



วิธีการผลิตเพลงไทยสากลของบริษัท แกรมมี อาร์พีจี กรณีศึกษา
ผลงานของ ปีเตอร์ คอร์ป ไดเรนคัล ชุด “เวอร์ชัน 4.0”



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาดนตรี
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2546

๖พ
ปี 514๖
2546
ผ. ๒

ISBN 974-04-2908-4
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

วิธีการผลิตเพลงไทยสากลของบริษัท แกรมมี่ อาร์พีจี กรณีศึกษาผลงานของ ปีเตอร์ คอร์ป ไดเรนดัล ชุด “เวอร์ชัน 4.0” (THE PRODUCTION OF THAI POPULAR SONGS BY GRAMMY RPG CO., LTD. : IN CASE STUDY OF PETER CORP DYRENDAL ALBUM ‘VERSION 4.0’)

ชานนท์ ชาญหาญ 4136028 MSMS/M

ศศ.ม. (ดนตรีวิทยา) สาขาวิชาดนตรี

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์สุกรี เจริญสุข , กศป., M.M.E., D.A. (Music), นางวิภา คงคากุล, Ed.D., นายกิตติ ศรีเปารยะ, นศ.ป., ศศ.ม.

บทคัดย่อ

งานวิจัยเชิงคุณภาพนี้ เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา บทบาทและความรับผิดชอบต่อสังคม ลักษณะการประกอบธุรกิจและวิธีการผลิตเพลงไทยสากลรวมทั้งด้านการตลาดและการแข่งขัน โดยเก็บข้อมูลระหว่างวันที่เริ่มโปรโมทผลงานเพลง คือ เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2545 จนกระทั่งสิ้นสุดการโปรโมทวันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2546 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่าบริษัท แกรมมี่ อาร์พีจี เป็นบริษัทย่อยบริษัทหนึ่งในเครือของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) บริษัทได้รับรางวัลทางสังคมที่เกิดจากจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อเพื่อส่วนรวม ทั้งด้านการส่งเสริมเด็กและเยาวชน การแก้ปัญหายาเสพติดและสิ่งแวดล้อม ด้านการตลาดผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนการผลิตเทปเพลงชุดนี้จุดคุ้มทุนอยู่ที่ 25 ล้านบาทต่อชุดนอกจากนี้มีการจัดกิจกรรมและแสดงคอนเสิร์ตทั่วทุกภาคทำให้ผลตอบรับของตลาดดีพอสมควรจึงต้องมีการผลิตเพิ่ม ด้านการแข่งขันพบว่าพฤติกรรมในการซื้อเทปและกระแสความนิยมในการฟังเพลงของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปส่งผลกระทบต่อการแข่งขันซึ่งมีทั้งจากบริษัทในเครือและจากบริษัทอื่น และพบว่าปัจจัยความเสี่ยงของค่ายเพลงมาจากเรื่องการต่ออายุสัมปทานเช่าสื่อวิทยุและโทรทัศน์, การโยกย้ายค่ายของศิลปินและทีมงานเบื้องหลัง และปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ สำหรับวิธีการผลิตเพลงไทยสากลจากผลงานเพลงชุดนี้ จากการศึกษาพบว่าศิลปินมีส่วนร่วมในการวางแผนและการผลิตทุกขั้นตอน กระบวนการผลิตเริ่มจากการสร้างสรรค์ผลงานเพลงและผลิตมาสเตอร์เทป, การส่งเสริมการขายและโฆษณาประชาสัมพันธ์และการจัดจำหน่าย

182 หน้า . ISBN 974-04-2908-4

THE PRODUCTION OF THAI POPULAR SONGS BY GRAMMY RPG CO., LTD. : IN CASE
STUDY OF PETER CORP DYRENDAL ALBUM 'VERSION 4.0'

THANAT THUNYAHAN 4136028 MSMS/M

THESIS ADVISORS : SUGREE CHAROENSOOK , M.M.E., D.A., KITTI SRIPAURAYA,
B.A., M.A., WIPA KONGKAKUL, Ed.D.

ABSTRACT

This quantitative research was conducted by studying Thai popular music in term of it's historical background roles, and social responsibilities. The business operation and the creation of quality music, marketing and competitively also are included in this study. Period of data collection for being competitive in the market since the beginning and ending of promotion; August 2002 to 04 January 2003. After the acquirement, the descriptive research was initiated.

According to the study, Grammy RPG Co., Ltd. is a subsidiary of GMM Grammy Plc.; which is the leader of conducting many social campaigns for social responsibilities such as child and youth, drugs, and environment campaigns.

In marketing , with respect to the album's cost of production, the break even point was at 25 million Bahts per album. The feed back of this album was fairly good. In competitively, the study has found that there is a strong competition among music companies many factors have affected their business operation. First, consumers' buying behaviors and the way they listen to music have changed. Another risk factor is the rental concession renewal from television and radio programs. Producer and artist "Brain Drain" and copyright violation have effected their business as well. For the analysis of the production of Thai popular songs, it was found that the production process is initiated by the creation of master tape products, sales, promotion, and distribution process as well.

KEY WORDS : PRODUCTION PROCESS / CREATION OF QUALITY MUSIC / THAI POP
MUSIC

182 p. ISBN 974-04-2908-4