

53701323: สาขาวิชาสังคีตวิจัยและพัฒนา

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์ / การบริหารภาพลักษณ์

กมลทิพย์ ธรรมภักดี: การประชาสัมพันธ์และการบริหารภาพลักษณ์ศิลปินนักร้องเพลงไทยสากล บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน). อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: อ.จิรพรรณ อังศวานนท์. 143 หน้า.

การศึกษาวิจัยเรื่องการประชาสัมพันธ์และการบริหารภาพลักษณ์ศิลปินนักร้องเพลงไทยสากล บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการดำเนินงานและกลยุทธ์ของนักประชาสัมพันธ์ในการบริหารภาพลักษณ์ศิลปินในที่มีส่วนสำคัญทำให้เกิดความนิยมติดตามผลงานของศิลปินและศึกษาแนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจเพลงไทยต่อสภาวะการณ์ปัจจุบัน

ผลการวิจัยพบว่าการทำงานของนักประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ในการบอกกล่าวและเผยแพร่ภาพลักษณ์ของศิลปินที่ถูกกำหนดไว้ ออกสู่สาธารณชนให้รับรู้ภาพลักษณ์ของศิลปินได้ตรงตามเป้าหมายที่กำหนดและยังคงคอยสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเรื่องของภาพลักษณ์ที่มีต่อศิลปินถ้าหากพบว่าเกิดการเข้าใจผิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของศิลปินนักประชาสัมพันธ์จะต้องทำการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ซึ่งสอดคล้องกับที่วิรัช ลภีรัตนกุล ได้กล่าวไว้ว่า หลักการทำงานของนักประชาสัมพันธ์คือการบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบและป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิดรวมทั้งต้องคอยสำรวจประชามติดูความคิดเห็นของประชาชนด้วย

แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ธุรกิจเพลงไทย จึงเน้นไปที่การประชาสัมพันธ์ในเรื่องของภาพลักษณ์ศิลปินมากขึ้น เนื่องจากขณะนี้อุตสาหกรรมเพลงไทยเปลี่ยนแปลงไปด้วยการเข้ามาของเทคโนโลยีในสื่อรูปแบบใหม่ ทำให้ธุรกิจการจัดคอนเสิร์ต ไซวีส เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก จึงทำให้ค่ายเพลงต้องหาช่องทางสร้างรายได้ มาผลักดันเพื่อเพิ่มศักยภาพและความสำเร็จของศิลปิน เพื่อการค้นหาศิลปินที่มีความสามารถในหลากหลายด้านและนำมาพัฒนาและฝึกฝนให้เป็นศิลปินที่มีคุณภาพซึ่งศิลปินนั้นจะต้องมีพร้อมทั้งความสามารถและมีวินัยในตนเอง เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม ทำให้ศิลปินมีความน่าสนใจ แตกต่างจากคู่แข่ง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องใช้เทคนิคในการประชาสัมพันธ์การสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ศิลปิน

สาขาวิชาสังคีตวิจัยและพัฒนา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2557

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....

53701323: MAJOR: MUSIC RESEARCH AND DEVELOPMENT

KEY WORDS: PUBLIC RELATIONS / IMAGE MANAGEMENT

KAMOLTIP TUMMAKDEE: PUBLIC RELATIONS AND IMAGE MANAGEMENT OF THAI POP SINGERS (A CASE STUDY OF GMM GRAMMY). THESIS ADVISOR: JIRAPAN ANSVANANDA. 143 pp.

The objectives of this study were to analyze the procedures and the strategies that the promoter used in order to increase the popularity of the artist, and to discover the trend of advertisement in the current music industry in Thailand.

There were two main duties of the promoter in order to keep the artist famous. First of all, the promoter has to make sure that the media got the correct information regarding the characteristic and the uniqueness of the artist. Second, the promoter has to listen to the opinion of the others towards the artist's image. If in some case there is a misunderstanding regarding the artist, it is definitely the duty of the promoter to quickly fix that problem. According to Virat Lapirattanakul (2544), he stated that the duty of the promoter is to inform and to fix the problem including keep an eye on the opinion of the people.

The trend of advertising music industry in Thailand mainly focuses on an image of the artist. Nowadays as the music trend itself replaces with more of technologies and the new kinds of media, there are more concerts and showbiz consequently. As a result, the company has to increase the income, and to compete with other company by finding the artist who is both talented and disciplined. The company has to search for his uniqueness and making the value from that difference. This process truly need the technique of promoting the image of the artist which is one of the main duty of the promoter.

Program of Music Research and Development Graduate School, Silpakorn University

Student's signature

Academic Year 2014

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์อย่างสูงจากอาจารย์ จิตรพรรณ อังศวานนท์ และอาจารย์ ดร.ศักดิ์สิทธิ์ ราชรักษ์ ที่ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ คุณณัฐริตา วงศ์พรหม และผู้ที่ให้สัมภาษณ์ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ทุกท่านที่ให้ความสะดวก และให้ความช่วยเหลือในการติดต่อประสานงานในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำงานวิจัยในครั้งนี้

ท้ายที่สุด ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ ผู้เป็นที่รัก ผู้ให้กำลังใจและให้โอกาส การศึกษาอันมีค่ายิ่ง