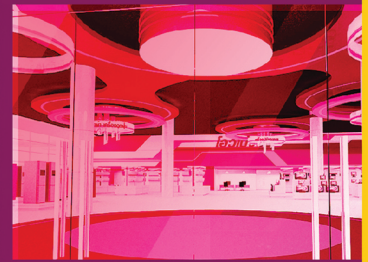
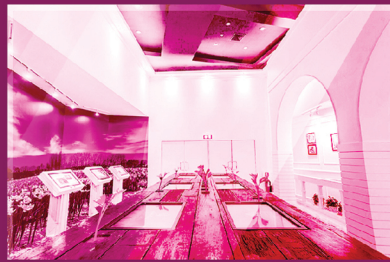
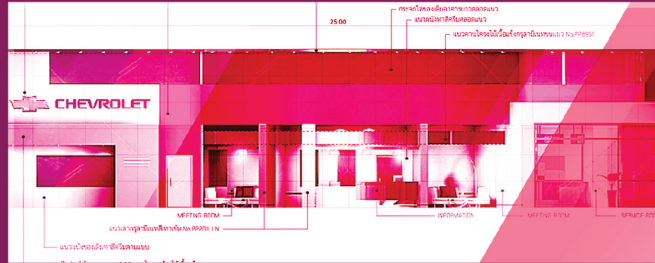




มหาวิทยาลัยขอนแก่น



การออกแบบการจัดนิทรรศการ เพื่อส่งเสริมการตลาด Exhibition Design for Marketing Promotion

ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์



**การออกแบบ
การจัดนิทรรศการ
เพื่อส่งเสริมการตลาด**

Exhibition Design
for Marketing Promotion

ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
2563

การออกแบบการจัดนิทรรศการเพื่อส่งเสริมการตลาด (Exhibition Design for Marketing Promotion)

ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ISBN 978-616-572-731-0

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์.

การออกแบบการจัดนิทรรศการเพื่อส่งเสริมการตลาด = Exhibition design for marketing promotion / ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์. -- พิมพ์ครั้งที่ 1. -- ขอนแก่น : สายวิชาทัศนศิลป์และออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2563.

134 หน้า : ภาพประกอบ

1. นิทรรศการ -- การออกแบบ. 2. บูธนิทรรศการ -- การออกแบบ. 3. การจัดแสดงสินค้า. (1) มหาวิทยาลัยขอนแก่น. คณะศิลปกรรมศาสตร์. สายวิชาทัศนศิลป์และออกแบบนิเทศศิลป์. (2) ชื่อเรื่อง.

N4395 ค161

ISBN 978-616-572-731-0

สงวนลิขสิทธิ์

ลิขสิทธิ์ของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์
สายวิชาทัศนศิลป์และออกแบบนิเทศศิลป์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

พิมพ์ครั้งที่ 1 ตุลาคม 2563

จำนวน 500 เล่ม

ราคา 000 บาท

จัดพิมพ์โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์
สายวิชาทัศนศิลป์และออกแบบนิเทศศิลป์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

พิมพ์ที่ โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น
123 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40002
โทรศัพท์ 043-202100, 043-202101 โทรสาร 043-202100
Email : kkuprinting@hotmail.com

คำนำ

ตำราการออกแบบการจัดนิทรรศการเพื่อส่งเสริมการตลาด (Exhibition Design for Marketing Promotion) เป็นเอกสารประกอบการเรียนการสอนในรายวิชา FA123502 หลักสูตรออกแบบนิเทศศิลป์เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจสำหรับนักศึกษา สำหรับการเรียนรู้การศึกษาค้นคว้าความรู้ คุณลักษณะของนิทรรศการ ประเภทต่างๆ ของนิทรรศการ การวางแผนการออกแบบการจัดนิทรรศการ เทคนิคต่างๆ ในการจัดนิทรรศการปฏิบัติการจัดนิทรรศการ การวัดและการประเมินผลการจัดนิทรรศการ หลักการที่สามารถสื่อสารการจัดนิทรรศการเพื่อการส่งเสริมการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคการวางแผนการสื่อสารและกิจกรรมทางการตลาดในการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ ผลงานการสร้างสรรค์

นักออกแบบนิทรรศการเป็นผู้ที่ต้องมีการวางแผนเป็นขั้นตอน ก่อนลงมือปฏิบัติงานทุกครั้งต้องทำงานบนกระดาษก่อนเสมอเพื่อการวางแผนที่ดี “กรอบเวลา” นับเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลถึงความสำเร็จ การวางแผนที่จะช่วยให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพเพราะการปฏิบัติการด้านนิทรรศการเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับเวลา มีเปิด - ปิด มีการติดตั้งรีเลย์ ฉะนั้นเวลาจึงเป็นสิ่งสำคัญในการทำงานการลงมือปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ ตลอดจนการติดตามการประเมินผลเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์กับการดำเนินงานในแต่ละครั้ง เพื่อให้ผลงานทันยุคทันสมัยสอดคล้องกับงานนิทรรศการในปัจจุบันที่ต้องกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจ ประทับใจ สื่อแต่ละชนิด ประเภทที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ ที่ต้องการเผยแพร่และสำหรับกลุ่มเป้าหมายสาธารณะได้ดี อีกทั้งต้องตอบย้ำความเป็นตัวตน เอกลักษณ์ของผู้จัด เจ้าของผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือองค์กรหน่วยงาน สำหรับการจัดนิทรรศการที่ถูกต้องเหมาะสม

ท้ายที่สุดนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น กองทุนวิจัยในระดับคณะที่สนับสนุนงบประมาณสำหรับการผลิตตำรา ขอขอบคุณคณาจารย์ หลักสูตรออกแบบนิเทศศิลป์ ขอขอบคุณบุคลากรและคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ข้อเสนอแนะและขอบคุณบุคคลทุกท่าน ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ได้สละแรงกายแรงใจ เป็นกำลังใจ ช่วยเหลือดำเนินการ ทั้งร่วมสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบ ผลงานการผลิต การจัดนิทรรศการ เป็นไปด้วยดีเสมอมา จนมาสู่การผลิตตำราเล่มนี้ หากมีสิ่งผิดพลาดประการใด ผู้เขียนขออภัยมา ณ โอกาสนี้ และยินดีน้อมรับข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อพัฒนาตำราฉบับนี้ให้ดีขึ้น อีกทั้งตำราการออกแบบการจัดนิทรรศการเพื่อส่งเสริมการตลาดให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาสังคมเป็นฐานของความรู้ในโอกาสต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์
สายวิชาทัศนศิลป์และออกแบบนิเทศศิลป์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สารบัญ

บทที่ 1 1

ประวัติการจัดนิทรรศการ	2
ความหมายนิทรรศการ	2
ประเภทของนิทรรศการ	2
แบบการจำแนกจากกำหนดสถานที่	11
องค์ประกอบที่สำคัญการออกแบบจัดนิทรรศการ	12
ตัวอย่างการออกแบบนิทรรศการ	15
กิจกรรมทางการตลาดกับการจัดนิทรรศการ	22
การสร้างความแตกต่างกิจกรรมทางการตลาดกับออกแบบจัดนิทรรศการ	25
การตลาดเชิงกิจกรรม	26

บทที่ 2 29

ความหมายการออกแบบบูธ	30
ประเด็นสำคัญในการออกแบบบูธ	30
รูปแบบลักษณะการออกแบบบูธ	31
รูปแบบลักษณะ แบบบูธพิเศษ	31
รูปแบบลักษณะ แบบบูธมาตรฐาน	32
การสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบบูธ	38
การวางแผนการออกแบบงานแสดงสินค้า	44
ตัวอย่างผลงาน แนวคิดการออกแบบบูธ	46

บทที่ 3 57

ธุรกิจสำหรับงานนิทรรศการ	58
การบริหารจัดการธุรกิจงานนิทรรศการ	58

การจัดการให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพด้วยบทบาทของผู้บริหาร	58
กระบวนการบริหารการจัดงานขั้นตอนในจัดงานงานนิทรรศการ	58
การวางแผนการบริหารจัดการธุรกิจงานนิทรรศการ	60
เทคนิคการตลาดสำหรับการจัดนิทรรศการ	61
ทิศทางและแนวโน้มการตลาดยุคใหม่ อุตสาหกรรมไมซ์	61
มุมมองด้านธุรกิจการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย	64
กลยุทธ์สำคัญสู่การบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจงานแสดงนิทรรศการ	66
คุณค่าของงานจัดแสดงสินค้าหรือบริการ	67
ธุรกิจการจัดนิทรรศการของไทย	67

บทที่ 4 81

รูปแบบธุรกิจการออกแบบงานนิทรรศการแบบถาวร	82
การออกแบบพิพิธภัณฑ์	82
พิพิธภัณฑ์ยอดนิยมที่สุดในโลก	83
พิพิธภัณฑ์ยอดนิยมในประเทศไทย	86
เทรนด์ พิพิธภัณฑ์แห่งอนาคต	89
เทรนด์พิพิธภัณฑ์ในยุคสังคมออนไลน์	90
ตัวอย่างการออกแบบพิพิธภัณฑ์	91
การออกแบบตกแต่งร้านค้า	97
การออกแบบตกแต่งภายนอกร้านค้า	97
การออกแบบตกแต่งภายในร้านค้า	99
การเขียนแบบสำหรับการออกแบบตกแต่งร้านค้า	99

บทที่ 5 107

รูปแบบธุรกิจการออกแบบงานนิทรรศการแบบนิทรรศการชั่วคราว	108
การออกแบบงานมหกรรมสินค้าอิเล็กทรอนิกส์	108
การออกแบบ อีเว้นต์ ออร์กานไนเซอร์	110
องค์ประกอบที่สำคัญในการจัดอีเว้นต์	110
กลยุทธ์ด้านการออกแบบ อีเว้นต์ ออร์กานไนเซอร์	112
กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย	112
บทบาทของออร์กานไนเซอร์	115
การออกแบบจัดแสดงสินค้าหน้าต่างโชว์	123
การออกแบบชั้นวางสินค้า ณ จุดจำหน่าย	125

บรรณานุกรม 128

ประวัติผู้เขียน 134



บทที่ 01

ประวัติการจัดนิทรรศการ

- ▶ ความหมายนิทรรศการ
- ▶ ประเภทของนิทรรศการ
- ▶ การจำแนกจากกำหนดสถานที่
- ▶ องค์ประกอบที่สำคัญการออกแบบจัดนิทรรศการ
- ▶ ตัวอย่างการออกแบบนิทรรศการ
- ▶ กิจกรรมทางการตลาดกับการจัดนิทรรศการ
- ▶ การสร้างความแตกต่างกิจกรรมทางการตลาดกับออกแบบจัดนิทรรศการ
- ▶ การตลาดเชิงกิจกรรม

01

ประวัติการจัดนิทรรศการ

1.1 ความหมายนิทรรศการ

การนำเอาวัสดุสิ่งของที่ต้องการแสดงมาจัดวาง ตกแต่งโดยการวางบนพื้นแล้วยกระดับให้ผู้ที่สนใจไปมาได้ชม สัมผัส มีการร้องบอกแจ้งบรรยายสรรพคุณ โฆษณาเชิญชวนนำชมเกี่ยวกับรายละเอียดของสิ่งที่แสดง ควบคู่กันไปหรือการแสดงผลิตภัณฑ์ฝีมือชาวบ้านถือเป็นการแสดงนิทรรศการแสดงให้เห็นว่ากันมาสิ่งที่หามาได้มาจัดวางแสดงให้ผู้อื่นได้รับรู้ โดยเพื่อการแลกเปลี่ยน การอวดการซื้อขายหรือเพื่อจุดประสงค์ใดๆ ก็ตาม จากนั้น ก็ค่อยๆ พัฒนารูปแบบการจัดแสดงให้น่าดูน่าสนใจมากขึ้นโดยอาจมีการป่าวประกาศให้รู้ล่วงหน้าก่อน การจัดแสดงมีสถานที่พร้อมด้วยแสงสีเสียงเพื่อสร้างบรรยากาศตลอดจนมีการออกแบบวางแผน โดยคำนึงถึง ผลได้ผลเสียของการจัดแต่ละครั้งอย่างถี่ถ้วนมากขึ้นและมีวิวัฒนาการของการจัดนิทรรศการจนถึงปัจจุบันการจัดนิทรรศการ (Exhibition) จึงหมายถึงการแสดงผลงาน สินค้าผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมให้คนทั่วไปได้ชม (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525, 2530 : 447)

นอกจากคำนิยามจำกัดความตามพจนานุกรมที่ยกมาแสดงข้างต้นแล้วยังมีผู้รู้ที่เกี่ยวข้องกับนิทรรศการ ได้ให้คำจำกัดความอีกมากมายพอที่จะรวบรวมมาเสนอให้ปรากฏได้ นิทรรศการจึงเป็นการจัดสื่อแสดงหลายๆ อย่างในขณะเดียวกัน เช่น ของจริง หุ่นจำลอง ภาพวาด ภาพถ่าย การสาธิต ป้ายนิเทศ ภาพโฆษณา ปาฐกถา

การฉาย การทดลอง ของแจก ของจำหน่าย ฯลฯ เพื่อให้ผู้ชมได้เกิดความรู้และความชื่นชมจากการให้คำนิยาม ความหมายเกี่ยวกับนิทรรศการของผู้รู้ทั้งหลาย ในการจัดนิทรรศการอีกนัยยะหนึ่งเป็นการแสดงเพื่อให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษาเพื่อเป็นการสื่อสารทางความคิด ความรู้ ความสามารถ ผลงานทางการวิจัยทั้งการมีส่วนร่วมกับชุมชนและการให้ความรู้ การบริการวิชาการ กับสังคม กับบุคคลในระดับต่างๆ นั้น ในการจัดเตรียมต้องคำนึงถึงความความรู้อย่างแท้จริง ช่วยให้ผู้เข้าชมมีความรู้ความเข้าใจในข้อมูล ข่าวสาร ที่ถูกจัดเป็นลักษณะของการสื่อสารที่ทันสมัย รูปแบบแปลกใหม่ เข้าใจง่าย และยังคงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง แม่นยำ ประกอบด้วยวัตถุ 2 มิติ 3 มิติ และวิธีการต่างๆ ผสมผสานกัน

พอที่จะสรุปเป็นความเข้าใจได้ว่านิทรรศการเป็นเครื่องมือหรือสื่อกลางของบุคคลหรือหน่วยงาน สำหรับให้ความรู้ ความเข้าใจประสบการณ์ การศึกษา การส่งเสริมเสนอแนะ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลไปสู่มหาชนที่รวบรวมสิ่งแสดงต่างๆ ที่จะทำให้อะดกต่อการศึกษาหาความรู้ของผู้ที่สนใจ ช่วยกระตุ้นความคิดและข้อมูลที่กระจัดกระจายอยู่ในที่ต่างๆ มารวมเข้าด้วยกัน โดยเป็นสื่อสารอย่างมีระบบ สวยงาม ปฏิบัติการสิ่งใหม่ๆ ที่ทันสมัยส่งเสริมความร่วมมือกันจัดแสดงระหว่างบุคลากรกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจได้ง่าย ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเกิดความประทับใจและจดจำด้วยเทคโนโลยีที่มีรูปแบบเฉพาะสมบูรณ์

1.2 ประเภทของนิทรรศการ

การจำแนกประเภทของนิทรรศการ เป็นการแสดงให้เห็นรูปแบบของการศึกษาอย่างหนึ่ง ซึ่งมีบทบาทในด้าน การจัดนิทรรศการสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน หรือหน่วยงานได้เลือกอย่างเหมาะสม การแบ่งประเภทนิทรรศการก็เพื่อสะดวกต่อการทำความเข้าใจง่ายต่อการจดจำ สามารถจำแนกได้ 2 แบบ โดยการจำแนกจากกำหนดระยะเวลาและการจำแนกจากกำหนดสถานที่ ดังรายละเอียดดังนี้

แบบการจำแนกจากการกำหนดระยะเวลา

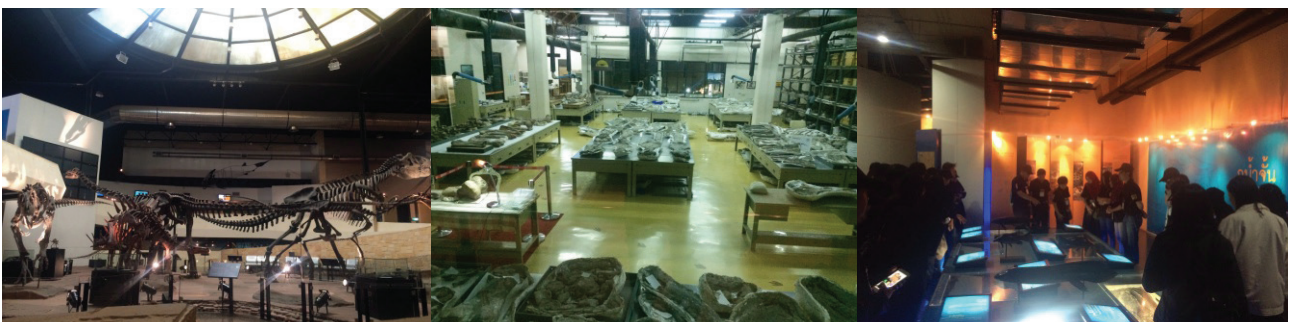
1. นิทรรศการถาวร (permanent exhibition)

หมายถึง นิทรรศการที่จัดอยู่ในที่ใดที่หนึ่งเป็นระยะเวลานานๆ หรือตลอดไป โดยวัตถุประสงค์ของนิทรรศการถาวรมานั้นเพื่อเน้นให้ความรู้ เนื้อหาสาระทางวิชาการที่ถูกต้องแม่นยำหรือเพื่อความบันเทิง สนุกสนาน ส่งเสริมการสร้างความรู้ การสร้างจิตสำนึกให้ผู้ชมได้ทราบข้อมูลที่ต้องแท้จริง เป็นที่รวบรวมสิ่งแสดง ของที่ใช้จัดอาจจะเป็นของจริง หุ่นจำลอง รูปภาพ ที่หลากหลายรูปแบบเช่น พิพิธภัณฑ์สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่นำเสนอสะท้อนให้เห็นหลักคิดหลักปฏิบัติของสมเด็จพระย่าการสืบทอด

ปณิธานและการเทิดพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเพื่อการศึกษาทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของประเทศ พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตต่างๆ ในทะเล พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี หอศิลป์พีระศรี ตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมวิชาการศิลปะของชาติจัดแสดงผลงานจิตรกรรม ประติมากรรม และภาพพิมพ์ และจัดแสดงเครื่องมือเครื่องใช้ของ ศาสตราจารย์ศิลป์ พีระศรี และยังมีหอศิลป์แห่งชาติพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์เมืองโบราณ เมืองจำลองห้องประวัติศาสตร์



ภาพที่ 1 แสดงภาพ พิพิธภัณฑ์สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น “ความดีงามที่ยั่งยืน” พิพิธภัณฑ์แห่งความดีและคุณค่าแห่งเวลา (ออกแบบโดย ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์)



ภาพที่ 2 แสดงชุดภาพ พิพิธภัณฑ์สิรินธร หรือศูนย์ศึกษาวิจัยและพิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ แห่งแรกของประเทศไทย อยู่ที่อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์



ภาพที่ 3 แสดงชุดภาพ หอแห่งแรงบันดาลใจ จากแรงบันดาลใจใน ราชสกุลมหิดล ได้รู้จักและเข้าใจ ถึงพระราชกรณียกิจของสมาชิกราชสกุลมหิดล และพระราชจริยวัตรในการทำงานของแต่ละพระองค์ โดยหวังให้ผู้เข้าชมเกิดแรงบันดาลใจในการทำความคิดดี ประพฤติดี ปฏิบัติดี เปรียบความดีเหมือนดังดอกไม้ที่บ้านสะพรั่งไปทุกหนทุกแห่ง สร้างแรงกระเพื่อมไปทั่วแผ่นดินไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ในพื้นที่โครงการพัฒนาอยตุง จังหวัดเชียงราย



ภาพที่ 4 แสดงชุดภาพ พิพิธภัณฑ์ซำปำ หรือศูนย์ข้อมูลเมืองโบราณซำปำ ยุคทวารวดี และปำจำปีสิรินธร ประวัติศาสตร์ของชุมชนและต้นไม้อันมีคุณค่า อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดลพบุรี

2. แบบนิทรรศการชั่วคราว (temporary exhibition) หมายถึง นิทรรศการตามวาระโอกาสใดโอกาสหนึ่งหรือเทศกาลพิเศษ เน้นการแสดงความรู้ ข้อมูล ข่าวสารวิทยาการใหม่ๆ ได้รับความสนใจ เน้นความสำคัญของเทศกาลความบันเทิงสนุกสนานตื่นเต้นของผู้ชมในเรื่องที่จัดแสดงงานเฉพาะกิจในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ กรณีพิเศษอาจเป็นส่วนหนึ่งของงานพิธีภัณฑ์ เช่น

เหตุการณ์พิเศษ การแข่งขันกีฬา คอนเสิร์ต ขบวนพาเหรด กิจกรรมสาธารณะ ซึ่งการจัดนิทรรศการชั่วคราวเพื่อชักจูงให้ผู้เข้าชม ประชาชนทั่วไปเข้าชมพิพิธภัณฑ์ เทศกาลตรุษจีนเพื่อชักจูงผู้ชมให้เข้ามาในนิทรรศการสำหรับสถานที่จัดนิทรรศการชั่วคราว สามารถที่จะจัดอยู่ในที่ใดที่หนึ่งเป็นระยะเวลาสั้นๆ อาจเป็นสัปดาห์ เป็นเดือน เป็นปี แต่ไม่ตลอดไป



ภาพที่ 5 แสดงภาพงานโพรแพค เอเชีย 2019 (ProPak Asia 2019) การแสดงสินค้าอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีด้านการผลิต การแปรรูป และบรรจุภัณฑ์ แห่งภูมิภาคเอเชีย ครั้งที่ 26

วันที่ 13-16 มิถุนายน นี้ ณ ไบเทค บางนา กรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 6 แสดงภาพ ผู้ประกอบการธุรกิจเข้าร่วมแสดงงานงานโพรแพค เอเชีย 2019 (ProPak Asia 2019)

จากซ้าย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม บริษัท เอ็น อาร์ ณรงค์ กรุ๊ป และบรรยากาศภาพรวมในงาน



ภาพที่ 7 แสดงชุดภาพมหกรรมประชุมวิชาการสถาบันอุดมศึกษาแห่งประเทศไทย ปี 2548 บูธมหาวิทยาลัยขอนแก่น ร่วมออกบูธ นำเสนอผลงานทางวิชาการและนวัตกรรมด้านการเรียนการสอน ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 8 แสดงชุดภาพ ผลงานการออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (3D) มหกรรมประชุมวิชาการสถาบันอุดมศึกษาแห่งประเทศไทย ปี 2548 บูธมหาวิทยาลัยขอนแก่น ร่วมออกบูธ นำเสนอผลงานทางวิชาการ และนวัตกรรมด้านการเรียนการสอน ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เขตคลองเตยกรุงเทพมหานคร (ออกแบบโดย ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์)



ภาพที่ 9 แสดงชุดภาพ ผลงานการออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (3D) งานเทศกาลไหมนานาชาติ ประเพณีผูกเสี่ยวและงานกาชาด จังหวัดขอนแก่น ปี 2548 ด้วยแนวคิด การอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย การแสดงเอกลักษณ์ลายผ้าไหมของชาวขอนแก่น ประเพณีผูกเสี่ยว และงานกาชาด จังหวัด ฦ บริเวณศาลากลางจังหวัดขอนแก่น



ภาพที่ 10 แสดงชุดภาพ ผลงานการออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์(3D)งาน
เทศกาลไหมนานาชาติ ประเพณีผูกเสี่ยวและงานกาชาด จังหวัดขอนแก่น
ปี 2548
(ออกแบบโดย ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์)

แบบการจำแนกจากกำหนดสถานที่

1. นิทรรศการในร่ม (indoor exhibition)

เป็นนิทรรศการที่จัดแสดงขึ้นภายในอาคาร โดยอาจใช้สถานที่บริเวณส่วนต่างๆ เช่น ภายในห้อง เอลียง ห้องโถง หอประชุม ซึ่งมีระยะเวลาแสดงแน่นอน มีความพร้อมสะดวกสบายในด้านกายภาพทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกด้านไฟฟ้า แอร์ ระบบการติดตั้งขนย้ายที่มีการกำหนดทิศทางที่ชัดเจน การจัดนิทรรศการประเภทนี้ผู้จัดมีความสะดวกในการเตรียมงานได้ดี



ภาพที่ 11 แสดงชุดภาพ งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ครั้งที่ 64 Bangkok Gems and Jewelry Fair 2019 ภายใต้คอนเซ็ปต์ “Thailand’s Magic Hands” มหัศจรรย์แห่งหัตถาช่างศิลป์ไทย ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี

ที่มา <https://www.allthaievent.com/event/22334/>

2. นิทรรศการกลางแจ้ง (outdoor exhibition)

เป็นการจัดนิทรรศการขนาดใหญ่ที่มีผู้ร่วมจัดจากหน่วยงานองค์การธุรกิจหลายสาขา มีจุดมุ่งหมายให้ประชาชนจำนวนมากได้มีโอกาสเข้าชมโดยจัดในบริเวณที่กว้างๆ มีลักษณะวิธีจัดแสดงที่กว้างขวางแบบชั่วคราว อาจใช้พื้นที่ขนาดใหญ่ มีการยกพื้นขึ้นเพื่อจัดแสดงนิทรรศการให้น่าสนใจโดดเด่น เช่น ศาลาชั่วคราวเพื่อจัดนิทรรศการสนามหลวง วังสราญรมย์ สวนลุมพินี หรือที่สนามในสถาบันการศึกษา



ภาพที่ 12 แสดงชุดภาพ “งานอู่ไอรัก คลายความหนาวสายน้ำแห่งรัตนโกสินทร์ ปี 2562” เนื่องในโอกาสที่สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้จัด เพื่อเผยแพร่ความรู้ ความงามของความเป็นไทย ช่วยกันอนุรักษ์ ฟื้นฟู และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมประเพณีไทย ณ พระลานพระราชวังดุสิตและสนามเสือป่า พระบรมมหาราชวัง พระที่นั่งอนันตสมาคมและสวนอัมพรกรุงเทพมหานคร ที่มา <https://travel.kapook.com/view203200.html>

3. นิทรรศการหมุนเวียน (travelling exhibition)

เป็นนิทรรศการที่จัดแสดงหมุนเวียนเปลี่ยนสถานที่ที่จัดแสดง หรือกล่าวได้ว่านิทรรศการอาจทำในลักษณะชุดสำเร็จรูปถาวรที่สามารถเคลื่อนย้ายไปแสดงในที่ต่างๆ อาจแสดงในรูปของรถเผยแพร่เคลื่อนที่ (mobile units) เช่น นิทรรศการมหรรรถยนต์มอเตอร์โชว์ที่ไปแสดงในกรุงเทพฯ นำไปจัดแสดงที่ต่างๆ ทั้งภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคใต้ หมุนเวียนสลับกันไปทั่วประเทศ นิทรรศการสามารถเดินทางไปตามที่ต่างๆ ได้



ภาพที่ 13 แสดงชุดภาพ งานบางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล มอเตอร์โชว์ 2019 (Bangkok International Motor Show 2019) หรือ มอเตอร์โชว์ ครั้งที่ 40 ภายใต้คอนเซ็ปต์ “สุนทรียภาพทางอารมณ์” หรือ “Enjoyment Of Automobiles” ณ อาคารชาเลนเจอร์ฮอลล์ 1-3 อิมแพค เมืองทองธานี ที่มา <https://www.checkraka.com/motorshow/>

1.3 องค์ประกอบที่สำคัญ การออกแบบจัดนิทรรศการ

การจัดนิทรรศการจะต้องคำนึงถึงส่วนประกอบของผู้ชมและทัศนคติจะเป็นเครื่องพิจารณาคุณสมบัติ คุณภาพขนาด ระยะเวลา มีทั้งผู้จัด ผู้เข้าชม ผู้แสดงผลงาน ล้วนเป็นส่วนประกอบของการจัดนิทรรศการ การแสดงนิทรรศการที่สามารถถ่ายทอดความรู้ สึกความสมบูรณ์ของสินค้าที่ต้องการถ่ายทอด สื่อบุคลิกที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวสินค้าได้ดีหรือของผลงานนั้นๆ ให้ความรู้ในทางผลบวกที่ดีโดยตัวอย่างของการจัดงานมีส่วนประกอบหลักในการออกแบบการจัดนิทรรศการ การจัดนิทรรศการที่ดึงดูดและสร้างความสนใจแก่ผู้ชม ตลอดจนสื่อความหมายหรือถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้ชมได้ดีเพียงใดนั้น ก็ขึ้นอยู่กับเทคนิคการออกแบบและการจัดนิทรรศการว่าจะจัดทำได้ดีมีคุณภาพมากน้อยเพียงใดต้องมีกระบวนการที่ดีทั้ง 2 องค์ประกอบที่สำคัญ คือการวางแผนงานการจัดนิทรรศการ และการออกแบบการจัดนิทรรศการ

1. การวางแผนงานการจัดนิทรรศการ

1.1 การเตรียมเนื้อหา เป็นการเตรียมเรื่องราวหรือสาระสำคัญที่จะนำมาใช้ในการจัดแสดงเพื่อสร้างประสบการณ์และพัฒนาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับรู้ให้เป็นไปในทางที่พึงประสงค์ในเนื้อหาอาจแบ่งย่อยเป็นรายละเอียดเพื่อสะดวกต่อการจัดเตรียม

1.2 การกำหนดชื่อนิทรรศการ เป็นการสร้างความคิดรวบยอดของนิทรรศการที่จะจัดด้วยการสรุปออกมาเป็นข้อความหรือหัวข้อสั้นๆ กระชับ โดยให้สอดคล้องและครอบคลุมกับภาวะหรือเนื้อหาของสิ่งที่จัดนำมาแสดง หรืออาจกำหนดจากส่วนสำคัญของเนื้อหา โดยหยิบยกส่วนที่เป็นใจความสำคัญโดยเฉพาะของสาระมาเป็นหัวข้อชื่อ

1.3 กำหนดวัตถุประสงค์ เป็นการสรุปความต้องการออกมาเป็นข้อความ แสดงเป้าหมายหรือแก่นของการจัดนิทรรศการแต่ละครั้งว่าเพื่ออะไร ซึ่งข้อสรุปนี้อาจถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกเนื้อหา มาจัดแสดง

ให้สอดคล้องกับความต้องการโดยคาดหวังในการเปลี่ยนแปลงพัฒนาพฤติกรรมของผู้บริโภค

1.4 การรวบรวมสื่อ สิ่งสำคัญประการหนึ่งของการเตรียมการเพื่อจัดนิทรรศการ คือ การจัดรวบรวมสื่อที่เป็นวัสดุสิ่งของเช่น ของจริง หุ่นจำลอง ภาพวาด ภาพถ่ายสไลด์ สิ่งพิมพ์ กิจกรรมสาธิต การทดลองเกม ฯลฯ ที่จะนำออกแสดง ซึ่งในการรวบรวมนั้นควรให้สอดคล้องและอยู่ในขอบข่ายของเนื้อหาและวัตถุประสงค์ที่กำหนด

1.5 ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ภายหลังการรวบรวมสื่อแล้วผู้จัดจะต้องศึกษารายละเอียดต่างๆ ของเนื้อหาโดยอาจจัดกระทำเนื้อหาใหม่ให้เหมาะสมว่าเนื้อหาตอนใดสำคัญ ตอนใดไม่สำคัญ

1.6 การกำหนดเตรียมบุคคล ในการจัดนิทรรศการแต่ละครั้งย่อมมีผู้เกี่ยวข้อง 2 กลุ่มที่สำคัญ คือ กลุ่มผู้จัดและกลุ่มผู้ชม บุคคลฝ่ายผู้จัด ต้องศึกษาค้นคว้ารวบรวมเนื้อหา ผู้ติดต่อดำเนินการเกี่ยวกับสถานที่และพื้นที่จัดแสดง ผู้ช่วยขนย้ายติดตั้ง ผู้ทำการด้านประชาสัมพันธ์ วิทยากร พิธีกรผู้ดำเนินรายการเกี่ยวกับการสาธิตการบรรยาย การกิจกรรม การกำหนดเตรียมบุคคลผู้เกี่ยวข้องหรือรับผิดชอบในหน้าที่ต่างๆ กลุ่มผู้ชมกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ชมนี้เป็นสิ่งที่ผู้จัดจะต้องทำความเข้าใจมาเป็นอย่างดี ถึงคุณสมบัติและลักษณะด้านต่างๆ เพื่อได้จัดแสดงเนื้อหาให้สอดคล้องกับผู้ชมมากที่สุด

1.7 การกำหนดผัง หลังจากทำความเข้าใจจากพื้นที่และภูมิทัศน์บริเวณที่จะจัดนิทรรศการแล้วต่อมาคือการจัดเตรียมออกแบบผังเพื่อจัดวางสื่อวัสดุสิ่งของ กิจกรรม เส้นทางเดินชมนิทรรศการ จุดเน้น บริเวณว่าง ฯลฯ ซึ่งการวางผังแท้จริงคือการกำหนดบริเวณพื้นที่เพื่อใช้จัดวางให้เหมาะสมสอดคล้องกับพื้นที่ที่ปล่อยว่างนั่นเอง

1.8 การกำหนดเตรียมประชาสัมพันธ์ คือ ความพยายามของผู้จัดที่จะแสวงหาความสัมพันธ์ความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชนเพื่อให้ประชาชน

ยอมรับสนับสนุนให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกระบวนการนโยบาย วัตถุประสงค์

1.9 พื้นที่ตัวแปรอีกอย่างหนึ่งของนิทรรศการ ได้แก่ พื้นที่หรือบริเวณสำหรับจัดนิทรรศการ ถ้าพื้นที่บริเวณกว้างขวางการจะนำเอาวัสดุสิ่งของต่างๆ มาจัดแสดงมากๆ ก็ย่อมจะทำได้ แต่ถ้าบริเวณคับแคบการนำเอาสิ่งของมากๆ มาจัดแสดงย่อมทำไม่ได้ ซึ่งเป็นปัญหาพื้นที่ไม่พอกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ

1.10 เวลาและการกำหนดสถานที่ การกำหนดระยะเวลา สถานที่ ขอบเขตของเนื้อหาและจำนวนสื่อ การนำเสนอสำหรับการรับรู้เรื่องเวลาในการจัดแสดง ต้องมีส่วนสัมพันธ์ กับขนาดช่วงเวลาของการจัดนิทรรศการ การกำหนดสถานที่อย่างเหมาะสมถ้านิทรรศการขนาดใหญ่การจัดในระยะเวลาสั้นจะทำให้ผู้ดูถูกรังไร ผลก็คือจะเลือกดูเฉพาะสิ่งที่น่าสนใจจริงๆ และมองข้ามสิ่งอื่นๆ ไป แต่ถ้าระยะเวลาในการแสดงยาวนานก็สามารถเอื้ออำนวยความสะดวกแก่ผู้จัดและผู้ชมได้เข้าถึงจุดมุ่งหมายของการจัดงานเป็นอย่างดี

1.11 งบประมาณ ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การจัดนิทรรศการดำเนินไปได้ดีและได้ขนาดตามที่ต้องการนั้นคือ งบประมาณ ถ้ามีงบประมาณมากการจัดนิทรรศการให้มีขนาดใหญ่ก็ย่อมทำได้โดยง่ายแต่ถ้างบประมาณมีน้อยและต้องการจัดให้นิทรรศการมีขนาดใหญ่ด้วยตัวเองเพียงลำพังย่อมเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก แต่ถ้าสามารถอาศัยความร่วมมือจากชุมชนและหน่วยงานต่างๆ มาร่วมกันจัดหรือให้การสนับสนุนในการจัดนิทรรศการขนาดใหญ่ก็มีโอกาสที่จะจัดได้

1.12 การขนย้าย (ติดตั้งและรื้อถอน) ในนิทรรศการประเภทหมุนเวียนที่จะต้องขนย้ายสื่อไปในพื้นที่ต่างๆ นั้น ถ้าสื่อวัสดุสิ่งของมีขนาดใหญ่ หนัก หรือเปราะบางแตกหักง่ายย่อมสิ้นเปลืองค่าบรรจุหีบห่อและค่าขนส่งมาก การกำหนดให้นิทรรศการประเภทนี้มีขนาดใหญ่และมีวัสดุสิ่งของจะแสดงเป็นจำนวนมากย่อมสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายโดยมากไปด้วย



มหาวิทยาลัยขอนแก่น



Exhibition Design for Marketing Promotion

การออกแบบ การจัดนิทรรศการ เพื่อส่งเสริมการตลาด

ตำราการออกแบบการจัดนิทรรศการ เป็นการสื่อสารถ่ายทอดแนวความคิดและการทำงาน ของนักออกแบบที่ทำงานด้านการจัดนิทรรศการ สำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างสรรค์ การจัดนิทรรศการ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ สำหรับการเรียนรู้ การศึกษาความสำคัญ คุณลักษณะของนิทรรศการ ประเภทต่าง ๆ ของ นิทรรศการ การวางแผนการออกแบบการจัด นิทรรศการ เทคนิคต่าง ๆ ในการจัดนิทรรศการ การปฏิบัติการจัดนิทรรศการ การวัดและการ ประเมินผลการจัดนิทรรศการ หลักการ การส่งเสริม

การตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผน การ สื่อสารและกิจกรรมทางการตลาดในการส่งเสริม การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และผลงานการ สร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ ด้วยการจัดนิทรรศการ อีกทั้งยังได้ใช้เป็นเอกสารประกอบการเรียน การสอน ในรายวิชา FA123502 การออกแบบ การจัดนิทรรศการเพื่อส่งเสริมการตลาด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 เป็นต้นมา ในหลักสูตรออกแบบ นิเทศศิลป์ และได้พัฒนาเนื้อหาให้มีความทันสมัย ตลอดจนปรับปรุงสาระสำคัญให้ดีขึ้นตามลำดับ ผู้เขียนหวังว่า ตำราเล่มนี้จะเป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับ นักศึกษา นักออกแบบและผู้สนใจงานด้านการ จัดนิทรรศการได้ไปนำประยุกต์ใช้ในการวางแผนงาน ที่เป็นขั้นตอนสู่การปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ที่ถูกต้องและเหมาะสม เป็นฐานของความรู้เกิด ประโยชน์ในการพัฒนาสังคมต่อไป

จัดพิมพ์โดย

โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง

จังหวัดขอนแก่น 40002

โทรศัพท์มือถือ 099-465-5115

โทรสาร 043-202100

e-mail : kkuprinting@hotmail.com

[https://www.facebook.com/](https://www.facebook.com/kkuprinting/)

kkuprinting/

ISBN 978-616-57-2731-0



9

786165

727310

189 บาท