

# พัฒนาการการจัดคอนเสิร์ตศิลปะต่างประเทศในประเทศไทย

นางสาว ศิริมา ถิ่นวิริยะเลิศ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974--332-141-1

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**THE DEVELOPMENT OF ORGANIZING  
INTERNATIONAL CONCERT IN THAILAND**

**Miss Sirima Limviriyalers**



**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Mass Communication**

**Department of Mass Communication**

**Graduate School**

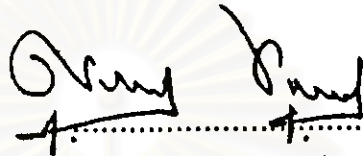
**Chulalongkorn University**

**Academic Year 1998**

**ISBN 974-332-141-1**

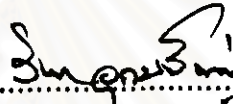
หัวข้อวิทยานิพนธ์      พัฒนาการของการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศในประเทศไทย  
โดย                              นางสาวศิริมา ถิมนวีริยะเลิศ  
ภาควิชา                        การสื่อสารมวลชน  
อาจารย์ที่ปรึกษา            ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไอहार วงศ์บ้านคู่

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

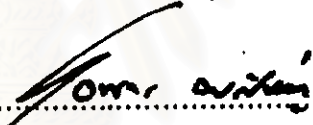


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ศาสตราจารย์นายแพทย์ศุภวัฒน์ ชุตินวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์วิภา อุดมฉันท)



.....อาจารย์ที่ปรึกษา  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไอहार วงศ์บ้านคู่)



.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ)

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศิริมา ถิมวิริยะเลิศ : พัฒนาการการจัดคอนเสิร์ต ศิลปินต่างประเทศในประเทศไทย ( THE DEVELOPMENT OF ORGANIZING INTERNATIONAL CONCERT IN THAILAND ) อ.ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์โอฬาร วงศ์บ้านคู่, 123 หน้า, ISBN 974-332-141-1

การวิจัยเรื่องพัฒนาการการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศในประเทศไทย โดยศึกษาจากตัวผู้ตั้งสารหรือผู้จัดคอนเสิร์ต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา พัฒนาการและสภาพการดำเนินงานธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการกำหนดรูปแบบการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับแหล่งข้อมูลบุคคล 2 แหล่ง ได้แก่ กลุ่มผู้ที่ดำเนินธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศในประเทศไทย และกลุ่มผู้อยู่ในวงการดนตรีของประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า พัฒนาการการจัดคอนเสิร์ตขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจเป็นสำคัญ บริษัทผู้จัดคอนเสิร์ตในประเทศไทยมีจำนวนจำกัด เนื่องจากผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจนี้จะต้องมีสายสัมพันธ์กับตัวแทนของศิลปินต่างประเทศ โดยในการดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ต ได้นำกลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อให้คอนเสิร์ตกลายเป็นสินค้าที่ต้องการของตลาด และสามารถทำกำไรให้แก่ผู้จัดคอนเสิร์ต

ศิลปินที่เข้ามาแสดงจะมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายและมีกลุ่มผู้ฟังในประเทศไทยมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต นอกจากนี้ได้นำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการจัดจำหน่ายบัตรคอนเสิร์ต เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาซื้อก่อนมีสิทธิ์ในการเลือกก่อน ก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ทำให้รูปแบบของบัตรเปลี่ยนไปจากเดิม อินเทอร์เน็ตซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือใหม่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ต ราคาบัตรมีการปรับตัวเพียงเล็กน้อยถึงแม้ว่าต้นทุนในการผลิตจะสูงขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการลดค่าเงินบาท เนื่องจากผู้จัดซึ่งเป็นผู้ผลิตคอนเสิร์ตในฐานะเป็นสินค้าอย่างหนึ่งจะต้องทำการตั้งราคาของสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเพื่อให้สินค้าสามารถขายได้ ดังนั้นรายได้จากผู้สนับสนุนจึงถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นมากขึ้นเรื่อย ๆ ในยุคหลัง

ผู้รับสารหรือผู้ที่ซื้อบัตรเพื่อเข้าชมคอนเสิร์ตจะเป็นผู้มีการศึกษาและฐานะทางครอบครัวดี วัตถุประสงค์ในการซื้อบัตรเพื่อเข้าชมทั้งคนตรีจากศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ ซึ่งแตกต่างไปจากในอดีตที่เป็นแฟน ปริมาณของผู้ชมมีจำนวนเพิ่มขึ้นและลดลงตามภาวะเศรษฐกิจ

การถือสารมวลดชน  
ภาควิชา .....  
สาขาวิชา .....  
ปีการศึกษา ..... 2541 .....

ลายมือชื่อนิติคน .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

## 4085314228

KEY WORD:

MAJOR MASS COMMUNICATION  
INTERNATIONAL CONCERT

SIRIMA LIMVIRIYALERS : THE DEVELOPMENT OF ORGANIZING INTERNATIONAL  
CONCERT IN THAILAND : ASST. PROF. OLARN WONGBANDUE,  
123 pp. ISBN 974-332-141-1

The research on Development of Organizing International Concerts in Thailand is studied from the message senders or concert promoters. The objectives of which are to study the history, the development and condition of the business conduct from the past until present as well as the factors relating to the pattern of the international concerts.

This study is made in term of qualitative research by way of in-depth interview with two major groups, i.e., (a) a group of international concert promoters in Thailand and (b) a group of professional in the music industry in Thailand.

This study is found that the development of organizing concerts is subject to economic condition, and concert components. The concert promoters, venues, and receivers will determine the pattern of the concerts. Other than those, the marketing strategy shall also be used for creating the demand of the concert organizing and seeking profit to the concert promoters.

Compared with the past, singers who come to Thailand for playing concerts nowadays have already been well-known to the public and have more certain groups of fans. In addition, the computer system has been brought to accommodate the selling of concert tickets and to maximize the audience's satisfaction by allowing audiences to select their seats, based on first come first serve. As a result, it changes pattern of the concert tickets. Internet which is currently widely used has been brought as a new tool for public relation. Even though the production cost is higher due to devaluation of Baht, the ticket price is only adjusted slightly. This is because concert is a kind of goods, the concert promoter therefore must set up the price of goods to be suitable with the target customers so that the goods can be sold. Thus, the income from the supporter is deemed more significant lately.

The message receivers or the audience who attend the concerts nowadays have a good education background and come from wealthy families and want to listen music from their favorite singers. This is different from the past since they just only attended the concerts because of fashion. The number of audiences is subject to the economic condition.

ภาควิชา..... การสื่อสารมวลชน  
สาขาวิชา..... การสื่อสารมวลชน  
ปีการศึกษา..... 2541

ลายมือชื่อนิต.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้ เสร็จสมบูรณ์หลุด่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาเอาใจใส่พร้อมทั้งคำแนะนำอันมีคุณค่าจากผู้ช่วยศาสตราจารย์โอฬาร วงศ์บ้านคู่ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และด้วยการชี้แนะแนวทางและตรวจสอบ ชัดเจนโดยละเอียดจากรองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพที่ให้เกียรติเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ การวิจัยเรื่องนี้อาจดำเนินการต่อไปไม่ได้หากไม่รับคำชี้แนะจากท่านอาจารย์ทั้งสองท่าน

นอกจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 2 ท่านแล้ว ผู้วิจัยยังได้รับกำลังใจและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากครอบครัว บุคคลผู้ใกล้ชิดและเพื่อนๆ MC 7 ทุกท่าน และบุคคลที่ให้ข้อมูลทุกท่านที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จในการทำงานครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย



ศิริมา ถิ่นวิริยะเลิศ

เมษายน 2542

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญ.....	ช
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหานำวิจัย .....	12
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	13
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	13
1.5 นิยามศัพท์ .....	13
1.6 ข้อจำกัดในการวิจัย.....	14
1.7 ประโยชน์ของการวิจัย.....	14
2. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....	15
2.1 แนวคิดเรื่องเพลง คนตรี และคอนเสิร์ต.....	15
2.2 ทฤษฎีการสื่อสาร SMCR.....	17
2.3 ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนในแง่ผู้ส่งสาร .....	20
2.4 ทฤษฎีการตลาด .....	21
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24
3. ระเบียบวิธีวิจัย .....	27
3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล.....	27
3.2 กลุ่มตัวอย่าง.....	27

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล .....	30
3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	31
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	31
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	31
4. พัฒนาการของการจัดคอนเสิร์ตสมัยใหม่ในประเทศไทย .....	32
4.1 บริษัทผู้จัดคอนเสิร์ตในประเทศไทย .....	32
• บริษัท ไนท์สโปกด โปรดักชั่น จำกัด .....	33
• บริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน) .....	39
• บริษัท บีอีซี เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด .....	42
• บริษัท เอ็ม ไลน์ จำกัด .....	48
• บริษัท เอ็นซีซี แมนเนจเมนท์ แอนด์ ดิเวลอปเมนท์ จำกัด .....	51
4.2 พัฒนาการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศในประเทศไทย .....	53
• ยุคเริ่มต้นของคอนเสิร์ต ศิลปินต่างประเทศ (พ.ศ. 2519-2526) .....	53
• ยุคผลกระทบจากเศรษฐกิจขบเซา (พ.ศ. 2527-2529) .....	58
• ยุคการกลับมาของคอนเสิร์ต ศิลปินต่างประเทศ (พ.ศ.2530-2535) .....	60
• ยุคเฟื่องฟูในธุรกิจคอนเสิร์ต (พ.ศ. 2536-2540) .....	64
• ยุคปัจจุบัน (พ.ศ. 2540-2541) .....	74
4.3 วิธีการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศ .....	76
• การคัดเลือกศิลปิน .....	76
• การหาผู้สนับสนุน .....	77
• การโฆษณาประชาสัมพันธ์ .....	78
• บัตรคอนเสิร์ต .....	80
• การผลิตคอนเสิร์ตหรือการ โปรดักชั่น .....	82



## สารบัญ (ต่อ)

### บทที่

5 การอภิปรายผล .....	84
5.1 พัฒนาการของผู้จัดคอนเสิร์ตตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน .....	86
5.2 พัฒนาการคอนเสิร์ตตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน .....	92
5.3 พัฒนาการด้านรูปแบบในการจัดคอนเสิร์ต .....	98
5.4 พัฒนาการของผู้รับสารหรือผู้ชมคอนเสิร์ต .....	98
5.5 พัฒนาการทางด้านการตลาดของธุรกิจคอนเสิร์ต .....	101
5.6 แนวโน้มของธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศในอนาคต .....	104
5.7 ข้อเสนอแนะ.....	104
รายการอ้างอิง.....	105
ภาคผนวก.....	107
ประวัติผู้เขียน.....	123

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย