

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อพูดถึง "นักร้อง" หลายคนนึกถึง "เบิร์ด-ธงไชย แมคอินไตย์" บางคนบอกว่าต้อง "อัสนี-วสันต์ โชติกุล" อีกมากที่มองเห็นภาพ "เพ็ญพักตร์ ศิริกุล" มีไม่น้อยที่ได้ยินเสียงของ "อำพล ลำพูน" ดังมาแต่ไกล เด็กรุ่นใหม่ก็ถึง "คริสติน่า อากีล่าร์" สาวอกหักนึกว่าต้อง "แอม-เสาวลักษณ์ ลีละบุตร" คนโรแมนติกนึกถึง "มีลา-มาลีวัลย์" บ้างนึกไปถึงความน่ารักของ "มอส-ปฏิภาณ ปฐวีกานต์"

"นักร้อง" คำนี้มีความหมายมากมาย และครอบคลุมกว้างขวางในความรู้สึกของผู้ฟังในปัจจุบัน เมื่อเอ่ยถึง "นักร้อง" สิ่งที่ติดตลามาในมโนความคิดคือ บุคลิก หน้าตา ท่าทาง การแสดงออก ความสามารถ ความมีชื่อเสียง อุปนิสัย การใช้ชีวิต และอีกหลายๆอย่างนอกเหนือจาก "เสียงร้อง" ที่ดูจะกลายเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งที่ไม่สลักสำคัญเท่าใดนักสำหรับการได้ชื่อว่าเป็น "นักร้อง" ในปัจจุบัน

"นักร้อง" เป็นอาชีพที่มีมาตั้งแต่อดีตกาล นับแต่คนเริ่มรู้จักดนตรี รู้จักเสียงเพลง คนก็ได้รู้จักกับคำว่า "ร้องเพลง" และผู้ที่เป็ "นักร้อง" ก็มักจะหมายถึงผู้ที่มีความสามารถในการขับร้องเพลงได้อย่างไพเราะ ถูกจังหวะดนตรี ผู้ที่มีอาชีพเป็นนักร้องมักจะเป็นผู้ที่ได้รับความชื่นชมจากสาธารณชน เพราะเป็นผู้นำความสุขความสบายใจมาให้ แม้ว่าในอดีตอาชีพนักร้องจะไม่ใคร่ได้รับการยกย่องจากสังคม

เท่าใดนัก เนื่องจากในสมัยก่อนผู้มีอาชีพนักร้องมักต้องเร่ร่อน พเนจรไปเปิดการแสดงตามที่ต่างๆ ทำให้คนทั่วไปเห็นว่าเป็นอาชีพที่ไม่มีความมั่นคง แต่ปัจจุบัน อาชีพนักร้องกลับกลายเป็นอาชีพที่ได้รับความนิยมสูงสุดอาชีพหนึ่ง สามารถสร้างชื่อเสียงให้กับผู้ประกอบการอาชีพ สร้างรายได้มหาศาล

ย้อนหลังไปประมาณ 20-30 ปีที่ผ่านมา ผู้เป็น"นักร้อง"จะเป็นที่รู้จักกันในความเป็นผู้มีน้ำเสียงอันไพเราะ มีความสามารถในการร้องเพลงที่เฉพาะตัว เป็นผู้ที่ต้องสั่งสมประสบการณ์ ฝึกฝนน้ำเสียงซึ่งกว่าจะได้รับการยอมรับนั้น ใช้เวลานาน ดังเช่นในยุคของ"เอื้อ สุนทรสนาน" นักร้องวงดนตรีสุนทราภรณ์สมัยที่ยี่สิบปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ เส้นทางของคนร้องเพลงจะฝากฝังไว้กับนักร้องรุ่นพี่ที่เป็นครูอาจารย์ ถ่ายทอดความรู้เพื่อชี้แนะและฝึกฝนจนน้ำเสียง เป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไป จากนั้นจึงก้าวเข้าห้องอัดเสียง โดยมีนักร้องรุ่นพี่เป็นผู้ดูแล เป็นเหมือนเครดิตรับประกันคุณภาพให้กับนักร้องผู้นั้น

ในสมัยก่อน โอกาสที่สาธารณชน หรือคนฟังเพลงจะได้สัมผัสใกล้ชิดกับตัวนักร้องนั้นมีน้อยมาก เพราะสื่อต่างๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้นยังไม่แพร่หลาย ผู้ฟังจะรู้จักนักร้องจากการฟังผลงานเพลงของนักร้องแต่ละคนเท่านั้น ลักษณะการฟังเพลงในอดีต จึงสนใจแต่ในเรื่องเสียงร้อง และความสามารถในการขับร้องของนักร้องมากที่สุด และเมื่อใดก็ตามที่มีการเอ่ยถึงนามของนักร้องท่านใด สิ่งปรากฏชัดตามมาในมโนความคิดก็คือ เสียงร้องและบทเพลง ที่ท่านเหล่านั้นได้ขับร้อง ส่วนรูปร่างหน้าตานั้นมักจะมารู้จักกันในภายหลัง เมื่อได้มีโอกาสไปชมการแสดงของนักร้องแต่ละท่าน หรือเมื่อสื่อต่างๆ เริ่มแพร่หลายเข้ามาสู่เมืองไทยมากขึ้นแล้ว

เมื่อยุคสมัยเริ่มเปลี่ยนแปลงไป วงการเพลงมีวิวัฒนาการมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการรับอิทธิพลจากประเทศทางตะวันตก ที่แผ่เข้ามาสู่เอเชียและประเทศไทย

เกิดการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกัน รวมทั้งเรื่องของดนตรีตะวันตกที่เริ่มเข้ามา มีอิทธิพลต่อดนตรีไทยและเพลงไทย จนเกิดยุคสมัยของวงดนตรีสตริงขึ้น

การเข้ามาของการสื่อสารมวลชนต่างๆ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การรับสารของมวลชน และมีอิทธิพลต่อวิถีการนำเสนองานเพลงนักร้องที่แตกต่างไป จากอดีต และการแพร่กระจายของวัฒนธรรมแบบตะวันตก วิธีการคิดแบบตะวันตก การผลิตแบบ Mass Production รวมไปถึงช่องทางและโอกาสต่างๆที่ยังเป็น ช่องว่างอยู่ ทำให้ธุรกิจเทปเพลงไทยถือกำเนิดขึ้น ซึ่งในระยะเริ่มแรกยังคงเป็น ธุรกิจที่ไม่มีหลักเกณฑ์ในการทำงานที่แน่ชัด ต่อมาได้มีการสร้างระบบการทำงานที่เป็นระเบียบแบบแผน รวมไปถึงการสร้างนักร้องรุ่นใหม่ที่มีสังกัดค่ายเทปขึ้นเป็นครั้งแรก ขณะที่นักร้องแบบเดิมที่ดูแลตัวเองเริ่มหมดไป

การทำงานในระบบธุรกิจเทปเพลง หรือค่ายเทปในปัจจุบัน เป็นการทำงานที่ยึดหลักการตลาด โดยถือว่า "นักร้อง" เป็น "สินค้า" ที่บริษัทต้อง "ขาย" ให้ได้ เพื่อผลทางด้าน "กำไร" เป็นสำคัญโดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาเป็นตัวกำหนดรูป ในกระบวนการสร้างนักร้องและงานเพลง เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกนักร้อง การวางคอนเซ็ปต์ให้กับนักร้อง ตลอดจนการนำเสนอผ่านการโปรโมทอย่างต่อเนื่อง ค่ายเทปจะมีการสร้างองค์กรขึ้นมาเหมือนกับบริษัทธุรกิจทั่วไป มีฝ่ายผลิตสินค้าซึ่ง เรียกว่า "ฝ่ายผลิตและสร้างสรรค์งานเพลง" เป็นส่วนงานสำคัญที่จะสร้างงานเพลง และกำหนดคอนเซ็ปต์หลักให้กับตัวนักร้อง เมื่อได้ "สินค้า" ออกมาแล้วก็จะส่งต่อให้กับ "ฝ่ายส่งเสริมการตลาด" นำสินค้าที่ได้มาตบแต่ง สร้างสรรค์ให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น ห่อหุ้มด้วยภาพลักษณ์ต่างๆ และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมไปถึง การสร้างกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมการขายให้กับสินค้านั้นๆอย่างเต็มที่

ผลงานเพลงไทยสากลมีลักษณะของการผลิตที่เป็นสินค้า (Products) ที่มุ่งเน้นในเรื่องยอดขายจำนวนมากขึ้น ซึ่งเป็นผลให้งานเพลงกลายเป็นสินค้าที่ต้องสร้างจุดเด่นในการขายให้น่าสนใจ โดยที่จุดเด่นนั้นคือศิลปินเพลงไทยสากลเองที่จำเป็นต้องมีการสร้างและควบคุมภาพลักษณ์ให้มีความน่าสนใจที่เด่นชัด รวมทั้งต้องมีการแข่งขัน ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบของดนตรีให้ทันสมัยและเริ่มที่จะให้ความสำคัญต่อกลุ่มเป้าหมายของสินค้าเพลงนี้เพิ่มมากขึ้น (พัชรिता วัฒนา, 2536)

ผลงานเพลงไทยสากลต่างๆ นั้นจะสามารถสร้างความประทับใจจาก ผู้ฟังได้ด้วยองค์ประกอบหลายประการ อาทิเช่น เนื้อหาของเพลง ท่วงทำนองดนตรี การเรียบเรียงเสียงประสาน และที่สำคัญ คือการขับร้องรวมทั้งการแสดงออกของ ตัวศิลปินเพลงไทยสากลนั่นเอง ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากในฐานะที่เป็นผู้สร้างความประทับใจแรกเริ่ม (First impression) ที่จะสามารถดึงดูดให้ผู้ชมผู้ฟังเกิดความสนใจ ทั้งจากรูปร่างหน้าตา บุคลิกภาพ น้ำเสียง ลีลาการร้องการแสดง ซึ่งศิลปินที่ประสบความสำเร็จส่วนมาก ต้องมีความพร้อมในคุณลักษณะเหล่านี้ด้วยนอกเหนือไปจากการได้ร้องเพลงที่ดี ซึ่งถ้ามีพร้อมกันทั้งหมดก็จะเสริมความเด่น ของทั้งตัวศิลปิน และผลงานเพลงจนกลายเป็นนักร้องดัง เป็นที่นิยม มีคนติดตามผลงานที่บ้านทั่วประเทศ เรียกว่าเป็นคนมีชื่อเสียง (Celebrity) ซึ่งมักจะ เป็นชื่อเสียงที่ดีเป็นที่นิยมชมชอบ (Popular) ซึ่งศิลปินคนใดก็ตามที่ได้รับความสนใจ ได้รับความชื่นชมจากประชาชนทั้งส่วนตัวและผลงานเพลงพร้อมๆ กันแล้ว ถือได้ว่าเป็นความสำเร็จสุดยอดที่ศิลปินจะได้รับ (พัชรिता วัฒนา, 2536)

ความสำคัญของนักร้องในบางกรณีจึงดูเหมือนว่า จะโดดเด่นเสียยิ่งกว่าตัวบทเพลงอีกด้วย เมื่อนักร้องกลายมาเป็นส่วนสำคัญในการนำเสนอผลงานเพลง จุดหักเหของการสร้างผลงานเพลง จึงเปลี่ยนแปลงมาเป็นการสร้างนักร้องขึ้นมาด้วยคุณลักษณะต่างๆ กัน แล้วผลิตผลงานเพลงให้เข้ากัน

ได้กับคุณลักษณะของนักร้องเหล่านั้น ซึ่งเป็นรูปแบบของการผลิตผลงานเพลง ที่เป็นที่แพร่หลายอยู่ในปัจจุบันของวงการเพลงไทยสากล ภายใต้ระบบธุรกิจ เทปเพลงของบริษัทผู้ผลิตผลงานเพลง หรือค่ายเทปนั่นเอง" (พัชรีดา วัฒนา, 2536)

จะเห็นได้ว่าความสำคัญระหว่าง"นักร้อง"กับ"งานเพลง"ในปัจจุบัน มีความสำคัญมากพอๆกัน เพราะนักร้องกลายเป็นบ่อเกิดของงานเพลง เพลงจำนวนมากไม่ได้แต่ขึ้นมาจากแรงบันดาลใจ จากความคิด แต่เป็นการแต่ขึ้นมาจากบุคลิกลักษณะของ"นักร้อง" เพื่อตอบโจทย์ของบริษัทเทปเพลง คือยอดขาย ในปัจจุบันนี้ถ้าหากสร้าง"นักร้อง"ให้เป็นที่ถูกใจคนฟังได้ ก็มั่นใจได้ในระดับหนึ่งว่าเทปเพลงของนักร้องคนนั้นจะได้รับการสนับสนุนอย่างมากเช่นกัน

การแข่งขันในการสร้างนักร้องของค่ายเทปต่างๆในปัจจุบัน เป็นการแข่งขันที่ดุเดือด รุนแรงมาก ความสามารถทางการร้องเพลงไม่ใช่ตัวบ่งชี้ถึงความนิยมที่สูงอีกต่อไป เพราะมีองค์ประกอบอื่นๆที่เข้ามาร่วมในการตัดสินใจของคนฟังเพลงด้วยนั่นคือ บุคลิก หน้าตา การแสดงออก ความสามารถในการสื่อสาร อุปนิสัย ฯลฯ เหล่านี้ล้วนส่งผลต่อความนิยมในตัวนักร้องแทบทั้งสิ้น โดยจะถูกเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน และสื่อในทุกรูปแบบ ภายใต้นโยบายด้าน การตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแต่ละค่ายเทป

ดังจะเห็นได้ว่า ในช่วงเวลาหนึ่ง(ตั้งแต่ปี 2530 เป็นต้นมา) มีการสร้างนักร้องจากดารา นักแสดง หรือผู้มีชื่อเสียงในวงการต่างๆมาก่อน เนื่องจากดารา นักแสดงเหล่านั้นต่างเป็นบุคคลที่อยู่ในความสนใจของประชาชนอยู่แล้ว ซึ่งปรากฏว่าสามารถสร้างความสนใจให้กับคนฟังได้มาก สร้างยอดขายให้กับค่ายเทป

ได้สูงในระดับหนึ่ง เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีกลุ่ม"แฟน"ของตนเองอยู่แล้วจำนวนหนึ่ง จึงง่ายที่จะได้รับการยอมรับ ทำให้โอกาสในการออกเทปมาแล้วขาดทุนมีน้อยมาก เป็นการลดความเสี่ยงในการขาดทุนของค่ายเทปได้ และยังช่วยลดขั้นตอนในการโปรโมทลงไปได้ เนื่องจากเป็นที่รู้จักของประชาชนอยู่แล้ว ซึ่งต่างกับนักร้องที่มาจากสายอาชีพนักร้องจริงๆ ที่ต้องอาศัยการโปรโมทอย่างมากเพื่อให้ประชาชนได้รู้จัก และการหาบุคคลที่มีความสามารถทางการร้องเพลงที่ต้นนั้นก็ยิ่งหายากอีกด้วย

นักร้องที่มีความสามารถทางด้านการร้องเพลงในระดับสูง จึงไม่แน่เสมอไปว่า จะมียอดจำหน่ายที่สูงตามไปด้วย เพราะว่า"ยอดขาย"ไม่ได้วัดกันที่ความสามารถทางด้านการร้องเพลงแต่อย่างเดียวยังอีกต่อไป แต่วัดกันที่ความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นสำคัญ และความพึงพอใจของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มก็แตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการมองตลาดของค่ายเทปเป็นสำคัญ

นั่นหมายความว่า นอกจากการสร้างงานเพลงให้เป็นที่ถูกใจคนฟัง หรือกลุ่มเป้าหมายแล้ว หัวใจสำคัญอีกประการหนึ่งของวงการธุรกิจเทปเพลงไทยคือการสร้างนักร้องให้เป็นที่ถูกใจคนฟังเพลง หรือ"ทำอย่างไรให้นักร้องได้รับความนิยมสูงสุด อันหมายถึงการจับหัวใจกลุ่มเป้าหมายให้ได้ ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการสร้างนักร้องยอดนิยม และอาศัยยุทธวิธีทางการตลาดในทุกรูปแบบเข้ามาร่วมด้วย เพื่อให้นักร้องในสังกัดได้เป็น"นักร้องยอดนิยม"

ในปัจจุบัน เมืองไทยมีค่ายเทปมากกว่า 30 ค่าย ทั้งค่ายใหญ่ ค่ายเล็ก รวมไปถึงค่ายน้องใหม่ที่เพิ่งตั้งขึ้นมาได้ไม่นานนี้อีกจำนวนไม่น้อย ค่ายต่างๆมีความตระหนักถึงความสำคัญของ"นักร้อง"เป็นอย่างดี และพยายามอย่างที่สุดในการสร้างความน่าสนใจให้เกิดขึ้นกับนักร้องในสังกัด ไม่ว่าจะด้วยรูปลักษณ์ ความสามารถ ความแปลกใหม่ ฯลฯ ในจำนวนค่ายเทปทั้งหมดนี้ ค่ายหนึ่งที่กำลังมา

นานนับสิบปี และมีชื่อเสียงในการเป็นผู้นำทั้งในด้านความแปลกใหม่ทางสำเนียงดนตรีและบุคลิกของนักร้อง จนได้รับการกล่าวถึงว่าเป็นค่ายเพลงที่สามารถสร้างความสนใจให้คนไทยหันมาฟังเพลงไทยมากขึ้น และยกมาตรฐานงานเพลงไทยให้ทัดเทียมสากล ค่ายเพลงนั้นคือบริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

บริษัทแกรมมี่ นับเป็นค่ายเพลงระดับยักษ์ใหญ่แห่งหนึ่งของเมืองไทย ที่มีการสร้างสรรค์นักร้องยอดนิยมขึ้นมาประดับวงการเพลงไทยมากกว่า 50 คน ในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา แกรมมี่ก่อตั้งเมื่อ 2526 ในยุคสมัยนั้นมีค่ายเพลงอยู่ไม่มากนัก ส่วนใหญ่นิยมแต่งเนื้อเพลงไทยไปใส่ในทำนองต่างประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นช่วงยุคที่วงการเพลงไทยซบเซามาก คนฟังเพลงส่วนใหญ่เริ่มหันไปฟังเพลงสากลกันมาก

ความสำเร็จของแกรมมี่ เกิดจากความพยายามในการสร้างสรรค์งานเพลงไทยให้เป็นสากล โดยยึดหลักการแต่งเพลงแบบสากล รวมไปถึงการดำเนินธุรกิจเทปเพลงโดยนำรูปแบบการประกอบธุรกิจในประเทศตะวันตกมาใช้เป็นแบบอย่าง ทำให้ผลงานเพลงของแกรมมี่ แตกต่างจากค่ายอื่นๆที่นิยมนำทำนองเพลงฝรั่งเพลงจีนมาใส่เนื้อไทย สามารถสร้างความตื่นใจให้กับผู้ฟังเพลงในสมัยนั้นเป็นอย่างมาก

ในเริ่มแรก"แกรมมี่"จับธุรกิจด้านการโปรโมท การผลิตรายการโทรทัศน์ จากนั้นจึงหันมาจับธุรกิจเทป โดยในระยะแรกรับทำโปรโมทให้กับค่ายเทปอื่นๆ หลังจากนั้นก็ได้ออกเทปนักร้องในสังกัดเอง 4 คนแรก ได้แก่ แพทย์หญิงพันทิวา สันวิธานนท์, นันทิดา แก้วบัวสาย, ฐิติมา สุตสุนทร และเรวัต พุทธินันท์ ปรากฏว่าอัลบั้มทั้งหมดประสบความสำเร็จเกินคาดหมาย

หลังจากนั้น "แกรมมี่" ก็หันมาจับธุรกิจเทปเพลงไทยสากลอย่างจริงจัง โดยได้ผลิตศิลปินอดีตนักร้องสยาม พ็อบพิวลาร์ ชอง ของสยามกลการ คือธงไชย แมคอินไตย์ ชุด "หาดทราย สายลม สองเรา" แนวเพลงพ็อบหวานๆ และเริ่มมีเทปเพลงนักร้องในสังกัดทยอยกันออกมาไม่ขาดสาย ผลปรากฏว่า "แกรมมี่" ประสบผลสำเร็จอย่างสูง จนกระทั่งวันนี้ "แกรมมี่" ได้กลายเป็นบริษัทธุรกิจเทปเพลงขนาดใหญ่ของเมืองไทย ที่มีศิลปินระดับซูเปอร์สตาร์อยู่ในสังกัดมากที่สุดค่ายหนึ่งของประเทศ

เรวัต พุทธินันท์ ประธานกรรมการบริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ได้กล่าวถึงความสำคัญของ "นักร้อง" ว่า

... นักร้อง หรือ พรี่เซ็นเตอร์ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่ง เพราะไม่มีเพลงใดในโลกที่ขายได้ด้วยตัวของมันเอง ทุกเพลงจะต้องมีคนขาย หรือมีผู้สื่อสารเพลงออกไป ซึ่งก็คือศิลปิน หรือนักร้อง เพราะศรัทธาที่เกิดขึ้นกับเพลงนั้น ศิลปินคือผู้มีส่วนสำคัญ ในการสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นกับบทเพลงนั้นๆ ด้วย เพลงถ้าไม่มีคนนำเสนอ ก็เท่ากับว่าเพลงนั้นไม่ได้ถูกสื่อสารไปให้กับคน หากจะเปรียบเทียบให้เห็นอย่างง่ายๆระหว่างเพลงบรรเลงที่ถูกสื่อสารผ่านนักดนตรี กับเพลงที่มีการร้องโดยนักร้อง เพลงร้องจะได้รับความนิยมสูงกว่า เป็นความจริง และเป็นสังขธรรมที่เห็นได้ทั่วโลกว่าเพลงที่ไม่มีพรี่เซ็นเตอร์มีไม่ถึง 10 เปอร์เซนต์ในโลก ดังนั้นเราต้องยอมรับว่าพรี่เซ็นเตอร์เป็นFactorใหญ่ มีความสำคัญมาก ดังเราจะเห็นได้ว่า เพลงเพลงหนึ่งอาจจะเป็นเพลงที่ดี แต่งออกมาได้ดี ทำอะไรออกมาได้ดี แต่ถ้าได้พรี่เซ็นเตอร์ที่ไม่ดี เพลงนั้นก็จะเป็นดูไม่ดี ฟังไม่ดีแต่บางครั้งเพลงที่แต่งออกมาอยู่ในระดับพอประมาณ หากได้พรี่เซ็นเตอร์ที่ดีมาก เพลงนั้นอาจจะประสบความสำเร็จมากก็ได้... แม้กระทั่งเพลงของบีโธเฟิน ก็ต้องมีบีโธเฟนเป็นคนขาย..."

ในช่วงเวลาไม่ถึง 1 ทศวรรษ "แกรมมี่" ขยายตัวออกไปกลายเป็นผู้ผลิตเทปเพลงไทยสากลรายใหญ่ ที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด ดำเนินธุรกิจเทปเพลงไทยได้อย่างครบวงจรและตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา แกรมมี่ สามารถส่งให้นักร้องในสังกัดประสบความสำเร็จทั้งในด้านชื่อเสียง ความนิยมและยอดขายได้เกือบทุกคน จากจุดนี้เองได้สร้างความสนใจทางการศึกษาแก่ผู้วิจัยว่า มีปัจจัย และองค์ประกอบใดที่เป็นส่วนสำคัญในการสร้างนักร้องยอดนิยม ของบริษัทแกรมมี่ รวมทั้งกระบวนการ ขั้นตอนของบริษัทแกรมมี่ ใช้ในการสร้างนักร้องยอดนิยมเป็นอย่างไร

ปัญหาคำวิจัย

1. ขั้นตอนและวิธีการสร้างนักร้องยอดนิยมของบริษัทแกรมมี่ มีลักษณะอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอน และวิธีการสร้างนักร้องยอดนิยมของแกรมมี่

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "กระบวนการสร้างนักร้องยอดนิยมของบริษัท แกรมมี่ เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด " จะเป็นการศึกษาผ่านกรณีศึกษานักร้องจำนวน 4 ท่าน ได้แก่ คุณคริสติน่า อากีล่าร์, คุณมาลีวัลย์ เจมีน่า, คุณเสาวลักษณ์ ลีละบุตร และคุณจักรพรรณ์ อาบครบุรี

การศึกษา เริ่มที่จุดเริ่มต้นของกระบวนการสร้างนักร้อง นั่นคือ การสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสม หรือมีแนวโน้มว่าสามารถจะพัฒนาเป็นนักร้องที่ดีได้ การขัดเกลาเชิงอาชีพ การสร้างภาพลักษณ์ การปรับเปลี่ยนภาพพจน์ จนกระทั่งถึงการสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นกับนักร้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาระยะยาวของกระบวนการสร้างนักร้องของบริษัท แกรมมี่ เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด โดยใช้กรณีศึกษา มาสร้างความเข้าใจในแง่มุมต่างๆให้ชัดเจนยิ่งขึ้น และการศึกษาส่วนใหญ่จะเกิดขึ้น ณ บริษัทแกรมมี่

ข้อตกลงเบื้องต้น

การวิจัยครั้งนี้ จะเป็นการศึกษา "กระบวนการสร้างนักร้องของบริษัท แกรมมี่ เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด เท่านั้น และจะศึกษาผ่านกรณีศึกษา ซึ่งเป็นนักร้องในสังกัดแกรมมี่ จำนวน 4 ท่าน ได้แก่ คุณคริสติน่า อากีล่าร์, คุณมาลีวัลย์ เจมีน่า, คุณเสาวลักษณ์ ลีละบุตร และคุณจักรพรรณ์ อาบครบุรี

แกรมมี่ เป็นค่ายเพลงขนาดใหญ่ มีนักร้องกว่า 50 คน นักร้องแต่ละคนของแกรมมี่ ต่างมาจากสาขาอาชีพต่างๆ ซึ่งอาจแยกที่มาของนักร้องโดยกว้างได้ 3 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ได้แก่ นักร้องที่มาจากสายอาชีพนักร้องโดยตรง

กลุ่มที่ 2 ได้แก่ นักร้องที่มาจาก การเป็นผู้มีชื่อเสียงในวงการอื่นๆมาก่อน เช่น ดารา นักแสดง นาย-นางแบบ เป็นต้น

กลุ่มที่ 3 ได้แก่ นักร้องที่มาจาก การเป็นบุคคลที่ไม่เป็นที่รู้จักมาก่อน แต่มีความสามารถ มีทักษะทางการร้องเพลงที่ดีอยู่ในตัว

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะนักร้องประเภทที่ 1 และประเภทที่ 3 ของแกรมมี่ ได้แก่ นักร้องที่มาจากสายอาชีพทางการร้องเพลงโดยตรง และนักร้องที่มาจากบุคคลทั่วไป แต่พอจะมีทักษะทางการร้องเพลงที่ดีอยู่บ้าง ด้วยเหตุผลที่ว่า นักร้องที่มาจาก การเป็นผู้มีชื่อเสียงมาก่อนนั้น เป็นเพียงกลยุทธ์หนึ่งทางการตลาดของบริษัทธุรกิจเทปเพลงไทย ซึ่งอาศัยวัตถุดิบที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วมาผลิตงานเพลงเพิ่มเติม เพื่อผลทางการยอมรับของประชาชนที่ง่ายขึ้น รวดเร็วขึ้น โดยอาศัยชื่อเสียงที่มีอยู่แล้วของนักร้อง และสร้างภาพเพิ่มเติมให้ ขณะที่นักร้องที่มาจากสายอาชีพ คือนักร้องที่ต้องอาศัยฝีมือ การไต่เต้ามาตั้งแต่จุดเริ่มต้น ซึ่งต้องอาศัยกลยุทธ์ในการสร้างการยอมรับให้กับนักร้อง การห่อหุ้มด้วยภาพลักษณ์ที่ดี อันเป็นกระบวนการสร้างนักร้องเต็มรูปแบบ และมีความน่าสนใจมากกว่า

เนื่องจากผู้วิจัยมีข้อจำกัดทางด้านเวลา ทำให้ไม่อาจศึกษานักร้องได้หมดทุกท่าน จึงได้เลือกนักร้องจำนวน 4 ท่านที่อยู่ในขอบข่ายความสนใจมาเป็นกรณีศึกษา ได้แก่ คุณคริสติน่า อากีล่าร์, คุณมาลีวัลย์ เจมีน่า, คุณเสาวลักษณ์ ลีละบุตร และคุณจักรพรรณ์ อาบครบุรี ซึ่งทั้ง 4 ท่านต่างเป็นนักร้องยอดนิยมที่มีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จักกันดี

นอกจากนี้ แมื่อนักร้องทั้ง 4 ท่านจะเกิดจากกระบวนการทำงานเดียวกันของ แกรมมี่ แต่เนื่องจากต่างมีที่มา และองค์ประกอบเฉพาะตัวที่ต่างกัน คือ

1. คุณคริสติน่า อากีล่าร์ เป็นผู้อยู่ในครอบครัวนักร้องนักดนตรี และมีความสามารถในการร้องเพลงที่ดี ทำงานเป็นพนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง
2. คุณมาลีวัลย์ เจมีน่า เป็นนักร้องที่มีอัลบั้มของตัวเองมาแล้วถึง 3 ชุด แต่กลับเป็นที่รู้จักในเพียงกลุ่มผู้ฟังกลุ่มเล็กๆ เท่านั้น

3. คุณเสาวลักษณ์ ลีละบุตร เป็นอดีตนักร้องวง สาว สาว สาว ที่หันมาจับงาน เป็นนักแต่งเพลงให้กับบริษัทแกรมมี่

4. คุณจักรพรรณ์ อาบครบุรี เป็นนักร้องคาเฟ่ และห้องอาหารที่เมืองพัทยา

จากเงื่อนไขเฉพาะตัวที่แตกต่างกันของนักร้องทั้ง 4 ท่าน สามารถเป็นกรณีศึกษาที่ช่วยให้เห็นกระบวนการสร้างนักร้องยอดนิยมของบริษัท แกรมมี่ ได้ชัดเจนว่าเป็นการทำงานที่ไม่เพียงต้องอาศัยกระบวนการที่ดีเท่านั้น แต่ยังต้องอาศัยปัจจัย การวิเคราะห์เงื่อนไขหลายๆอย่างเข้ามาช่วยในการวางแผนงาน อีกด้วย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อาศัยวิธีการสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการทำงาน การสัมภาษณ์นักร้องผู้เป็นกรณีศึกษาทั้งสี่ท่าน และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ร่วมด้วย

ข้อสันนิษฐาน

กระบวนการสร้างนักร้องยอดนิยมของบริษัทแกรมมี่ เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด เป็นกระบวนการเชิงการตลาด ที่อาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาช่วยในการสร้างงาน

นิยามศัพท์

1. นักร้อง (Singer) หมายถึงบุคคลที่ประกอบอาชีพทางการร้องเพลง และมีอัลบั้มเป็นของตัวเอง มีผลงานของตนเองออกสู่สาธารณชน

2. นักร้องยอดนิยม (Popular Singer) หมายถึง นักร้องที่ได้รับความนิยม
สนใจ และชื่นชอบจากกลุ่มผู้ฟังเพลงจำนวนมาก ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

3. สินค้า (Product) หมายถึง นักร้องยอดนิยมของบริษัท แกรมมี่

4. การตลาด (Marketing) หมายถึง การจัดการที่ต้องมีการตัดสินใจ
ในการกำหนดทางเลือก เพื่อจะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ตอบสนองความต้องการของผู้
บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดกำไรตามเป้าหมายทางธุรกิจ

5. ระบบธุรกิจ (business System) หมายถึง ระบบงานอย่างหนึ่ง
ซึ่งเกิดขึ้นได้จากการรวมตัวกันของปัจจัยต่างๆที่มีอยู่ทั้งหมด ตลอดจนองค์การและ
สถาบันทั้งหลาย (Organization and institution) ซึ่งต่างก็มีความสัมพันธ์ทั้ง
ทางตรงและทางอ้อมกับการผลิต การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ เพื่อบำบัด
ความต้องการของมนุษย์ (Human need)

6. ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง สิ่งที่ปรากฏออกมาจากการ
แสดงออกทางท่าทาง การกระทำ บุคลิก ลักษณะ รวมถึงการแต่งกาย ทรงผม ท่า
เดินของตัวนักร้องเพลงไทยสากล

ประโยชน์ที่นำไปใช้

1. เพื่อให้บริษัทที่ดำเนินธุรกิจเทปเพลงไทยสากล ได้ทราบถึง
แนวความคิดและกระบวนการสร้างสรรค์งานเพลง และนักร้องยอดนิยมให้ประ
สบความสำเร็จ โดยใช้เป็นแนวทางในการปรับการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสม

2. เพื่อใช้เป็นประโยชน์ และเป็นแนวทางในการศึกษาอ้างอิงเกี่ยวกับการวิจัยเรื่องเทพเพลงไทยสากลต่อไป