดยมีขนาดต่าง ๆ และลักษณะดังต่อไปนี้

1. สไลด์มัลติวิชั่นขนาด 1 จอ (2.8 x 4.2 เมตร) ซึ่งเป็นแบบมาตรฐาน จำนวนของเครื่องฉายสไลด์ที่ใช้สามารถใช้ได้ตั้งแต่ 1 - 9 เครื่อง การใช้เครื่องฉายสไลด์มากขึ้นเท่าใดก็สามารถเล่นเทคนิคได้มากขึ้นเท่านั้น และอัตราในการขยายขนาดของจอฉายสไลด์คือ 2 : 3



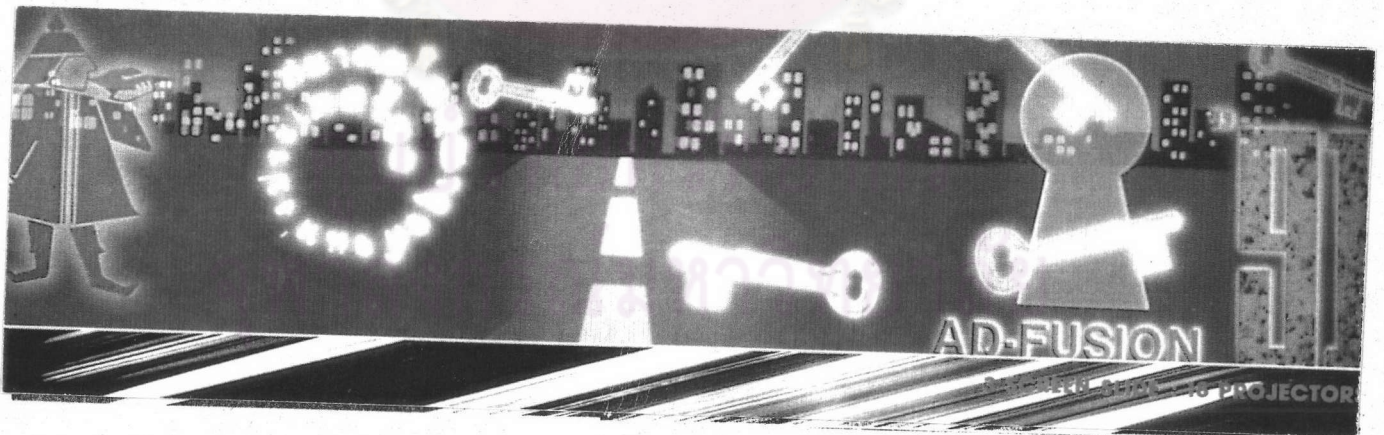
ดร. นิตยา กาญจนะวรรณ, "Multimedia," Computer Today

(กันยายน 2536) : 102

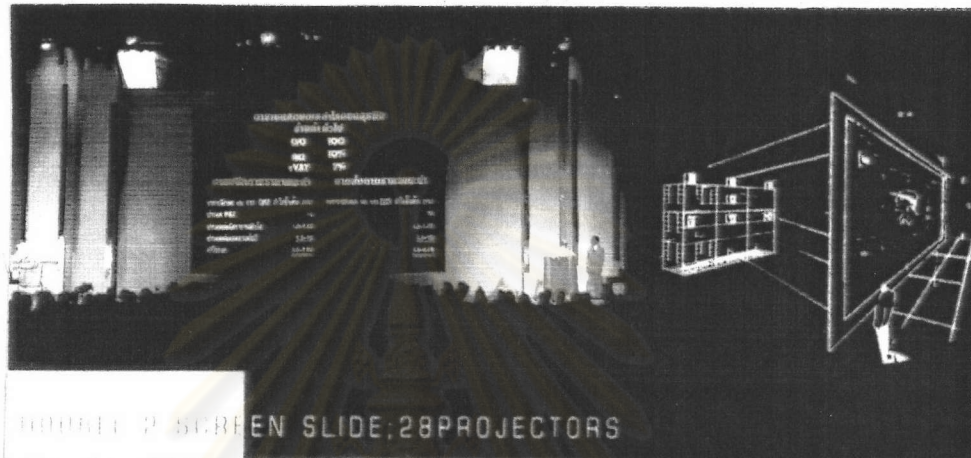
2. สไลด์มัลติวิชั่นขนาด 2 จอ (2.8 x 8.4 เมตร) จำนวนเครื่องที่ใช้ตั้งแต่ 12 - 15 เครื่อง จำนวนของผู้ชมควรมีตั้งแต่ 500 คนขึ้นไป



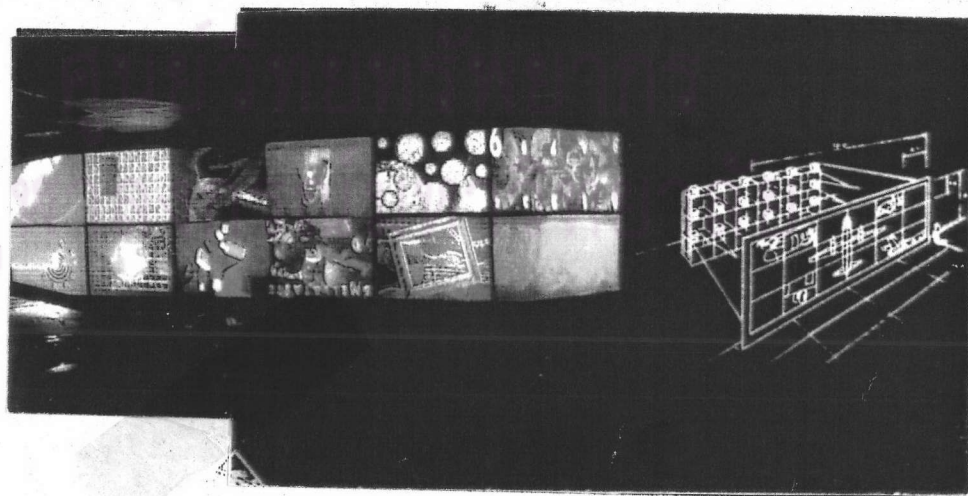
3. สไลด์มัลติวิชั่นขนาด 3 จอ (2.8 x 12.6 เมตร) จำนวนเครื่องที่ใช้ 18 เครื่อง



4. สไลด์พาโนรามาขนาด 2 ชั้น เป็นสไลด์ที่มีลักษณะพิเศษมีความสูงเป็น 2 เท่าของสไลด์พาโนรามาปกติ ทำให้ได้พื้นที่ฉายที่มีขนาดสูงขึ้นและใหญ่เต็มตากว่า เดิมเหมาะสำหรับห้องประชุมที่มีเพดานสูงเกินกว่า 6 เมตร หรือการฉายนอกสถานที่

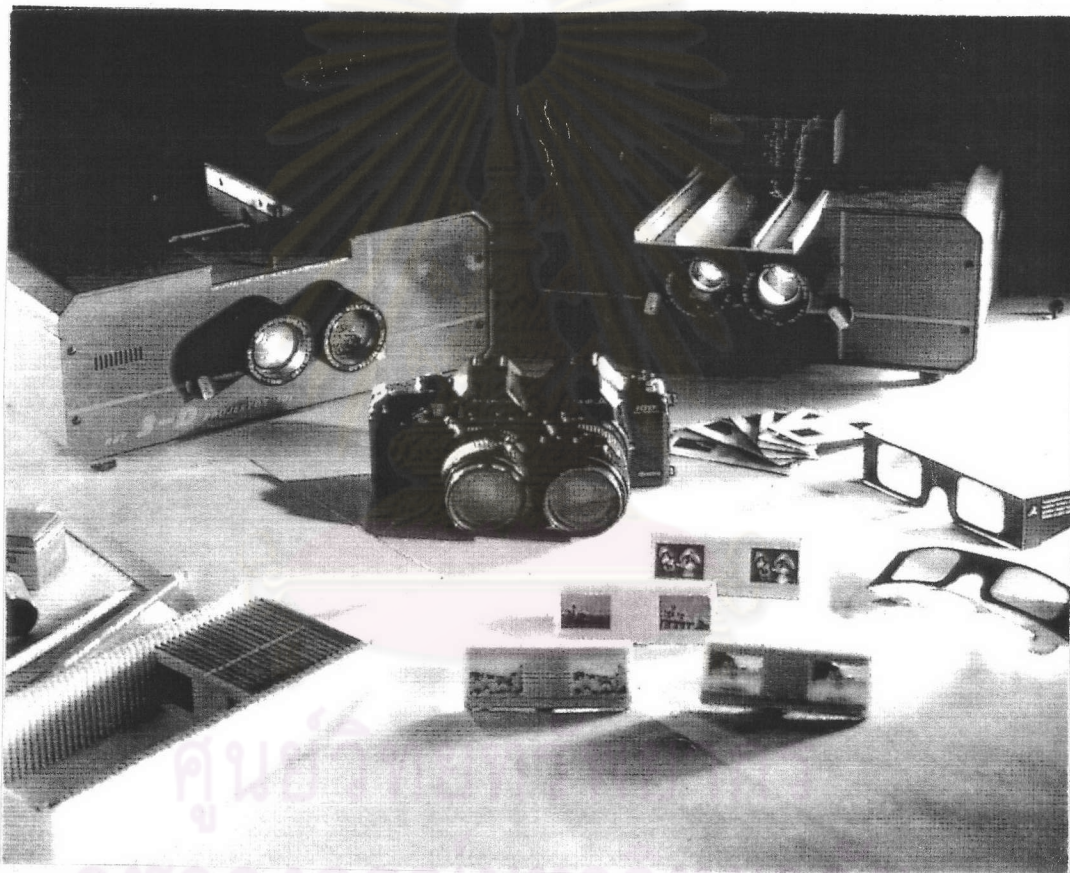


5. Slide Image Wall เป็นสไลด์จอยักษ์ที่เกิดจากการต่อภาพสไลด์ภาพ เล็ก ๆ หลาย ๆ เครื่องฉายรวมกันเป็นภาพขนาดใหญ่ และในแต่ละช่องใช้เครื่องฉาย สไลด์ตั้งแต่ 1 - 3 เครื่อง สามารถโปรแกรมให้แต่ละช่องภาพไม่เหมือนกันหรือจะ ให้เป็นภาพเดียวกันทั้งหมดก็ได้





6. สไลด์ 3 มิติ คือ สไลด์ที่ต้องใช้เครื่องมือพิเศษในการถ่ายภาพ คือ กล้องถ่ายภาพสามมิติและจอโลหะซึ่งสามารถสะท้อนแสงได้ดีและต้องใส่แว่นตาซึ่งมี 2 สี ข้างหนึ่งสีแดงและอีกข้างหนึ่งสีน้ำเงินในการมองภาพ ทำให้เกิดภาพ 3 มิติก่อให้เกิดความตื่นตาตื่นใจ เสมือนว่าผู้ชมกำลังอยู่ในเหตุการณ์นั้นจริง ๆ

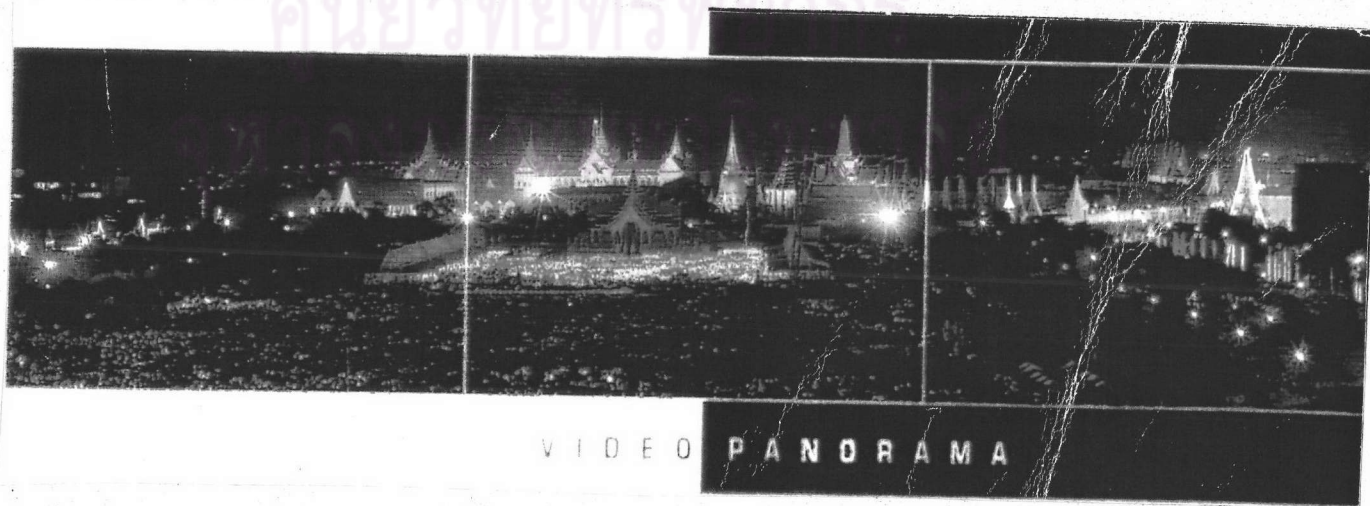


ศูนย์เทคโนโลยี  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

7. Slide Mix Video เป็นการนำเอาข้อเสียของสไลด์และข้อดีของวิดีโอมาผสมผสานกัน ข้อดีของสไลด์คือมีภาพสวยและคมชัด แต่ข้อเสียคือไม่สามารถเคลื่อนไหวได้ ส่วนวิดีโอข้อดีคือมีการเคลื่อนไหวอย่างเป็นธรรมชาติ เมื่อนำข้อดีของแต่ละสื่อมารวมกันจึงได้สื่อใหม่ที่ทำให้ความแปลกใหม่น่าสนใจยิ่งขึ้น



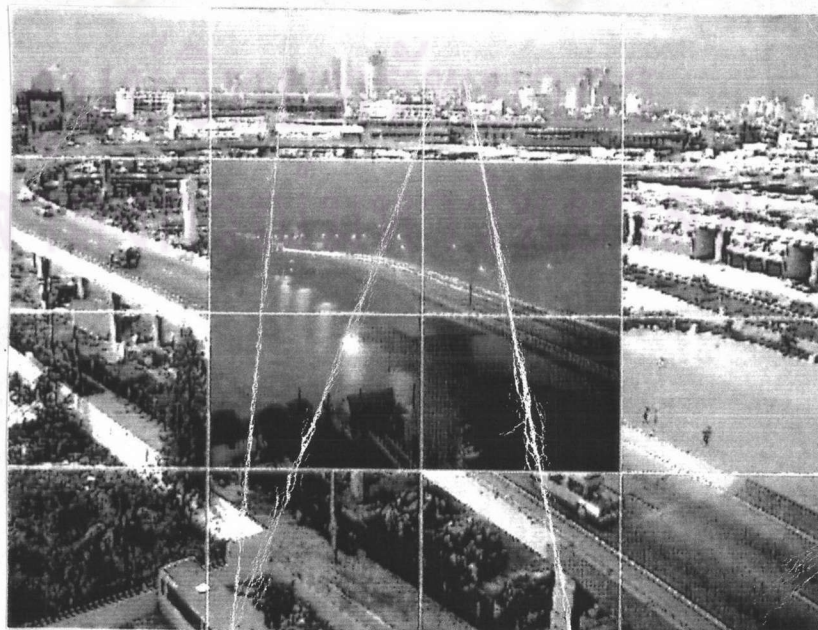
8. วิดีโอ ที่นำมาใช้ในการนำเสนอมีหลายลักษณะด้วยกันคือ ใช้นายด้วย Vedio Projector เพียง 1 เครื่องหรือ  
- ฉายด้วย Vedio Projector ตั้งแต่ 2- 3 เครื่องให้เป็นภาพต่อกัน เราเรียกว่า Vedio Panorama



- ฉายด้วยการโปรแกรมจากคอมพิวเตอร์ให้ออกทางมอนิเตอร์ซึ่งต่อกันในลักษณะของอนุกรม เราเรียกว่า Video Wall



- ฉายด้วยการโปรแกรมจากคอมพิวเตอร์ให้ออกทาง Projector ซึ่งมีขนาดใหญ่กว่ามอนิเตอร์ เราเรียกว่า Projector Wall



### 3. ส่วนที่เกี่ยวข้องกับแสงและเสียง

การให้แสงไฟสปอตไลท์ต่างๆ เช่น Gobo คือการใช้แผ่นโลหะกัดเป็นรูปต่าง ๆ แล้วนำไปติดหน้า Shutter ของสปอตไลท์, ไฟ Follow สำหรับเน้นหรือ จับกิจกรรมที่สำคัญบนเวที และอิทธิพลของสีสามารถสร้างความรู้สึกให้อบอุ่น ร่าเริง เยือกเย็นหรือตื่นเต้นได้ เสียงก็เช่นเดียวกัน สามารถปลุกเร้าอารมณ์ของคนฟัง เช่น การใช้เสียงรอบทิศทาง (Surround Sound) การใช้เสียงประกอบต่าง ๆ (Sound Effect) เพื่อให้ผู้มาร่วมงานเกิดอารมณ์ร่วมไปกับเสียงนั้นได้หรือแม้แต่เสียงเพลงคลอบรรยากาศงาน ซึ่งนอกจากการคัดเลือกเทปเพลงบรรเลงประเภทคลาสสิกต่าง ๆ แล้วยังมีการเล่นเพลงคลอบรรยากาศงานด้วยวงดนตรีในแบบต่าง ๆ เช่น

- วงทรีโอ (Trio) จะมีนักดนตรี 3 คนดนตรีที่เล่นคือ ฮาร์ป ฟลูท และ เชลโล
- วงควอเตท มีนักดนตรี 4 คน เครื่องดนตรีที่เล่นคือ ไวโอลิน 2 คน วิโอล่า และ เชลโล
- วงออเครสตรา ซึ่งเป็นเครื่องดนตรีตั้งแต่ 20 ขึ้นขึ้นไป
- วงสตริง

นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการใช้เทคนิคพิเศษ (Effect) ต่างๆ เช่น Stroke, Dry Ice, Smoke, Intelebeam, Co2, Bomb, Paper Shooter เป็นต้น

### 4. ความบันเทิง

ความบันเทิงหมายถึงการแสดงต่าง ๆ เช่น การแสดงของนักร้อง ยอดนิยม การแสดงละคร การเต้นของนักเต้นประกอบเพลง และการแสดงโชว์ต่าง ๆ เช่น มายากล แพนซ์โชว์ การจับรางวัลสำหรับผู้เข้าร่วมงาน การเล่นเกม กายกรรม เป็นต้น

จากสภาพการแข่งขันการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดสภาพการให้บริการด้านต่าง ๆ ในการทำการตลาดที่ครบวงจร จากการโฆษณาประชาสัมพันธ์แบบเดิม ๆ ที่ทำกันมากก็มีการขยายตัวมาเป็นการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เพื่อช่วงชิงกลุ่มเป้าหมายระดับต่าง ๆ กัน

กิจกรรมนั้นได้แก่ การประชุมครบรอบปีเพื่อขอบคุณ ประชุมเพื่อแนะนำสินค้าใหม่ หรือประชุมในโอกาสพิเศษครบรอบยี่สิบปี เปิดสำนักงานใหม่ ฯลฯ ในการประชุมเช่นนี้ เป็นโอกาสดียิ่งที่ฝ่ายเจ้าภาพจะจัดรายการ เพื่อเป็นการสร้างขวัญให้กำลังใจให้ผลตอบแทนในลักษณะต่าง ๆ ต่อลูกค้าที่ได้รับเชิญมาเป็นพิเศษ

ในงานที่จัดขึ้นจะมีทั้งภาคบันเทิง ภาคปลูกใจ ภาคสนุกสนานเลี้ยงโชคและภาคการสั่งซื้อ ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของการจัดงานแต่ละครั้ง สินค้าแต่ละยี่ห้อจะจัดงานในลักษณะนี้ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องสำอาง รถยนต์ ผงซักฟอก แชมพู สบู่ น้ำอัดลม และอีกมากมายหลายชนิด เพราะฉะนั้นปีหนึ่ง ๆ จะมีงานลักษณะเช่นนี้หมุนเวียนจัดตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น โรงแรมใหญ่ และศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ตลอดทั้งปี

การจัดงานเพื่อตรึงคน ตรึงทั้งตาและใจให้อยู่ในงานให้ยอมสั่งซื้อสินค้านั้นต้องมีผู้ดำเนินงานซึ่งอาจเป็นบริษัทโฆษณา ซึ่งจะเป็นผู้คิดแนวคิดหรือแกนคิดหลักของรูปแบบงานหรืออาจจะเป็นบริษัทผู้รับจ้างจัดงาน ลักษณะนี้โดยเฉพาะซึ่งบริษัทในลักษณะดังกล่าวมีทีมงานที่พร้อม ตั้งแต่เริ่มคิดแนวคิดไปจนถึงขั้นการผลิตตลอดจนกำกับดูแลงานโดยตลอดจนสำเร็จเรียบร้อย

รูปแบบของการจัดงานลักษณะนี้ จะต้องเตรียมการล่วงหน้านานพอสมควร นับแต่จองสถานที่หากลูกค้าต้องมาจากต่างจังหวัด ก็ต้องจองโรงแรม จองตั๋วเครื่องบินหรือรถไปให้ด้วย จากนั้นต้องเตรียมรูปแบบของงานว่าภาคกลางวันจะเป็นอย่างไร ภาคกลางคืนจะมีอะไรบ้าง เตรียมวิธีการนำเสนอซึ่งขยายพัฒนาความเป็น



Video Wall คือจอภาพวิดีโอที่ค่อนข้างขนาดเล็ก แต่ต่อกันเป็นอนุกรมจนมีขนาดใหญ่ อาจเลือกแสดงภาพเดียวจากหลายจอ หรือแต่ละจอแยกแต่ละภาพก็ได้ การนำเสนอด้วยภาพและเรื่องราวในลักษณะนี้ เชื่อว่าเป็นการถ่ายทอดที่สามารถปลูกเร้าและสร้างความประทับใจได้ดีที่สุด

การจัดงานในลักษณะเช่นนี้เริ่มจากงบประมาณไม่กี่แสนบาทเพิ่มมากขึ้นเป็นหลาย ๆ ล้านบาท เมื่อรวมกับงานรางวัลล่อใจต่าง ๆ ที่ตามมาแต่ผลตอบแทนที่ได้นั้นมีมูลค่ามหาศาล ทั้งในด้านการสั่งซื้อสินค้าในวันนั้น ๆ และในโอกาสต่อ ๆ ไป ผลที่ตามมาก็คือ เป็นการตัดกำลังของคู่แข่งไปด้วยในตัว เพราะถ้าลูกค้าสั่งซื้อสินค้านี้บ่อย ๆ ใ้ไว้มากก็ย่อมต้องสั่งซื้อยี่ห้ออื่นน้อยลงเป็นธรรมดา

#### ขั้นตอนการผลิตงานเพื่อการนำเสนอ

จากบทความ "มายด์ มาร์เก็ตติ้ง" เขียนโดยคุณพลชาติ ไกรบุญในหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ฉบับประจำวันที่ 11 - 14 ตุลาคม 2535 ทำให้พอจะทราบว่า การจัดงานเพื่อการนำเสนอจำเป็นต้องมีกระบวนการหรือขั้นตอนต่าง ๆ ซึ่งขั้นตอนหรือกระบวนการต่าง ๆ ในการนำเสนอเพื่อการเปิดตัวสินค้าใหม่ มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้คือ

1. ขั้นตอนการรับข้อมูล
2. ขั้นตอนการคิดงาน
3. ขั้นตอนการผลิต
4. ขั้นตอนการนำเสนอ

#### 1. ขั้นตอนการรับข้อมูล

ขั้นตอนนี้จะประกอบไปด้วยการรับข้อมูลจากลูกค้า

(Client's

brief) ซึ่งจะต้องทราบรายละเอียดทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานในครั้ง นี้ แม้บางสิ่งบางอย่างลูกค้าไม่ได้บอก หรือลืมบอกเราก็จะต้องเจาะและถามเพื่อให้ ได้มาซึ่งข้อมูล เพื่อการจัดงานครั้งนี้จะได้ไม่ผิดจากวัตถุประสงค์ที่ลูกค้าได้วาง ไว้ คำถามที่ใช้เป็นพื้นฐานในการรับข้อมูลในครั้งแรกจะประกอบด้วย

- 1.1 วันที่จัดงาน (Date)
- 1.2 สถานที่จัดงาน (Place)
- 1.3 วัตถุประสงค์ (Objective)
- 1.4 กลุ่มเป้าหมาย (Target group)
- 1.5 ข้อมูลของบริษัทและสินค้า (Background)
- 1.6 รายละเอียดอื่น ๆ เช่น ข้อมูลทางด้านการตลาดของตัวสินค้า, ความต้องการของลูกค้าที่อยากจะให้มีในงาน

การรับข้อมูลอาจรับโดยตรงกับลูกค้าหรือในกรณีที่สินค้านั้นมีเอเยนซีดูแล อยู่ก็จะเข้าไปรับกับบริษัทตัวแทนโฆษณาเอง ซึ่งถือว่าสิ่งที่ลูกค้าบอกมานี้คือการตั้ง โจทย์ให้บริษัทผู้รับจ้างจัดงานไปคิดว่าควรจะทำงานให้ออกมาในลักษณะใดซึ่งคำถาม ที่สำคัญที่สุดคือ วัตถุประสงค์ เพราะต้องนำวัตถุประสงค์มาจัดตั้ง เป็นกลยุทธ์ เพื่อให้ บรรลุถึงสิ่งที่เราต้องการ

## 2. ขั้นตอนการคิดงาน

เมื่อผู้ที่ทำหน้าที่ไปรับข้อมูลจากลูกค้าคือ ฝ่ายบริหารงานลูกค้า (Account Executive) หรือฝ่ายการตลาดรับมาเรียบร้อยแล้วก็จะจัดการประชุมขึ้น (Creative Meeting) เพื่อให้รายละเอียดของงานกับคณะทำงานซึ่งประกอบด้วยผู้จัดการโครงการ (Project Manager) ซึ่งรับผิดชอบในการผลิตงานและคอยควบคุมงานทั้งหมด, ฝ่ายบริหารงานลูกค้า, กรรมการผู้จัดการ คือ คุณเสริมคุณ คุณวงศ์, ฝ่ายสนับสนุน (Support Function) คือ ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ซึ่งจะช่วยสร้างสรรค์และคิด

ค้นหาแนวความคิด, ผู้ออกแบบเวที ช่วยคิดในด้านการออกแบบเวทีและการตกแต่ง โดยจะช่วยกันระดมความคิด โดยเริ่มจากการแตกวัตถุประสงค์, แยกกลุ่มเป้าหมาย ออกมา, แยกแนวคิดหลักออกมา เพื่อให้ได้แนวทางของงานที่ต้องการ ขึ้นต่อไปก็ จะคิดโปรแกรม และบรรยากาศโดยรวมของงาน ซึ่งจะเป็นผลสรุปสุดท้ายของงานว่า เราอยากให้งานนั้นออกมาอย่างไร

หลังจากนั้นจะนำสิ่งที่คิดมาทำเป็นข้อเสนอ (Proposal) เสนอต่อลูกค้าซึ่งรูปแบบของข้อเสนอ จะประกอบไปด้วย

- กลุ่มเป้าหมาย
- ลักษณะของการจัดเลี้ยง
- วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้
- กลยุทธ์ (Strategy)
- แนวความคิด (Concept)
- แนวทาง (Theme)
- บรรยากาศงาน (Mood & tone)
- กิจกรรม (Activities) และ คิวงาน (Programm)

### 3. ขั้นตอนการผลิตงาน

เมื่อรูปแบบและแนวทางการจัดงานถูกนำเสนอกับลูกค้าแล้วลูกค้าตอบตกลง ขั้นตอนต่อไปคือ การผลิตสิ่งที่ได้นำเสนอไปแล้ว

นั่นคือ ขั้นตอนของการเตรียมการจัดงาน การเตรียมการก่อสร้างเวที และตกแต่งบรรยากาศของงาน ว่าในงานนั้นจะประกอบไปด้วยอะไรบ้าง ซึ่งจะได้ จากกลยุทธ์ที่เราได้นำเสนอแก่ลูกค้าไปแล้ว



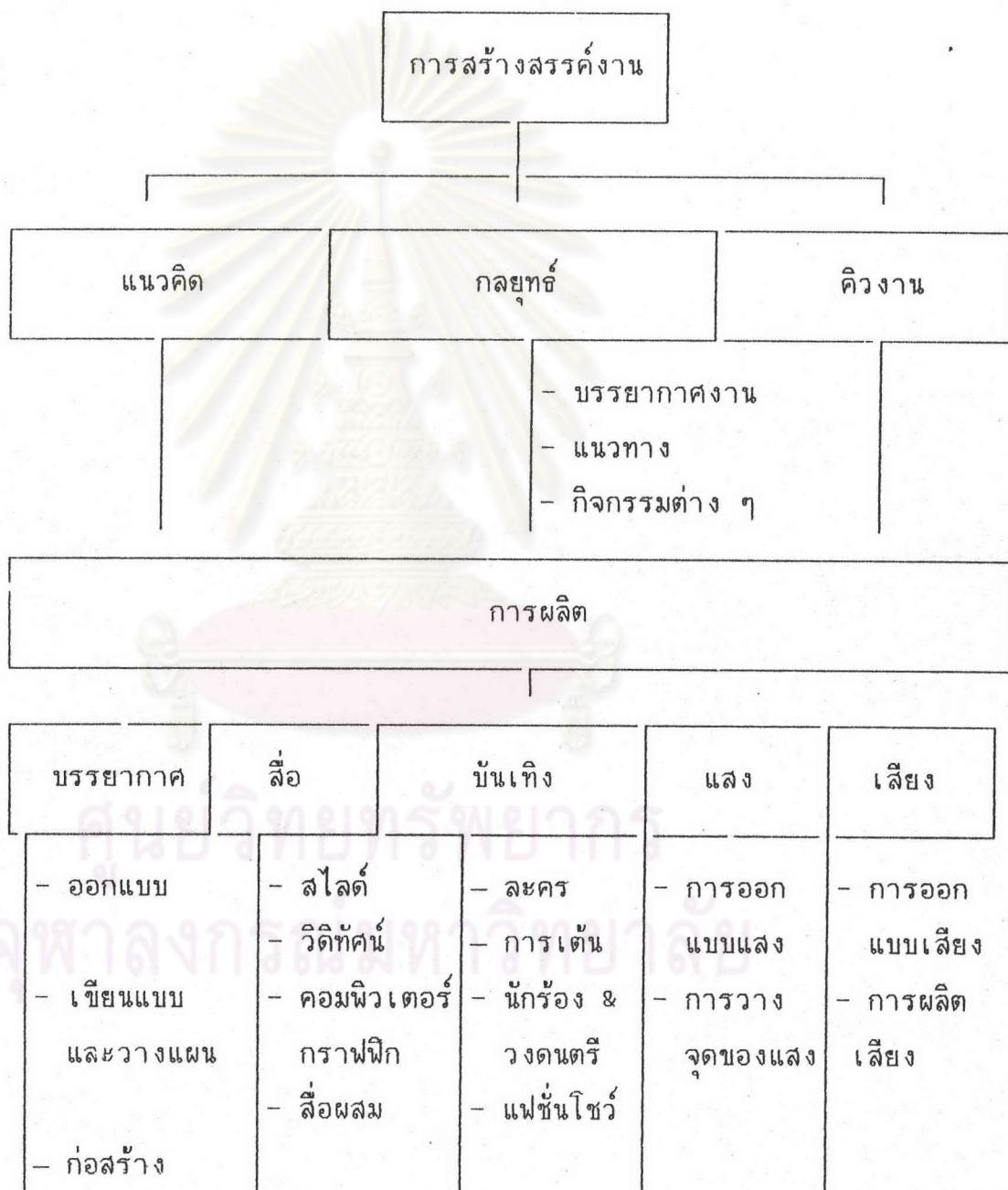
- สื่อเพื่อการนำเสนอ (Media for Presentation) การจัดทำสื่อต่าง ๆ เช่น สไลด์มัลติวิชั่น วิดีทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ กราฟิก
- การออกแบบและติดตั้งระบบแสงและเสียง โดยการจัดการประชุมกับบริษัทที่รับจัดแสง เสียงว่าเราต้องการแบบไหน อย่างไรและมีงบประมาณเท่าไร
- ความบันเทิง / การซ้อม / กิจกรรม การจัดเตรียมสิ่งต่างๆ ในภาคของการแสดง ที่จะมีในวันงาน การติดต่อนักร้อง นักแสดง พิธีกร วงดนตรี รวมถึงการซ้อมคิวในบางโปรแกรม เช่น การซ้อมเต้นของนักเต้นประกอบเพลง การซ้อมการแสดงละคร เป็นต้น
- การฝึกอบรมพนักงาน การจัดการประชุมคนทำงาน ทั้งหมดเพื่อเตรียมคิวงาน และความรับผิดชอบของแต่ละคน ถ้าในงานนั้นมีพนักงานต้อนรับที่จะต้องให้ข้อมูลแก่ผู้มาร่วมงานด้วย ก็จำเป็นที่จะต้องจัดการอบรมขึ้นก่อนที่จะถึงวันงานจริง

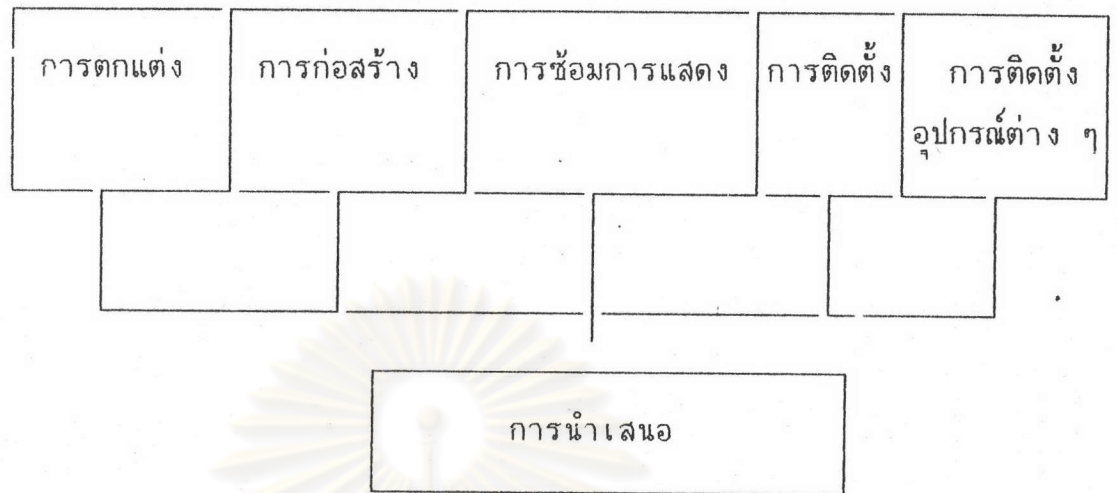
#### 4. ขั้นตอนการนำเสนอ

ในวันงานผู้ที่ควบคุมโปรแกรมงานทั้งหมดคือ ผู้จัดการเวที หรือผู้จัดการโครงการ นั้นเอง ซึ่งต้องควบคุมและดูแลการผลิตทั้งหมด โดยมีพนักงานด้านเวที (Stage crew), พนักงานดูแลหลังเวที (backstage), พนักงานดูแลหน้าเวที (frontstage) เป็นผู้ช่วยควบคุมดูแลตามส่วนต่าง ๆ ที่ได้ทำการตกลงว่าใครคุมส่วนไหนตั้งแต่ในขั้นตอนการผลิต เช่น การก่อสร้างเวทีการตกแต่งบรรยากาศงาน สื่อที่ใช้ แสง เสียง ดูแลความเรียบร้อยทุกอย่างให้เป็นไปตามที่กำหนด และถ้ามีโปรแกรมการแสดงต่าง ๆ เช่น นักร้อง นักเต้นประกอบเพลง หรือการละเล่นต่าง ๆ ก็ต้องคอยประสานงานว่าทุกรายการพร้อมที่จะทำการแสดงได้แล้วหรือยัง เช่น นักร้อง นักดนตรีมาถึงงานแล้วหรือยัง เครื่องดนตรีติดตั้ง

เรียบร้อยใหม่ ไม้ค้ำใช้ได้หรือไม่ ขั้นตอนสุดท้ายคือการปล่อยคิวหรือโปรแกรมต่างๆ ตามสคริปต์

จากขั้นตอนทั้ง 4 ขั้นตอนนี้สามารถเขียนเป็นแผนภาพ ได้ดังนี้





รูปภาพที่ 1 ขั้นตอนการผลิตงานเพื่อการนำเสนอสินค้าใหม่

ในบทนี้ผู้วิจัยได้กล่าวถึง ประวัติความเป็นมาของบริษัทซี เอ็ม ออคาไนเซอร์ จำกัด และการเกิดขึ้นของบริษัทผู้รับจ้างจัดงานที่ทำหน้าที่ในการคิดรูปแบบและแนวทางในการจัดงานเพื่อการเปิดตัวสินค้าใหม่ รวมทั้งพยายามที่จะอธิบายถึงองค์ประกอบของการจัดงานเพื่อการเปิดตัวสินค้าใหม่และขั้นตอนของการทำงาน ในบทต่อไปผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงกระบวนการสร้างสรรค์กลยุทธ์ในการนำเสนอว่ามีวิธีการและขั้นตอนของการทำงานเช่นไร

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย