

# บทที่ 1

## บทนำ



### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาการจัดคอนเสิร์ตโดยนำศิลปินต่างประเทศมาเปิดการแสดงในประเทศไทยถือว่าเป็นธุรกิจอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจจากกลุ่มผู้ฟังเป็นอย่างมาก หากพิจารณาถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตในลักษณะดังกล่าวก็จะพบว่ามีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง มีการนำกลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาใช้แข่งชิงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกันหลากหลายรูปแบบ ซึ่งปรากฏการณ์เช่นนี้ถ้าพิจารณาตามหลักของการสื่อสารแล้ว ก็จะพบว่าผู้จัดคอนเสิร์ตในฐานะบทบาทของผู้ส่งสารในการสื่อสารผ่านคอนเสิร์ตนั้น เป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษาอย่างยิ่ง และในขณะที่ถ้าพิจารณาจากความเป็นมาของสื่อความบันเทิงชนิดนี้ สามารถกล่าวได้ว่าเป็นกระบวนการถ่ายทอดสารอีกรูปแบบหนึ่งที่มีประวัติความเป็นมาที่ความเป็นมาที่น่าสนใจ

### ความหมายและประวัติความเป็นมาของคอนเสิร์ต

ความหมายของคอนเสิร์ตตามหนังสือจะฟังดนตรีอย่างไรให้ไพเราะ โดยสุกรี เจริญสุข<sup>1</sup> ได้นิยามไว้ดังต่อไปนี้

“คอนเสิร์ต” (Concert) เป็นภาษาอิตาเลียน หมายถึง การบรรเลงดนตรีพร้อม ๆ กัน ในความหมายเดิมนั้นคอนเสิร์ตหมายถึง “การรวมวง” ซึ่งจะพบในประวัติดนตรีตะวันตกว่า Vocal concerts หมายถึงการรวมวงของการขับร้อง หรือ อาจพบในลักษณะของการรวมวง Concerts of instruments ซึ่งเป็นการรวมวงที่ใช้เครื่องดนตรีล้วน ๆ คอนเสิร์ตไม่ได้หมายถึงเหตุการณ์ของการแสดงแต่อย่างใด

<sup>1</sup> สุกรี เจริญสุข, จะฟังดนตรีอย่างไรให้ไพเราะ, (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์) 2532 ,

สำหรับความหมายในปัจจุบันนั้นคอนเสิร์ตมีความหมายเปลี่ยนไป โดยหมายถึง เหตุการณ์ของการแสดงดนตรีในที่สาธารณะของวงดนตรีที่มีตั้งแต่ 3 คนเป็นต้นไปกระทั่งเป็นวงซิมโฟนี โดยเฉพาะเป็นการบรรเลงดนตรีเพื่อการฟัง ส่วนการบรรเลงดนตรีในที่สาธารณะลักษณะเดียวกัน แต่มีจำนวนคนแสดง 1-3 คน เรียกว่ารีไซเตล (Recital) หลักฐานที่พบมีการแสดงรีไซเตลครั้งแรกขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1840 ที่กรุงลอนดอน โดยการแสดงของฟรานซ์ ลิชต์

แรกเริ่มนั้นคอนเสิร์ตเป็นการบรรเลงเพลงใหม่โรงก่อนการแสดงละคร สำหรับในยุโรปนั้น ดนตรีมีอยู่ในโบสถ์หรือไม่ก็อยู่ในราชสำนักที่มีเจ้านายและขุนนางอุปถัมภ์ ดนตรีในราชสำนักและขุนนางนั้นเป็นวงดนตรีส่วนตัวเฉพาะบุคคลหรือเฉพาะกลุ่มเท่านั้น โบสถ์ถึงเป็นสถานที่เดียวที่สามัญชนสามารถเข้าไปฟังดนตรีได้ คนส่วนหนึ่งไปโบสถ์เพื่อจะฟังดนตรี จึงถือได้ว่าเริ่มต้นมาจากชนชั้นสูงในสังคมก่อน ต่อเมื่อได้รับความนิยมมากขึ้น ทำให้คอนเสิร์ตแพร่หลายออกไปสู่ประชาชน

ลักษณะการแสดงคอนเสิร์ตสาธารณะในยุโรปเพื่อการฟังครั้งแรกเป็นดนตรีประกอบโอเปร่าที่โรงโอเปร่า Teatro San Cassiano ในเมือง Venice เมื่อปี ค.ศ. 1637 แต่สำหรับดนตรีที่จัดขึ้นโดยมีการเก็บบัตรค่าผ่านประตูเพื่อเข้าฟังนั้นจัดโดยนักไวโอลินชาวอังกฤษชื่อ John Banister ซึ่งได้จัดขึ้นที่บ้านของเขาในเมือง Whitefriars ใน ค.ศ. 1672 ได้รวบรวมเพื่อน ๆ เท่าที่หาได้แสดงคอนเสิร์ตทุกวันเวลา 4 โมงเย็น ติดต่อกันเป็นเวลา 6 ปี จากเหตุการณ์แสดงครั้งนี้ทำให้คอนเสิร์ตแพร่ขยายไปตามเมืองต่าง ๆ ทั่วยุโรป และทั่วโลกในที่สุด

ในประเทศไทย การแสดงคอนเสิร์ตครั้งแรกเริ่มเมื่อใดไม่มีหลักฐานปรากฏแน่ชัด ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชได้ส่งจุดพระโกศาธิบดี(ปาน) ไปฝรั่งเศสเมื่อปี พ.ศ. 2228 ฝ่ายฝรั่งเศสให้การต้อนรับโดยเชิญท่านไปชมคอนเสิร์ตโอเปร่า (Opera) ซึ่งเป็นผลงานของลิลลี่ (Jean Baptiste Lully) สันนิษฐานว่า “คอนเสิร์ต” น่าจะติดมากับคณะราชทูตไทยสมัยนั้น สำหรับหลักฐานที่ปรากฏแน่ชัด คือ ในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้มีการเลี้ยงต้อนรับฝรั่ง โดยจัดเป็นคอนเสิร์ตที่มีลักษณะคล้ายโอเปร่าฝรั่ง

ต่อจากนั้น คอนเสิร์ตได้เริ่มแพร่หลายเข้าสู่ประชาชนมากขึ้น โดยในวันที่ 7 มกราคม 2436 หนังสือ “บางกอกไทมส์” ได้ตีพิมพ์โฆษณาเชิญชวนให้ไปฟังคอนเสิร์ต โดยจัดแสดงที่โรงแรมโอเรียนเต็ล เป็นการบรรเลงเดี่ยวเปียโน โดยนักเปียโนชาวเยอรมัน อัลเบิร์ต ฟรีดเคนต์ ฮอลล์ (Herr Albert Friedenthal) โดยบรรเลงเพลงของเบโธเฟิน วากเนอร์ โชแปง บราห์ม คอรเรลลี กรีก ไชคอฟสกี ทอมเม่ (Francis Thomas เป็นนักดนตรียอดนิยมชาวฝรั่งเศสในสมัยนั้น) ก็อดช็อค

(Louise Gottschalk เป็นนักเปียโน คีตกวีชาวอเมริกัน ศึกษาในฝรั่งเศส ซึ่งเป็นนักดนตรียอดเยี่ยมในสมัยนั้น) นอกจากนี้ยังบรรเลงผลงานของลิซต์ (Liszt) และผลงานของเขาเองด้วย ในครั้งนี้มีการเก็บบัตรผ่านประจำราคา 5 สตางค์

สำหรับในเมืองไทยปัจจุบัน ความหมายแปรออกไปจากเดิมอีกมาก กล่าวคือ การแสดงประกอบดนตรีทุกชนิดเป็นคอนเสิร์ตหมด ไม่ว่าจะเป็นการแสดงดนตรีพื้นบ้าน ลูกทุ่ง ลูกกรุง แจ๊ส คลาสสิก นอกจากนี้คอนเสิร์ตยังเป็นชื่อของรายการอีกมากมาย เช่น คอนเสิร์ตดิคเคอร์ แจ๊สคอนเสิร์ต คอนเสิร์ตแดนเดียว คอนเสิร์ตลิ้มโลก เบิร์ดอินคอนเสิร์ต

อย่างไรก็ตามความหมายของคอนเสิร์ตได้เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและสถานที่ จากความหมายดั้งเดิมใช้สำหรับการรวมวง ต่อมาเปลี่ยนไปเป็นเหตุการณ์ของการบรรเลงดนตรี บางครั้งเป็นการแสดงประกอบดนตรีอย่างโอเปร่า ทั้งนี้วงดนตรีที่บรรเลงต้องเป็นวงใหม่ ตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ความหมายหลักของคอนเสิร์ตก็คือการบรรเลงดนตรีเพื่อการฟัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบรรเลงดนตรีประเภทคลาสสิก เป็นที่เข้าใจและพูดติดปากโดยทั่วไปว่า “การฟังคอนเสิร์ต” ต่อมาคอนเสิร์ตมีความหมายรวมถึงการแสดงคลาสสิกที่มีดนตรีบรรเลงประกอบ กล่าวคือทั้งที่ฟังด้วยหูและดูด้วยตาเช่น โอเปร่า บัลเลต์ ส่วนวงไปฟังคอนเสิร์ตก็เปลี่ยนไปเป็น “ไปชม”

จากบทความดังกล่าวจะเห็นได้ว่า คอนเสิร์ต สมัยใหม่ คือ การแสดงสาธารณะอย่างหนึ่งเพื่อการฟัง โดยมีการเก็บค่าบัตรเพื่อเข้าชม ณ สถานที่จริง โดยผู้ส่งสารหรือศิลปินผู้แสดงจะส่งสารเพื่อให้ผู้รับสารได้รับบรรณรตในการชมในลักษณะเฉพาะกลุ่ม ซึ่งเรียกว่าได้ว่าเป็น Group Communication โดยมีการสื่อสารกันในลักษณะ เผชิญหน้า (Face To Face) ในกรณีนี้เราสามารถเรียกได้ว่า ผู้ชมเป็นมีลักษณะเป็น “Spectator” ผู้ชมจะมีส่วนร่วมในการแสดงสูง จึงถือได้ว่าเป็นสื่อ ที่ต้องการความมีส่วนร่วม ทำให้บรรยากาศของคอนเสิร์ตนั้นเกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน จึงเกิดผลกระทบต่อผู้ฟังทำให้ผู้ชมคล้อยตามบรรยากาศ และประทับใจได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ ดังจะเห็นได้จากการที่ผู้ชมคอนเสิร์ตมักจะร้องเพลงกล่อ หรือ เดินทำเลียนแบบศิลปินนักร้องนั้นเวลาชมคอนเสิร์ต

## พัฒนาการของการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศสมัยใหม่ในประเทศไทย

เนื่องจากคอนเสิร์ตมีการพัฒนารูปแบบในการแสดงมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน นับตั้งแต่การจัดคอนเสิร์ตเพื่อการฟัง เช่น ในลักษณะของการฟังการสืโวโอติน หรือออเคสตรา ต่อมาจึงเป็นคอนเสิร์ตเพื่อการชม คือ มีการนำการแสดงในรูปแบบของการใช้ท่าเต้นเข้ามาประกอบ เพื่อให้เข้าใจลักษณะโดยทั่วไปของคอนเสิร์ต สามารถอธิบายโดยสังเขปดังนี้

### ลักษณะโดยทั่วไปของคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศสมัยใหม่

คอนเสิร์ตเป็นการแสดงสดทางดนตรี ในสถานที่ และเวลาที่ได้มีการตกลงกันเอาไว้ โดยการแสดงแต่ละครั้งจะประกอบไปด้วยผู้แสดงและผู้ชม ทีมงานจัดเตรียมงานในด้านต่าง ๆ เวทีแสง สี เสียง ฯลฯ ซึ่งทำให้คอนเสิร์ตในแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายมากมายไม่ว่าจะเป็น ค่าสถานที่ ค่าสื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ค่าแสง สี เสียง และ ค่าพนักงาน ทำให้ต้นทุนในการจัดคอนเสิร์ตแต่ละครั้งนั้นสูงมาก โดยผู้จัดจะเป็นผู้แบกรับผิดชอบกับค่าใช้จ่ายทั้งหมด ปัจจุบันคอนเสิร์ตสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ คอนเสิร์ตที่เก็บค่าผ่านประตู และฟรีคอนเสิร์ต

### องค์ประกอบสำคัญของการจัดคอนเสิร์ต

คอนเสิร์ตมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 6 ส่วนด้วยกันคือ

1. ค่ายเพลง หรือ ผู้จัดคอนเสิร์ต
2. ศิลปินและแนวเพลง
3. ผู้สนับสนุน
4. สื่อที่ใช้การแสดงคอนเสิร์ต
5. รายได้และค่าใช้จ่าย
6. ผู้ฟัง

#### 1. ค่ายเพลงหรือผู้จัดคอนเสิร์ต

ค่ายเพลง คือ หน่วยงานทางการค้า โดยมีหน้าที่หลักคือ การหารายได้สูงสุดแก่บริษัทสินค้าที่ออกสู่ตลาดก็ได้แก่ศิลปินและเสียงเพลงในรูปแบบของเทปคาสเซ็ทหรือ ซีดีรอม เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายดังกล่าว ค่ายเพลงจำเป็นต้องมีองค์ประกอบในหลาย ๆ ส่วน เช่น

ในส่วนผลิต ได้แก่ การสร้างสรรค์แนวเพลง การเขียนเนื้อร้องและทำนอง การหาศิลปิน สร้างทำดีน และ ความเป็นตัวตนของศิลปิน นอกจากนี้เมื่อจัดทำเพลงเรียบร้อยแล้ว ทางค่ายเทปจำเป็นต้องทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์เทปเพลงของคุณเพื่อให้เป็นที่รู้จัก พร้อมทั้งพยายามสร้างแรงจูงใจเพื่อให้ลูกค้าซื้อสินค้าของคุณ ซึ่งวิธีการหนึ่งที่ค่ายเพลงนิยมทำคือ การจัดคอนเสิร์ต เพื่อโปรโมทศิลปิน ซึ่งทำให้ในหลาย ๆ ครั้ง ค่ายเทปก็จะเป็นผู้จัดคอนเสิร์ตเอง

นอกจากค่ายเพลงแล้ว ยังมีอีกหน่วยงานหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องการจัดคอนเสิร์ต เรียกว่า Organizer โดยหน่วยงานนี้จะมีรายได้มาจากการทำธุรกิจคอนเสิร์ต ซึ่งหน่วยงานนี้จะไม่เป็นผู้ที่ผลิตเทปเพลง หรือมีส่วนได้ ส่วนเสียกับเทปเพลงที่ตนนำมาจัดคอนเสิร์ตเลย รายได้หลักของการจัด มาจากการเก็บค่าบัตรผ่านประตู

## 2. ศิลปินและแนวเพลง

ในการจัดคอนเสิร์ตแต่ละครั้ง เปรียบเสมือนที่สังสรรค์สำหรับคนที่มีความชอบแบบเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ซึ่งทำให้การสื่อสารภายในคอนเสิร์ตนั้นเป็นการสื่อสารภายในกลุ่ม ดังนั้นศิลปินและนักร้องจึงถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้คอนเสิร์ตนั้นประสบความสำเร็จหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคอนเสิร์ตที่จะต้องเสียเงินค่าบัตรเพื่อเข้าชม หากศิลปินใดเป็นที่นิยมจะเห็นได้ว่ายอดขายบัตรนั้นจะเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว เช่น คอนเสิร์ตแบบ เบิร์ด เบิร์ด โดยชงไชย แมคอินไตย์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นศิลปินยอดนิยมของคนไทย บัตรในคอนเสิร์ตนั้นแต่ละรอบ สามารถขายได้หมดภายในเวลาไม่ถึง 1 วัน

## 3. ผู้สนับสนุน

ในการจัดคอนเสิร์ต จำเป็นจะต้องใช้ต้นทุนสูง เนื่องจากต้องมีสถานที่ แสง สี เสียงและเวที ที่พร้อมสำหรับการแสดง ประกอบกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นงบประมาณที่สูงมากในปัจจุบัน ดังนั้นในการจัดคอนเสิร์ตให้ประสบความสำเร็จและเป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้ชม จำเป็นต้องหาผู้สนับสนุนเพื่อลดต้นทุน ผู้สนับสนุนนั้นสามารถที่จะสนับสนุนเป็นเงินสดหรือเป็นสิ่งของที่เกี่ยวข้องกับการจัดคอนเสิร์ต เช่น ให้การสนับสนุนทางด้านสถานที่ สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่พัก โดยสิ่งที่คุณสนับสนุนจะได้รับ คือ โฉนดของผู้สนับสนุนผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของคอนเสิร์ต รวมถึงพื้นที่ด้านหน้า

เพื่อจัดทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขายของผู้สนับสนุน ผู้สนับสนุนหลักนั้นได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีกลุ่มเป้าหมายตรงกับคอนเสิร์ตนั้น ๆ

#### 4. สื่อในการโฆษณาประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ต เป็นสิ่งที่จำเป็นมาก เนื่องจากคอนเสิร์ตเป็นการแสดงที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อหารายได้ และต้องการหาผู้ชมเป็นจำนวนมาก สื่อที่ใช้จึงจำเป็นที่จะต้องเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายในระยะเวลาที่รวดเร็วและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก โดยปกติสื่อที่ใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์ แผ่นพับ โบปติว และ Billboard ตามจุดต่าง ๆ สื่อที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ชนิด คือ สื่อโฆษณา (Advertising) และ สื่อประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

- สื่อโฆษณา คือ สื่อที่จะต้องเสียเงินเพื่อโฆษณาสินค้า ได้แก่ สปอตโฆษณาของคอนเสิร์ตผ่านโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์
- สื่อประชาสัมพันธ์ คือ การประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตผ่านสื่อโดยการฝากข่าว เช่น ฝากข่าวผ่านปฏิทินข่าว หรือสีต้นบันเทิง

#### 5. รายได้และค่าใช้จ่าย

รายได้ในการจัดคอนเสิร์ตนั้นมาจาก 2 ส่วน ได้แก่ รายได้จากการขายบัตรผ่านประตูเพื่อเข้าชม และ รายได้จากผู้สนับสนุน

#### 6. ผู้ชม

ผู้ชมคอนเสิร์ตจะมีลักษณะเป็น Spectator คือเป็นลักษณะ Face to Face ผู้ชมจะได้รับชมอรรถรสจากเสียงเพลงและการแสดงโดยตรงจากสถานที่จริง โดยที่ผู้ชมนั้นมีความชอบคล้าย ๆ กัน ทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างกลุ่ม (Group Communication)

ปัจจุบันการแสดงคอนเสิร์ตอาจจะมีการผสมผสานใช้วงดนตรีวงใหญ่และเปิดเทปเพลงให้นักร้องและนักเต้นแสดงท่าทางลีลาประกอบเพลงที่จะสะท้อนความหมายของเพลง เพราะว่ นักร้องไม่สามารถเต้น และร้องในทุก ๆ เพลงติดต่อกันได้ในระยะเวลายาวนานได้ ผู้จัดคอนเสิร์ต

จึงใช้ลักษณะผสมผสานโดยบางเพลงก็จะให้นักร้องและวงดนตรีเล่น แต่บางเพลงก็จะเปิดเทปให้นักร้องขับปาก (ลิปซิง) และแสดงท่าทางเหมือนการร้องเพลงสด

การแบ่งยุคคอนเสิร์ตในประเทศไทยโดยใช้เกณฑ์ของปริมาณและเศรษฐกิจในประเทศสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ยุค ดังต่อไปนี้

1. ยุคเริ่มต้นของคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศ
2. ยุคผลกระทบจากเศรษฐกิจขบเซา
3. ยุคการกลับมาของคอนเสิร์ต ศิลปินต่างประเทศ
4. ยุคเฟื่องฟูในธุรกิจคอนเสิร์ต
5. ยุคปัจจุบัน



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 1. ยุคเริ่มต้น (พ.ศ. 2519-2526)

ยุคนี้เป็นยุคแรกของคอนเสิร์ตสมัยใหม่ที่เริ่มเข้ามาในเมืองไทย ถือได้ว่าเป็นยุคของบริษัทไนท์สปอร์ต จำกัด ซึ่งเป็นผู้จัดคอนเสิร์ตรายแรกในประเทศไทย (รายอื่น ๆ มีการจัดบ้างแต่ไม่ต่อเนื่อง) โดยรูปแบบการจัดนั้น ศิลปินจะเป็นชาวต่างชาติที่มีชื่อเสียงในยุคนั้น มีการเก็บค่าบัตรผ่านประตู สื่อวิทยุถือได้ว่าเป็นสื่อหลักในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เนื่องจากในสมัยนั้น สื่อวิทยุถือได้ว่าเป็นสื่อเสียงเพลง ประกอบกับการที่บริษัทไนท์สปอร์ต เป็นผู้จัดทำรายการวิทยุคลื่น 94.0 โดยวัตถุประสงค์หลักในการจัด คือ เพื่อเป็นกิจกรรมส่งเสริมคลื่นวิทยุ และสถานที่จัดได้แก่โรงแรมต่าง ๆ ผู้ชมเป็นกลุ่มผู้ที่มีฐานะทางสังคม<sup>2</sup>

คอนเสิร์ตแรกที่จัดได้แก่ คอนเสิร์ตของศิลปินต่างประเทศ ในปี 2519 ศิลปินมาแสดงคอนเสิร์ตครั้งแรกนี้ ได้แก่ ศิลปินวง "Stylistic" ซึ่งเป็นชาวอเมริกัน ในการจัดครั้งนี้จัดขึ้น 2 รอบ และมีการเก็บค่าบัตรผ่านประตูในราคา 300-500 บาท และ Dinner (ชมคอนเสิร์ตพร้อมทานอาหารค่ำที่ทางผู้จัดเตรียมไว้ให้) ในราคา 5,000 บาท ซึ่งถือได้ว่าเป็นราคาบัตรที่สูงมากในสมัยนั้น แต่บัตรสามารถขายได้หมด หลังจากนั้นก็มีคอนเสิร์ตอื่น ๆ ที่มีการจัดในลักษณะเดียวกันนี้อีก

## 2. ยุคผลกระทบทางเศรษฐกิจขมเขว (พ.ศ. 2527-2529)

ยุคดังกล่าวเป็นช่วงเวลาที่เกิดวิกฤตการณ์เศรษฐกิจของประเทศ ในสมัยพล.อ. เปรม ติณสูลานนท์ เป็นนายกรัฐมนตรี และ นายสมหมาย สุนทรกุล เป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังได้มีการลดค่าเงินบาทลง ทำให้เศรษฐกิจในระยะนั้นประสบกับปัญหาการชะงักงัน การลงทุนในธุรกิจต่างประเทศปรับตัวลดลง เนื่องจากต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากอัตราแลกเปลี่ยนคอนเสิร์ตต่างประเทศ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายหลักค่าศิลปินจึงชลดตัวลงอย่างมาก นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้มีการณรงค์ให้คนไทยหันมาใช้สินค้าไทยมากขึ้น ทำให้การคอนเสิร์ตต่างประเทศหรือการชมคอนเสิร์ตต่างประเทศเป็นการสวนกระแสค่านิยม ทำให้ในยุคนี้ผู้จัดคอนเสิร์ตหันมาดำเนินธุรกิจในประเทศแทน เช่น การทำเทปเพลง หรือ การจัดคอนเสิร์ตศิลปินในประเทศ

<sup>2</sup> สัมภาษณ์, อธิวิวัฒน์ เพ็ชรเลิศ, ประธานบริษัทบรอดสแควดดิ้งเน็ดเวิร์คไทยแลนด์ จำกัด, 17 กุมภาพันธ์ 2541.



ยุคนี้เป็นช่วงระยะเวลาที่คอนเสิร์ตไทยได้เข้ามามีบทบาทต่อผู้บริโภค คือ เป็นยุคที่เพลงไทยได้รับความนิยมในหมู่ผู้ฟัง ทำให้เกิดบริษัทหรือค่ายเพลงต่าง ๆ มากมาย โดยแต่ละบริษัทต้องการเพิ่มยอดจำหน่ายเพลงในค่ายของตน จึงเริ่มจัดคอนเสิร์ตขึ้นเพื่อเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ศิลปินของตนเอง ในยุคนี้มีกลุ่มศิลปินที่ได้รับความนิยมได้แก่ แกรนด์เอ็กซ์ รวมดาว ดาว ดาว ดาว ซึ่งถือได้ว่าเป็นยุคแรกของเพลงไทยสากล

### 3. ยุคการกลับมาของคอนเสิร์ต ศิลปินต่างประเทศ (พ.ศ. 2530-2535)

เนื่องจากในปลายปี 2529 บริษัทมิเคิลพลัส จำกัด ซึ่งนำโดยคุณอภิวิวัฒน์ เพ็ชรเลิศ มีความเชื่อมั่นในธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตต่างประเทศ จึงได้นำเอาธุรกิจนี้กลับมาอีกครั้งโดยได้เริ่มจัดคอนเสิร์ต "Paul Young" และจัดต่อมาเรื่อย ๆ

ในยุคนี้คอนเสิร์ตไม่ได้รับความนิยมมากนักจากกลุ่มผู้ฟัง เนื่องจากศิลปินไทยกำลังได้รับความนิยม ดังนั้นปริมาณการจัดคอนเสิร์ตต่อปี เฉลี่ยประมาณ 5 ครั้ง

รูปแบบในการจัดยังไม่แตกต่างไปจากในอดีต เนื่องจากมีการกำหนดรูปแบบการจัดจากทางศิลปิน ซึ่งศิลปินที่เข้ามาในยุคนี้ยังไม่มีการใช้การแสดงเข้ามาประกอบมากนัก การจัดแสดง สี เสียง ก็เป็นเพียงการเพิ่มรสชาติให้กับการฟังดนตรี ทำให้ผู้ชมคล้ายตามบรรยากาศมากขึ้นเท่านั้น แต่จุดหลักยังคงอยู่เกี่ยวกับเสียงร้องและเครื่องดนตรี

### 4. ยุคบริษัทจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศ (2536-2540)

ยุคนี้ถือได้ว่าเป็นยุคที่คอนเสิร์ตรุ่งเรือง ซึ่งเป็นผลมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ เศรษฐกิจ และการเมืองมั่นคง มีผู้จัดคอนเสิร์ตอาชีพเกิดขึ้นมากมาย โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- คอนเสิร์ตต่างประเทศ ได้แก่ บริษัทเทโรเอนเตอร์เทนเมนท์ บริษัทเอ็มโกลด์ เอนเตอร์เทนเมนท์ ซึ่งมีการจัดคอนเสิร์ตกว่า 30 ครั้งต่อปี ซึ่งในการจัดคอนเสิร์ตในลักษณะนี้มีค่าใช้จ่ายสูง เนื่องจากผู้จัดจะต้องเสียค่าตัวของศิลปิน และค่าผลิต (แสง สี เสียง เวที) และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งคอนเสิร์ตจะมีการขายบัตรเพื่อเข้าชม จำนวนผู้เข้าชมนั้นจะมากหรือน้อยจะขึ้นอยู่กับความโด่งดังของศิลปิน ซึ่งมีตั้งแต่ 500-10,000 คนต่อการแสดงหนึ่งรอบ ราคาบัตรนั้นจะขึ้นอยู่กับสถานที่ ชื่อเสียงของศิลปิน และกำลังซื้อของผู้บริโภค มีตั้งแต่ 300-5,000 บาท สถานที่จัดคอนเสิร์ตจะต้องเลือกสรร เพื่อให้มีศักยภาพในการจัดที่ทำให้การฟังดนตรีนั้น ๆ ไพเราะ ดังนั้นจึงเกิดสถานที่ที่จัดคอนเสิร์ตโดยเฉพาะขึ้น เช่น เอ็ม บี เค ฮอลล์

เป็นต้น จุดมุ่งหมายในการจัด ได้แก่ การหารายได้ ซึ่งจะได้จาก 2 แหล่งคือ ค่าบัตรผ่านประตูและค่าสนับสนุนจากผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มีกลุ่มลูกค้าเดียวกันกับคอนเสิร์ตนั้น (คอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศในยุคนี้นี้ ถือได้ว่าเป็นธุรกิจส่วนตัวเอง คือ ผู้จัดทำคอนเสิร์ตเฉพาะและหารายได้จากการจัดคอนเสิร์ตดังกล่าวเพื่อดำรงชีพอยู่ในธุรกิจ)

- คอนเสิร์ตไทย ได้แก่ บริษัทแกรมมี่เอ็นเตอร์เทนเมนท์ มหาชน จำกัด และ บริษัท ฮาร์ เอส โปรโมชัน จำกัด ที่มีการจัดคอนเสิร์ตโดยมีการเลียนแบบการจัดคอนเสิร์ตของศิลปินต่างประเทศ โดยมีการจัดแสง สี เสียงและเวที เหมือนกัน แต่ค่าใช้จ่ายนั้นไม่สูงนักเนื่องจากค่าตัวของศิลปินนั้นไม่สูงมาก เนื่องจากเป็นศิลปินในค่ายของตนเอง และจุดมุ่งหมายเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เพลงและศิลปินในค่ายของตน เพื่อเพิ่มยอดขายของเทปเพลง (คอนเสิร์ตเพลงไทยสากลนั้น ถือได้ว่าเป็นธุรกิจคอนเสิร์ตด้านเดียว เนื่องจากจุดมุ่งหมายหลักคือการหารายได้จากการจำหน่ายเทปเพลง ไม่ใช่การหารายได้จากการจัดคอนเสิร์ตโดยตรง)

## 5. ยุคปัจจุบัน (2540-ปัจจุบัน)

ยุคนี้เป็นยุคที่เศรษฐกิจของไทยตกต่ำ ในวันที่ 2 กรกฎาคม 2540 อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทได้เปลี่ยนไปใช้ระบบค่าเงินบาทลอยตัว ทำให้ค่าเงินมีความผันผวนในระบบเศรษฐกิจ เกิดปัญหาการว่างงานเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก บริษัทที่ยังดำเนินกิจการอยู่หลายแห่งมีการลดเงินเดือน ทำให้เงินหมุนเวียนในตลาดลดลง มีผลต่อธุรกิจคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศเกิดการชะงักงัน เนื่องจากไม่สามารถจ่ายเงินค่าตัวของศิลปินได้ เหลือแต่เพียงฟรีคอนเสิร์ตที่จัดขึ้นโดยค่ายเพลงต่างๆ เพื่อเพิ่มยอดขายซึ่งใช้คอนเสิร์ตเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ คอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศในยุคนี้นี้จะจัดขึ้นในสถานบันเทิงต่าง ๆ เนื่องจากไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องสถานที่ และไม่ต้องเสียค่าผลิตเพิ่มเติม เนื่องจากจะเป็นการแสดงแค่ 3-4 เพลง เท่านั้น จำนวนผู้แสดงไม่มาก เป็นแค่คอนเสิร์ตเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เทปเพลงเท่านั้น คอนเสิร์ต ศิลปินต่างประเทศที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ยังคงพบเห็นเฉพาะที่มีผู้สนับสนุนหลักอยู่แล้วเท่านั้น เนื่องจากผู้จัดมีความเสี่ยงในการลงทุนน้อย

คอนเสิร์ตศิลปินไทย เป็นการจัดเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เทปเพลง จะสังเกตได้จากการที่เทปเพลงของศิลปินที่ออกมาใหม่ จะมีการจัดคอนเสิร์ตเพื่อให้ผู้ฟังเพลงรับรู้และจำเพลงได้ จนกระทั่งไปซื้อเทปในที่สุด โดยรายได้หลักมาจากการขายเทป และค่าสนับสนุน รายได้จากการจัดคอนเสิร์ตนั้นถือเป็นเปอร์เซ็นต์ที่น้อยมาก มีเพียงแต่ศิลปินบางรายเท่านั้นที่สามารถจัดคอนเสิร์ตเต็มรูปแบบได้อย่างจริงจัง เช่น คอนเสิร์ตธงไชย

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมจะเห็นได้ว่า ธุรกิจคอนเสิร์ตนั้นมีการปรับตัวและมีการเปลี่ยนแปลงจากการจัดคอนเสิร์ตเพื่อเป็นกิจกรรมเสริมให้กับคลื่นวิทยุ ต่อมาเป็นการจัดคอนเสิร์ตเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เทปเพลง โดยรายได้หลักไม่ได้มาจากการเก็บค่าบัตรเข้าชมคอนเสิร์ต และกลายเป็นธุรกิจคอนเสิร์ต ที่สามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง มีรายได้และค่าใช้จ่าย เป็นลักษณะบริษัท สำหรับจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศ ซึ่งมีปัจจัยที่ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงหลัก 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายนอก และ ปัจจัยภายใน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยภายนอก คือ ปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับตัวคอนเสิร์ตโดยตรง เช่น ปัจจัยทางการเมือง เศรษฐกิจ และสงครามกลางเมือง

ปัจจัยภายใน คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวคอนเสิร์ตโดยตรง ได้แก่ ผู้จัดการคอนเสิร์ต แนวเพลง ผู้แต่งเพลง ศิลปิน สถานที่จัด เทคนิคการนำเสนอ และ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผู้สนับสนุนคอนเสิร์ต ซึ่งในตอนนี้จะถือว่าจะต้องอาศัยความสามารถของผู้จัดการคอนเสิร์ตโดยเฉพาะ

คอนเสิร์ตนั้นถือว่าเป็นสื่อที่ผู้ชมต้องเสียค่าใช้จ่ายโดยตรง และเป็นสื่อที่บันเทิง ไม่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ดังนั้นการเฟื่องฟูหรือถล่มทลายจะขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของผู้ชมในสมัยนั้น เศรษฐกิจของประเทศในช่วงนั้นเป็นยุคเฟื่องฟู หากผู้ชมมีอำนาจในการซื้อ จะทำให้คอนเสิร์ตในยุคนั้นเฟื่องฟูด้วย จึงถือได้ว่า คอนเสิร์ตจะแปรผันโดยตรงกับภาวะเศรษฐกิจของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ถึงแม้เศรษฐกิจในปัจจุบันจะตกต่ำจนเกิดภาวะวิกฤตธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตนั้นยังคงไม่ตายไปตลาด เนื่องจากคอนเสิร์ตเป็นความบันเทิงอย่างหนึ่งซึ่งผู้ฟังจะได้รับสุนทรียะในการฟังเพลงได้มากกว่าการฟังผ่านสื่ออื่น ๆ และสามารถใช้ในการพักผ่อนหย่อนใจของผู้คนที่เครียดกับภาวะกดดันทางเศรษฐกิจ

การที่ผู้คนเข้ามาชมคอนเสิร์ต ถือได้ว่าเป็นการสื่อสารแบบกลุ่ม เนื่องจากผู้บริโภคจะมีจำนวนจำกัด จากประวัติทางด้านเอกสารพบว่า คอนเสิร์ตที่มีผู้ชมมากที่สุดมีจำนวนเพียงแค่หลักแสนเท่านั้น โดยผู้ชมเหล่านั้นจำเป็นที่จะต้องอยู่ในสถานที่เดียวกัน ซึ่งต่างกับสื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้คนได้มากและกว้างในเวลาเดียวกัน คนกรุงเทพและคนเชียงใหม่สามารถได้รับข่าวสารเดียวกันได้จากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น

คอนเสิร์ตมีบทบาทมากต่อผู้ฟัง เนื่องจากการสื่อสารภายในกลุ่ม ผู้ชมจะมีความชอบคล้าย หรือ เหมือนกัน ดังนั้น บรรยากาศภายในสถานที่แสดงคอนเสิร์ตย่อมส่งผลกระทบต่อผู้ดูผู้ชม ทำให้ผู้ฟังได้อรรถรสในการฟังหรือประทับใจกับการแสดงอาการต่าง ๆ ของศิลปินได้มากกว่าการชม

คอนเสิร์ตผ่านสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ ทำให้คอนเสิร์ตกลายเป็นสื่อตัวหนึ่งในการโปรโมทเพลงและซิติ เพื่อให้ผู้ชมตัดสินใจซื้อเพลงของศิลปินที่แสดงคอนเสิร์ตเหล่านั้น

วัฒนธรรมการชมคอนเสิร์ตนั้นก็ถือว่าเป็นวัฒนธรรมมวลชน (Mass Culture) เนื่องจากในปัจจุบันเป็นระบบทุนนิยม ผู้จัดคอนเสิร์ตจะต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ และเมื่อสังคมเป็นปัจเจก เพราะขาดการผูกพันกับกลุ่ม หรือสถาบันสังคม (เช่น สถาบันครอบครัว เครือญาติ ฯลฯ) ลักษณะของปัจเจกบุคคลที่ขาดความมั่นใจพร้อมที่จะคล้อยตามผู้อื่นที่สูง และง่ายต่อการถูกโฆษณาชักจูงจากภายใน ดังนั้นการชมคอนเสิร์ตจึงเปรียบเสมือนตัวเชื่อมทางสังคม นอกจากนั้นการชมการแสดงสดคอนเสิร์ต ซึ่งมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบ FACE TO FACE ทำให้ผู้ชมได้สุนทรียะในการชมได้มากกว่าการชมคอนเสิร์ตผ่านสื่อมวลชน ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคยอมเสียเงินในการจ่ายค่าบัตรเพื่อเข้าชมคอนเสิร์ตในสถานที่จริงมากกว่าที่จะยอมนั่งชมคอนเสิร์ตตามจอโทรทัศน์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541-4)

จากความเป็นมาของคอนเสิร์ตดังที่กล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าธุรกิจคอนเสิร์ตโดยนำศิลปินจากต่างประเทศเข้ามาเปิดการแสดงนั้นมีความน่าสนใจมากกว่าการจัดคอนเสิร์ตประเภทอื่น เนื่องจากการจัดแต่ละครั้งผู้จัดจะใช้ต้นทุนสูง ดังนั้นผู้จัดจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงพัฒนาการของคอนเสิร์ตต่างประเทศในแง่มุมต่าง ๆ คือ ผู้จัด ผู้สนับสนุน การดำเนินธุรกิจ รูปแบบการจัด และผู้ฟัง

### ปัญหานำวิจัย

1. พัฒนาการของคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่อดีตเป็นอย่างไร และมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร
2. วิธีการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศในรูปแบบที่เป็นธุรกิจเป็นอย่างไร
3. ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศมีอะไรบ้าง

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการของคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาวิธีการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศในรูปแบบที่เป็นธุรกิจ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศ

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาพัฒนาการคอนเสิร์ต ศิลปินต่างประเทศที่แสดงในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2514 จนถึงปัจจุบัน (2541) โดยมุ่งศึกษาเฉพาะคอนเสิร์ตที่จะต้องเสียเงินค่าผ่านเข้าชมนั่น เป็นการศึกษาองค์ประกอบต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ ผู้จัด ผู้ชม ลักษณะของคอนเสิร์ต สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ สถานที่จัด ที่มาของรายได้ ค่าใช้จ่าย และ ผู้สนับสนุน ของคอนเสิร์ตดังกล่าวโดยผ่านตัวผู้จัดคอนเสิร์ต (ผู้ส่งสาร) เท่านั้น

## นิยามศัพท์

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยใคร่อธิบายถึงคำศัพท์เฉพาะ ที่ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้

พัฒนาการคอนเสิร์ต หมายถึง การศึกษาพัฒนาการของความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศในองค์ประกอบด้าน

- ผู้จัด
- การคัดเลือกศิลปินและแนวเพลง
- สถานที่จัดการแสดง
- ราคาบัตร
- รูปแบบในการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศ
- สื่อในการโฆษณาประชาสัมพันธ์
- ผู้สนับสนุน
- ผู้ฟัง

คอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศ หมายถึง การแสดงสดทางดนตรีที่ผู้จัดมีการขายบัตรเพื่อให้ผู้ชมเข้าชมการแสดง ผู้ชมจะต้องเสียเงินค่าบัตรเพื่อเข้าชมการแสดง ณ สถานที่แสดงจริง และผู้ชมจะมีลักษณะเป็น Spectator โดยเน้นที่ศิลปินเป็นชาวต่างประเทศ

**ผู้จัดคอนเสิร์ต** หมายถึง บริษัทที่หารายได้หลักจากการจัดคอนเสิร์ต หรือ บริษัทที่ทำธุรกิจ  
เทปเพลงที่มีการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศเท่านั้น

**ผู้ฟัง** หมายถึง ผู้ที่เข้าจะชมการแสดงสดคอนเสิร์ต ณ สถานที่จริง โดยที่เป็น  
คอนเสิร์ตที่มีการขายบัตร

### **ข้อจำกัดในการวิจัย**

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะผู้จัดในฐานะขององค์กรผู้ส่งสารจึงทำให้แง่มุมที่ได้จาก  
การศึกษาอาจให้ความกระจ่างในแง่มุมของผู้รับสารได้ไม่มากนัก

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ได้ทราบถึงประวัติความเป็นมา และ องค์ประกอบต่าง ๆ ในการจัดคอนเสิร์ตศิลปิน  
ต่างประเทศในประเทศไทย
2. สามารถมองเห็นแนวโน้มของธุรกิจคอนเสิร์ตที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย