

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง กระบวนการผลิตเพลงคำเมือง มีทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับเพลงพื้นบ้านล้านนาและเพลงคำเมือง
2. หลักการแต่งเพลงและทำนอง
3. กระบวนการผลิตเพลงไทยสากล
4. การสื่อสารเพื่อการพัฒนา
5. ชนชั้นกรรมสิทธิ์กับความนิยมของวรรณกรรมสุนทรภู่
6. การใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมการขายและการวิจัยตลาด
7. ปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน
8. ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์กร

ความรู้เกี่ยวกับเพลงพื้นบ้านล้านนาและเพลงคำเมือง

พรพรรณ วรรณ (2544 : 13) กล่าวถึงที่มาของเพลงพื้นบ้านล้านนาว่า ชีวิตของชาวล้านนาแต่เดิมนั้น ผูกพันอยู่กับเสียงเพลงเกือบตลอดเวลา ตั้งแต่วัยทารก มีเพลงขับกล่อม ในวัยเด็กมีเพลงประกอบการละเล่นต่างๆ ที่ทำให้การละเล่นนั้นสนุกสนาน เมื่อถึงวัยหนุ่มสาว ก็มีประเพณีการเ�วสาว ซึ่งหนุ่มๆ จะนำเครื่องดนตรีประเภทสะล้อ ซึ่ง เปียะ บรรเลงไปตามทางขณะไปเเอนหญิงที่ตนหมายปอง มีการขับลำนำที่เรียกว่า จ้อย ส่วนในงานพิธีและงานรื่นเริงตามเทศกาลต่างๆ เช่น ในพิธีขึ้นบ้านใหม่ พิธีบวชนาค พิธีฝังศพ เช่น พิธีบวชนาค จะประกอบไปด้วยการบรรเลงดนตรี การขับร้องเพลงและการแสดงเพลงปฏิพากย์ที่เรียกว่า “ซอ” แม้ในช่วงสุดท้ายที่ชีวิตดับสูญ เพลงก็มีบทบาทที่จะบรรเลงในพิธีชกปราสาทบรรจุศพเข้าสู่ป่าช้า

เพลงพื้นบ้านล้านนานั้น อาจจัดแบ่งได้หลายวิธี เช่น แบ่งตามเวลาและโอกาสการแสดงออก อาจแบ่งได้เป็นเพลงร้องเล่น เพลงพิธีกรรม เพลงกล่อมเด็ก ฯลฯ ในที่นี้จะจัดแบ่งเพลงตามลักษณะของการแสดง โดยคำนึงถึงองค์ประกอบ 2 อย่าง คือ ดนตรี และเนื้อร้อง ซึ่งแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ดังนี้

1. เพลงที่ไม่มีเนื้อร้อง หรือเพลงบรรเลง หมายถึงเพลงที่เกิดจากการบรรเลงด้วยเครื่องดนตรีล้วนๆ โดยไม่มีการขับร้อง เพลงประเภทนี้ มีทั้งการบรรเลงเดี่ยวๆ และการเล่นประสมวง โอกาสในการเล่นดนตรีมีทั้งการขับกล่อมอารมณ์ในยามว่าง การเล่นดนตรีของชายหนุ่ม

เวลาไปแอ่วสาวตอนกลางคืน การเล่นในงานรื่นเริงต่างๆ หรือ เพื่อผ่อนคลายในวงเหล้า หลังจากการเลิกงานในท้องทุ่งแล้วเป็นต้น

2. เพลงที่มีเนื้อร้องแต่ไม่มีดนตรีประกอบ แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1 บทเพลงทางมุขปาฐะ คือการขับร้องเพลงที่จดจำสืบทอดกันต่อ ๆ มา หรือเป็นการขับร้องที่เกิดจากปฏิภาณไหวพริบ เพลงเหล่านี้จะใช้ขับร้องกันเล่นๆ เช่น

- จ้อย คือการขับร้องเดี่ยวที่เอื้อนเสียงทอดยาวแบบเดียวกับการขับลำนำของไทยภาคกลางชายหนุ่มมักขับจ้อยในยามที่เดินทางไปแอ่วสาวเวลากลางคืน

- เพลงสำหรับเด็ก มีเพลงกล่อมเด็ก เช่น เพลงอ้อ และเพลงประกอบการเล่นของเด็กเช่นเพลงสีกก้องก้อ เพลงสีกซุงซา-สีกจุงจา เป็นต้น

- บทขอเบ็ดเตล็ด เป็นการขับขอของชาวบ้านล้านนาแต่โบราณ โดยเฉพาะ การขับเล่นๆ เพื่อความครึกครื้น (“ขอ” หมายถึงการขับร้องบทเพลงมิได้หมายถึงเครื่องดนตรี) บทขอเบ็ดเตล็ดเหล่านี้เป็นบทเพลงพื้นบ้านล้านนาที่สืบทอดทางมุขปาฐะ มีเนื้อหาหรือลีลาที่แสดงให้เห็นอารมณ์ขันของชาวบ้านที่รักความสนุกสนาน บทขอเบ็ดเตล็ด มีหลายชนิด เช่น ขอก้อม ขอปู้จิบ ขอก๊ีบเก้ง ขอลายอำ ขอลายสอง เป็นต้น

2.2 บทเพลงที่มาจากวรรณกรรมลายลักษณ์ หมายถึง บทเพลงที่กวีล้านนาได้แต่งขึ้นเป็นลายลักษณ์ มีปรากฏต้นฉบับมาแต่โบราณในใบลานและในพับ (พับ) หนังสือ (ลักษณะเดียวกับสมุดข่อย) วรรณกรรมเหล่านี้ แต่งด้วยคำประพันธ์สามารถนำมาอ่านด้วยทำนองเสนาะในโอกาสต่างๆ ด้วยลักษณะลีลาของการขับร้อง จึงจัดเป็นเพลงพื้นบ้านล้านนาประเภทหนึ่ง เช่น คราวขอหงส์ผาคำ โคลงนางอมรา เป็นต้น

1. เพลงผสม ได้แก่ เพลงที่มีเนื้อร้องและดนตรีบรรเลงประกอบ เป็นการผสมระหว่างเพลงประเภทที่ 1 และประเภทที่ 2 เข้าด้วยกัน เพลงประเภทนี้ คือ “ขอ” นั่นเอง เป็นเพลงพื้นบ้านล้านนาที่อยู่ในลักษณะ “เพลงปฏิพากย์” คือมีผู้ขับร้องชายหญิง ซึ่งเรียกว่า “ช่างขอ” ขับร้องโต้ตอบกันเรียกว่าเป็น “คู่ถ้อย” (คำ “ถ้อย” หมายถึงการโต้ตอบกัน) ท่วงทำนองขอแต่ดั้งเดิมมีหลายทำนองด้วยกัน แต่ละทำนองจะมีลีลาในการเอื้อนเสียงและลีลาแตกต่างกันออกไป จุดกำเนิดของขอมีความเป็นมาอย่างไรนั้น ไม่มีหลักฐานปรากฏแน่ชัดแต่ก็มีการสันนิษฐานกันว่าคงเดินทางผ่านกาลเวลามาเนิ่นนานพอสมควรดังเช่นที่ มาลา คำจันทร์ นักเขียนระดับรางวัลซีไรท์ กล่าวว่า ขอไม่สามารถระบุต้นกำเนิดได้ แต่ก็มีช่างขอ (ภาษาเหนือเรียกจั้งขอ) บางคนที่ย่างถึงยุคหนึ่งในเมืองน่านครั้งที่ชาวเมืองน่านอพยพกันมาจากเมืองปัว แล้วต้องล่องน่านมาโดยใช้เวลานาน ก็เลยมีการร้องบทขอล้อเลียนกันจนปรับให้เข้าที่เข้าท่ากลายเป็น “ขอล่องน่าน”

การชอเป็นการขับขานของคนล้านนาที่มีอยู่คู่กับสังคมและวิถีชีวิตมาช้านาน ซึ่งหากจะค้นหาถึงต้นกำเนิดว่า "เพลงชอ" เกิดขึ้นในยุคสมัยใด ก็ยังไม่สามารถระบุวันเวลาได้แน่ชัด แต่จากหลักฐานในหนังสือลิลิตพระลอก็พบว่ามีการชอมาตั้งแต่สมัยนั้นแล้ว โดยเป็นการชอประกาศความงามของพระเพื่อน พระแพง ซึ่งหากสืบมาจากสมัยนั้นจนถึงปัจจุบันก็เป็นเวลาหลายร้อยปี นอกจากนั้นในหลักฐานอักษรธรรมโบราณยังได้กล่าวถึงการชอพื้นเมืองในงานเฉลิมฉลองพระวิหาร สมัยของพญาอโศก จึงอาจจะกล่าวได้ว่าชอพื้นเมืองนั้นมีมาตั้งแต่อดีตเมื่อหลายร้อยปีมาแล้ว

ปัจจุบัน ชอพื้นเมืองได้มีการพัฒนารูปแบบการแสดงไปจากอดีตอย่างมาก รูปแบบของการชอในปัจจุบันมีหลากหลายรูปแบบด้วยกัน หากจะแบ่งรูปแบบของการชอในปัจจุบัน พบว่ามีความคล้ายกัน 2 รูปแบบคือ การชอแบบดั้งเดิมและการชอประยุกต์ เช่นในอดีตเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบการชอแต่เดิมมีเพียงปี่อย่างเดียว ต่อมาในช่วงปี พ.ศ.2520 ได้เริ่มมีการนำซึงเข้ามาใช้แทนปี่แม่ จากรูปแบบของการชอเข้าปีธรรมดาก็เริ่มมีชอเข้าซึง ขณะเดียวกันในยุคนี้เครื่องขยายเสียงเริ่มแพร่หลายมากขึ้น ช่างชอจึงเริ่มมีการใช้ไมโครโฟน และเครื่องขยายเสียงในการชอ ตั้งแต่นั้นมาเมื่อมีการชอที่ไหน ช่างชอก็นิยมใช้เครื่องขยายเสียงและไมโครโฟนในการชอมาจนถึงปัจจุบัน

จากรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงของชอพื้นเมืองนี้เอง จึงทำให้ช่างชอมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการชอไปด้วย พบว่าในช่วงนี้มีการชอในรูปแบบใหม่เกิดขึ้น เป็นการชอกับอิลเลกโทรน เรียกว่า "ชอสตริง" จากชอสตริงก็มีการอัดเทปและวงดนตรีที่เกิดขึ้นในช่วงนั้นจะต้องมีการนำชอสตริงไปเล่นในงานแสดงด้วย

เพลงและดนตรีพื้นบ้านล้านนามีพัฒนาโดยตัวเองและสภาวะแวดล้อม โดยมีพื้นฐานและบทบาทเดิมคือ ให้ความสนุกสนาน เพลงและดนตรีพื้นบ้านล้านนานั้นมีพัฒนาการอย่างจริงจังและชัดเจน คือในยุครัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เนื่องจากเป็นระยะเวลาที่ล้านนาเข้าร่วมอยู่ภายใต้การปกครองของสยาม วัฒนธรรมของสยามจึงค่อยๆ มีบทบาทกับชาวล้านนา โดยเฉพาะ พระราชชายาเจ้าดารารัศมี พระราชธิดาของพระเจ้าอินทวิชยานนท์ เจ้าหลวงองค์ใหม่องค์ที่ 7 ซึ่งเป็นพระราชชายาในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เป็นผู้ที่มีบทบาทอย่างมากในการพัฒนาเพลงดนตรีและนาฏศิลป์พื้นบ้านล้านนา เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมด้านดนตรีและนาฏศิลป์ เนื่องจากพระองค์เป็นผู้ที่มีความชื่นชอบในเรื่องของดนตรีนาฏศิลป์ ดนตรีอย่างมากทั้งของล้านนาและของสยาม ต่อมามีการพัฒนาเพลงและเครื่องดนตรีพื้นบ้านอีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นลักษณะของเพลง เครื่องดนตรี หรือการผสมวงดนตรี การพัฒนาเพลงอีกรูปแบบหนึ่งเกิดขึ้นโดยการจดจำเพลงจากเพลงลูกทุ่งแล้วนำมาบรรเลงโดยใช้เครื่องดนตรีพื้นเมืองหรือวงป้าดบร

รเพลง ส่วนใหญ่จะเป็นนักดนตรีพื้นบ้านจริงๆ มิใช่ นักวิชาการหรือผู้รู้ทางดนตรีอื่นๆ ซึ่งจะมีเพลงลูกทุ่งที่มีจังหวะเร็วๆบรรเลงด้วยทุกครั้ง

พัฒนาการดนตรีพื้นบ้านสู่เพลงคำเมือง

เพลงคำเมือง มีจุดเริ่มต้นจากการนำเอาเพลงพื้นบ้านล้านนามาเล่น และร้องในสไตล์ของเพลงโฟล์คซอง โดยใช้ภาษาถิ่นเหนือ เรียกว่า โฟล์คซองคำเมือง เป็นพัฒนาการอีกรูปแบบหนึ่ง ราวปี พ.ศ. 2520 การร้องเพลงพื้นบ้านกับกีตาร์คลาสสิก การร้องเพลงแบบนี้เกิดขึ้นกับวัยรุ่นล้านนา ซึ่งจรัล มโนเพชรซึ่งเป็นคนเชียงใหม่นำไปร้องออกอากาศและอัดแผ่นเสียงเผยแพร่จนรู้จักไปทั่วประเทศ โดยนำเพลงพื้นบ้านที่มีอยู่ เช่น เพลงน้อยใจยา เพลงเพื่อนเงี้ยว(เสเลเมา) ไปร้องกับเครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ดนตรีพื้นเมือง และยังมีการแต่งเพลงขึ้นใหม่ โดยใช้ทำนองเพลงพื้นบ้านโบราณที่มีอยู่แล้ว เช่น ล่องแม่ปิง ป่าไผ่ ไกลใบ ฤทธิหลงถ้ำ และเนื้อเพลงได้บรรยายวิถีชีวิตชาวล้านนา ใช้ภาษาล้านนา แฝงแนวคิด อุดมคติ และความล่มสลายของสังคมล้านนาไว้ในบทเพลง หลังจากนั้นเพลงคำเมืองก็มีการพัฒนาในรูปแบบที่แตกต่างออกไป ประกอบด้วย เพลงลูกทุ่งคำเมือง เพลงสตริงคำเมือง เพลงเมดเลย์คำเมือง นอกจากนี้ยังได้นำเอาเพลงชอมาขับร้องใหม่โดยใช้เครื่องดนตรีประกอบ

จินตนา คำรงค์เลิศ (2533: 22) รูปแบบของเพลงคำเมืองนั้น เพลงโฟล์คซองคำเมืองจะมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมของชนชั้นกลางหรือวัฒนธรรมในเมือง ส่วนเพลงของชนชั้นผู้ใช้แรงงานหรือคนชนบท คือ เพลงลูกทุ่งคำเมือง ขณะที่เพลงสตริงคำเมืองที่ได้รับความนิยมอยู่ในช่วงเวลายาวนานนัก คือ ช่วงปลายทศวรรษที่ 2520 - ต้นทศวรรษที่ 2530 ตัวอย่างศิลปินแนวเพลงนี้ที่ได้รับความนิยมทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ คือ วงนกแล และวงเดอะมั่ง

เพลงคำเมือง อีกประเภทหนึ่ง เกิดขึ้นราวปี พ.ศ. 2536 เป็นเพลงคำเมืองที่แตกต่างจากโฟล์คซองของจรัล มโนเพชร แต่เป็นเพลงที่ บุญศรี รัตนัง ได้รับแนวคิดมาจากเพลงของ เพลิน พรหมแดน ที่มีบทร้องและบทสนทนาโต้ตอบสั้น แนวตลกขบขัน และมีนักร้องประเภทนี้เกิดขึ้นต่อมาอีกหลายคน เช่น วงการันตี, วิฑูรย์ ใจพรหม เป็นต้น

อรชร เรือนคำ (2537: 25) กล่าวว่าเนื้อหาเพลงคำเมืองจะเป็นเหมือนการบันทึกคำนิยามความรู้สึกนึกคิด ชีวิตความเป็นอยู่ ตลอดจนขนบประเพณีของชาวไทยในท้องถิ่น เนื้อหาที่หลากหลายสามารถสรุปได้เป็น การชื่นชมธรรมชาติ สภาพบ้านเมือง การแสดงความรักของหนุ่มสาว การผิดหวังในความรัก ประชดประชันผู้หญิง อาหารการกิน สะท้อนชีวิตคนยากจน และสะท้อนภาพชีวิตและสังคม ทั่วไปด้วยลีลาสนุกสนาน

อย่างไรก็ตาม พบว่า เพลงคำเมืองมีปัญหาและอุปสรรคด้านการใช้ภาษา ไม่ว่าจะเป็นที่ไม่เหมาะสมในบางบทเพลง หรือ ภาษาคำเมืองที่เข้าใจยาก ทำให้ผู้ฟังไม่เข้าใจเพลง จึงหันไปฟังเพลงของภาคกลางและเพลงสากลที่เข้าใจง่ายกว่า

วิบูลย์ศรี (2526 : 186) กล่าวว่า มีการใช้ภาษาในเพลงคำเมืองที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ การใช้คำและสำนวนที่จำเจ การใช้คำผิดบริบทและผิดกาลเทศะ การใช้ภาษาถิ่นปนภาษาอื่น การใช้คำที่มีความหมายผิดไปจากเดิม

กรรณิการ์ พวงเกษม (2535 : 30-32) กล่าวว่า การใช้คำทับศัพท์ ความบกพร่องในการใช้ภาษาในเพลงคำเมือง ส่งผลให้เด็กและเยาวชนเกิดการเลียนแบบและนำไปใช้โดยไม่รู้ว่าสิ่งนั้นถูกต้องหรือไม่ ทั้งการพูด การเขียน ซึ่งพบปัญหาว่าเด็กและเยาวชนใช้คำหยาบ คำแสลงหรือคำที่ใช้ในกลุ่มของคนเลียนแบบเพลงคำเมือง

จากข้อสังเกต เรื่องความบกพร่องด้านภาษาในเพลงคำเมืองข้างต้น สอดคล้องกับบทความของ ทรงศักดิ์ ปรางวัฒนากุล (2525:43) ว่าการเสื่อมสลายของเพลงคำเมืองพื้นบ้าน เกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือ ปัจจัยภายใน ได้แก่ ลักษณะเฉพาะของเพลงคำเมืองที่ยากต่อการสืบทอด ไม่มีโครงสร้างหรือหลักเกณฑ์ตายตัว ผู้ได้รับการสืบทอดต้องมีการฝึกฝนอย่างมาก เพราะการส่งสอนใช้วิธี मुखปาฐะและความทรงจำ ไม่มีบันทึกลายลักษณ์อักษร คนรุ่นใหม่จึงหันไปศึกษาเครื่องดนตรีสมัยใหม่แทน ด้านปัจจัยภายนอก คือ เพลงคำเมืองจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิตชาวบ้าน เมื่อวิถีชีวิตเปลี่ยนไปก็เป็นที่ทำให้เพลงคำเมืองเปลี่ยนแปลงและเสื่อมสูญไปด้วย รวมถึงกระแสวัฒนธรรมจากภาคกลางและจากตะวันตกลดความนิยมไปตามลำดับ โดยมีเพลงของภาคกลางและเพลงสากลเข้ามาแทนที่

ปัจจุบัน เพลงคำเมือง มีหลายแนวทางมากขึ้น เช่น

1. เพลงโฟล์คซอง คำเมือง ในแนวของจรัส มโนเพชร โดยใช้กีตาร์ ผสมผสานกับดนตรีพื้นเมือง เนื้อหาเพลงยังคงสะท้อนวิถีชีวิต แนวคิดของคนพื้นเมือง ตลอดจนสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้คุณค่าในการทำดนตรีที่มีสุนทรียภาพงดงาม เช่น สุนทรี เวชานนท์ (ศิลปินอิสระ), วงไม้เมือง (สังกัดแกรมมี่โกลด์), ณัฐฐา พรหมมินทร์ (ศิลปินอิสระ)

2. เพลงลูกทุ่งคำเมือง เป็นแนวเพลงที่ใช้ภาษาเหนือเป็นคำร้องแต่ใช้ดนตรีไทยสากลประกอบเป็นส่วนใหญ่ บางเพลงมีดนตรีพื้นเมืองเล็กน้อย บางเพลงไม่มีเลย เน้นจังหวะเร็ว คึกครื้น เพื่อให้ถูกใจกลุ่มเป้าหมาย บ้างมีการนำเพลงเก่ามาเพิ่มเนื้อร้องเล็กน้อย หรือนำทำนองโบราณมาดัดแปลงและทำดนตรีใหม่ เช่น กระแต โฟร์ทีน (สังกัดอาร์สยามในเครืออาร์เอส), เดอะสะล้อ (สังกัดอาร์

สยาม ในเครืออาร์เอส), เสมา เมืองเม็กราช (สังกัดคนเมืองเรคคอร์ด), นิศย์เทิดไทย ชัยนิคม (ศิลปินอิสระ)

3. เพลงเชิงบทสนทนา แนวตลกขบขัน คำกวม ที่มีบทร้องและบทสนทนาสั้นๆ ตอบโต้กัน โดยมีนักร้องถึงนักแสดง หลัก 1-2 คน และ ผู้ร่วมแสดงอีก 3-4 คน ตามความเหมาะสม เช่น บุญศรี รัตนง, วิฑูรย์ ใจพรหม, วงการันตี

4. เพลงสตริงคอมโบรวมชุด เพลงคำเมืองในแนวนี้นี้ไม่เน้นความมีชื่อเสียงของศิลปินนักร้อง ไม่มีการเซนต์สัญญาบัตรร้อง ผลงานที่ออกมาเป็นไปในรูปแบบเทปบันทึกการแสดงสด เพลงเป็นเพลงที่มีจังหวะดนตรีเร็ว เน้นการเต้น การแต่งกายที่ค่อนข้างล่อแหลมของแดนเซอร์ บทเพลงที่นำไปขับร้องมักเป็นเพลงเก่าที่ซื้อลิขสิทธิ์ หรือใช้ช่องว่างของกฎหมายลิขสิทธิ์เพลงดัดแปลงให้มีทำนอง คล้ายคลึงและเปลี่ยนเนื้อหาล้อกับเพลงดัดแปลง เช่น ล้านนาคอมโบ(สังกัดคนเมืองเรคคอร์ด : ปี 2549), เอคดี คนจื้อขอย (สังกัดคนเมืองเรคคอร์ด : ปี 2551)

หลักการแต่งเพลงและทำนอง

ความมุ่งหมายในการแต่งเพลง

1. เพื่อยึดถือเป็นอาชีพ
2. เพื่อเพิ่มเติมประสบการณ์
3. เพื่อผ่อนคลายความเครียดทางอารมณ์

การฝึกหัดแต่งเพลง

หมายถึง การฝึกหัดร้อยเรียงบทประพันธ์ร้อยแก้วให้ต่อเนื่องเป็นเรื่องราว ตามความมุ่งหมายที่ผู้แต่งต้องการ รูปแบบของบทเพลง จะมีลักษณะคล้าย บทกวี หรือบทกลอนแบบหนึ่ง ซึ่งจะมีท่วงทำนองและจังหวะ ตามทฤษฎีดนตรีเป็นองค์ประกอบ

บทเพลงเกิดขึ้นจากบุคคล 3 กลุ่ม

1. นักแต่งเพลง
2. นักประพันธ์เพลง
3. คนเขียนเพลง

บุคคลทั้ง 3 ประเภทนี้ อาจจะแต่งเพลง โดยต้องการยึดเป็นอาชีพ หรือเป็นพวกสมัครเล่นด้วยใจรักก็ได้ ไม่จำกัดความรู้ เพศ หรือ อายุ แต่จากการสังเกตและรวบรวมข้อมูล ประมวลออกมาว่า คนแต่งเพลงได้มักจะเป็นนักดนตรี นักกวี หรือไม่ก็ต้องเป็นนักร้อง ซึ่งมีพื้นฐานด้านนี้อยู่บ้างแล้ว

ประเภทของเพลง แบ่งออกได้เป็น

1. เพลงบรรเลง โดยเครื่องดนตรี มีทำนองวิธีบรรเลงและจังหวะ
2. เพลงที่มีบทขับร้องจะประกอบด้วย
 - 2.1. บทร้อง
 - 2.2. ทำนอง
 - 2.3. จังหวะ
 - 2.4. วิธีบรรเลงและขับร้อง

ผู้เริ่มเขียนเพลงจะสามารถแต่งเพลงสำเร็จได้เร็ว ควรจะต้อง

1. มีใจรัก มีความสนใจ แสวงหาและเพิ่มเติมประสบการณ์ ด้านเพลงและดนตรีตลอดเวลา
2. มีสิ่งจูงใจ ความประทับใจ ความบันเทิงใจ มีอารมณ์เป็นศิลปิน และรู้จักใช้ศิลปะในทางบวก
 - 2.1. มีคนชมเชย ให้กำลังใจ ให้การส่งเสริม หรือจุดประกายไฟแห่งความหวัง
 - 2.2. มีคนตำหนิ สบประมาท ถูกดูถูก ดูหมิ่น จึงต้องการพิสูจน์เอาผลแพ้ชนะ ซึ่งจะเป็นด้วยทฤษฎี หรืออะไรก็ตาม
 - 2.3. มีการขู่ยุ บีบคั้น เหมือนทำทนายให้ทดลอง ความสามารถ
 - 2.4. มีความขอกซ์ ผิดหวัง จึงอยากระบายความอัดอั้น
 - 2.5. มีอารมณ์เกิดขึ้นตามภาวะแวดล้อม เช่น รัก โกรธ โลก หลง กลัว กล้า ทุกข์ สุข ฯลฯ
 - 2.6. ต้องการแสดงออกซึ่งความสามารถเฉพาะตัวที่มีอยู่เพื่อเรียกร้องความสนใจให้ผู้อื่นยอมรับหรือรับทราบ
3. รักความก้าวหน้า
4. มีมนุษยสัมพันธ์ดี
5. มีความรู้รอบตัว สังคม ภาษา รู้ในเรื่องที่เขียน
6. มีความรู้พื้นฐานทางดนตรีอยู่บ้าง
7. รู้เรื่องบทกลอน บทกวีตามแบบฉันทลักษณ์ รู้วิธีการเขียนโคลง ฉันท์ กาพย์

กลอน รวมไปถึงรู้จักการผันเสียงตามรูปวรรณยุกต์ในอักษรสูง กลางและต่ำ คำโคลงและคำกลอน ไม่จำเป็นต้องรู้ถึงขั้นเชี่ยวชาญ รู้แต่เพียงว่า บทกลอนนี้นิยมนำมาใช้เขียนเพลง คือกลอนแปด กลอนหก และกลอนเปล่า ส่วนคำโคลงก็ได้แก่ โคลงสี่สุภาพเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ก็มีบทกลอนประเภทอื่นอยู่บ้างก็ไม่มากนัก การที่ต้องรู้เรื่องการผันเสียงและบทกลอนต่างๆ ก็

เพื่อความเข้าใจเรื่องสัมผัส นอกสัมผัสใน และทำนองเสนาะต่างๆ มีประโยชน์ในการปรับพื้นเสียงขับร้องให้เข้ากับเสียงดนตรี

8. รู้เรื่องเพลงไทยเดิม และเพลงพื้นบ้านบ้าง
9. รู้จักแยกประเภท และเอกลักษณ์ (ลักษณะเด่นชัดของเพลงแบบต่างๆ)
 - 9.1 เพลงพื้นบ้าน เพลงพื้นเมือง
 - 9.2 เพลงไทยเดิม
 - 9.3 เพลงไทยสากล
 - 9.4 เพลงสากลหรือเพลงต่างประเทศ
10. รู้จักแยกมาตรฐานของเพลงว่าเพลงใดดีหรือไม่ดี โดยใช้หลักการเข้าตรวจสอบ (เพลงดีไม่จำเป็นต้องดัง เหมือนแมวที่จับหนูเก่ง ไม่จำเป็นต้องมีลีลา) ตามหัวข้อที่กำหนดเป็นคะแนน
 - 10.1 ชื่อเพลง
 - 10.2 ประเภทเพลง
 - 10.3 ผู้แต่ง (นามจริง-นามแฝง)
 - 10.4 ผู้เรียงเสียงประสาน
 - 10.5 ความเหมาะสม
 - 10.6 การทบทวนแก้ไข
 - 10.7 หมายเหตุลงบันทึกเกี่ยวกับความเห็นเพิ่มเติม ลีลา อารมณ์และแนวเพลง ทั้งแผนเก่าและแผนใหม่
11. รู้จักระดับความไม่ชัดเจนของคำร้องและทำนอง
12. รู้จักการทบทวนแก้ไขและสอบทาน

หลักการแต่งเพลงและแนวคิดของนักแต่งเพลง

การแต่งเพลงนั้นมีอยู่ 3 แนวทางด้วยกัน คือ

1. แต่งทำนองก่อน แต่งคำร้องทีหลัง แบบนี้ทำนองอาจจะมีไพเราะถูกหลักวิชาการ แต่เนื้อหาเพลงอาจจะด้อยไปบ้าง
2. แต่งคำร้องมาก่อน แล้วเขียนทำนองทีหลัง แบบนี้คำร้องจะมีเนื้อหาที่ดีมีค่าประทับใจผู้ฟังมาก แต่ทำนองจะขาดความไพเราะไปบ้าง
3. แต่งทำนองและคำร้องไปพร้อมๆกัน จะโดยผู้แต่งคนเดียวหรือคนละคนก็ได้

นักแต่งเพลงจะมีวิธีที่คล้ายกัน แต่บทบาทจะต่างกัน บางท่านจะแต่งเฉพาะเนื้อร้อง บางท่าน จะแต่งทำนอง บางท่านจะแต่งทั้งเนื้อร้องและทำนอง ตามความถนัด

ประสิทธิ์ พยอมยงค์ กล่าวถึงหลักการแต่งทำนองเพลงว่า ตนไม่มีเคยศึกษาวิชาการแต่งเพลงแต่อาศัยประสบการณ์ 32 ปี สรุปแนวทางในการแต่งเพลงได้ดังนี้

1. วรรคตอนดนตรี หรือโครงสร้าง หรือรูปแบบ หรือฟอร์ม (Form) ของเพลงซึ่งมีหลายอย่าง เช่น ดนตรีสองตอน (Binary Form) คือ A B และดนตรีสามตอน (Ternary Form) คือ A B A ซึ่งสามารถเล่นซ้ำตอนใดตอนหนึ่งเพิ่มเติมได้ เช่น AABA, ABAA, AABBA นอกจากนี้ยังมีวรรคตอนของดนตรีอีกชนิดเรียกว่า Rando Form หรือ ABAC ADA แต่ชนิดที่นิยมแต่งกันอยู่ในปัจจุบันคือดนตรี สองตอนและดนตรีสามตอน
2. อารมณ์ของเพลง ก่อนที่จะเขียนต้องคิดว่าจะเพลงเกี่ยวกับความรู้สึกใด เช่น สดชื่น เศร้า ตื่นเต้น สง่าผ่าเผย เป็นต้น
3. การเขียนเพลงที่มีคำร้อง จะต้องเขียนผู้ร้องขับร้องได้ โดยจัดให้เสียงไม่สูงหรือต่ำเกินไป โดยทั่วไปไม่ควรแต่งให้ช่วงโน้ตที่ต่ำที่สุด และโน้ตที่สูงที่สุดมากกว่า 12 หรือ 13 ระดับเสียงปกติ ซึ่งเป็นเกณฑ์เฉลี่ยของนักร้องเพลงสากลทั่วไป และต้องมีช่วงให้ผู้ร้องได้มีเวลาหายใจบ้าง
4. เวลาและสถานที่เขียนไม่ควรจำกัด คิดว่าเวลาช่วงไหนที่มีอารมณ์อยากเขียนก็รีบเขียน จะได้เพลงที่ดี เพราะการแต่งเพลงไม่มีกำหนดเวลาที่แน่นอน สถานที่เขียนก็เช่นเดียวกันสะดวกตรงไหนก็สามารถเขียนตรงนั้นได้
5. หากผู้เขียนรู้เรื่อง Chord Progression หรือการจัดวางคอร์ด ก็จะเป็นการส่งเสริมให้ทำนองนั้นมีความสวยงามถูกต้องยิ่งขึ้น และช่วยให้ผู้เรียบเรียงเสียงประสานได้แสดงความสามารถได้อย่างเต็มที่ เพราะการจัดวางคอร์ด ก็เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของทำนองเพลง

หลวงวิจิตรวาทการ มีแนวทางในการแต่งเพลง ดังนี้

1. หลังจากแต่งเนื้อร้องและทำนองแล้ว จึงให้ผู้มีความสามารถด้านการบันทึกโน้ต มาบันทึกทำนองเพลงเป็นตัวโน้ต

2. จากนั้นให้หลวงประดิษฐไพเราะ ผู้เชี่ยวชาญด้านหลักการดนตรีของไทย ปรับจังหวะแก้ไข ไม่ให้ผิดหลักวิชาทางเทคนิคของดุริยางค์ไทย

3. จากนั้นให้พระเจนดุริยางค์ ผู้เชี่ยวชาญด้านหลักการดนตรีสากล ตรวจสอบพิจารณาส่วนที่เกี่ยวข้องกับหลักวิชาทางเทคนิคของดุริยางค์สากล และนำเสนอต้นประสาณเสียงซึ่งจะคลอไปกับเสียงร้องและบรรเลงโดยลำพัง

วราห์ วราเวช

นายแพทย์ที่นิยมการแต่งเพลงและทำนองเพลง แต่ไม่มีความรู้ด้านทฤษฎีการแต่งเพลง แต่แต่งเพลงโดยการไล่ทำนอง การจับวรรคตามเพลงที่เคยฟัง บางเพลงครบ 32 ห้อง บางเพลงก็ไม่ใช่ไปตามนั้น แม้จะมีผู้ทักท้วงว่า ควรครบ 32 ห้อง แต่หลังจากไปฟังเพลงคลาสสิก และเพลงอุปรากร เห็นว่าบางเพลงก็ไม่ใช่ไปตามนั้นจึง สรุปเองว่า การกำหนดว่าเพลงควรมี 32 ห้องนั้นคงเป็นเกณฑ์ของเพลง ป๊อปปูล่าเพื่อให้ได้จังหวะที่ลงตัวเท่านั้น

กระบวนการผลิตเพลงไทยสากล

การผลิตมาสเตอร์เทป

การผลิตเพลงโดยใช้นักแต่งคำร้องทำนองด้วยคนเพียงคนเดียวหรือสองคน พร้อมอุปกรณ์การบันทึกเสียงธรรมดาในอดีต สมัยเมื่อเพลงไทยสากลได้รับความนิยมในระยะแรกๆ นั้น ไม่สามารถที่จะตอบสนองต่อแนวความคิดในการสร้างเพลงของโปรดิวเซอร์ และพัฒนาการในการฟังเพลงของคนฟังเพลงในปัจจุบัน

การผลิตเพลงในปัจจุบัน มีกระบวนการและขั้นตอนที่ออกจะยุ่งยากและซับซ้อนพอสมควรสำหรับคนที่ไม่ได้อยู่ในแวดวงการผลิตเพลง ระบบการทำงานที่มีความคล่องตัว การจัดทีมงาน ทำงานกันอย่างมีประสิทธิภาพและเครื่องมือต่างๆ ที่ทันสมัย ล้วนมีส่วนเป็นอย่างมากในการที่จะสร้างสรรค์เพลงออกมาเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของคนฟัง

โสภิน ช่างพงษ์พันธ์ (2532 : 15-19) ได้ศึกษาธุรกิจเพลงไทยสากล พบว่า การผลิตเพลงในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นรวบรวมความคิดในการผลิตเพลง
2. ขั้นเตรียมวัตถุดิบในการสร้างเพลง
3. ขั้นการรวบรวมวัตถุดิบในการสร้างเพลง
4. การผลิตเป็นเทปคาสเซ็ท

ขั้นรวบรวมความคิดในการผลิตเพลง

ในขั้นนี้ PRODUCER จะเป็นผู้กำหนดแนวความคิดว่าจะทำเพลงอะไร เกี่ยวกับอะไร รูปแบบเนื้อหาของเพลงจะเป็นอย่างไรซึ่งโปรดิวเซอร์จะต้องเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ในเรื่องการผลิตเพลงและจิตวิทยาการฟังเพลงของคนโดยทั่วไปเป็นอย่างดี การกำหนดแนวความคิดดังกล่าวนี้เป็นการมองตลาดเป็นหลัก (MARKET ORIENTIATION) คือ ศึกษาว่าคนทั่วไปมีทัศนคติ และยอมรับเพลงแนวไหน เนื้อหาทำนองเป็นอย่างไร

อีกวิธีในการสร้างเพลง คือ PRODUCER จะให้ความสำคัญในการทำเพลงไปตามบุคลิกของศิลปินหรือนักร้อง โดยมองว่าศิลปินนั้นมีบุคลิกภาพอย่างไร น่าเสียง ใสการร้องเป็นอย่างไร จึงสร้างสรรค์แนวเพลง เนื้อหา ทำนองให้สอดคล้องกับศิลปินคนนั้น

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันก็ไม่ได้มีการกำหนดเป็นสูตรตายตัวว่า แนวทางในการสร้างเพลงจะเป็นที่ยอมรับของผู้ฟังมากกว่าก็จะสร้างเพลงแนวนั้นออกมา แต่สำหรับประการหลังนี้เหมาะสำหรับศิลปินหน้าใหม่ที่เพิ่งเข้าสู่วงการ แต่โดยทั่วไปแล้วโปรดิวเซอร์ทั้งหลายมักจะคำนึงถึงวิธีการทั้งสอง ประกอบกันในการผลิตเพลงออกสู่ตลาดเพลง

สำหรับกรณีของศิลปินค่ายโดโจ ซิตี ในเครือเบเกอร์มิวสิก จะเป็นศิลปินหน้าใหม่ทั้งสิ้น จึงต้องมีการคิดแนวทางรวมถึงการสร้างคอนเซปต์ (Concept) ที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของศิลปิน เพื่อให้เป็นที่จดจำของกลุ่มผู้ฟังวัยรุ่น และเกิดการยอมรับในตัวศิลปินนั้นๆ

ขั้นการเตรียมวัตถุดิบในการผลิตเพลง

เนื่องจากขั้นของเตรียมและรวบรวมความคิดในการผลิตเพลง เมื่อได้แนวความคิดออกมาแล้ว โปรดิวเซอร์จะเป็นผู้วางโครงสร้างของคณะทำงานโดยในเบื้องต้น โปรดิวเซอร์จะเลือกนักแต่งเพลงที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับแนวเพลงนั้น สร้างสรรค์ทำนองเพลง นักแต่งเพลงที่ดีจะต้องมีความรู้เป็นอย่างดีว่า ทำนองเพลงที่ทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกร่วมในการฟังเพลงนั้น ต้องใช้เครื่องดนตรีชิ้นใดบ้าง ในจังหวะหรือท่วงทำนองอย่างไรการแต่งทำนองเพลงหากแต่งมาดีให้ความรู้สึกที่เด่นชัดและเหมาะสมสอดคล้องประสานกับเนื้อเพลง จะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เพลงได้รับความนิยม

หลังจากการสร้างสรรค์ทำนองเพลงเสร็จแล้ว ก็เป็นหน้าที่ของผู้แต่งเนื้อร้องที่จะบรรจุคือร้องลงในทำนอง ถ้าหากเราสร้างสรรค์ทำนองเพลงเป็นการสร้างอารมณ์ให้กับผู้ฟังเพลงแล้ว การแต่งเนื้อร้อง ที่มีความหมายกินใจก็จะทำให้ผู้ฟังสามารถเกิดอารมณ์ร่วมและจินตนาการไปตามเพลงได้

แต่เดิมการแต่งเนื้อเพลง มักมีการเน้นด้านสัมผัสคำเป็นแบบกลอนแปดบ้าง กลอนหกบ้าง ในสมัยปัจจุบัน ได้เปลี่ยนแปลงมาเป็นการแต่งเนื้อเพลงตามทำนองเพลงที่สร้างสรรค์ขึ้นมา ก่อนวรรคตอนในทำนองเพลงจะเป็นตัวกำหนดให้เนื้อร้องเป็นไปตามนั้นซึ่งอาจมีการสัมผัสกัน

อย่างคร่าวๆ โดยไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัวเหมือนกับการแต่งกลอน แต่ก็มีแนวเพลงบางแนวที่มักจะแต่งคำร้องขึ้นแล้วค่อย สร้างทำนองทีหลัง เช่น แนวเพลงเพื่อชีวิต เพลงสร้างสรรค์สังคม เพลงแนวนี้อาจจะต้องมีการใช้คำที่กินใจให้ความหมาย และสร้างความสละสลวยของภาษา ดังนั้น การสร้างเนื้อร้องก่อนแล้วค่อยสร้างทำนอง ทีหลัง ย่อมสะดวกกว่าหลักการแต่งเพลง บริษัท โคโจ ซิตี เลือกใช้ คือ วิธีแต่งทำนองก่อนแล้วค่อยแต่งเนื้อร้องทีหลัง ซึ่งการแต่งเพลงโดยวิธีนี้ จะได้บทเพลงที่ไพเราะ รื่นหู ทั้งทำนองและเนื้อร้อง คือฟังแล้วเป็นเพลง ไม่ใช่ฟังอย่างไรก็เหมือนกับอ่านกลอนหรือสวดมนต์ โดยมีหลักเกณฑ์การแต่งดังนี้

1. ร่างเค้าโครงของทำนอง ก่อนว่าจะใช้แบบไหน ใช้เครื่องหมายกำหนดจังหวะอย่างไร และเป็นบทเพลงแบบใด เช่น เครื่องหมายกำหนดจังหวะเป็นจังหวะ Swing ฉะนั้นเค้าโครงร่าง หรือ Rhythmic ของทำนองจะต้องเป็นแบบฟันจังหวะ (Syncopation)
2. กำหนดระดับเสียง การที่จะกำหนดระดับได้นั้น จะต้องรู้ว่าแต่งให้ใครร้อง ก่อนรวมทั้งขนาดพิคคของเสียง (Range) ด้วย โดยปกติแล้วจะมีความกว้างไม่เกินคู่ 9 Major หรืออย่างมากก็ไม่เกินคู่ 10 Major
3. กำหนดรูปร่างหรือลายเส้นของทำนอง (Melody Curve หรือ Melodic Line) โดยกำหนดว่าทำนองจะมีรูปร่างเป็นรูปใดหรือนำหลายๆ รูปมาผสมกัน
4. กำหนดคอร์ดในบทเพลง พร้อมกับเขียนร่างแนวทำนองอย่างหยาบๆ
5. จัดเกลาตกแต่งทำนองตาม Rhythmic ที่กำหนดไว้ในข้อ 1 และจัดเกลาการเคลื่อนของทำนองตาม Melodic Line ในข้อ 3
6. ตกแต่งทำนองตามหลักแบบฟอร์มของบทเพลง การเคลื่อนของทำนองและการเกลาทำนอง

เพลงที่ดี ต้องออกจากความรู้สึกนึกคิด ความฝัน จินตนาการ ของผู้แต่งนั้นจริงๆ อาจจะเป็น melody ก่อนแล้วจึงมีคำร้อง

หลังจากได้เนื้อร้องและทำนองเพลงแล้ว ขั้นตอนการบันทึกเสียงก็เริ่มต้นขึ้นในห้องอัดเสียงที่ประกอบไปด้วย อุปกรณ์การบันทึกเสียง อุปกรณ์ที่ใช้ในการอัดเสียง ได้แก่ แอมป์มิกเซอร์ เครื่อง EFFECT ทำเสียงพิเศษต่างๆ และเครื่องอัดเสียงเทปรีล 24 แตรค

การอัดเสียงลงเทปรีลในแต่ละแทรคนั้น ได้มีวิวัฒนาการมาตั้งแต่ 2-4-8-16-24 ปัจจุบันมีถึง 32 แตรค การบันทึกเสียงตามจำนวนแทรค คือ การอัดเสียงที่แตกต่างกันลงในแต่ละร่องเสียงจนครบทุกเสียง ซึ่งสามารถบันทึกเสียงเครื่องดนตรีทีละชิ้น โดยเริ่มที่เสียงกลอง ตามด้วยเบส กีตาร์ คีย์บอร์ด แซกโซโฟน และรายละเอียดปลีกย่อยจากเครื่องดนตรีอื่นๆ

เสียงดนตรีแต่ละชิ้นที่จะอัดเทปรีลทั้ง 24 แทรคนั้น โปรดิวเซอร์จะได้จากการจ้าง นักดนตรีที่มีความสามารถในการเล่นดนตรีเฉพาะแต่ละชิ้น เพราะมีทักษะในการเล่นดนตรีชิ้นนั้นที่สูงมาก

ขั้นตอนสุดท้าย เป็นขั้นตอนที่สำคัญคือ ขั้นตอนการอัดเสียงนักร้อง ทำนองเพลงและเนื้อร้อง แม้เสียงเครื่องดนตรีจะสามารถเล่นได้ดีเพียงใดก็ตาม หากเสียงนักร้องไม่ดีจะมีผลทำให้เพลงไม่เป็นที่ยอมรับ เพราะเสียงถือเป็นหลักของเพลง โดยทั่วไปแล้วโปรดิวเซอร์จะอัดทำนองเพลงทั้งหมดให้นักร้องที่จะร้องไปทำการฝึกซ้อม เพื่อให้เกิดความคุ้นเคยกับจังหวะและลีลา ท่วงทำนองของเพลงก่อน เมื่อมีความพร้อมแล้วก็จะเริ่มต้นการอัดเสียง

ขั้นการรวบรวมวัตถุดิบในการสร้างเพลง

ในขั้นตอนนี้ ผู้ที่มีบทบาทโดยตรงคือ ชาวด์ เอนจิเนียร์ โดยทำงานร่วมกันกับ โปรดิวเซอร์ โดยชาวด์ เอนจิเนียร์ เป็นผู้ปรับแต่งน้ำเสียง เสียงเครื่องดนตรีแต่ละชิ้นที่อัดไว้ในเทปรีล ให้ตรงกับความต้องการของโปรดิวเซอร์ เช่น ปรับเสียงกีตาร์ เสียงเปียโนให้ดังหรือค่อย ทุ้มหรือแหลม ตั้งแต่ตอนอัดเสียงดนตรีแต่ละชิ้นและเสียงร้องของนักร้อง ตั้งแต่ขั้นของการเตรียมวัตถุดิบแล้ว

เมื่อทุกอย่างเรียบร้อยแล้ว จะเป็นหน้าที่ของชาวด์ เอนจิเนียร์อีกเช่นกันที่จะมิกซ์เสียง หรือ ผสมเสียง เครื่องดนตรีทุกชิ้นและเสียงร้องของนักร้องออกมาเป็นมาสเตอร์เทปเพื่อส่งให้บริษัทจัดจำหน่ายทำก๊อปปี้เป็นเทปคาสเซ็ท

การผลิตเป็นเทปคาสเซ็ท

บริษัทผู้จัดจำหน่าย จะนำตัวมาสเตอร์พร้อมด้วยปกจากทางบริษัทผู้ผลิตมาทำก๊อปปี้เป็นเทปคาสเซ็ท เนื้อในของเทปจะมาจากบริษัทอินเตอร์แมกเนติกโดยสั่งซื้อเป็นม้วนใหญ่ ตัวพลาสติกสั่งมาจากอีกโรงงานหนึ่ง ต่อมาภายหลังบริษัทออนป้าซึ่งเป็นจัดจำหน่ายใหญ่รายใหญ่ที่สุด จึงได้ลงทุนตั้งโรงงานผลิตกล่องพลาสติกเอง อัดเทปมาสเตอร์ลงในเนื้อเทป เข้าปก บรรจุ หีบห่อเรียบร้อย แล้วจึงนำมาจัดจำหน่ายตามท้องตลาด หรือตามแผงเทปทั่วไป

ดังนั้น กว่าจะได้มาสเตอร์เทปมา ก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากมาย ประกอบด้วย ค่าแต่งเพลง ค่าร้องเพลง ค่าห้องอัดเสียง ค่าดนตรี ค่าโปรดิวเซอร์ ซึ่งแต่ละชุดจะใช้จ่ายไปไม่ต่ำกว่าชุดละ 200,000 บาท และถ้าเป็นนักร้องที่ได้รับความนิยมสูง ค่าใช้จ่ายในการทำมาสเตอร์เทปจะสูงถึง 500,000 บาท

ส่วนค่าร้องเพลงของนักร้องนั้น โดยทั่วไปจะจ่ายเงินก้อนส่วนหนึ่ง อาจจะได้เพลงละ 3,000-5,000 บาท ซึ่งดูแล้วอาจจะไม่นัก แต่นักร้องเหล่านี้จะได้ส่วนแบ่งจากยอดขายเทปอีกต่างหาก บางคนได้ส่วนแบ่งถึงตลับละ 5 บาท ซึ่งนับเป็นตัวเลขที่ค่อนข้างสูง ถ้ายอดขายสูงถึง 500,000 ตลับ ก็จะมีส่วนแบ่งถึง 2,500,000 บาท ดังนั้น เงินส่วนแบ่งนี้จะเป็นส่วนสำคัญมากกว่าการได้รับเงินจากการร้องเพลงๆ หนึ่ง

ในขั้นตอนการผลิตปกเทปและปกแผ่นเสียง ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญ เพราะเทปเพลงจะขายดีหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับกรออกแบบปกเทปด้วยบางส่วน เทปบางตลับออกปกเทปได้สวยงามเตะตาน่าจับต้อง ก็ช่วยดึงดูดลูกค้าได้ส่วนหนึ่ง

สมัยก่อนการออกแบบปกเทปทำกันง่ายๆ โดยการถ่ายรูปง่ายๆ ไม่พิถีพิถันเท่าไรหรือยิ่งกว่านั้น บางทีตัดภาพสวยๆ จากนิตยสารฝรั่งมาปะทำปกเทป เรียกได้ว่าไม่ต้องลงทุนออกแบบกันเลย แต่ยุคนี้เทปต้องลงทุนออกแบบกันหลายหมื่นบาท โดยจ้างดีไซน์เนอร์มาเป็นผู้ออกแบบให้ เข้าถึง CONCEPT เนื้อหาเพลงและบุคลิกของนักร้องด้วย ซึ่งทางบริษัท โคโจ ซิตี ได้ให้ความสำคัญกับรูปแบบของปกเทป การบรรจุหีบห่อเป็นอย่างมาก จะสังเกตได้จากความโดดเด่นและแปลกตาออกจากบริษัทค่ายเทปอื่นๆ ซึ่งเทปเพลงของโคโจ ซิตี ทุกชุดนั้นจะได้รับการออกแบบให้มีลูกเล่นแปลกๆ ใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นการใช้วัสดุชั้นดี หรือ สีสันทันทีสไตสามารถดึงดูดสายตาของผู้บริโภคให้หันมาสนใจได้ถือเป็นกลยุทธ์ในการขายวิธีหนึ่ง

เนื่องจากปัจจุบัน ตลาดเพลงไทยสากลได้รับความนิยมสูงมาก เจ้าของสินค้าชนิดต่างๆ เริ่มให้ความสนใจในการที่จะเข้ามาเป็นผู้สนับสนุนเทปชุดนั้นกันมาก โดยทำให้เป็นวงจรตั้งแต่ปกเทปถึงการจัดทัวร์คอนเสิร์ต โดยเฉพาะกับนักร้องที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมของประชาชน จะเห็นได้จากการที่ไค้กัประกบ เบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์ จนเกิดคำขวัญว่า “มีเบิร์ดที่ไหน มีไค้กัที่นั่น” เพราะการสนับสนุนนักร้องเหล่านี้ มีผลให้สินค้าที่สนับสนุนเทปเพลงชุดนั้นได้โฆษณาแพร่หลาย และเท่ากับช่วยยื้อเตือนความทรงจำของกลุ่มเป้าหมายตามต้องการ ซึ่งจำนวนเงินที่ลงทุนในการเป็นสปอร์เซอร์ แก่เทปแต่ละชุดนั้น มีอัตราต่ำกว่าการออกสปอตโฆษณาตามปกติ โดยมีราคาตั้งแต่ 5 แสนบาทถึง 1 ล้านบาท โดยทำการโฆษณาสินค้านั้นลงไปในปกเทปของนักร้องที่สินค้านั้นให้การสนับสนุน

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายใหญ่ของบริษัท โคโจ ซิตี คือกลุ่มวัยรุ่นอายุระหว่าง 9-13 ปี สินค้าที่ให้การสนับสนุนเป็นสปอร์เซอร์ จึงเป็นสินค้าสำหรับวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่ เช่น ทเวลฟ์พลัส (12 PLUS), จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน (JOHNSON & JOHNSON), แอ็กซ์ (EXE) เป็นต้น ซึ่งการใช้ศิลปินโฆษณาเป็นตัวเชื่อมผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์รวมถึงศิลปินนั้นด้วย

การที่สินค้าทั้งหลายให้ความสนใจในการเป็นผู้สนับสนุนเพลงกันมาก นอกจากจะ
ได้ลงโฆษณาปกเทปแล้ว ยังได้พ่วงท้ายโฆษณาเพลงทุกครั้ง ทำให้ได้ผลกำไรที่คุ้มค่า เพราะ
เทปชุดหนึ่งๆค่าโปรโมทต้องใช้เงินเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะให้ผลดีเพียงใดก็อยู่ที่ชื่อเสียงของนักร้อง
ประกอบกับความพร้อมของบริษัทโปรโมทเทปนั้นด้วย

การสื่อสารเพื่อการพัฒนา

วิภา ประดิษฐ์ผลพานิช (2550) กล่าวถึง การสื่อสารเพื่อการพัฒนาว่า เป็นการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อให้
ชาวบ้านหรือประชาชนเกิดกระบวนการเรียนรู้ที่แท้จริง อันไปสู่การพึ่งตนเองและการพัฒนาที่
ยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับชุมชนในหลายแง่มุม ทั้งระบบวัฒนธรรม
ระบบการสื่อสาร ทรัพยากรบุคคล และทรัพยากรธรรมชาติ อันเป็น “ทุนทางสังคม” ของชุมชน
นั้นๆ และจะต้องวางแผนสื่อสารโดยบูรณาการของทุกองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดสำคัญของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่นักพัฒนาและผู้เกี่ยวข้องควรทำความเข้าใจ คือ

- แนวคิดเรื่องนวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรม เป็นการนำแนวคิดใหม่ ๆ
ไปสู่การรับรู้ของชุมชน
- แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาที่จะต้องนำมาบูรณาการ

1. ระบบวัฒนธรรม ในเรื่องระบบวัฒนธรรมนี้ พิจารณาได้ในแง่รูปธรรมและ
นามธรรม

รูปธรรม ได้แก่ การแสดงประจำท้องถิ่น เพลงพื้นบ้านกิจกรรม และพิธีกรรมในวัน
สำคัญ ทางศาสนา ประเพณีต่าง ๆ ที่สืบทอดมาช้านาน การงานอาชีพ
นามธรรม ได้แก่ ความคิด ความเชื่อ คติชาวบ้าน ฯลฯ

2. ทรัพยากรบุคคล
หมายถึงบุคคลที่มีคุณค่าของท้องถิ่นทั้งในเชิงปัญญา กำลังทรัพย์ กำลังกาย และ
ศักยภาพ ในการนำชุมชนหรือท้องถิ่นไปสู่เป้าหมายของการพัฒนาที่คาดหวังไว้ บุคคลเหล่านี้ ได้แก่
พระครู แพทย์ ผู้นำความคิดเห็น ปราชญ์ชาวบ้าน ฯลฯ

3. ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรในท้องถิ่น
หมายรวมถึงแหล่งธรรมชาติ พืช/สัตว์เศรษฐกิจ ป่าไม้ ภูเขา ทะเล แร่ธาตุ หน่วยงาน/สถาบัน
การศึกษา ธุรกิจ เอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น ทั้งหมดนี้เป็นชุมทรัพย์ทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น

4. ระบบสื่อสาร

หมายถึง ระบบสื่อสารภายในชุมชนเช่น ชาวบ้านส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารภายนอกจากแหล่งสารใด จากสื่อมวลชนหรือจากการพูดคุยกัน

ลักษณะของการพูดคุย พิจารณาว่าในแต่ละวันชาวบ้านจับกลุ่มคุยกัน

- ในเวลาใดและสถานที่ใด
- ใครคือผู้นำความคิดเห็น
- ใครคือบุคคลที่ชาวบ้านให้ความเชื่อถือ
- สื่ออะไรบ้างที่มีอยู่ในชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่นวัตกรรม

1. ความหมายของนวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรม

นวัตกรรม หมายถึง แนวความคิดต่าง ๆ แบบแผนพฤติกรรมหรือสิ่งของใหม่ที่แตกต่างจากสิ่งที่มีอยู่

2. การเผยแพร่ นวัตกรรม

เป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งที่แนวความคิดใหม่หรือวิธีปฏิบัติใหม่ได้ถูกเผยแพร่ไปยังสมาชิกในสังคม มีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1. การมีนวัตกรรม
2. การถูกถ่ายทอดผ่านช่องทางการสื่อสาร
3. ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง
4. ไปยังสมาชิกในระบบสังคม

ลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับของสมาชิกในสังคม

1) ประโยชน์เชิงเทียบ หมายถึง การที่นวัตกรรมหนึ่งถูกรับรู้ว่ามีคุณค่าเหนือกว่าหรือสูงกว่าสิ่งที่มีอยู่เดิมในสังคม ประโยชน์เชิงเทียบอาจเกิดในรูปของผลกำไรทางเศรษฐกิจ หรือการเสริมสร้างสภาพทางสังคมก็ได้ เช่น การยอมรับเมล็ดข้าวโพดพันธุ์ใหม่ที่มีความต้านทานโรค

2) ความเข้ากันได้ หมายถึง การที่นวัตกรรมได้รับการยอมรับว่ามีความสอดคล้องกับค่านิยม ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ประสบการณ์ในอดีตและความต้องการของสมาชิกในสังคม เช่น เกษตรกรในหมู่บ้านหนึ่งของประเทศโคลัมเบีย เอาปุ๋ยเคมีในลงในเมล็ดมันสำปะหลัง เพราะเคยเอาปุ๋ยจากมูลสัตว์ใส่ลงไปลักษณะเดียวกันหรือเกษตรกรบางคนใช้สารเคมีฆ่าแมลงฉีดไล่ต้นมันสำปะหลังจนชุ่ม แบบเดียวกับที่ฉีดน้ำตาลคันไม้ เป็นต้น

3) ความซับซ้อน หมายถึง การที่นวัตกรรมได้รับการยอมรับว่ามีความยากในการเข้าใจหรือการนำไปใช้ นวัตกรรมใดสมาชิกในสังคมรับรู้ว่ามี ความซับซ้อนหรือยุ่งยากดั่งนั้น อัตราการยอมรับ นวัตกรรม จะน้อยกว่านวัตกรรมที่สมาชิกในสังคมรับรู้ว่ามี ความเรียบง่ายในการนำไปใช้ และความคลุม

4) ความสามารถทดลองใช้ หมายถึง การที่สามารถนำนวัตกรรมไปทดลองใช้ในจำนวนที่จำกัดได้ นวัตกรรมใดที่สามารถแบ่งเป็นส่วนย่อย ๆ เพื่อนำไปทดลองได้ จะได้รับการยอมรับเร็วกว่า นวัตกรรมที่ไม่สามารถแบ่งส่วนย่อย ๆ ได้

5) ความสามารถในการสังเกตผล หมายถึง การที่ผลของนวัตกรรมสามารถสังเกตได้หรือมองเห็น ได้อย่างชัดเจน นวัตกรรมที่สามารถสังเกตเห็นผลได้ จะได้รับการยอมรับเร็วกว่า นวัตกรรมที่สังเกตเห็นผลได้ยาก

ช่องสาร

การเผยแพร่ นวัตกรรม เป็นกระบวนการในการเผยแพร่ “สาร” ซึ่งก็คือเนื้อหาที่เกี่ยวกับ นวัตกรรม ได้ถูกส่งผ่านจากแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางการสื่อสาร

เกณฑ์ในการเลือกใช้สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร

- มีสื่ออะไรให้เลือกบ้าง
- มีงบประมาณมากน้อยเพียงใด
- ความนิยมของผู้ส่งสาร
- สื่อใดเข้าถึงประชาชนมากที่สุดโดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด
- สื่อใดมีอิทธิพลมากที่สุด เป็นการพิจารณาอิทธิพลของสื่อแต่ละชนิดว่าสื่อ

ใดมีอิทธิพลมากกว่ากันและสื่อใดมีอิทธิพลมากที่สุด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ สถานที่ และผู้รับสาร

- สื่อใดมีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารมากที่สุด ซึ่งผู้ส่งสารสามารถ มีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง

- สื่อใดเหมาะสมกับเนื้อหามากที่สุด เนื้อหาของสารก็มีส่วนที่ผู้ส่งสารจะ สามารถใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกใช้สื่อของตนได้

การติดต่อสื่อสารกับผลแห่งการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

Roger และ Shoemaker กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารกับผลแห่งการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) ว่าการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

1. ขั้นประดิษฐ์คิดค้น (Invention)

คือ กระบวนการที่ความคิดใหม่ ๆ ได้ถูกคิดค้นหรือพัฒนาขึ้นมา

2. ขั้นแพร่กระจาย (Diffusion)

คือ กระบวนการที่ความคิดใหม่ๆ เหล่านี้ ถูกสื่อสารหรือแพร่กระจายไปสู่

สมาชิกในสังคม

3. ขั้นบังเกิดผลตามมา (Consequence)

คือขั้นที่เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในสังคม อันเป็นผลมาจากการยอมรับเอาไว้ หรือ การปฏิเสธในความคิดใหม่ๆ หรือสิ่งใหม่ๆ นั้น การเปลี่ยนแปลงทางสังคมส่วนหนึ่ง จึง เกิดขึ้นจากผลแห่งการติดต่อสื่อสาร นั่นเอง

แนวคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่นวัตกรรม

การรับรู้ > ให้ความสนใจ > ประเมินผล > ทดลอง > ยอมรับ

1. การรับรู้ (Awareness) ก่อนที่เราจะยอมรับความคิดใหม่ๆ หรือบางสิ่งบางอย่างที่ใหม่และแตกต่างจากที่เราเคยปฏิบัติอยู่เดิม เราจะต้องรู้ในสิ่งนั้นๆ

2. ให้ความสนใจ (Interest) เมื่อรับรู้แล้ว ก็เริ่มเกิดความสนใจตามมา แต่เรายังไม่แน่ใจเพราะยังสงสัยอยู่ว่าสิ่งใหม่หรือวิธีใหม่นี้จะให้ผล “ดี” กว่าเดิมจริงหรือไม่ ?

3. ประเมินผล (Evaluation) เมื่อเราได้รับข่าวสารข้อมูลเพิ่มเติมมา เราจะเริ่มใช้ความคิดเกี่ยวกับสิ่งใหม่หรือวิธีใหม่นี้เพิ่มมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งตั้งใจหรือประเมินผลดูว่า สิ่งใหม่หรือวิธีใหม่นี้จะดีและเหมาะสมกับเราหรือไม่

4. ทดลอง (Trial) เมื่อตั้งใจดูโดยรอบคอบแล้ว เราก็ตัดสินใจทดลองทดลองปฏิบัติดูแต่เพียงเล็กน้อยก่อน

5. ยอมรับ (Adoption) ในที่สุด เมื่อทดลองดูแล้วปรากฏว่าความคิดใหม่ หรือวิธีใหม่นั้นให้ประโยชน์หรือมีผลดีกว่าเดิมจริง เราก็ยอมรับความคิดใหม่นั้นอย่างเต็มที่ และนำมาใช้ปฏิบัติสืบต่อไป

ชนชั้นกระฎุมพีกับความนิยมของวรรณกรรมสุนทรภู่

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2549) กล่าวว่า สุนทรภู่เป็นกวีที่มีความแตกต่างจากกวีที่เคยมีมาก่อนในสมัยอยุธยา เราไม่สามารถนำท่านไปเปรียบเทียบกับกวีในสมัยอยุธยาได้เลยสักคนเดียว ประเด็นที่ 2 สุนทรภู่เป็นกวีที่เกิดในกรุงเทพฯ ซึ่งต่างจากอยุธยาที่เดียว เพราะกรุงเทพฯ มีชนชั้นกระฎุมพี กระฎุมพีคือพวกที่ไม่ได้มีฐานอำนาจหรือฐานผลประโยชน์จากการปกครอง หรือการเกษตรกรรม หรือล่องแพ เป็นพวกที่ได้ประโยชน์จากการค้า ซึ่งไม่ได้มีอยู่แต่ในเฉพาะกรุงเทพฯ

แต่มีอยู่ตามหัวเมืองใหญ่ๆ เช่น อยุธยา คือมีการเกี่ยวข้องกับการค้า คนพวกนี้ไม่ได้มีอาชีพทำนาปลูกข้าวกินเอง เมื่อซื้อข้าวก็ทำให้ชาวนาปลูกข้าวให้เหลือพอที่จะขาย พุงดงๆ ก็คือว่า สังคมกรุงเทพฯ มีกลุ่มคนที่ไม่ได้ผลิตข้าวเอง แต่ต้องทำการค้าขายแล้วเอาเงินไปซื้อข้าวปลามาบริโภคตลอดจนเสื้อผ้าอาภรณ์ จำนวนของกรรมพันธุ์มีไม่มาก แต่คนเหล่านี้เข้ามาครอบงำระบอบการปกครองวัฒนธรรม สุนทรภู่รับราชการอยู่ในวังระยะสั้นมาก พอรัชกาลที่ 2 สวรรคตแล้ว ท่านก็ออกมาอยู่ข้างนอก สุนทรภู่ไม่ใช่กวีราชสำนัก ซึ่ง ที่ผ่านมากวีที่ไม่ใช่กวีราชสำนักนั้น ไม่มี ที่เราใช้เรียกก็อาจจะมิกวีชาวบ้านซึ่งไม่ได้มีชื่อเสียง

สุนทรภู่ไม่ได้ทำงานรับใช้ราชสำนัก แต่ท่านมีตลาดของท่าน อย่างไรก็ตามคนที่อ่านงานสุนทรภู่ไม่ใช่แบบเดิม แต่เป็นกลุ่มที่ทำการค้า มีการศึกษาอยู่พอสมควร ไม่มากนัก และหลังสุนทรภู่ ก็พบกวีที่มีลักษณะรับใช้ตลาดมากขึ้น แต่ในฐานะที่ท่านเป็นคนแรก ท่านเป็นมหากวีคนแรก ในบรรดากวีที่รับใช้กรรมพันธุ์ด้วยกันแล้ว ไม่มีใครผลิตงานได้มากเท่ากับสุนทรภู่

สุนทรภู่มีความแตกต่างจากกวีคนอื่น ๆ คือ ประการแรก ท่านใช้รูปแบบที่ต่างจากที่เคยใช้ นั่นคือกลอนตลาด เป็นกลอนที่พบตั้งแต่ปลายอยุธยาเท่านั้น คือเป็นคำประพันธ์ที่เพิ่งแต่งขึ้นมาในภาษาไทย เป็นการเลือกเอาคำประพันธ์ที่ค่อนข้างใหม่เป็นชาวบ้าน

แบบฟอร์มของสิ่งที่ท่านแต่งก็ค่อนข้างใหม่ นิราศเป็นตัวอย่าง ถามว่าก่อนหน้า สุนทรภู่ขึ้นไปในสมัยอยุธยาใหม่ มีแต่เขาไม่เรียกตัวเองว่าเป็นนิราศ สุนทรภู่เป็นคนแรกๆ ที่สร้างลักษณะเฉพาะของกวีนิพนธ์ที่เรียกว่าเป็นนิราศ ส่วนหนึ่งก็คือการรำพันถึงการจากไป รำพันถึงผู้หญิง ที่จากไป แต่น่าประหลาดว่าเท่าที่พบก็คือ สุนทรภู่รำพันถึงผู้หญิงที่มีตัวตนจริงๆ อย่างเกษียรสมุทรนั้นเป็นนิราศ แต่มีผู้หญิงคนหนึ่งที่ว่านั้นอยู่จริงๆ หรือไม่ ไม่รู้ แต่เป็นประเพณีว่า เมื่อแต่งนิราศแล้วต้องรำพันถึงผู้หญิง

แต่สุนทรภู่ซึ่งรำพันถึงผู้หญิงนั้นมีตัวตนจริง และบรรยายถึงลักษณะความสัมพันธ์ด้วย อย่างหนึ่งที่มีชื่อเสียงมากๆ ก็คือนิทานกลอน ก่อนหน้านั้นไม่มี สุนทรภู่ทำให้นิทานกลอนแพร่หลายมาก วิธีเล่านิยายในวรรณคดีไทยก่อนหน้านั้นไปเล่าโดยผ่านกลอนบทละคร หรือมโหรีนั้น ก็เล่าแบบสมุทรโฆษ

ท่านไม่ได้เป็นคนแรก แต่ท่านทำให้แพร่หลาย มันแตกต่างกันอย่างไร เนื้อร้องเพลงไทยที่นิยมเอามาร้องกันที่เป็นบทประพันธ์สุนทรภู่นั้นมีบ้างหรือไม่ คำตอบคือมี แต่น้อยมาก สุนทรภู่เป็นคนแรกๆ ที่เขียนกลอนโดยไม่ได้นึกถึงทำนอง ก่อนหน้านั้น มักจะมีการนึกถึงทำนอง นึกถึงหน้าพาทย์

กวีไทยก่อนหน้านี้จะนึกถึงเพลง นึกถึงทำนองด้วย สุนทรภู่จึงเป็นคนแรกๆ ที่ไม่มีเพลง สุนทรภู่จึงเป็นกวีคนแรกๆ ที่เขียนหนังสือเพื่ออ่าน ก่อนหน้านั้น เขาเขียนเพื่อเอาไปแสดง เขียน

คุชฎีกล่อมช้าง เพื่อกล่อมช้าง เป็นต้น สุนทรภู่เป็นกวีคนแรกๆ เป็นคนที่เขียนกวีเพื่ออ่านสุนทรภู่เป็นผู้ที่เสนอกริณิพนธ์ให้กับคนอ่านเพื่ออ่าน นี่คือการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญมาก

คนอ่านกริณิพนธ์สุนทรภู่ (อาจจะมีเจ้านายหลายพระองค์อุปถัมภ์สุนทรภู่อยู่นาน บางองค์ก็โปรดมาก เช่นกรมหมื่นอัปสรสุดาเทพ ที่โปรดพระอภัยมณี) แต่คนที่อ่านงานของสุนทรภู่มีเยอะแยะกว่า ฉะนั้น ลูกค้านของท่านไม่ใช่แค่ผู้อุปถัมภ์เพียงอย่างเดียว แต่คือคนจำนวนมากที่เรียกว่ากระฎุมพี

มาดูที่เนื้อหา สุนทรภู่แตกต่างจากก่อนหน้านั้นอย่างไร ผมคิดว่า สุนทรภู่เป็นกวี ที่ค่อนข้างแตกต่าง คือท่านสร้างตัวละครในลักษณะที่สมจริง ถ้าอ่านพระอภัยมณี ตัวพระอภัยมณีเป็นคนที่มีความเป็นมนุษย์ ถ้าเราเปลี่ยนมาเป็นละครทีวีสมัยปัจจุบัน เราจะพบว่าพระอภัยมณีมีที่ลักษณะ ทั้งอ่อนแอและเข้มแข็ง มีความเป็นมนุษย์ และตัวละครของสุนทรภู่ไม่เหมือนกับตัวละครก่อนหน้านั้น

สุนทรภู่มีลักษณะของกระฎุมพี ค่อนข้างจะเหยียดหยามไสยศาสตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งไสยศาสตร์ของชาวบ้าน แม้ท่านจะเล่นแร่แปรธาตุ แต่ก็ยังเป็นไสยศาสตร์แบบตำรับตำรา แต่ไสยศาสตร์ฉบับชาวบ้าน เช่น เมื่อท่านไปเมืองแกลงเกิดเจ็บมือขึ้นมา ก็มีคนบอกว่า ท่านไปเก็บดอกไม้ไม่บอกเจ้าป่าเจ้าเขา จึงให้หมอผีมาเป่า แล้วก็หาย แต่ท่านก็ไม่เชื่อ

ในขณะเดียวกันที่ให้ความสำคัญกับศาสนา แต่ท่านค่อนข้างให้ความสำคัญกับศาสนาแบบสมัยใหม่ ให้ความสำคัญกับโลกนี้ เช่น ขอมรับเรื่องความสำคัญของความสุขทางเนื้อหนังมังสา เช่น ตอนพระอภัยมณีบูชา หวังพระนิพพาน พอเห็นนางสุวรรณมาลีก็สีกเลย

หรืออย่างการเล่นเครื่องดนตรี ก็นำไปสู่พระนิพพาน ดังในพระอภัยมณีที่ว่า “ถึงการเล่นเป็นที่ประโลมโลก ได้ดับโศกสูญหายทั้งชายหญิง”

ในนิราศของท่านพูดถึงความสัมพันธ์กับผู้หญิงมากเสียจนผมสงสัยว่าท่านคุย (ไม้) หรือเปล่า แต่เป็นข้อที่น่าสังเกตว่า ผู้ชายสมัยสุนทรภู่เป็นเพลย์บอยหรือเปล่า แต่สุนทรภู่ไม่อายุที่จะเสนอภาพของตัวเองให้มีลักษณะเพลย์บอย

หากวิเคราะห์กวีและสังคม พบว่า การที่คนนิยมสุนทรภู่ แสดงว่าบุคลิกการเป็น เพลย์บอยได้รับความนิยมกว้างขวางขึ้นด้วย

ท่านให้ความสำคัญกับกำเนิดสูงไม่เท่าไร ความสำคัญของกำเนิดถูกตั้งข้อสงสัยในงานของสุนทรภู่เสมอๆ ซึ่งก็ตรงกับรากเหง้าของกระฎุมพี พ่อค้าวาณิช คนเหล่านี้ก็ไม่สามารถยอมรับโดยคุชฎีกาในคุณค่าของกำเนิดของคนอื่นได้ ซึ่งแสดงให้เห็น โครงสร้างทางสังคมที่คลายลงไป เช่นอาเสียสมัยนั้นยกลูกสาวให้เจ้านายไป เมื่อมีลูกก็กลายเป็นพระองค์เจ้า อาเสียคนนั้นก็กลายเป็นขุนตาของพระองค์เจ้าไปแล้ว

ผู้อ่านสุนทรภู่อเองก็รับทัศนคติแบบเดียวกันในเรื่องทรัพย์และกำเนิด บางครั้งก็ดูแคลนว่ามีแต่ทรัพย์ไม่มีกำเนิด แต่บางครั้งทรัพย์สำคัญ

เวลาที่ท่านอธิบายเรื่องบุญเรื่องกรรมก็เป็นเรื่องโลกนี้มากขึ้น เช่น บทละครกัณนุราช พระเจ้าแผ่นดินไปตัดต้นไม้ ทำให้ศาลเจ้าหรือเทพารักษ์ให้พินาศลึบหายไป แต่แทนที่พระเจ้าแผ่นดินจะลึบหายไปทันทีก็เล่าต่อไปว่าพระเจ้าแผ่นดินทำอะไรผิดพลาดบ้าง เพื่อสื่อว่า ผลกรรมเกิดจากการกระทำของตัวเอง ไม่ใช่การกระทำที่ไปตัดต้นไม้หรือศาลเจ้าแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นผลของกรรมที่ต่อเนื่องกันมา ก่อนหน้านี้อีกจะเขียนถึงกรรมเป็นเรื่องชาติก่อน สุนทรภู่อทำให้กรรมอยู่ในชาตินี้

ถึงแม้จะอธิบายหรือยกย่องศาสนาอย่างไร แต่ท่าทีของสุนทรภู่อต่อพระสงฆ์ก่อนข้างจะผ่อนคลาย ไม่ค่อยเกรียดยะ สร้างภาพกับบทอศรรย เช่น เรื่องพระชัยสุริยา บทอศรรย ท่านเอาบทอศรรยของท่าน ท่านพูดเรื่องแผ่นดินไหว ฟ้าผ่า อะไรก็แล้วแต่ที่เกิดในวัด แล้วท่านก็พูดเรื่องหลวงชี วิถีปฏิบัติต่อพระของท่านเป็นท่าทีสบายๆ แบบชาวบ้านๆ คือนับถือด้วยแต่ล้อเล่นได้บ้าง

อีกประการหนึ่งคือสุนทรภู่อเป็นหนึ่งในกวีที่พูดถึงความรักแปลกประหลาดจากที่เคย มีมา ปัจจุบันเราพูดถึงความรักเหมือนพูดถึงความจริง มันจริงในแง่หนึ่ง แต่อีกแง่หนึ่ง ความรักเป็นเรื่องวัฒนธรรมด้วย แต่ละยุคจะสอนให้คนรักอย่างไร แสดงออกต่อความรักอย่างไร ในแต่ละยุคสมัยต่างกัน

ความรักแบบสุนทรภู่อเป็นความรักระหว่างปัจเจกชน ที่ไม่เกี่ยวข้องกับสถานะทางสังคมเลย เช่น พระรามกับนางสีดา เป็นความรักที่เกิดจากการลิขิตของพระเจ้าเลยแหละ นางสีดาเกิดมาเป็นเมียพระรามทุกชาติ พระรามไม่มีทางมีเมียน้อย เป็นความรักที่ถูกชะตาลิขิตมาแต่ต้น

เมื่อมาถึงเรื่องอิเหนา อิเหนาเป็นวงศ์อัญญาเดหะ เป็นวงศ์กษัตริย์ที่สูงกว่าระตูต่างๆ อิเหนาต้องแต่งงานกับวงศ์อัญญาเดหะด้วยกัน คือนางบุษบา แต่อิเหนาผ่านไปเจอนางจินตะหราเสียก่อน ก็เห็นแต่นางจินตะหรา ไม่มองนางบุษบาเลย แม้อิเหนารู้ว่า พ่อแม่ไม่ให้แต่ง นี่เป็นความรักเป็นการตัดสินใจของปัจเจกบุคคล ไม่สัมพันธ์กับสถานะทางสังคมของอิเหนาหรือจินตะหราเลย ความรักแบบนี้แหละที่ปรากฏในงานของสุนทรภู่อไม่มีการอธิบายถึงความเหมาะสมทางเศรษฐกิจทางสังคม เป็นความรักที่เอกบุคลลมีต่อเอกบุคลล ถ้าสุนทรภู่อเขียนในสมัยอยุธยา คนอยุธยาก็คงอ่านแล้วทิ้งไปเพราะอ่านไม่รู้เรื่อง พระอภัยมณีกับนางละเวงจะไปรักกันได้อย่างไร ความรักแบบผิดฝาผิดตัวที่นั่งพุ่มพ่ายกันอยู่ทุกวันนี้ เช่น คู่กรรม สืบสาวไปก็เริ่มมาจากสมัยของสุนทรภู่อ

สุนทรภู่อเหมือนกระแสปิ่ทัวไปในแง่ที่เหยียดหยามวัฒนธรรมไพร่ กระแสปิ่ของสังคมไทยไม่ได้เกิดในระบบแต่แทรกอยู่ในระบบ พวกนี้จึงมองไพร่หรือมองชาวบ้านธรรมดาๆ อย่างเหยียดหยาม

เมื่อไหร่ที่เป็นผู้หญิงไปรื้อข้าวไร่ชานา จะบรรยายว่า จี๊ไคลกลบหู ต่างกับการพูดถึงเมีย เจ็ก เดินทางไปทางไหนท่านก็จะพูดถึงอย่างสนุกสนานเยาะเย้ยนิดๆ แต่ไม่ถึงกับเหยียดหยามแบบ เวลาที่พูดถึงชาวไร่ชานา ทศนคติแบบนี้เป็นรสนิยมกรรมพีชๆ เลย

สุนทรภู่ได้รับความนิยมนอกจากชนชั้นกลางสืบต่อมาจนถึงทุกวันนี้อย่างไม่เสื่อมคลาย ในขณะที่งานของสุนทรภู่ไม่ได้ถูกพิมพ์โดยเครื่องพิมพ์สมัยใหม่ แต่งานของสุนทรภู่ช่วยให้โรงพิมพ์แบบสมัยใหม่อยู่ได้ เพราะเอางานของสุนทรภู่มาพิมพ์ขาย คือถ้าไม่มีงานแบบสุนทรภู่ก็ไม่มีโรงพิมพ์สมัยใหม่อยู่ได้ เพราะเอางานของสุนทรภู่มาพิมพ์ขาย และส่งผลให้เกิดโรงพิมพ์ของคนจีนต่อมา

หลังจากนั้นก็อย่างที่รู้กันอยู่ งานของสุนทรภู่ก็ถูกบรรจุเข้าไปอยู่ในแบบเรียน ปฏิเสธไม่ได้เรื่องคุณภาพ แต่ที่ไม่ถูกลืม เพราะสุนทรภู่สร้างงานที่สอดคล้องกับรสนิยมของกรรมพีช เพราะนับสืบมาถึงทุกวันนี้ วัฒนธรรมที่สืบมาคือวัฒนธรรมของคนชั้นกลางซึ่งถูกสร้างโดยวัฒนธรรมต่างชาติ ผสมกับวัฒนธรรมเจ้านายบวกกับวัฒนธรรมชาวบ้าน กลายเป็นวัฒนธรรมแห่งชาติ งานของสุนทรภู่เป็นวัฒนธรรมเดียวกับวัฒนธรรมแบบนี้ ทำให้งานของท่านไม่ตาย

การใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมการขายและการวิจัยตลาด

การส่งเสริมการขาย หรือ PROMOTION เป็นองค์ประกอบหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาด¹ที่มีความสำคัญมากที่สุดในการธุรกิจเพลงไทยสากล โศกีน ช่วงพงศ์พันธ์ (2532:24-33) กล่าวว่าเพลงเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน จำต้องไม่ได้ ต้องอาศัยการส่งเสริมการขาย โดยเพลงแนวสตรีทจะมีช่วงวงจรชีวิตสินค้า (Product life cycle) ที่สั้น สามารถคาดคะเนผลความสำเร็จได้ในเวลาเพียง 10 วัน ถึง 1 เดือน โดยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมการขายจะใช้เวลาประมาณ 3 เดือน แต่หากเป็นศิลปินที่ได้รับความนิยม จะมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์นานกว่า โดยรูปแบบจะเป็นการใช้สื่อวิทยุ เร่งเปิดเพลงให้ผู้ฟังและสื่อโทรทัศน์ ในรูปแบบมิวสิก วิดีโอ

ด้านการวิจัยตลาด จะแบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ การวิจัยสินค้า โดยศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะของเพลงและศิลปิน เช่นคำว่า เพลงอะไรน่าจะมีอำนาจในการสร้างความสนใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้ เพื่อนำไปเลือกเพลงที่จะประชาสัมพันธ์อัลบั้ม การวิจัยผู้บริโภค หลังจากที่กำหนดกลุ่มเป้าหมายแล้ว จะศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น พฤติกรรมการซื้อพฤติกรรมการฟังเพลง พฤติกรรมการรับสื่อ เพื่อเลือกสื่อที่สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อ และการวิจัยตลาด ทั้งสถานะตลาดและคู่แข่งกัน เพื่อกำหนดจังหวะในการวางแผน ซึ่งหากการออก

¹ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mixed) หรือเรียกสั้นๆว่า 4P ได้แก่ Product, Price, place และ Promotion เป็นองค์ประกอบ

อัลบั้มเพลง ตรงกับศิลปินคู่แข่งที่มีแนวเพลงใกล้เคียงกันและได้รับความนิยมมาก ก็อาจทำให้ไม่สามารถสร้างยอดขายได้ตามเวลาและเป้าหมาย เกิดปัญหาสินค้าคงคลัง คือ เทปเหลือค้างสต็อก หรือการมีผลงานใหม่ออกสู่ตลาด ในระยะที่เศรษฐกิจถดถอยผู้บริโภคไม่มีอำนาจซื้อที่ส่งผลต่อยอดขายเช่นกัน

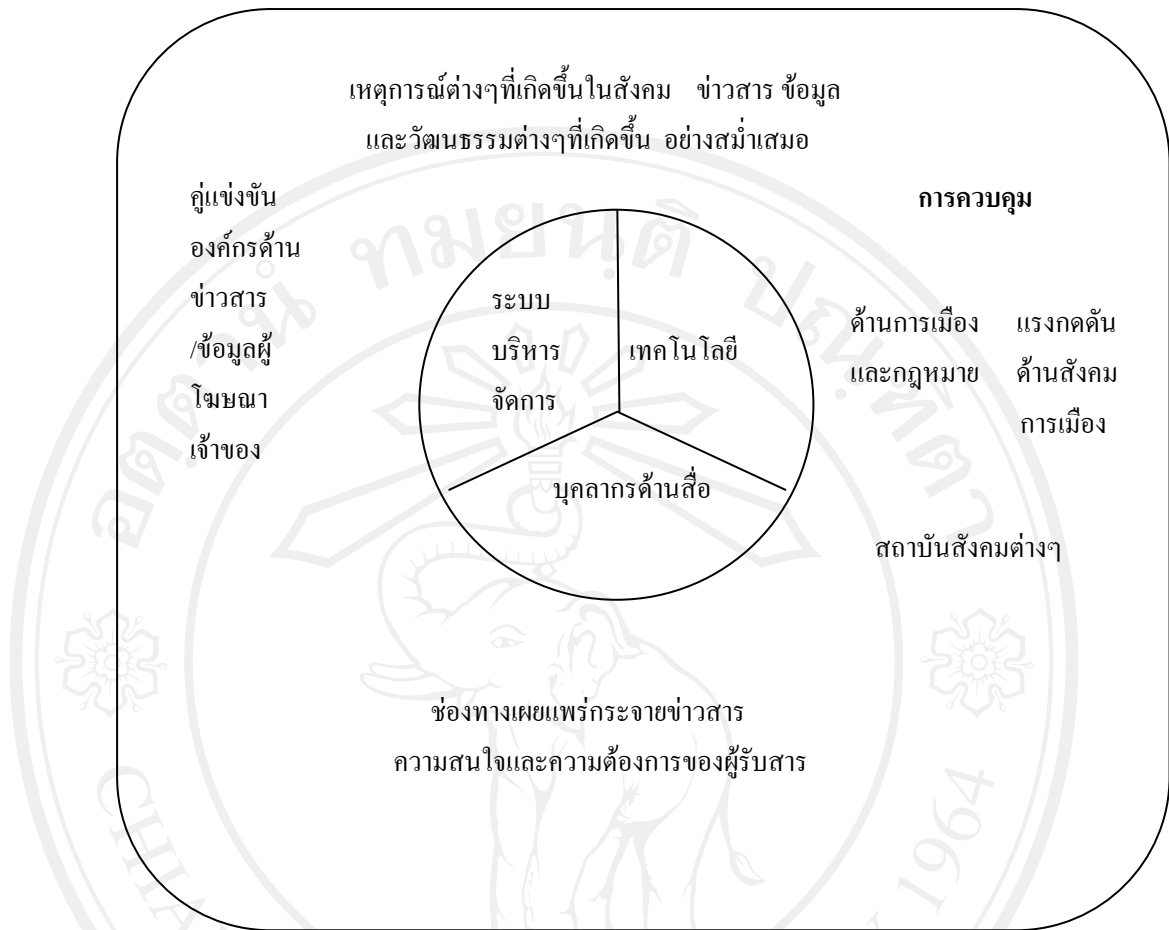
ปัจจัยที่มีต่อการสำเร็จของธุรกิจเทปเพลงมี 3 ประการคือ 1. ตัวของนักร้อง ต้องมีความสามารถและมีจุดเด่น สามารถดึงดูดผู้ฟังและผู้ชมการแสดงได้ 2. ตัวเพลง/ผลงาน นอกจากให้ความบันเทิงแล้ว ยังต้องมีลักษณะสร้างสรรค์ มีความแปลกใหม่ และมีความไพเราะ 3. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพลง ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภคสนใจผลงานเพลงและศิลปิน

ปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานขององค์กรสื่อมวลชน

ในขั้นตอนของการผลิตสื่อ นั้น ปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ของฝ่ายผู้ผลิต เช่น เป้าหมาย การจัดองค์กร กระบวนการผลิต ฯลฯ ต่างมีผลต่อการผลิตสื่อออกมา McQuail (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ. 2547) ได้สรุปปัจจัยที่เข้ามามีผลต่อการทำงานขององค์กร เพื่อใช้เป็นกรอบของการค้นคว้า การทำงานของผู้ผลิตสื่อ

โดยระบุว่า ในแต่ละองค์กรของสื่อมวลชน จะประกอบด้วย 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ

1. องค์ประกอบภายในขององค์กร ได้แก่ เทคโนโลยี ระบบการบริหารจัดการ และบุคลากร
2. องค์ประกอบแวดล้อมขององค์กร เนื่องจากองค์กรสื่อมวลชนเป็นรูปแบบสังคมสื่อมวลชนที่เป็นสถาบันสังคมย่อยๆ สถาบันหนึ่ง จึงมีความเชื่อมโยงกับปัจจัยภายนอก เช่น การควบคุมด้านการเมืองและกฎหมาย การควบคุมจากเจ้าของทุน, สถาบันในสังคม เช่น วัด โรงเรียน, เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม, คู่แข่งขัน องค์กรด้านข่าวสาร สถานะเศรษฐกิจ ความต้องการ ความสนใจของผู้รับสาร ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานขององค์กรสื่อมวลชน

ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์กร

ความหมายของการบริหารจัดการ

ธุรกิจหรือองค์กร แสดงให้เห็นจากกลุ่มของบุคคลที่มาร่วมกันทำงานด้วยโครงสร้างและการประสานงานเป็นหลักการจัดเจนแนชัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามที่กำหนดเป้าหมายไว้ (Ricky W. Griffin, 1999, p.6) ซึ่งต้องใช้ทรัพยากรจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วย คน (Man) เงิน (Money) วัสดุดิบ (Material) เครื่องจักร (Machine) วิธีการ (Method) และการบริหาร (Management) หรือที่นิยมเรียกกันว่า 6M's

ความหมายของการบริหารจัดการนั้น สามารถจำกัดออกมาตามความเข้าใจได้ โดย คำว่า “Management” อาจแปลว่า การจัดการหรือการบริหารหรือการบริหารจัดการก็ได้ซึ่งในหนังสือ

องค์การและการจัดการฉบับสมบูรณ์ โดย รศ.ศิริวรรณ เจริญรัตน์และคณะ (2545, น.18-19) ได้รวบรวม ความหมายของคำว่า “การบริหารจัดการ” และ “การจัดการ” ได้ดังนี้

1. คำว่า “การบริหาร” (Administration) จะใช้ในการบริหารระดับสูง โดยเน้นที่การกำหนดนโยบายที่สำคัญและการกำหนดแผนของผู้บริหารระดับสูง เป็นคำนิยมใช้ในการบริหารรัฐกิจ (Public Administration) หรือใช้ในหน่วยงานราชการ และคำว่า “ผู้บริหาร” (Administrator) จะหมายถึง ผู้บริหารที่ทำงานอยู่ในองค์กรของรัฐ หรือองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร (Schermerhorn, 1999, p.G-2) การบริหาร คือกลุ่มของกิจกรรม ประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การสั่งการ (Leading/Directing) หรือการอำนวย และการควบคุม (Controlling) ซึ่งจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทรัพยากรขององค์กร (6 M's) เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และด้วยจุดมุ่งหมายสำคัญในการบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลครบถ้วน

2. คำว่า “การจัดการ” (Management) จะเน้นการปฏิบัติการให้เป็นไปตามนโยบาย (แผนที่วางไว้) ซึ่งนิยมใช้ในการจัดการธุรกิจ (Business management) ส่วนคำว่า “ผู้จัดการ” (Manager) จะหมายถึงบุคคลในองค์กร ซึ่งทำหน้าที่รับผิดชอบต่อกิจกรรมในการบริหารทรัพยากรและกิจการงานอื่นๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ขององค์กร

การบริหารจัดการ (Management) หมายถึงชุดของหน้าที่ต่างๆ (A set of functions) ที่กำหนดทิศทางในการใช้ทรัพยากรทั้งหลายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient) หมายถึง การใช้ทรัพยากรได้อย่าง เหนียวแน่นและคุ้มค่า (Cost-effective) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective) นั้น หมายถึงการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง (Right decision) และมีการปฏิบัติการสำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้ ดังนั้นผลสำเร็จของการบริหารจัดการจึงจำเป็นต้องมีทั้งประสิทธิภาพ และประสิทธิผลควบคู่กัน (Griffin, 1997, p.4)

ในอีกแนวทางหนึ่งอาจกล่าวได้ว่าการบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการของการมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กรจากการทำงานร่วมกัน โดยใช้บุคคลและทรัพยากรอื่นๆ (Certo, 2000, p.555) หรือเป็นกระบวนการออกแบบ และรักษาสภาพแวดล้อมที่บุคคลทำงานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำว่า “การบริหาร” (Administration) และ “การจัดการ” (Management) มีความหมายแตกต่างกันเล็กน้อย โดยการบริหารจะสนใจและสัมพันธ์กับการกำหนดนโยบายไปลงมือปฏิบัติ

นักวิชาการ บางท่านให้ความเห็นว่าการบริหารใช้ในภาครัฐ ส่วนการจัดการใช้ในภาคเอกชน อย่างไรก็ดี ในตำราหรือหนังสือส่วนใหญ่ทั้ง 2 คำนี้มีความหมายไม่แตกต่างกัน สามารถใช้แทนกันได้และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป (สุรัสวดี ราชกุลชัย, 2543, น.3)

จากความหมายต่างๆ ข้างต้น การบริหารจัดการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกัน ซึ่งผู้บริหารต้องเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร ประเด็นสำคัญของการบริหารจัดการ (Management) มีดังนี้

- 1) การบริหารจัดการสามารถประยุกต์ใช้กับองค์กรใดองค์กรหนึ่งได้
- 2) เป้าหมายของผู้บริหารทุกคนคือ การสร้างกำไร
- 3) การบริหารจัดการเกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลผลิต (Productivity) โดยมุ่งสู่ประสิทธิภาพ (Efficiency) (วิธีการใช้ทรัพยากรโดยประหยัดที่สุด) และประสิทธิผล (Effectiveness) (บรรลุเป้าหมายคือประโยชน์สูงสุด)
- 4) การบริหารจัดการสามารถนำมาใช้สำหรับผู้บริหารในทุกระดับชั้นขององค์กร

กระบวนการการบริหารจัดการ (Management Process) หมายถึง กระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร ซึ่งกระบวนการการบริหารจัดการนี้สามารถแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวเนื่องกันได้อย่างมี ปฏิสัมพันธ์สอดคล้องและต่อเนื่องทั้งนี้หน้าที่ของการบริหารประกอบด้วย กิจกรรมพื้นฐาน 4 ประการหรืออาจแบ่งในลักษณะที่เป็นขั้นตอนดังนี้

- 1) การวางแผน (Planning) เป็นสิ่งที่องค์กรต้องการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การวางแผนเป็นสะพานเชื่อมระหว่างเหตุการณ์ปัจจุบัน และอนาคตซึ่งทำได้โดยการให้บรรลุเป้าหมายผลลัพธ์ที่ต้องการการวางแผนจึงต้องอาศัยการกำหนดกลยุทธ์ที่ประสิทธิภาพ แม้ว่าพื้นฐานของการจัดการโดยทั่วไปเป็นงานของผู้บริหารการวางแผนเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการปฏิบัติตามกลยุทธ์ให้ประสบความสำเร็จและการประเมินกลยุทธ์ เพราะว่า การจัดการองค์กร การจูงใจ การจัดบุคคลเข้าทำงาน และกิจกรรมควบคุม ขึ้นกับการวางแผน กระบวนการวางแผนจะต้องประกอบด้วยผู้บริหาร และพนักงานภายในองค์กร การวางแผนจะช่วยให้องค์กรกำหนดข้อดีจากโอกาสภายนอก และทำให้เกิดผลกระทบจากอุปสรรคภายนอกต่ำสุด โดยต้องมองเหตุการณ์ในอดีตและปัจจุบันเพื่อคาดคะเนเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การวางแผน ประกอบด้วย การพัฒนาภารกิจ (Mission) การคาดคะเนเหตุการณ์ปัจจุบัน เหตุการณ์อนาคต และแนวโน้ม การกำหนดวัตถุประสงค์ และการเลือกกลยุทธ์ที่ใช้

การวางแผนจะช่วยให้ธุรกิจปรับตัวสู่การเปลี่ยนแปลงของตลาด และสามารถกำหนดเป้าหมายได้ การบริหารเชิงกลยุทธ์นั้นต้องการให้องค์กรติดตามในลักษณะเชิงรุก (Proactive) มากกว่าที่จะเป็นเชิงรับ (Reactive) องค์กรที่ประสบความสำเร็จจะต้องควบคุมอนาคตขององค์กรมากกว่าที่จะรอรับผลจากอิทธิพลสภาพแวดล้อมภายนอกและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การตัดสินใจ (Decision Making) ถือเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผน การปรับตัวเป็นสิ่งจำเป็นเพราะจะมีการเปลี่ยนแปลงของตลาด เศรษฐกิจ และคู่แข่งทั่วโลก จุดเริ่มต้นของความสำเร็จที่ดีของธุรกิจคือการวางแผนที่เหมาะสม เห็นผลได้จริง ยืดหยุ่น มีประสิทธิผล และทรงประสิทธิภาพ

2) การจัดการองค์กร (Organizing) จุดมุ่งหมายของการจัดการองค์กรคือ การใช้ความพยายามทุกกรณี โดยการกำหนดงานและความสำคัญของอำนาจหน้าที่ การจัดการองค์กรหมายถึง การพิจารณาถึงสิ่งที่ต้องการทำและผู้ที่จะทำรายงานมีตัวอย่างในประวัติศาสตร์ของธุรกิจที่มีการจัดองค์กรที่ดี สามารถประสบความสำเร็จในการแข่งขันและสามารถเอาชนะคู่แข่งได้ ธุรกิจที่มีการจัดองค์กรที่ดีสามารถจูงใจผู้บริหารและพนักงานให้มองเห็นความสำคัญของความสำเร็จขององค์กร

การกำหนดลักษณะเฉพาะของงาน (Work Specialization) โดยการแบ่งงานประกอบด้วยงานที่กำหนดออกมาเป็นแผนก การจัดแผนก และการมอบอำนาจหน้าที่ (Delegating Authority) การแยกงานออกเป็นงานย่อยตามการพัฒนารายละเอียดของงาน (Job Description) และคุณสมบัติของงาน (Job Specification) เครื่องมือเหล่านี้มีความชัดเจนสำหรับผู้บริหารและพนักงาน ซึ่งต้องการทราบลักษณะของงาน

การกำหนดแผนกในโครงสร้างขององค์กร (Organization Structure) ขนาดของการควบคุม (Span of Control) และสายการบังคับบัญชา (Chain of Command) การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ต้องการการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้าง เพราะตำแหน่งใหม่ๆ ที่สร้างขึ้นหรือลดลงหรือรวมกัน โครงสร้าง องค์กรจะต้องระบุถึงวิธีการใช้ทรัพยากร และวิธีการซึ่งวัตถุประสงค์มีการกำหนดขึ้นในธุรกิจการสนับสนุน ทรัพยากรและกำหนดวัตถุประสงค์ตามสภาพทางภูมิศาสตร์จะแตกต่างจากโครงสร้างด้านผลิตภัณฑ์หรือลูกค้า

รูปแบบทั่วไปของการจัดแผนกคือ ตามหน้าที่ (Functional) ตามฝ่าย (Divisional) ตามหน่วยธุรกิจเชิงกลยุทธ์ (Strategic business unit) และด้านเมทริกซ์ (Matrix)

3) การนำหรือการสั่งการ (Leading/Directing) เป็นการใช้อิทธิพลเพื่อจูงใจพนักงานให้ปฏิบัติงานและนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ระบุไว้ หรือเป็นกระบวนการจัดการให้สมาชิกในองค์กรทำงานร่วมกันได้ด้วยวิธีการต่างๆ เพราะทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่ซับซ้อนและเข้าใจได้ยาก การนำหรือการสั่งการจึงต้องใช้ความสามารถหลายเรื่องควบคู่กันไป อาทิ ภาวะความเป็นผู้นำของผู้บริหาร การจูงใจ การติดต่อสื่อสารในองค์กร และการทำงานเป็นทีม เป็นต้น หน้าที่ในการนำหรือ สั่งการนี้ มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าหน้าที่อื่น เพราะผู้บริหารต้องแสดงบทบาทของผู้สั่งการอย่างมีคุณภาพ ถ้าไม่เช่นนั้น แผนงานที่วางไว้ตลอดจนทรัพยากรที่จัดเตรียมไว้ อาจไม่เกิดประสิทธิผลถ้าผู้บริหาร ดำเนินกิจกรรมด้านการสั่งการไม่ดีพอ ดังนั้น การสั่งการจึงเป็นเรื่องของความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์ และความสามารถที่จะชักจูงให้พนักงานร่วมกันปฏิบัติงานไปตามเป้าหมาย ที่กำหนดไว้ให้องค์กรประสบความสำเร็จตามต้องการ

4) การควบคุม (Controlling) การใช้ทรัพยากรต่างๆ ขององค์กร ถือว่าเป็นกระบวนการตรวจสอบ หรือติดตามผลและประเมินการปฏิบัติงานในกิจกรรมต่างๆ ของพนักงาน เพื่อรักษาให้องค์กรดำเนินไปในทิศทางสู่เป้าหมายอย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์หลักขององค์กร ในเวลาที่กำหนดไว้ องค์กรหรือธุรกิจที่ประสบความล้มเหลวอาจเกิดจากการขาดการควบคุม หรือมีการควบคุมที่ไม่ประสิทธิภาพ และหลายแห่งเกิดจากความไม่ใส่ใจในเรื่องของการควบคุม ละเลย เพิกเฉย หรือในทางกลับกันคือมีการควบคุมมากเกินไปจนเกิดความผิดพลาดขององค์กรเอง การควบคุมจึงเป็นหน้าที่หลักทาง การบริหารที่มีความสำคัญ ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการทางบริหาร

การควบคุมเป็นการตรวจตรา และตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน โดยเปรียบเทียบกับเป้าหมายและดำเนินการปฏิบัติเพื่อให้มั่นใจว่า จะบรรลุผลลัพธ์ตามต้องการ นอกจากนี้การควบคุมยังเป็นกระบวนการรวบรวมและแสดงถึงข้อมูลย้อนกลับเรื่องของการผลการดำเนินงานในฐานะที่เป็นพื้นฐานสำหรับการปฏิบัติและการเปลี่ยนแปลงในอนาคตอีกด้วย (John R. Schermerhorn, op. cit. p.327) อาจกล่าวถึงบทบาทสำคัญของการควบคุมได้ว่า อยู่ที่คำ 4 คำ ได้แก่ มาตรฐาน (Standard) การวัดผล (Measurement) การเปรียบเทียบ (Comparison) และการปฏิบัติ (Take Action) โดยการควบคุมจะครอบคลุมดูแลพื้นที่ 4 พื้นที่ใหญ่ๆ ของการบริหาร (Stephen P. Robbins, Managing Today, 1997, p.391) กล่าวคือ พฤติกรรมบุคคลในองค์กร การเงิน การปฏิบัติการ และ ข้อมูลข่าวสาร

Key of Operation Management หลักการจัดการปฏิบัติการ
หลักประการ 10

1. การจัดการคุณภาพ
2. การออกแบบสินค้าและบริการ
3. การออกแบบกระบวนการและกำลังการผลิต
4. กลยุทธ์ทำเลที่ตั้ง และการพยากรณ์
5. กลยุทธ์การออกแบบผังโรงงาน
6. การออกแบบงานและทรัพยากรมนุษย์
7. การจัดการเครือข่ายปัจจัยการผลิต
8. การจัดการสินค้าคงคลัง
9. การกำหนดตาราง
10. การบำรุงรักษา

ทฤษฎีองค์การ และการจัดการ

องค์การและการจัดการ

ทุกองค์การไม่ว่าจะมีขนาด ประเภท หรือสถานที่ตั้งอย่างไร จำเป็นต้องมีการจัดการที่ดี ซึ่งการจัดการที่ดีเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินงานขององค์การ การเติบโตและการดำรงอยู่ต่อไปของ องค์การ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์การในยุคศตวรรษที่21ซึ่งต้องเผชิญกับปัจจัยแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม เศรษฐกิจ โลกาภิวัตน์ และเทคโนโลยี ทำให้ องค์การต้องมีแนวทางในการจัดการที่ทันสมัยเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วนี้ เพื่อให้เข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการสมัยใหม่ ในบทนี้จะได้นำเสนอหัวข้อเกี่ยวกับเรื่อง องค์การสมัยใหม่ ความหมายของการจัดการ ขบวนการจัดการ บทบาทของการจัดการ คุณสมบัติของนักบริหารที่ประสบความสำเร็จ

องค์การสมัยใหม่ (Modern organization)

การจัดการเกิดขึ้นในองค์การ และในมุมมองด้านการจัดการ องค์การหมายถึง การที่มีคนมาทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งองค์การมีลักษณะร่วมกันอยู่ 3 ประการ ได้แก่

- 1) ทุกองค์การต้องมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของตนเอง
- 2) ทุกองค์การต้องมีคนร่วมกันทำงาน

3) องค์กรต้องมีการจัดโครงสร้างงานแบ่งงานหน้าที่รับผิดชอบของคนใน องค์กร

ตามที่กล่าวข้างต้น จะเห็นว่าองค์กรปัจจุบันต้องเผชิญกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นองค์กรต้องมีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรในแบบเดิมกับองค์กรสมัยใหม่ก็มีความแตกต่างกัน เช่น การจัดการแบบคงเดิมกับแบบพลวัตร รูปแบบไม่ยืดหยุ่นกับแบบยืดหยุ่น การเน้นที่ตัวงานกับเน้นทักษะ การมีสถานที่ทำงานและเวลาทำงานที่เฉพาะคงที่กับการทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา

องค์กรแบบเดิมจะมีลักษณะการจัดการที่คงเดิมไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลง ถ้าจะมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นบ้างก็เป็นในช่วงสั้นๆ แต่องค์กรปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา จะมีความคงที่บ้างเป็นช่วงสั้นๆ จึงมีการจัดการแบบพลวัตรสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง ของสิ่งแวดล้อมตลอดเวลา องค์กรแบบเดิมมักมีการจัดการแบบไม่ยืดหยุ่น ส่วนในองค์กรสมัยใหม่จะมีการจัดการที่ยืดหยุ่น กล่าวคือในองค์กรสมัยใหม่จะไม่ยึดติดกับแนวทางปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น ต้องให้มีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติ สามารถปรับเปลี่ยนได้ถ้าสถานการณ์แตกต่างไป

องค์กรแบบเดิม ลักษณะของงานจะคงที่ พนักงานแต่ละคนจะได้รับมอบหมายงานเฉพาะ และทำงานในกลุ่มเดิมไม่ค่อยเปลี่ยน แต่ในองค์กรสมัยใหม่พนักงานต้องเพิ่มศักยภาพของคนที่เรียนรู้และสามารถทำงานที่เกี่ยวข้องได้รอบด้าน และมีการสับเปลี่ยนหน้าที่และกลุ่มงานอยู่เป็นประจำ ตัวอย่างเช่น ในบริษัทผลิตรถยนต์ พนักงานในแผนกผลิต ต้องสามารถใช้งานเครื่องจักรที่ควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ได้ด้วย ซึ่งในคำบรรยายลักษณะงาน (job description) เดียวกันนี้เมื่อ 20 ปีก่อนไม่มีการระบุไว้ ดังนั้นในองค์กรสมัยใหม่จะพัฒนาบุคลากรให้เพิ่มทักษะการทำงานได้หลากหลายมากขึ้น และในการพิจารณาค่าตอบแทนการทำงาน (compensation) ในองค์กรสมัยใหม่มีแนวโน้มที่จะตอบแทนตามทักษะ (skill based) ยังมีความสามารถในการทำงานหลายอย่าง มากขึ้นก็ได้ค่าตอบแทนมากขึ้น แทนการให้ค่าตอบแทนตามลักษณะงานและหน้าที่รับผิดชอบ (job based)

องค์กรแบบเดิม พนักงานจะทำงานในสถานที่ทำงานและเป็นเวลาที่แน่นอน แต่ในองค์กรสมัยใหม่มีแนวโน้มที่จะให้อิสระกับพนักงานในการทำงานที่ใดก็ได้เมื่อไรก็ได้ แต่ต้องได้ผลงานตามที่กำหนด เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีเอื้อให้สามารถสื่อสารถึงกันได้แม้ทำงานคนละแห่ง รวมทั้งความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว และโลกาภิวัตน์ทำให้คนต้องทำงานแข่งกับเวลามากขึ้นจน

เบียดบังเวลาส่วนตัวและครอบครัว ดังนั้นองค์การสมัยใหม่จะให้เกิดความยืดหยุ่นในการทำงานทั้งเรื่องเวลาและสถานที่เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มวิถีการดำเนินชีวิตของพนักงานยุคใหม่

ความหมายของการจัดการ (Defining management)

การจัดการ (Management) หมายถึง ขบวนการที่ทำให้งานกิจกรรมต่างๆสำเร็จลงได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลด้วยคนและทรัพยากรขององค์การ (Robbins and DeCenzo, 2004; Certo, 2003) ซึ่งตามความหมายนี้องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ได้แก่ ขบวนการ (process) ประสิทธิภาพ (efficiency) และประสิทธิผล (effectiveness) ขบวนการ (process) ในความหมายของการจัดการนี้หมายถึงหน้าที่ต่างๆ ด้านการจัดการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การโน้มน้าองค์การ และการควบคุม ซึ่งจะได้อธิบายละเอียดต่อไปในหัวข้อต่อไปเกี่ยวกับ หน้าที่และขบวนการจัดการ

ประสิทธิภาพ (efficiency) และประสิทธิผล (effectiveness)

เป็นเรื่องเกี่ยวกับลักษณะของ การจัดการ โดยประสิทธิภาพ หมายถึง การทำงานอย่างถูกวิธี เป็นการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยนำเข้า (inputs) กับผลผลิต (outputs) หากเราสามารถทำงานได้ผลผลิตมากกว่าในขณะที่ใช้ปัจจัยนำเข้าน้อยกว่าหรือเท่ากัน ก็หมายความว่า เราทำงานได้มีประสิทธิภาพมากกว่า ซึ่งปัจจัยนำเข้าในการจัดการก็คือทรัพยากรขององค์การ ได้แก่ คน เงิน วัตถุดิบ อุปกรณ์ เครื่องจักร และทุน ทรัพยากรเหล่านี้มีจำกัด และเป็นต้นทุนในการดำเนินงานขององค์การ ดังนั้นการจัดการที่ดีจึงต้องพยายามทำให้มีการใช้ทรัพยากรน้อยที่สุดและให้เกิดผลผลิตมากที่สุด

ประสิทธิผล (effectiveness) สำหรับประสิทธิผลในการจัดการหมายถึง การทำได้ตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ การจัดการที่มีเพียงประสิทธิภาพนั้นยังไม่เพียงพอต้องคำนึงว่า ผลผลิตนั้นเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ ตัวอย่างเช่น สถาบันศึกษาที่ผลิตผู้สำเร็จการศึกษาพร้อมกันที่ละมากๆ หากไม่คำนึงถึงคุณภาพการศึกษาก็อาจจะได้แต่ประสิทธิภาพคือใช้ทรัพยากรในการผลิตหรือต้นทุนต่อผู้เรียนต่ำ แต่อาจจะไม่ได้ประสิทธิผลในการศึกษา เป็นต้น และ ในทางกลับกันหากทำงานที่ได้ประสิทธิผลอย่างเดียวก็ไม่ได้ ต้องคำนึงถึงต้นทุนและความมีประสิทธิภาพด้วยเช่นกัน ตัวอย่างเช่น บริษัท Hewlett-Packard อาจจะทำดัลบ์หมึกสีสำหรับเครื่อง Laser printer ที่มีสีเหมือนจริงและทนนานมากกว่าเดิมได้ แต่ต้องใช้เวลา แรงงาน และวัตถุดิบที่

สูงขึ้นมาก ทางด้านประสิทธิผลออกมาดี แต่นับว่าไม่มีประสิทธิภาพ เพราะต้นทุนรวมสูงขึ้นมาก เป็นต้น

ในการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้น ต้องอาศัยความเข้าใจในสาขาวิชาอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ด้านมนุษยศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ ปรัชญา การเมือง จิตวิทยา และสังคมศาสตร์ เพื่อให้เข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ ความได้เปรียบในการแข่งขัน การค้าเสรี ความขัดแย้ง การใช้อำนาจ และความสัมพันธ์ของมนุษย์ในสังคม

ขบวนการจัดการ (Management process)

ในช่วงต้นของศตวรรษที่ 20 Henri Fayol ได้เสนอไว้ว่า ผู้จัดการหรือผู้บริหารทุกคนต้องทำกิจกรรมเกี่ยวกับการจัดการ หรือที่เรียกว่า ขบวนการจัดการ 5 อย่าง ได้แก่ การวางแผน (planning) การจัดองค์การ (organizing) การสั่งการ (commanding) การประสานงาน (coordinating) และการควบคุม (controlling) (เขียนย่อว่า POCCC) และต่อมาในช่วงกลางปีทศวรรษ 1950 นักวิชาการจาก UCLA ได้ปรับมาเป็น การวางแผน (planning) การจัดองค์การ(organizing) การจัดการพนักงาน (staffing) การสั่งการ (directing) และการควบคุม (controlling) (เขียนย่อว่า POSDC) ซึ่งขบวนการจัดการ 5 ประการ (POSDC) อันหลังนี้เป็นที่นิยมใช้เป็นกรอบในการเขียนตำรามากกว่า 20 ปี และต่อมาในช่วงหลังนี้ได้ย่อขบวนการจัดการ 5 ประการนี้ เป็นหน้าที่พื้นฐาน 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน (planning) การจัดองค์การ(organizing) การโน้มนำ (leading/influencing) และการควบคุม (controlling) อย่างไรก็ตามงานในแต่ละส่วนของขบวนการจัดการที่กล่าวข้างต้นนี้มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบซึ่งกันและกัน ประกอบด้วย

การวางแผน (planning)

เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเป้าหมายขององค์การ สร้างกลยุทธ์ เพื่อแนวทางในการดำเนินไปสู่เป้าหมาย และกระจายจากกลยุทธ์ไปสู่แผนระดับปฏิบัติการ โดยกลยุทธ์และแผนในแต่ละระดับและแต่ละส่วนงานต้องสอดคล้องประสานกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในส่วนงานของตนและเป้าหมายรวมขององค์การด้วย

การจัดองค์การ (organizing)

เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการจัดโครงสร้างขององค์การ โดยพิจารณาว่า การที่จะทำได้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้นั้นต้องมียานอะไบบ้าง และงานแต่ละอย่างจะสามารถจัด

แบ่งกลุ่มงานได้อย่างไร มีใครบ้างเป็นผู้รับผิดชอบในแต่ละส่วนงานนั้น และมีการรายงานบังคับบัญชาตามลำดับชั้นอย่างไร ใครเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ

การโน้มนำพนักงาน (leading/influencing)

เป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดการให้พนักงานทำงาน อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งต้องใช้การประสานงาน การติดต่อสื่อสารที่ดี การจูงใจในการทำงาน ผู้บริหารต้องมีภาวะผู้นำที่เหมาะสม ลดความขัดแย้งและความตึงเครียดในองค์กร

การควบคุม (Controlling)

เมื่อองค์กรมีเป้าหมาย และได้มีการวางแผนแล้วก็ทำการจัดโครงสร้างองค์กร ว่าจ้างพนักงาน ฝึกอบรม และสร้างแรงจูงใจให้ทำงาน และเพื่อให้แน่ใจว่าสิ่งต่างๆ จะดำเนินไปตามที่ควรจะเป็น ผู้บริหารก็ต้องมีการควบคุมติดตามผลการปฏิบัติการ และ เปรียบเทียบผลงานจริงกับเป้าหมายหรือมาตรฐานที่กำหนดไว้ หากผลงานจริงเบี่ยงเบนไปจากเป้าหมายก็ต้องทำการปรับให้เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งขบวนการติดตามประเมินผล เปรียบเทียบ และ แก้ไขนี้ก็คือขบวนการควบคุม

บทบาทของการจัดการ (Managerial roles)

เมื่อกล่าวถึงหน้าที่ที่เกี่ยวกับการจัดการในองค์กร มักมุ่งไปที่หน้าที่ต่างๆ ในขบวนการจัดการ 4 ประการ (การวางแผน การจัดองค์กร การโน้มนำ และการควบคุม) ดังที่กล่าวข้างต้น ซึ่งผู้บริหารแต่ละคนให้ความสำคัญและเวลาในการทำหน้าที่การจัดการเหล่านี้แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังขึ้นกับลักษณะการดำเนินงานขององค์กรที่แตกต่างกันด้วย (เช่น มีลักษณะการดำเนินงานเป็นองค์กรที่แสวงหากำไรหรือองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร) ระดับของผู้บริหารที่ต่างกัน (ระดับต้น ระดับกลาง ระดับสูง) และขนาดขององค์กรที่ต่างกัน ตัวอย่างเช่น ผู้บริหารที่อยู่ในระดับบริหารที่แตกต่างกันจะให้เวลาในการทำกิจกรรมของแต่ละหน้าที่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมของผู้บริหารในองค์กรแล้ว Mintzberg เห็นว่าบทบาทของการจัดการสามารถจัดแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม หรือ ที่เรียกว่า บทบาทด้านการจัดการของ Mintzberg (Mintzberg's managerial roles) ได้แก่ บทบาทด้านระหว่างบุคคล (interpersonal roles) บทบาทด้านข้อมูล (informational roles) และ บทบาทด้าน การตัดสินใจ (decisional roles) โดยแต่ละกลุ่มของบทบาทมีบทบาทย่อยดังต่อไปนี้

บทบาทระหว่างบุคคล (interpersonal roles)

เป็นบทบาทด้านการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ประกอบด้วย บทบาทย่อย ได้แก่

- 1) บทบาทตามตำแหน่ง (figurehead) : ทำหน้าที่ประจำวันต่างๆตามระเบียบที่เกี่ยวกับกฎหมาย หรือตามที่สังคมกำหนด เช่น การต้อนรับแขกขององค์กร ลงนามในเอกสารตามกฎหมาย เป็นต้น
- 2) บทบาทผู้นำ (leader) : ต้องรับผิดชอบสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นการทำงานของพนักงาน รับผิดชอบในการจัดหาคน ฝึกอบรม และงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ
- 3) บทบาทการสร้างสัมพันธภาพ (liaison) : โดยสร้างเครือข่ายภายในและภายนอกเพื่อการ กระจายข้อมูลให้ทั่วถึง
- 4) เป็นผู้ติดตามประเมินผล (monitor) : เป็นการติดตามเลือกรับข้อมูล (ซึ่งมักจะ เป็นเหตุการณ์ปัจจุบัน) เพื่อเข้าใจความเคลื่อนไหวขององค์กรและสิ่งแวดล้อม เป็นเสมือน ศูนย์กลางของระบบ
- 5) เป็นผู้กระจายข้อมูล (disseminator) : รับบทบาทส่งผ่านข้อมูลไปยังพนักงาน ในองค์กร บางข้อมูลก็เกี่ยวกับข้อเท็จจริง บางข้อมูลเกี่ยวกับการแปลผลและรวบรวมความ แตกต่างกัน ที่เกิดขึ้นในองค์กร
- 6) เป็นโฆษก (spokesperson) : ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ส่งต่อข้อมูลไปยัง หน่วยงานภายนอก เกี่ยวกับ แผนงาน นโยบาย กิจกรรม และผลงานขององค์กร เช่น เป็น ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม
- 7) เป็นผู้ประกอบการ (entrepreneur) : หาโอกาสและริเริ่มสิ่งใหม่ๆ เช่น การ ปรับปรุงโครงการ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการออกแบบโครงการ โดยการทำให้มีการทบทวนและกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาโปรแกรมใหม่ๆ
- 8) เป็นผู้จัดการความสงบเรียบร้อย (disturbance handler) : รับผิดชอบแก้ไข การดำเนินงานเมื่อองค์กรเผชิญกับความไม่สงบเรียบร้อย โดยการทบทวนและกำหนดกลยุทธ์ที่ เกี่ยวข้องกับความไม่สงบและวิกฤติการณ์ในองค์กร
- 9) เป็นผู้จัดสรรทรัพยากร (resource allocator) : เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดสรร ทรัพยากรต่างๆในองค์กร เช่น ทำการตัดสินใจและอนุมัติในประเด็นที่สำคัญต่างๆ ขององค์กร โดย จัดลำดับ และกระจายอำนาจ ดูแลกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องงบประมาณ และจัดการเกี่ยวกับการทำงาน ของพนักงาน

10) เป็นผู้ต่อรอง (negotiator) : รับผิดชอบในการเป็นตัวแทนต่อรองในเรื่องสำคัญขององค์กร เช่น มีส่วนร่วมในการทำสัญญากับสหภาพแรงงานขององค์กร หรือการต่อรองกับผู้จัดหา (suppliers)

ทักษะของนักบริหาร (Management Skills)

ผู้บริหารไม่ว่าจะอยู่ในระดับใด หรืออยู่ในองค์กรใดก็ทำหน้าที่ในการจัดการ 4 อย่าง ได้แก่ การวางแผน (planning) การจัดองค์การ (organizing) การโน้มนำ (leading/influencing) และการควบคุม (controlling) และการที่ผู้บริหารจะสามารถทำหน้าที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการได้ประสบผลสำเร็จนั้น ต้องมีทักษะที่ดีด้านการจัดการ ซึ่งทักษะสำคัญในเบื้องต้นที่ผู้บริหารควรมีอย่างน้อย 3 อย่าง ได้แก่ ทักษะด้านเทคนิค (technical skills) ทักษะด้านคน (human skills) และทักษะด้านความคิด (conceptual skills)

ทักษะด้านเทคนิค (technical skills) เป็นความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเกี่ยวกับงาน สำหรับผู้บริหารระดับสูงทักษะความสามารถนี้จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรู้ทั่วไปของอุตสาหกรรม ขบวนการและผลิตภัณฑ์ขององค์กร และสำหรับผู้บริหารระดับกลางและระดับต้น จะเป็นทักษะความสามารถเฉพาะด้านในงานที่ทำ เช่น การเงิน ทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยีสารสนเทศ การผลิต ระบบคอมพิวเตอร์ กฎหมาย การตลาด เป็นต้น ทักษะทางด้านเทคนิคมักเป็นความสามารถเกี่ยวกับตัวงาน เช่น ขบวนการหรือผลิตภัณฑ์

ทักษะด้านคน (human skills) เป็นทักษะในการทำให้เกิดความประสานงานกันของกลุ่มที่ผู้บริหารนั้นรับผิดชอบ เป็นการทำงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องทัศนคติ การสื่อสาร และผลประโยชน์ของบุคคลและกลุ่ม เป็นทักษะการทำงานกับคน

ทักษะด้านความคิด (conceptual skills) เป็นความสามารถในการมององค์การในภาพรวม ผู้บริหารที่มีทักษะด้านความคิด จะสามารถเข้าใจความสัมพันธ์ของหน่วยงานต่างๆ ในองค์การว่ามีผลต่อกันอย่างไร และเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างองค์การกับปัจจัยแวดล้อมองค์การ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในส่วนหนึ่งขององค์การมีผลกระทบกับส่วนอื่นๆ อย่างไร

ทักษะด้านความคิดนี้จะยังมีความสำคัญมากขึ้นเมื่ออยู่ในระดับบริหารที่สูงขึ้น ขณะที่ทักษะด้านเทคนิคจะมีความสำคัญน้อยลงในระดับบริหารที่สูงขึ้น เนื่องจากผู้บริหารในระดับที่สูงจะเข้ามาดูแลในรายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ในการผลิต และด้านเทคนิคน้อยลง แต่จะเน้นไป

ที่การมองภาพรวมขององค์กรและทิศทางที่จะพัฒนาไปขององค์กรมากกว่า ส่วนทักษะด้านคน ยังคงมีความสำคัญอย่างมากในทุกระดับของการบริหาร เพราะทุกระดับต้องเกี่ยวข้องกับคน

กิจกรรมของนักบริหาร (Managerial Activities)

มีการศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำของนักบริหารในแต่ละวันว่า มีความแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า นักบริหารที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานและได้รับการเลื่อนตำแหน่งอย่างรวดเร็ว จะให้ความสำคัญ กับกิจกรรมที่ต่างไปจากนักบริหารที่มีประสิทธิภาพ ที่มีผลงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพเป็นไปตามเป้าหมาย และเป็นที่ชื่นชอบของผู้ได้บังคับบัญชา โดยการศึกษาของ Luthans และคณะ (Robbins, 2003) พบว่า กิจกรรมที่นักบริหารส่วนใหญ่ทำ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1) การจัดการแบบเดิม (traditional management) เช่น การตัดสินใจ การวางแผน และการควบคุม
- 2) การติดต่อสื่อสาร (communication) เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลประจำวัน และทำงานเอกสาร
- 3) การจัดการด้านทรัพยากรบุคคล (human resource management) เช่น การจูงใจ การสร้างวินัย จัดการความขัดแย้ง งานบุคคล และการฝึกอบรม และ
- 4) การสร้างเครือข่าย (networking) เช่น การเข้าสังคม เล่นการเมืองในองค์กร และมีกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานภายนอก

ซึ่งจากการศึกษาในผู้บริหารจำนวน 450 คน เกี่ยวกับกิจกรรมทั้ง 4 ประเภท ดังกล่าว พบว่าผู้บริหารทั่วไปโดยเฉลี่ยแล้วจะใช้เวลาประมาณ 32 เปอร์เซ็นต์ของเวลาในการทำงานกับกิจกรรมประเภทการจัดการแบบเดิม ใช้เวลาประมาณ 29 เปอร์เซ็นต์กับกิจกรรมเกี่ยวกับการติดต่อ สื่อสาร 20 เปอร์เซ็นต์กับกิจกรรมด้านบริหารทรัพยากรบุคคล และ 19 เปอร์เซ็นต์กับการสร้างเครือข่าย ซึ่งการใช้เวลา และการให้ความสำคัญกับกิจกรรมทั้ง 4 นั้นมีความแตกต่างกันไปในผู้บริหารแต่ละคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จจะใช้เวลาในกิจกรรมต่างๆ ไม่ เหมือนกับผู้บริหารที่มีประสิทธิภาพ กล่าวคือ ผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จ จะใช้เวลาส่วนใหญ่กับการสร้างเครือข่าย และใช้เวลากับการบริหารทรัพยากรบุคคลน้อยที่สุด ขณะที่ผู้บริหารที่มีประสิทธิภาพจะใช้เวลาส่วนใหญ่กับการติดต่อสื่อสารและใช้เวลากับการสร้างเครือข่ายน้อยที่สุด

ผลจากการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า ในทางปฏิบัติจริง การให้รางวัลบางครั้งก็ไม่ได้เป็นไปตามผลการปฏิบัติงานทั้งหมด ปัจจัยด้านสังคม และการเมืองในองค์กรก็เข้ามามีอิทธิพลต่อการดำเนินงานในองค์กรด้วย

จริยธรรมของนักบริหาร (Management Ethics)

แนวทางการปฏิบัติตนด้านการเมืองในองค์กรอย่างมีจริยธรรม ควรต้องคำนึงถึงใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ประโยชน์ของส่วนรวม 2) สิทธิส่วนบุคคล 3) ความยุติธรรม กล่าวคือ ใน

ประเด็นที่ 1 การกระทำที่เป็นการเล่นการเมืองในองค์กรนั้น เพื่อประโยชน์ส่วนตนหรือประโยชน์ส่วนรวม หากเป็นไปเพื่อเป้าหมายขององค์กร ก็เป็นการกระทำที่ไม่ขัดกับจริยธรรม แต่ถ้าเป็นไปเพื่อประโยชน์ส่วนตน ก็ถือว่าเป็นการกระทำที่ไม่มีจริยธรรม ตัวอย่างเช่น สร้างข่าวลือ ที่ไม่เป็นความจริงว่าการจัดซื้อแบบอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรมีทุจริต เพื่อให้เกิดความไม่ไว้วางใจใน ฝ่ายจัดซื้อและระบบการจัดซื้อแบบอิเล็กทรอนิกส์ นับเป็นการกระทำที่ไม่มีจริยธรรม เนื่องจากไม่เป็นผลประโยชน์ต่อองค์กร แต่หากฝ่ายซ่อมบำรุงทำดีเป็นพิเศษกับฝ่ายจัดซื้อเพื่อให้ฝ่ายจัดซื้อเร่งทำงานจัดซื้ออุปกรณ์อย่างถูกต้องโปร่งใสมาให้ทันการใช้งานขององค์กร ก็ไม่ขัดกับจริยธรรม คือองค์กรโดยรวมได้ประโยชน์

ในประเด็นที่สอง เป็นเรื่องสิทธิส่วนบุคคล หากการกระทำเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลหรือสิทธิที่ควรมีของผู้อื่น ก็เป็นการขัดจริยธรรม ตัวอย่างเช่น หากผู้จัดการฝ่ายซ่อมบำรุงเข้าไป ก้าวล่วงงานฝ่ายจัดซื้อเพื่อให้เขาทำให้เร็วขึ้น ก็ไม่ใช่การกระทำที่มีจริยธรรม และในประเด็นสุดท้ายเป็นเรื่อง ความยุติธรรม กล่าวคือ การกระทำนั้นก่อให้เกิดความเท่าเทียมกัน ความยุติธรรมหรือไม่ หากเป็นการกระทำที่ทำให้บางคนได้ผลประโยชน์มากกว่า หรือทำให้บางคนเสียผลประโยชน์ ก็เป็น การกระทำที่ไม่มีจริยธรรม ตัวอย่างเช่น หัวหน้าประเมินผลการ ปฏิบัติงานลูกน้องอย่างไม่ยุติธรรม โดยประเมินให้ลูกน้องที่ชอบได้มีผลประโยชน์ที่ดีกว่า และใช้ผลการประเมินเป็นตัวกำหนดรางวัลตอบแทน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจการกระทำใดมีจริยธรรมเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก โดยเฉพาะกับผู้บริหาร ผู้ที่มีอำนาจในองค์กร เนื่องจากผู้มีอำนาจมักจะอ้างว่าการกระทำของตนนั้น เพื่อประโยชน์ส่วนรวม และเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร ไม่ได้ก้าวล้ำสิทธิของใคร และทำไปอย่างยุติธรรมมีความเท่าเทียมกัน ซึ่งในทางปฏิบัติแล้ว ผู้ที่มีอำนาจมักเป็นผู้ที่จะกระทำขัดกับจริยธรรมมากกว่า

พนักงานทั่วไปที่ไม่มีอำนาจ ดังนั้นผู้บริหารที่มีอำนาจควรพิจารณาการกระทำของตนเองตามความเป็นจริงให้ดีเกี่ยวกับ 3 ประเด็นข้างต้นว่า เป็นการกระทำอย่างมีจริยธรรมหรือไม่

สรุป

1. การจัดการ (Management) หมายถึง ขบวนการที่ทำให้งานกิจกรรมต่างๆ สำเร็จ ลงได้อย่าง มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลด้วยคนและทรัพยากรขององค์การ
2. ผู้จัดการ (Manager) หมายถึง ผู้ที่ทำงานร่วมกับหรือทำโดยผ่านพนักงานอื่นๆ ให้เกิดการประสานงาน เพื่อให้กิจกรรมต่างๆขององค์การสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด การเปลี่ยนแปลงขององค์การในปัจจุบัน ทำให้บทบาทของผู้จัดการต้องปรับเปลี่ยนไป ไม่มีเส้นแบ่งระหว่างผู้จัดการ กับ พนักงาน อย่างชัดเจน
3. ประสิทธิภาพ หมายถึง การทำงานอย่างถูกวิธี เป็นการเปรียบเทียบระหว่าง ปัจจัยนำเข้า (inputs) กับผลผลิต (outputs) หากเราสามารถทำงานได้ผลผลิตมากกว่าในขณะที่ใช้ ปัจจัยนำเข้าน้อยกว่า หรือ เท่ากัน ก็หมายความว่า เราทำงานได้มีประสิทธิภาพมากกว่า ส่วน ประสิทธิภาพในการจัดการหมายถึง การทำได้ตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ นั่นคือ ประสิทธิภาพจะเน้นที่วิธีการ ในการปฏิบัติงาน ส่วนประสิทธิผลจะเน้นที่ผลลัพธ์ที่เกิดจากการ ปฏิบัติงาน
4. ขบวนการจัดการ (management process) ประกอบด้วย กิจกรรมที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่
 - 1) การวางแผน (planning) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเป้าหมาย และวางกลยุทธ์ รวมทั้งแผนปฏิบัติการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ
 - 2) การจัดองค์การ (organizing) เป็นการจัดวางโครงสร้างองค์การเพื่อรองรับ การดำเนินงานตามแผนที่วางไว้
 - 3) การโน้มนำ (leading/influencing) เป็นการจูงใจ โน้มนำพนักงาน ราชบุคคลและกลุ่ม ให้ปฏิบัติงาน มีการติดต่อสื่อสาร รวมถึงการรับมือกับประเด็นต่างๆเกี่ยวกับ พฤติกรรมของพนักงานในองค์การ และ
 - 4) การควบคุม (controlling) เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการติดตามประเมินผลงาน เปรียบเทียบกับเป้าหมาย หรือมาตรฐานที่กำหนดไว้ และทำการแก้ไข เพื่อให้ผลการดำเนินงาน เป็นไปตามเป้าหมาย หรือมาตรฐานที่กำหนดไว้

5. ทักษะที่จำเป็นของผู้บริหาร ได้แก่ ทักษะด้านเทคนิค (technical skills) ทักษะด้านคน (human skills) และทักษะด้านความคิด (conceptual skills) ผู้บริหารในระดับต่างๆ ต้องการทักษะในแต่ละด้านแตกต่างกัน ผู้บริหารระดับสูงจะต้องการทักษะด้านความคิดสูงกว่าผู้บริหารระดับต้น และผู้บริหารระดับต้นจำเป็นต้องมีทักษะด้านเทคนิคมากกว่าผู้บริหารระดับสูง ส่วนด้านทักษะเกี่ยวกับ คนนั้น จำเป็นสำหรับทุกระดับ

6. ผู้บริหารมักเป็นผู้ที่มีอำนาจในองค์กร และอาจใช้อำนาจในทางที่ขัดกับหลักจริยธรรม คือ ไม่ได้ใช้อำนาจเพื่อประโยชน์ส่วนรวม หรือเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร หรือใช้อำนาจซึ่งก้าวก่ายสิทธิอันชอบธรรมของผู้อื่น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รุจพร ประชาเดชสุวัฒน์ (2539) ได้วิจัยเรื่องภูมิปัญญาเพลงพื้นบ้าน : การศึกษาเปรียบเทียบล้านนา กับสิบสองปันนา พบว่า การพัฒนาของเพลงและดนตรีพื้นบ้านยังคงมีพัฒนาต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง ซึ่งนับวันจะรวดเร็วและมีรูปแบบที่แตกต่างออกไป ด้วยเทคโนโลยี แต่การพัฒนานั้นจะพัฒนาจน ไม่สามารถเห็นร่องรอยของเพลงและดนตรีพื้นบ้านดั้งเดิมแล้ว กลายเป็นความเจริญที่ทำลายตนเองอย่างไรก็ตาม เพลงพื้นบ้าน นาฏศิลป์ ดนตรี กับสังคม หล่อหลอมโดยสังคม สะท้อนให้เห็นสภาพสังคมในยุคสมัยนั้น

วิวัน สุขเจริญ (2547) ได้วิจัยเรื่อง การสื่อสารเชิงสุนทรีย์ในละครซอมัยใหม่ของชาวล้านนา : การศึกษาแบบชาติพันธุ์วรรณาและสัมภาษณ์เชิงลึกหัวหน้าคณะขอในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า คณะขอในจังหวัดเชียงใหม่มี 16 คณะ แต่ละคณะไม่ได้แยกตัวออกจากกันอย่างเอกเทศ ยังคงรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างผลงานการแสดง สุนทรีย์รูปในละครซอมัยใหม่ อยู่กับการขับซอผสมผสานกับรูปแบบ การแสดง เน้นบทขอแบบมุขปาฐะเป็นหลัก โดยมีพื้นที่และเวลาเป็นตัวกำหนด และมีการนำเข้าของ สื่ออื่น เช่น เพลงลูกทุ่ง ดนตรีสากล เพลงบรรเลงประกอบการแสดง

โสภิน ช่างพงศ์พันธ์ (2530) ได้ศึกษาเรื่องธุรกิจเทปเพลงไทยสากล : ในขณะที่ทำการศึกษารัฐกิจเพลงประเทศไทยยังใช้ด้นเทป สภาพการแข่งขันของธุรกิจนี้ค่อนข้างบีบรัดเอาจริง เอาจัง แย่งชิงตลาดผู้บริโภคสูง สื่อต่างๆ ถูกนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายอย่างเต็มที่ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเร็ว ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของเทปเพลง ขึ้นอยู่กับ ตัวนักร้อง ตัวเพลง/ผลงาน การโฆษณาประชาสัมพันธ์

เพิ่มเกียรติ เรื่องสกุล (2544) การศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการผลิตนักร้องของอุตสาหกรรมเพลงไทยได้แก่ แนวเพลงไทยสากล แนวเพลงลูกทุ่ง และแนวเพลงเพื่อชีวิต พบว่าบุคคลที่ก่อนจะก้าวเข้ามาเป็นนักร้องในอุตสาหกรรมเพลงไทยนั้นมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ 1) เป็นบุคคลที่มีความมุ่งมั่นใฝ่ฝัน ที่อยากจะเป็นนักร้องจนถึงบุคคลที่ไม่เคยคิดฝันมาก่อน 2) เป็นบุคคลที่มีพรสวรรค์และมีทักษะของการร้องเพลงมาแล้วจนถึงบุคคลไม่มีสิ่งเหล่านี้เลย

ในกระบวนการคัดเลือกนักร้อง พบว่า ทั้ง 3 แนวเพลง มีขั้นตอนหลักๆ ที่คล้ายคลึงกัน 3 ขั้นตอน ได้แก่ การเสาะหานักร้อง การทดสอบ และการรับเข้าสังกัด แต่ละแนวเพลงมีเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกคล้ายคลึงกัน คือ ความสามารถ อุปนิสัย และรูปลักษณะของนักร้อง แต่ข้อแตกต่างที่สำคัญ คือ แนวเพลงไทยสากลให้ความสำคัญในเกณฑ์รูปลักษณะของนักร้องมากที่สุด ในขณะที่แนวเพลงไทยลูกทุ่งให้ความสำคัญในเกณฑ์ความสามารถในการร้องเพลงของนักร้อง และแนวเพลงเพื่อชีวิตให้ความสำคัญ ในเกณฑ์ความสามารถทางด้านการแต่งเพลงเป็นหลัก ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการคัดเลือกนั้นพบว่ามี 3 ปัจจัย ได้แก่ กระแสของตลาดผู้ฟังเพลง กลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ในการคัดเลือกนักร้อง และระบบอุปถัมภ์ สำหรับกระบวนการสร้างนักร้องนั้น พบว่าทั้ง 3 แนวเพลง มีขั้นตอนหลักที่สำคัญๆ เหมือนกัน 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการสร้างผลงานเพลงให้กับนักร้อง และขั้นตอนในการสร้างบุคลิกลักษณะให้กับนักร้อง แต่ใน 3 แนวเพลงมีวิธีการสร้างนักร้องที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพลงไทยสากลเน้นการสร้างรูปลักษณะของนักร้องมากที่สุด ส่วนแนวเพลงลูกทุ่งและเพลงเพื่อชีวิตเน้นการสร้างบทเพลงและความสามารถของตัวนักร้อง อย่างไรก็ตามแนวทางของกระบวนการสร้างนักร้องจะขึ้นอยู่กับทิศทางความต้องการของตลาดผู้ฟังมากที่สุด

นันทสิทธิ์ กิตติวรากุล (2544) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ลักษณะการสร้างสรรคของศิลปินเพลงแนวดนตรีโปรเกรสซีฟร็อก พบว่า ศิลปินทุกคนมีภูมิหลังด้านดนตรีที่แตกต่างกัน โดยได้รับอิทธิพลดนตรีจากครอบครัวเป็นพื้นฐาน แนวดนตรีที่ฟังมีหลากหลายแนว เช่น ป๊อป ร็อก คลาสสิก เพลงลูกทุ่ง และไทยสากล แต่ดนตรีที่ก่อให้เกิดจุดหักเหมาสู่การสร้างสรรคงานโปรเกรสซีฟร็อก คือแนวร็อกและโปรเกรสซีฟร็อกตะวันตกในช่วง ค.ศ.1960-1970 2. การสร้างสรรค์งานดนตรีของศิลปินโปรเกรสซีฟร็อก มีลักษณะที่สำคัญๆ คือ ศิลปินส่วนใหญ่มีประสบการณ์ด้านดนตรีมานาน ก่อนที่จะผลิตงานเผยแพร่สู่สังคม ศิลปินมีเจตนาและความตั้งใจในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์ดนตรีที่หลากหลาย และนำมาผสมผสานเป็นแนวโปรเกรสซีฟร็อกที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ทำให้ดนตรี โปรเกรสซีฟร็อกของศิลปินกลุ่มนี้มีกลิ่นอายของดนตรีตะวันตกและตะวันออกอยู่ในผลงาน นอกจากนี้ ศิลปินทุกคนยังมีบุคลิกพิเศษที่คล้ายคลึงกัน คือ เป็นผู้ที่ช่างอ่าน ช่างสังเกตเกี่ยวกับชีวิตและสังคมรอบตัวรักในงานศิลปะหลายแขนง อย่างไรก็ดี ศิลปินทุกคน

พบว่าอุปสรรคใหญ่ในการสร้างสรรค์งานคือเรื่องเงินทุนในการผลิตและระบบการเผยแพร่ดนตรีที่กีดกันศิลปินอิสระ 3. ศิลปินมีแนวทางในการสร้างสรรค์งาน 2 รูปแบบ คือกลุ่มที่มุ่งเน้นด้านสุนทรียภาพของดนตรีในแนวศิลปะเพื่อศิลปะ และกลุ่มที่มุ่งเน้นด้านสะท้อนและปลุกจิตสำนึกในแนวศิลปะเพื่อชีวิต 4. ดนตรีโปรเกรสซีฟร็อกในสังคมไทยขาดความต่อเนื่อง เพราะศิลปินมีอุปสรรคในด้านเงินทุน จนไม่อาจออกผลงานอย่างต่อเนื่องได้ ส่งผลให้คนฟังส่วนมากไม่รู้จักและไม่สนใจจนกลายเป็นกลุ่มตลาดขนาดเล็ก ในสายตาของบริษัทผลิตเพลง ทำให้บริษัทผลิตเพลงไม่สนใจที่จะสนับสนุนศิลปิน แนวโน้มของดนตรีโปรเกรสซีฟร็อกในอนาคตจะขึ้นอยู่กับปัจจัยดังต่อไปนี้ 1. สังคมให้การยอมรับอาชีพดนตรี และคน รุ่นใหม่มุ่งสู่การศึกษาและสร้างอาชีพดนตรีอย่างจริงจังมากขึ้น 2. เทคโนโลยีการผลิตดนตรีระบบดิจิทัลและการเผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ศิลปินหน้าใหม่แจ้งเกิดได้ และศิลปินสามารถทำงานอย่างอิสระบนพื้นที่ของตน 3. กลุ่มผู้ฟังดนตรีที่เปิดใจกว้างและแสวงหาแนวดนตรีใหม่ๆ อยู่เสมอ

บุบผา เมฆศรีทองคำ (2533) ศึกษาเรื่อง ศึกษาบทบาทของเพลงลูกทุ่งในการพัฒนาภาพชีวิต : วิเคราะห์เนื้อหาของ เพลงลูกทุ่งในช่วงปี พ.ศ.2532-2533 พบว่า เนื้อหาของเพลงลูกทุ่งสะท้อนถึง เรื่องของการพัฒนาภาพชีวิตของชาวบ้านตามแนวทางของรัฐ การที่บทเพลงลูกทุ่งสะท้อนถึงเรื่องของการพัฒนาภาพชีวิตน้อยมาก เนื่องจาก 1. ส่วนหนึ่งของเพลงที่นำมาวิเคราะห์ประมาณ 30-40% เป็นบทเพลงเก่าที่แต่งขึ้นก่อนปี พ.ศ.2510 และนำมาขับร้องใหม่ในปัจจุบัน ดังนั้น เนื้อหาของเพลงก็สะท้อนเรื่องราวที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น แต่ไม่สะท้อนใน เรื่องของการพัฒนาภาพชีวิต ซึ่งถูกกำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 พ.ศ.2530-2534 2. ส่วนหนึ่งของเพลงที่นำมาวิเคราะห์ประมาณ 30-40% เป็นเพลง ลูกทุ่งผสมเพลงพื้นบ้านพื้นเมืองแนวหมอลำอีสาน ดังนั้นเนื้อหาของเพลงที่สะท้อนในเรื่องของการพัฒนาภาพชีวิต จึงเป็นการพัฒนาภาพชีวิตของชาวอีสานโดยตรง มิได้เป็นการสะท้อนถึงการพัฒนาภาพชีวิตของประชาชนทั้งประเทศ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 3. ส่วนหนึ่งของเพลงที่นำมาวิเคราะห์ประมาณ 10-20% เป็นเพลงลูกทุ่งที่แต่งขึ้นใหม่ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ระบบทุนนิยมเข้ามามีส่วนอย่างมาก ในการกำหนดเนื้อหาของเพลง ดังนั้น แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน เพลงจึงเป็นไปตามความต้องการของตลาด

ชนะบุญ พิงกลิ่นพระ (2543) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การใช้สื่อสารมวลชนเพื่อส่งเสริม การขายของบริษัทเทปเพลงไทยอิสระ พบว่า บริษัทเทปเพลงไทยอิสระมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายดังนี้ 1. การใช้ศิลปินที่มีความสามารถ เพื่อผลิตงานเพลงที่มีคุณภาพ 2. การใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม 3. การกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสม และการควบคุมต้นทุน

การผลิต 4. การใช้สื่อมวลชน และกิจกรรมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขาย โดยในการใช้สื่อมวลชนเพื่อส่งเสริมการขายนั้นเป็นการเลือกใช้สื่อภายใต้งบประมาณที่จำกัด โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นลำดับแรก ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์ถือได้ว่าเป็นสื่อที่บริษัทเพลงไทยอิสระใช้มากที่สุด รองลงมาได้แก่สื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังได้มีการใช้กิจกรรมพิเศษอื่นๆ เพื่อเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริม การขายด้วย ซึ่งได้แก่ การจัดงานแถลงข่าว, การจัดแสดงคอนเสิร์ต, การจัดกิจกรรมทางดนตรีร่วมกับสถาบันการศึกษา และการผลิตซีดีแจกตามสถานีวิทยุและสถานเริงรมย์ต่างๆ

ฉกาจ ราชบุรี (2536) ศึกษาเรื่อง ประวัติศาสตร์ธุรกิจเพลงลูกทุ่งไทย พ.ศ. 2507-2535 พบว่า เพลงไทยลูกทุ่งเป็นเพลงไทย ชนิดหนึ่งซึ่งพัฒนามาจากเพลงไทยสากล และได้แยกตัวเองออกมาในปี พ.ศ.2507 และได้รับความนิยมจากประชาชน ทั่วประเทศ โดยเฉพาะต่างจังหวัด จากความนิยมของ ประชาชนดังกล่าว ทำให้เพลงลูกทุ่งตกอยู่ภายใต้ระบบธุรกิจ ซึ่งสามารถแบ่งยุคระบบธุรกิจเพลงลูกทุ่งได้เป็น 3 ยุค ดังนี้ 1. ช่วงระหว่าง พ.ศ. 2507-2511 พ.ศ. 2507 เป็นปีกำเนิดเพลงลูกทุ่งและ พ.ศ.2511 เป็นปีที่วงการ เพลงลูกทุ่งต้องสูญเสียราชาเพลงลูกทุ่ง สุรพล สมบัติเจริญ ระบบธุรกิจในยุคนี้ออกเป็น 2 ประเภท คือ 1.1 ธุรกิจแผ่นเสียง นับเป็นธุรกิจที่สำคัญ เพราะ เป็นธุรกิจที่ผลิตเพลงลูกทุ่งออกมาสู่สาธารณชน โดยมีสถานี วิทยุเป็นสื่อเผยแพร่ที่สำคัญ ธุรกิจแผ่นเสียงนอกจากจะตกอยู่กับ นายทุนห้างแผ่นเสียงแล้ว ยังพบว่ามีนักร้อง และนักประพันธ์เพลงบางคน ก็ผลิตแผ่นเสียงออกจำหน่ายเองด้วย 1.2 ธุรกิจวงดนตรีลูกทุ่ง นับเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อนักร้องเพลงลูกทุ่งมากที่สุดเพราะเป็นแหล่งรายได้ การทำวงดนตรีลูกทุ่งในระยนี้ยังไม่ถูกแทรกแซง จากนายทุน นักร้องที่มีชื่อเสียงสามารถตั้งวงดนตรีออก เตินสายไปแสดงได้ทั่วประเทศ ธุรกิจวงดนตรีในยุคนี้นี้ เป็นธุรกิจแบบครอบครัวหรือ ควบกับศิษย์ 2. ช่วงระหว่าง พ.ศ. 2511-2520 ภายหลัง การเสียชีวิตของ สุรพล สมบัติเจริญ ในปี พ.ศ. 2511 ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมากในระบบ ธุรกิจเพลงลูกทุ่ง แม้ระบบธุรกิจเพลงลูกทุ่งยังคง แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ 2.1 ธุรกิจแผ่นเสียง การเสียชีวิตของ สุรพล สมบัติเจริญ ส่งผลให้เกิดนักร้องลูกทุ่งใหม่ๆ มากมาย ธุรกิจแผ่นเสียงมีการขยายตัวออกไปอย่าง กว้างขวาง นับจากช่วงกลางของยุคนี้ (พ.ศ.2515) แผ่นเสียงมีการปลอมแปลงกันมาก ประกอบกับมี การพัฒนา เทคโนโลยีทางด้านเทปคาสเซต ซึ่งราคาถูก ง่าย และสะดวกในการใช้ จึงได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ระบบแผ่นเสียงเริ่มเสื่อมความนิยมลงไปเรื่อย ๆ 2.2 ธุรกิจวงดนตรีลูกทุ่ง เนื่องจากในยุคนี้นี้มีนักร้องเกิดขึ้นอย่างมากมาย จึงมีวงดนตรีลูกทุ่งเพิ่ม มากขึ้นตามไปด้วย ทำให้มี การแข่งขันสูง ระบบนายทุน จึงเริ่มเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งนี้ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน ตั้งแต่ พ.ศ.2515 เป็นต้นไป ระบบ

ธุรกิจวงดนตรีลูกทุ่ง ซึ่งเคยเป็นระบบธุรกิจแบบครอบครัวแบบครูกับศิษย์ ก็เริ่มอ่อนตัวลง 3. ช่วงระหว่าง พ.ศ. 2521-2535 จากการพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านเทปคาสเซต การออกพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ในปี พ.ศ. 2521 และการขยายตัวของสังคมผู้บริโภค ส่งผลให้ระบบแผ่นเสียงเสื่อมความนิยมไป และระบบเทปคาสเซตได้รับความนิยมแทนที่ ธุรกิจเพลงลูกทุ่ง ในยุคนี้แบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ 3.1 ธุรกิจเทปคาสเซตเป็นระบบที่เข้ามาแทนที่ ระบบแผ่นเสียงซึ่งกระบวนการต่าง ๆ ในระบบเทปคาสเซต ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงมือผู้บริโภคนั้น ตกอยู่กับนายทุนทั้งสิ้น ทั้งนี้เพราะระบบเทปคาสเซตเป็นระบบที่ผลิตจำนวนมากเพื่อขาย จึงมีการวางแผนการผลิตที่เป็นระบบทุกขั้นตอน และต้องใช้งบลงทุนเป็นจำนวนมาก และต้องการผลกำไรสูง 3.2 ธุรกิจวงดนตรีลูกทุ่งในยุคนี้ธุรกิจ วงดนตรี เป็นของนายทุนทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจากว่า การตั้งวงดนตรี มีการแข่งขันสูง แต่ละวงจึงพัฒนา วงดนตรีของตัวเอง ในด้านต่าง ๆ เช่น แสง สี เสียง และหางเครื่อง ทำให้นักร้องลูกทุ่งไม่มีเงินพอที่จะสามารถตั้งวงดนตรีได้ด้วยตัวเอง ระบบวงดนตรีแบบครอบครัวเสื่อมสลายไป ระบบธุรกิจวงดนตรีแบบบริษัทเข้ามาแทนที่นักร้องมีหน้าที่ แค่เพียงนักร้องรับจ้างเท่านั้น ในปี พ.ศ. 2535 วงการเพลงลูกทุ่งไทยต้องสูญเสียราชินีเพลงลูกทุ่ง พุ่มพวง ดวงจันทร์ ส่งผลให้เพลงลูกทุ่งไทยได้รับความกระทบกระเทือน เป็นอันมาก เพราะพุ่มพวง ดวงจันทร์ เป็นนักร้องลูกทุ่งในยุคนี้ที่ได้รับ การยอมรับจากประชาชนสูงสุดในประเทศ

อรชรา เรือนคำ (2536) ศึกษาเรื่อง การศึกษาภาพสะท้อนสังคมล้านนาและคุณค่าเชิงวรรณศิลป์ จากบทเพลงของ จรัส มโนเพชร เป็นการศึกษาวิเคราะห์วรรณกรรมบทเพลงของจรัส มโนเพชร ในด้านการสะท้อนภาพ สังคมล้านนา และประเมินคุณค่าเชิงวรรณศิลป์ บทเพลงที่ใช้ศึกษาเป็นบทเพลงที่จรัส มโนเพชร เป็นผู้แต่งคำร้องรวม 83 เพลง ซึ่งเผยแพร่ในช่วง พ.ศ. 2520 จนถึง พ.ศ. 2534 โดยผู้วิจัยได้ จำแนกบทเพลงทั้งหมดออกเป็น 3 ประเภท คือ บทเพลงพรรณนา บทเพลงเล่าเรื่อง และบทเพลงสะท้อนสังคม ผลของการศึกษาวิเคราะห์พบว่า จรัส มโนเพชร มีความสามารถโดดเด่นด้านการแต่งบทเพลงพรรณนา และบทเพลงเล่า เรื่องมากกว่าบทเพลงสะท้อนสังคม คุณค่าเชิงวรรณศิลป์ในบทเพลง ของ จรัส มโนเพชร อยู่ที่ลีลาการใช้คำที่เรียบง่าย เสียงของ คำไพเราะ มีความหมาย สะท้อนอารมณ์และมีเนื้อหาที่ชวนให้ ขบคิด เสน่ห์ของบทเพลงของจรัส มโนเพชร อีกอย่างหนึ่ง คือ การใช้ภาษาถิ่นล้านนาในบทเพลง แม้ว่าจะเป็นเพียงผลงาน ส่วนหนึ่ง แต่ก็ทำให้บทเพลงของ จรัส มโนเพชร มีคุณค่าและได้รับความนิยมยกย่อง

สมกมล ลิ้มปิชัย (2532) ศึกษาเรื่องระบบธุรกิจเพลงไทยสากลต่อการสร้างสรรค์ผลงานเพลง พบว่า เมื่อการผลิตเพลงเป็นระบบธุรกิจส่งผลให้กระบวนการผลิตเพลงมีผู้เข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้น โดยส่วนที่เกี่ยวข้องนั้นมีการเปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ ฝ่ายผู้ผลิตประกอบด้วยคน

2 กลุ่ม คือ เจ้าของเงินทุน และศิลปิน สำหรับเจ้าของเงินทุนนั้นมูลค่าแลกเปลี่ยนของเทพเพลงนั้นย่อมสำคัญกว่ามูลค่าการใช้ (หรือสุนทรียะ) กล่าวคือ คำนึงถึงกำไรขาดทุนมากกว่าศิลปะ และมีผลทำให้ศิลปินไม่ว่าจะเป็นผู้แต่งเพลงหรือนักร้องถูกจำกัดเสรีภาพในการสร้างสรรค์ตามไปด้วย ผลงานที่ออกมา คือ เพลงมีลักษณะซ้ำซาก ทั้งนี้เพราะคุณภาพเพลงไม่ได้อยู่ที่สาระของเพลง หากแต่อยู่ที่ตลาดผู้ฟัง เพลงแบบใดก็ตามถ้าผู้ฟังชอบก็ถือว่าเป็นเพลงที่ใช้ได้ ด้านผู้ฟัง เนื่องจากรสนิยมของผู้ฟังถูกดึงให้ต่ำลงเพราะแทนที่เพลงจะทำหน้าที่ในการยกระดับรสนิยมของผู้ฟังกลับกลายเป็นรสนิยมของผู้ฟังดึงมาตรฐานเพลงให้ต่ำลงมาทุกที เช่น ผู้ฟังจะคุ้นหูมากกว่าดนตรีเป็นต้น เทคโนโลยีในการผลิต จะมีความสำคัญมากกว่าศิลปิน แมื่อนักร้องจะร้องเพลงไม่ดี แต่ถ้าเครื่องมิกซ์เสียงดี ก็สามารถทำให้เพลงออกมาเพราะได้

ลักษณะสำคัญอีกประการคือ ในอดีตหากกระบวนการผลิตดี การจัดจำหน่ายก็จะดีไปด้วย แต่ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา แม้กระบวนการผลิตจะไม่ดี แต่หากกระบวนการในการส่งเสริมดี จะส่งผลต่อการจัดจำหน่ายอย่างมาก จากเหตุผลที่มีการส่งเสริมเทพเพลงอย่างมากมายนี้เอง ทำให้ผู้ฟังได้ฟังเพลงอย่างซ้ำซาก จำเป็นต้องชอบ และนิยมไปเองในท้ายที่สุด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved