

การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าขององค์กรธุรกิจเพลงและความรักดีของแฟนคลับต่อศิลปิน



นางสาวนฤมล อังควัฒนวิทย์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2551

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT OF RECORDING BUSINESS
AND FAN CLUB LOYALTY

Miss Narumon Angkawattanawit

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Public Relations

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2008

Copyright of Chulalongkorn University

511370

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าขององค์กรธุรกิจเพลง
และความภักดีของแฟนคลับต่อศิลปิน

โดย

นางสาวนฤมล อังควัฒนวิทย์

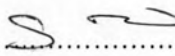
สาขาวิชา

การประชาสัมพันธ์

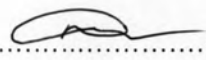
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

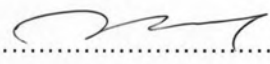
รองศาสตราจารย์ พัชนี เที่ยจรรยา


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....  คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยুবล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิธนา วงษ์กะพันธ์)

.....  อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ พัชนี เที่ยจรรยา)

.....  กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(อาจารย์ ดร. สุเทพ เดชะชีพ)

นฤมล อังควัฒนวิทย์ : การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าขององค์กรธุรกิจเพลงและความภักดีของแฟนคลับต่อศิลปิน. (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT OF RECORDING BUSINESS AND FAN CLUB LOYALTY) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รศ.พัชนี เขยจรรยา, 332 หน้า.

การศึกษาวิจัยเรื่อง "การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าขององค์กรธุรกิจเพลง และความภักดีของแฟนคลับต่อศิลปิน" มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าขององค์กรธุรกิจเพลง และ 2) ศึกษาความภักดีของแฟนคลับต่อศิลปินขององค์กรธุรกิจเพลง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัย 2 ส่วน คือ (1) การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกตัวแทนของ 3 องค์กรธุรกิจเพลง ได้แก่ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน), บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทู แฟนเทเซีย จำกัด (2) การวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแฟนคลับของศิลปิน องค์กรธุรกิจเพลงละ 1 กลุ่มแฟนคลับ (แฟนคลับของปี สุกฤษฎี วิเศษแก้ว - จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่, บีม กวี ตันจรารักษ์ - อาร์เอส และบอย ภิษณุ นิมสกุล - ทู แฟนเทเซีย) จำนวนทั้งหมด 280 คน

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า

- 1) องค์กรธุรกิจเพลงที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีกระบวนการการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า 4 ขั้นตอนเช่นเดียวกัน คือ (1) การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า (2) การใช้เทคโนโลยี เพื่อสร้างจุดติดต่อกับลูกค้า และการกระจายข้อมูลผ่านทุกช่องทาง (3) การกำหนดกิจกรรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ และ (4) การเก็บรักษาลูกค้า
- 2) ความภักดีของกลุ่มแฟนคลับต่อศิลปินด้านทัศนคติ มีความภักดีในเชิงบวกมาก เหมือนกันทั้ง 3 กลุ่มแฟนคลับ
- 3) ความภักดีของกลุ่มแฟนคลับต่อศิลปินด้านความตั้งใจมีพฤติกรรม ในแง่ความบ่อยครั้งในการร่วมกิจกรรมต่างๆ มีความภักดีในระดับปานกลาง เหมือนกันทั้ง 3 กลุ่มแฟนคลับ
- 4) ความภักดีของกลุ่มแฟนคลับต่อศิลปินด้านความตั้งใจมีพฤติกรรม ในแง่พฤติกรรมของแฟนคลับต่อศิลปิน และกิจกรรมขององค์กรธุรกิจเพลงในอนาคต มีความภักดีในระดับสูงมาก เหมือนกันทั้ง 3 กลุ่มแฟนคลับ

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่อ นิสิต นฤมล อังควัฒนวิทย์
สาขาวิชา.....การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....
ปีการศึกษา...2551

5084876728 : MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEYWORDS : CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT / RECORDING BUSINESS /
LOYALTY / FAN CLUB

NARUMON ANGKAWATTANAWIT : CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT OF
RECORDING BUSINESS AND FAN CLUB LOYALTY. THESIS ADVISOR :
ASSOC. PROF. PATCHANEE CHEYJUNYA, 332 pp.

The purposes of this research were to examine these major themes 1) the process of customer relationship management (CRM) of recording business as well as 2) fan clubs loyalty. The research consisted of 2 parts. The first part was the in-depth interview with representatives from GMM Grammy Public Company Limited, RS Public Company Limited, and True Fantasia Co.,Ltd. The second part was the survey research with the 280 purposive samples, the fan clubs of the singers from each of recording business (Bie-GMM GRAMMY, Beam-RS, and Boy-True Fantasia).

The findings indicated that

- 1) The customer relationship management process of the three recording businesses was (1) database (2) electronic system for creating the contact points as well as passing cross-media and cross-channel (3) set up the actions and (4) customer retention.
- 2) The loyalty of the fan clubs in terms of their attitudes toward the singers was very positive in all three groups of the fan clubs.
- 3) The loyalty of the fan clubs in terms of their behavioral intentions, for example, the frequency of activity participation, was in the middle level in all three groups of the fan clubs.
- 4) The loyalty of the fan clubs towards the singers in terms of their interests towards the singers and the recording businesses of those singers in the future were very high in all three groups of the fan clubs.

Department : Public Relations

Field of Study : Public Relations

Academic Year : 2008

Student's Signature *Narumon Angkawattanawit*

Thesis Advisor's Signature *Patchanee*

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลงได้ก็ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์ พัทณี เขยจรรยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่สละเวลาเต็มที่ ทั้งให้คำแนะนำ ให้กำลังใจ และช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อย่างใกล้ชิดจนงานชิ้นนี้สำเร็จลุล่วง แม้ว่าจะเจอกับอุปสรรคใดๆ ก็ตาม อาจารย์เป็นอาจารย์ที่น่ารัก และใจดีมากๆ ค่ะ ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวีตนา วงษ์กะพันธ์ ที่สละเวลามาเป็นประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ให้ค่ะ ขอขอบคุณสำหรับคำแนะนำดีๆ เพื่อใช้ปรับปรุงวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้ดียิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร. สุเทพ เดชะชีพ สำหรับการสละเวลา และคำแนะนำดีๆ ที่มีประโยชน์มากๆ ต่อการทำวิทยานิพนธ์ ค่ะ ขอขอบพระคุณอาจารย์ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ทุกท่าน ที่ช่วยอบรมสั่งสอน ให้ความรู้ เปิดมุมมองใหม่ๆ ให้แก่หนูค่ะ รวมไปถึงขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ของคณะนิเทศศาสตร์ทุกคน ที่คอยอำนวยความสะดวก และให้คำแนะนำต่างๆ แก่หนูทุกคนในทุกๆ เรื่องค่ะ

ขอบคุณครอบครัววงศ์วัฒนวิทย์ทุกๆ คนที่ให้ความรัก ห่วงใย ช่วยดูแล ให้กำลังใจยามเครียด และเป็นแรงใจสำคัญที่ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ คุณวรวิทย์ พุ่มเพชร, คุณนิติพัฒน์ พุทธิวิเชียร, คุณอัศววัฒน์ พิชัยธนะวิศาล, คุณตุลญาพร ชัยชนิษฐ์, คุณภวรัญชน์ อารมณเสรี, คุณบุษกร ฉิมท้วน รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ของจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่, อาร์เอส และทรู แฟนเทเชียทุกท่านที่กรุณาเอื้อเฟื้อ ช่วยเหลือในการให้ข้อมูลเพื่อการสัมภาษณ์สำหรับการทำวิจัยครั้งนี้

ขอบคุณแฟนคลับของปี-สุกฤษฎี, ปีม-กวี และบอย-พิชญ่มากๆ ค่ะ ที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ขอขอบคุณ Theboystergang ที่น่ารักมากๆ ทุกคนสำหรับรอยยิ้ม ความสุข คำแนะนำ กำลังใจ ความรัก ความห่วงใย และน้ำใจที่มีให้กันมาตลอด 3 ปีกว่า ทำให้รู้ว่ามีมิตรภาพหาได้ไม่ยากเลยจริงๆ ที่ขาดไม่ได้ก็คือ น้องๆ แก๊งค์ ป.ปลา ทุกคน ขอขอบคุณที่เป็นน้องที่น่ารักของพี่สาวคนนี้มาเสมอ ขอขอบคุณที่ไวใจมาขอคำปรึกษาในหลายๆ เรื่อง ขอขอบคุณที่ทำให้พี่สาวคนนี้ยิ้มได้เสมอเมื่อนึกถึงทุกคน ขอขอบคุณที่ให้กำลังใจทำให้หายเครียด (ได้บ้างไม่ได้บ้าง) ขอขอบคุณจริงๆ ค่ะ

ขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ พี่อาร์ทุกคน ขอขอบคุณที่ช่วยเหลือกันในทุกๆ เรื่อง ขอขอบคุณทุกคนที่เป็นกำลังใจให้กันและกัน และฟันฝ่าการเรียนปริญญาโทอันแสนยากลำบากมาด้วยกัน ขอขอบคุณที่ทำให้เรามีความทรงจำดีๆ มีประสบการณ์สนุกๆ ตลอดเวลาที่เรียนด้วยกันมา ดีใจที่ได้มีโอกาสรู้จักกับทุกคนนะคะ

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ ศึกษานารีหลายๆ คน ที่เป็นแรงบันดาลใจให้เราตัดสินใจมาเรียนปริญญาโท ขอขอบคุณที่เป็นเพื่อนที่ดีต่อกันมา 10 กว่าปี และเราจะเป็นเพื่อนกันตลอดไป

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาคำถามการวิจัย.....	8
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
ขอบเขตการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัย.....	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
แนวคิดการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า.....	20
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับ ลูกค้า.....	39
แนวคิดเรื่องความภักดีของลูกค้ากับองค์กร.....	47
แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับ "แฟน" และ "ความเป็นแฟน".....	58
ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร.....	64
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	67
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	73
องค์การธุรกิจเพลงที่ใช้ในงานวิจัย.....	73
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย.....	74

	หน้า
ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	74
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	75
การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	76
การวิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล.....	76
ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ.....	77
ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัย.....	77
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	77
วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	78
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	78
เกณฑ์ในการให้คะแนน.....	79
การแปลความหมายค่าเฉลี่ย.....	80
การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	81
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	83
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	83
การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ.....	83
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	84
ผลการวิจัยส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	84
ข้อมูลเบื้องต้นบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)	84
การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)	90
ข้อมูลเบื้องต้นบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	132
การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน).....	137
ข้อมูลเบื้องต้นบริษัท ทูร แฟนเทเซีย จำกัด.....	176
การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าของบริษัท ทูร แฟนเทเซีย จำกัด.....	178
สรุปข้อเหมือน และข้อแตกต่างในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าของ องค์กรธุรกิจเพลง 3 องค์กร.....	209
ผลการวิจัยส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ.....	212
ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	213
การติดตามข่าวสารของแฟนคลับเกี่ยวกับศิลปินที่ชื่นชอบ.....	221
ความภักดีของแฟนคลับต่อศิลปินขององค์กรธุรกิจเพลง.....	238

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	263
สรุปผลการวิจัย.....	263
อภิปรายผลการวิจัย.....	278
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้.....	294
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	299
รายการอ้างอิง.....	301
ภาคผนวก.....	306
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	332

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ความแตกต่างระหว่างการตลาดมุ่งซื้อขายแลกเปลี่ยนกับการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า.....	21
2	ประเภทของความภักดี.....	56
3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	213
4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	214
5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	215
6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	216
7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ส่วนบุคคล ต่อเดือน.....	217
8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิฐานะ.....	218
9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกิจกรรม.....	219
10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจ.....	220
11	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย การติดตามข่าวสารของแฟนคลับ เกี่ยวกับบี-สูกฤษฎี วิเศษแก้ว จากสื่อมวลชน (GMM GRAMMY).....	222
12	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย การติดตามข่าวสารของแฟนคลับ เกี่ยวกับบีม-กวี ตันจรรักษ์ จากสื่อมวลชน (RS).....	223
13	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย การติดตามข่าวสารของแฟนคลับ เกี่ยวกับบอย-พิษณุ นิ่มสกุล จากสื่อมวลชน (TRUE FANTASIA).....	224
14	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย การติดตามข่าวสารของแฟนคลับ เกี่ยวกับบี-สูกฤษฎี วิเศษแก้ว จากสื่ออินเทอร์เน็ต (GMM GRAMMY).....	225
15	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย การติดตามข่าวสารของแฟนคลับ เกี่ยวกับบีม-กวี ตันจรรักษ์ จากสื่ออินเทอร์เน็ต (RS).....	227
16	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย การติดตามข่าวสารของแฟนคลับ เกี่ยวกับบอย-พิษณุ นิ่มสกุล จากสื่ออินเทอร์เน็ต (TRUE FANTASIA).....	229
17	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย การติดตามข่าวสารของแฟนคลับ เกี่ยวกับบี-สูกฤษฎี วิเศษแก้ว จากสื่อบุคคล (GMM GRAMMY).....	231

ตารางที่	หน้า
18	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย การติดตามข่าวสารของแฟนคลับ เกี่ยวกับบีม-กวี ตันจรรักษ์ จากสื่อบุคคล (RS)..... 232
19	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย การติดตามข่าวสารของแฟนคลับ เกี่ยวกับบอย-พิชญ์ นิมสกุล จากสื่อบุคคล (TRUE FANTASIA)..... 233
20	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย การติดตามข่าวสารของแฟนคลับ เกี่ยวกับปี-สุกฤษฎี วิเศษแก้ว จากสื่ออื่นๆ (GMM GRAMMY)..... 234
21	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย การติดตามข่าวสารของแฟนคลับ เกี่ยวกับบีม-กวี ตันจรรักษ์ จากสื่ออื่นๆ (RS)..... 235
22	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย การติดตามข่าวสารของแฟนคลับ เกี่ยวกับบอย-พิชญ์ นิมสกุล จากสื่ออื่นๆ (TRUE FANTASIA)..... 236
23	สรุปค่าเฉลี่ยโดยรวม และความหมาย การติดตามข่าวสารของแฟนคลับ เกี่ยวกับศิลปินขององค์กรธุรกิจเพลง 3 องค์กร จากสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล และสื่ออื่นๆ..... 237
24	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย ความภักดีของแฟนคลับต่อ ปี-สุกฤษฎี วิเศษแก้ว ด้านทัศนคติ (GMM GRAMMY)..... 239
25	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย ความภักดีของแฟนคลับต่อ บีม-กวี ตันจรรักษ์ ด้านทัศนคติ (RS)..... 241
26	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย ความภักดีของแฟนคลับต่อ บอย-พิชญ์ นิมสกุล ด้านทัศนคติ (TRUE FANTASIA)..... 243
27	สรุปค่าเฉลี่ยโดยรวม และความหมาย ความภักดีของแฟนคลับต่อศิลปินของ องค์กรธุรกิจเพลง 3 องค์กร "ด้านทัศนคติ"..... 245
28	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย ความภักดีของแฟนคลับต่อ ปี-สุกฤษฎี วิเศษแก้ว ด้านความตั้งใจมีพฤติกรรมในแง่ความบ่อยครั้งใน การร่วมกิจกรรมต่างๆ (GMM GRAMMY)..... 247
29	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย ความภักดีของแฟนคลับต่อ บีม-กวี ตันจรรักษ์ ด้านความตั้งใจมีพฤติกรรมในแง่ความบ่อยครั้งในการร่วม กิจกรรมต่างๆ (RS)..... 249

ตารางที่

หน้า

30	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย ความภักดีของแฟนคลับต่อ บอย-พิชญ์ นิมสกุล ด้านความตั้งใจมีพฤติกรรมในแง่ความบ่อยครั้งในการร่วม กิจกรรมต่างๆ (TRUE FANTASIA).....	251
31	สรุปค่าเฉลี่ยโดยรวม และความหมาย ความภักดีของแฟนคลับต่อศิลปิน ขององค์กรธุรกิจเพลง 3 องค์กร “ด้านความตั้งใจมีพฤติกรรม” ในแง่ ความบ่อยครั้งในการร่วมกิจกรรมต่างๆ.....	253
32	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย ความภักดีของแฟนคลับต่อ ปี-สุกฤษฎี วิเศษแก้ว ด้านความตั้งใจมีพฤติกรรมในแง่พฤติกรรมของแฟนคลับ ต่อศิลปิน และกิจกรรมขององค์กรธุรกิจเพลงในอนาคต (GMM GRAMMY).....	255
33	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย ความภักดีของแฟนคลับต่อ บีม-กวี ตันจรัสรักษ์ ด้านความตั้งใจมีพฤติกรรมในแง่พฤติกรรมของแฟนคลับ ต่อศิลปิน และกิจกรรมขององค์กรธุรกิจเพลงในอนาคต (RS).....	257
34	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความหมาย ความภักดีของแฟนคลับต่อ บอย-พิชญ์ นิมสกุล ด้านความตั้งใจมีพฤติกรรมในแง่พฤติกรรมของแฟนคลับ ต่อศิลปิน และกิจกรรมขององค์กรธุรกิจเพลงในอนาคต (TRUE FANTASIA)....	259
35	สรุปค่าเฉลี่ยโดยรวม และความหมาย ความภักดีของแฟนคลับต่อศิลปิน ขององค์กรธุรกิจเพลง 3 องค์กร “ด้านความตั้งใจมีพฤติกรรม” ในแง่พฤติกรรม ของแฟนคลับต่อศิลปิน และกิจกรรมขององค์กรธุรกิจเพลงในอนาคต.....	261

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กระบวนการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (DEAR Model).....	32
2	โครงสร้างความภักดี.....	48
3	สัญลักษณ์ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน).....	85
4	โครงสร้างธุรกิจบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน).....	90
5	สัญลักษณ์ของ Grammy Card.....	92
6	ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ของ www.grammycard.com.....	93
7	E-mail ตอบรับเพื่อยืนยันข้อมูลสำหรับการสมัครสมาชิก Gmember.....	97
8	E-mail ตอบรับหลังจากได้ทำการยืนยันข้อมูลสำหรับสมาชิก Gmember.....	97
9	ตัวอย่าง Micro Site ในเว็บไซต์ gmember.com.....	98
10	Artist Site ของบี - สุกฤษฎี วิเศษแก้ว.....	107
11	ภาพของศิลปินที่ผ่านการบริหารงานของ ARATiST.....	115
12	ตัวอย่าง Fanclub Links ของศิลปินที่มีชื่อเสียง และมีแฟนคลับเยอะ.....	120
13	ตัวอย่าง Fanclub Links ของศิลปินที่มีชื่อเสียงน้อยลงมา และมีแฟนคลับ จำนวนหนึ่ง.....	121
14	สัญลักษณ์ของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน).....	132
15	โครงสร้างธุรกิจบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน).....	137
16	ZHEZA CHANNEL ของ www.zheza.com.....	146
17	TOWN ของ www.zheza.com.....	146
18	หน้า DIARY ของ www.zheza.com.....	148
19	หน้า MY ZHEZA ของ www.zheza.com.....	154
20	Home ของ www.pleng.com.....	160
21	Microsite ของบีม-กวี ดั่นจรรักษ์.....	164
22	เว็บไซต์แฟนคลับของฟิล์ม-รัฐภูมิ โตคงทรัพย์.....	168
23	เว็บไซต์แฟนคลับของ D2B.....	169
24	สัญลักษณ์ของบริษัท ทูทู แฟนเทเชีย จำกัด.....	176
25	ภาพโครงการทำดีให้พ่อดู ตอน 12 V 12 ความดีเพื่อพ่อ.....	183

ภาพที่		หน้า
26	ศิลปิน AF V1 ประกอบด้วย จีน ลูกตาล2 ดาร์.....	184
27	ศิลปิน AF V2 ประกอบด้วย วิทย์ เปรี้ยว เพชร.....	184
28	ศิลปิน AF V3 ประกอบด้วย แน่น ว่าน เปิ้ล-รี่.....	185
29	ศิลปิน AF V4 ประกอบด้วย เค ออฟ2 ชาร่า.....	185
30	ศิลปิน AF V5 ประกอบด้วย จั้มจิ้ม มิว มีน.....	186
31	ศิลปิน AF V6 ประกอบด้วย อีออฟ1 พัดชา ตูน.....	186
32	ศิลปิน AF V7 ประกอบด้วย น้ำตาล กุกไก่ ไตง.....	187
33	ศิลปิน AF V8 ประกอบด้วย บอย2 บอย3.....	187
34	ศิลปิน AF V9 ประกอบด้วย ซีแนม พาส ก้อ.....	188
35	ศิลปิน AF V10 ประกอบด้วย ปอ ไร่ ลูกตาล3.....	188
36	ศิลปิน AF V11 ประกอบด้วย แฮมม มาย บรูน่า.....	189
37	ศิลปิน AF V12 ประกอบด้วย นุ่น โจ ด้อย.....	189
38	ภาพมหกรรมดนตรี Krungsri AF FUNtasia ตอน Cooling the World.....	190
39	ศิลปิน AF ไชน Ocean Orchestra.....	191
40	ศิลปิน AF ไชน Cowboy the Musical.....	191
41	ศิลปิน AF ไชน Melody of Bird.....	192
42	ศิลปิน AF ไชน Elephant Fairy Tale.....	192
43	ศิลปิน AF ไชน Spy Rock Spy Love.....	193
44	ศิลปิน AF ไชน Ska Paradise.....	193
45	ตัวอย่าง E-mail เชิญชวนแฟนคลับ “บอย-เปรี้ยว” รับชมรายการ 7 สีคอนเสิร์ต	197
46	ตัวอย่าง E-mail เชิญชวนแฟนคลับ “บอย-เปรี้ยว” เข้าร่วมรายการ GREET ME	197