

การบริหารแบรนด์หลักสู่แบรนด์ย่อยของกรีนเวฟ

กนกอร ประสาทกลาง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2556

**GREEN WAVE'S MASTER BRAND AND SUB-BRANDS
MANAGEMENT**

KANOKORN PRASATKLANG

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Communication Arts

Department of Communication Arts

Faculty of Communication , Dhurakij Pundit University

2013

กิตติกรรมประกาศ

กว่ารายการวิทยุรายการหนึ่งจะเติบโต แข็งแรง และสามารถขยายขอบเขตของแบรนด์ได้นั้นต้องอาศัยเวลา และความมุ่งมั่น เช่นเดียวกับงานวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอใช้พื้นที่นี้เป็นตัวแทนของความรู้สึกที่ปลงเพื่อขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมกับความสำเร็จในครั้งนี้ด้วยใจจริง

ขอขอบพระคุณครอบครัวที่แสนอบอุ่นในการสนับสนุนด้านการศึกษา คอยดูแล มอบความรัก โอบกอดให้กำลังใจทุกครั้ง และเชื่อมั่นในตัวผู้วิจัยเสมอมา รวมถึงครอบครัวพระปิยะที่รัก

ขอขอบพระคุณพี่จ๊อด สายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา ที่สร้างกรีนเวฟให้แข็งแรงและเป็นแบบอย่างของการศึกษา รวมถึงข้อมูลที่มาช่วยเติมเต็มจากคุณเก็จชญา จันทศิษฐ์ คุณนวรรณ์ เตชะวิวรรณ คุณณภาพร ไตรวิทย์วารีกุล คุณฉันทนา พลาคิสัยสวัสดิ์ คุณอัญชลิ หิรัญประเสริฐวุฒิ คุณวันเพ็ญ ฐานิสสรณ์ คุณมรกต เกรียงทอง พี่อ้วน คุณชะเอม นื่องอาม เอไทม์มีเดีย ที่สละเวลา และไวใจเปิดเผยข้อมูลที่มีคุณค่าให้กับผู้วิจัยได้เรียงร้อยจนเป็นเล่มที่สมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.วลัย วัฒนศิริ ประธานกรรมการ รศ.ดร.อุษา บิ๊กกินส์ กรรมการ รศ.ดร.กุลทิพย์ ศาสตราวุจิ และดร.มนต์ ขอเจริญ ที่สละเวลาคอยแนะนำ ชัดเกล้า เต็มเต็ม และปรองดองให้ผู้วิจัยสามารถสร้างผลงานชิ้นนี้ขึ้นมาจนสำเร็จลุล่วง รวมถึงคุณชลาลัย พงษ์ศิริ สำหรับทุกอย่างตั้งแต่เริ่มเปิดหัวข้อจนเสร็จสิ้นกระบวนการ

ขอขอบพระคุณผู้สนับสนุนด้านเวลาและพลังความฮึกเหิม คุณเจษฎ์สุภา คุณวสันต์ เบนซ์ทองหล่อ และคุณพลอยกาญจน์ โพธิ์พิมพานนท์ ที่เมตตาให้ผู้วิจัยได้ศึกษา เรียนรู้ ควบคู่ไปกับการทำงาน รวมถึงผู้ร่วมงานที่ปฏิบัติภารกิจแทนผู้วิจัยในช่วงเวลาของการศึกษาต่อ

ขอขอบพระคุณ อ.หมูเล็ก สำหรับทุกอย่าง กำลังใจในวันที่เหนื่อยล้า รอยยิ้ม ข้อคิดดีๆ ที่มีให้กันเสมอมา รวมถึง อ.ป๋ม อ.อ้อม หันไปเมื่อไรก็เจอกับความปรารถนาดีที่มีให้กันเสมอ

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่ฝ่าฟันมาด้วยกัน บุคคลเหล่านี้ไม่เคยปล่อยให้รู้สึกท้อแท้ตั้งแต่วันแรกที่พบกัน หัวหน้าครอบครัว ป.โท 54 พี่กุง พี่นัท พี่วี พี่น้อย พี่เก้ เหมียว เบิร์ด อ้อม ปลา หลิน เน็ต แชมป์ รวมถึงรุ่นพี่ 53 สำหรับกำลังใจที่แสนอบอุ่น

ขอขอบคุณ เพื่อนรักที่ช่วยเหลือทั้งงานรูปภาพภายในเล่ม และช่วยดึงสติของผู้วิจัยให้เข้มแข็งเสมอ อ้อ อ้อน จำ และ เก็ด ผู้จุดประกายในทุกๆ เรื่องของวิทยานิพนธ์เล่มนี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ฅ
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง	๘
สารบัญภาพ	๘
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหานำวิจัย.....	12
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	12
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	13
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	13
1.6 นิยามศัพท์.....	13
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
2.1 แนวคิดกระบวนการสร้างแบรนด์.....	17
2.2 แนวคิดกลยุทธ์แบรนด์พอร์ต โพลีโอ.....	27
2.3 แนวคิดการยกระดับแบรนด์ไปสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์ในตลาดใหม่.....	46
2.4 แนวคิดการบริหารสื่อวิทยุกระจายเสียง.....	52
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	56
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	60
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	61
3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	61
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	63
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	63
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
3.5 การนำเสนอผลวิจัย.....	66

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิจัย.....	68
4.1 โครงสร้างแบรนด์พอร์ตโฟลิโอของกรีนเวฟ.....	72
4.2 บทบาทแบรนด์พอร์ตโฟลิโอของกรีนเวฟ.....	117
4.3 ขอบเขตแบรนด์พอร์ตโฟลิโอของกรีนเวฟ.....	135
5. สรุปและอภิปรายผลงานวิจัย.....	167
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	168
5.2 อภิปรายผล.....	181
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	192
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต.....	194
บรรณานุกรม.....	195
ภาคผนวก	201
ประวัติผู้เขียน	208

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ตารางแสดงตัวอย่างรายละเอียดของกรีนทริป.....	77
4.2 ตารางแสดงชื่อตอนของกรีนคอนเสิร์ต และชื่อมูลนิธิที่ได้รับการสมทบเงิน...	80
4.3 ตารางแสดงชื่อตอนของกรีนคอนเสิร์ต ศิลปิน และวันที่แสดง.....	83
4.4 ตารางแสดงชื่อตอนและวันออกอากาศกลับฟรายเดย์.....	100

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ภาพแสดงแผนผังโครงสร้างรูปแบบธุรกิจภายในบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน).....	4
2.1 ภาพแสดงความสัมพันธ์ของการสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์.....	22
2.2 ภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่า อัตลักษณ์ของแบรนด์กับ แบรนด์พอร์ตโฟลิโอ.....	26
2.3 ภาพแสดงกลยุทธ์แบรนด์พอร์ตโฟลิโอ.....	30
2.4 ภาพแสดงขอบเขตของแบรนด์.....	35
2.5 ภาพ แสดง โครงสร้างแบรนด์พอร์ตโฟลิโอแบบเรียบง่ายที่สุด.....	39
2.6 ภาพแสดงโครงสร้างแบรนด์พอร์ตโฟลิโอทั่วไป.....	40
2.7 ภาพแสดงมิติการขยายแบรนด์ในแนวตั้ง.....	49
2.8 ภาพแสดงโครงสร้างองค์การสื่อวิทยุกระจายเสียงขนาดเล็ก.....	52
2.9 ภาพแสดงโครงสร้างองค์การวิทยุกระจายเสียงขนาดกลาง.....	53
2.10 ภาพแสดงโครงสร้างองค์การสื่อวิทยุกระจายเสียงขนาดใหญ่.....	53
2.11 ภาพแสดงลำดับการกำหนดยุทธศาสตร์ขององค์การ.....	54
2.12 ภาพแสดงการวิเคราะห์ SWOT Analysis.....	55
2.13 ภาพแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	60
4.1 ภาพแสดงการเปลี่ยนแปลงของแนวคิดรายการกรีนเวฟ.....	69
4.2 ภาพแสดงโครงสร้างการจัดกลุ่มแบรนด์พอร์ตโฟลิโอของกรีนเวฟ.....	73
4.3 ภาพแสดงตัวอย่างรายละเอียดของกรีนทริปครั้งที่ 73.....	75
4.4 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมกรีนทริป.....	76
4.5 ภาพแสดงตัวอย่างกิจกรรมกรีนแชร์ตี้.....	79
4.6 ภาพแสดงโปสเตอร์โปรโมตกรีนคอนเสิร์ตหมายเลข 13	87
4.7 ภาพแสดงโปสเตอร์โปรโมตกรีนคอนเสิร์ตหมายเลข 14	88
4.8 ภาพแสดงกิจกรรมคัพเวอร์ไนท์.....	89
4.9 ภาพแสดงกิจกรรมคัพเวอร์ไนท์.....	90
4.10 ภาพแสดงการโปรโมตกิจกรรมกรีนแฟนคลับ สโลว์ไลฟ์.....	92

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.11 ภาพแสดงกิจกรรมกรีนแฟนคลับ สโลว์ไลฟ์.....	92
4.12 ภาพแสดงกิจกรรมกรีนแฟนคลับ โสตสนุก.....	93
4.13 ภาพแสดงกิจกรรมกรีนแฟนคลับ.....	94
4.14 ภาพแสดงกิจกรรมกรีนแฟนคลับ Bangkok Earthday.....	95
4.15 ภาพแสดงรายการสัมภาษณ์พิเศษคืนพิเศษ คนพิเศษ ครั้งที่ 166.....	96
4.16 ภาพแสดงรายการสัมภาษณ์พิเศษคืนพิเศษ คนพิเศษ.....	97
4.17 ภาพแสดงรายการสัมภาษณ์พิเศษคืนพิเศษ คนพิเศษ.....	98
4.18 ภาพแสดงหน้าปกอัลบั้มเพลงจากคลับฟรายเดย์ Based on true story By เอ็น พียะดา.....	101
4.19 ภาพแสดงโปสเตอร์กรีนคอนเสิร์ต หมายเลข 15 คลับฟรายเดย์ Based on true story	102
4.20 ภาพแสดงตอนต่างๆ ในคลับ ฟรายเดย์ เดอะ ซีรีส์ ซีซั่นที่ 1.....	103
4.21 ภาพแสดงจัดลำดับชั้นของแบรนด์กรีนเวฟ	105
4.22 ภาพแสดงโปสเตอร์คอนเสิร์ตดีเจ ออน สเตจ ที่จัดโดย เอ-ไทม์ โซวบีช.....	109
4.23 ภาพแสดงโปสเตอร์คอนเสิร์ต Three Men & The Dream Girls ที่จัดโดย เอ-ไทม์ โซวบีช.....	111
4.24 ภาพแสดงคอนเสิร์ต 6 2 13 ที่จัดโดย เอ-ไทม์ โซวบีช.....	112
4.25 ภาพแสดงผังรายการของสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ช่องกรีนชานเนล ประจำเดือนเมษายน 2556.....	112
4.26 ภาพแสดงกิจกรรมเซรตี้ของกรีนเวฟ.....	120
4.27 ภาพแสดงกิจกรรมเซรตี้ของกรีนเวฟ.....	121
4.28 ภาพแสดงการรับชมและรับฟังรายการกรีนเวฟผ่านทางเว็บไซต์ www.greenwave.fm.....	138
4.29 ภาพแสดงแอปพลิเคชันในการรับชมและ รับฟังรายการวิทยุของบริษัทเอไทม์ มีเดียบนมือถือสมาร์ตโฟน.....	138
4.30 ภาพแสดงการรับชมและรับฟังรายการกรีนเวฟผ่าน แอปพลิเคชันเอไทม์ออนไลน์บนมือถือสมาร์ตโฟน.....	139

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.31 ภาพแสดงแอปพลิเคชันของคลับฟรายเดย์ ที่สามารถฟังรายการกรีนเวฟขณะออกอากาศสดควบคู่ไปได้.....	140
4.32 ภาพแสดงแอปพลิเคชันของคลับฟรายเดย์ ที่สามารถฟังรายการคลับฟรายเดย์ย้อนหลัง และดูรายชื่อคอนเสิร์ตในสัปดาห์ต่อไปผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ.....	140
4.33 ภาพแสดงแอปพลิเคชันของคลับฟรายเดย์ที่สามารถ รับชมมิวสิควิดีโอและหนังสือของคลับฟรายเดย์ผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ.....	141
4.34 ภาพแสดงสื่อโซเชียลมีเดียของคลับฟรายเดย์ ประเภททวิตเตอร์.....	141
4.35 ภาพแสดงสื่อโซเชียลมีเดียของคลับฟรายเดย์ ประเภทเฟสบุ๊กแฟนเพจ.....	142
4.36 ภาพแสดงโซเชียลมีเดียของกรีนเวฟประเภท เฟสบุ๊ก.....	142
4.37 ภาพแสดงกิจกรรมของกรีนเวฟผ่านเฟสบุ๊ก.....	143
4.38 ภาพแสดงโซเชียลมีเดียของกรีนเวฟประเภท ทวิตเตอร์.....	143
4.39 ภาพแสดงโซเชียลมีเดียของกรีนเวฟประเภท อินสตราแกรม.....	144
4.40 ภาพแสดงกิจกรรมกรีนแฟนคลับดีเจปาร์ตี้มอของรางวัลให้สมาชิก.....	151
4.41 ภาพแสดงความผูกพันระหว่างดีเจกับผู้ฟังในกิจกรรมกรีนแฟนคลับ.....	151
4.42 ภาพแสดงหนังสือรวบรวมเรื่องราวจากคลับฟรายเดย์ 1.....	153
4.43 ภาพแสดงหนังสือรวบรวมเรื่องราวจากคลับฟรายเดย์ 2.....	153
4.44 ภาพแสดงผู้จัดการรายการคลับฟรายเดย์ดีเจพีอ้อย และดีเจพีฉอด.....	154
4.45 ภาพแสดงคำคมจากพีอ้อยพีฉอดในรายการคลับฟรายเดย์ ที่ใช้เป็นสื่อ.ประชาสัมพันธ์ กรีนคอนเสิร์ตหมายเลข 15.....	155
4.46 ภาพแสดงการขยายขอบเขตของคลับฟรายเดย์สู่รูปแบบอื่นๆ.....	155
4.47 ภาพแสดงกรีนคอนเสิร์ตหมายเลข 15 Club Friday Base on true story concert.....	156
4.48 ภาพแสดงฝั่งดีเจกรีนเวฟ ปี 2556.....	158
4.49 ภาพแสดงการบริหารแบรนด์หลักสู่แบรนด์ย่อยของกรีนเวฟ	162
4.50 ภาพแสดงการบริหารแบรนด์หลักสู่แบรนด์ย่อยของกรีนเวฟ.....	165
5.1 ภาพแสดงโครงสร้างการจัดกลุ่มแบรนด์พอร์ตโฟลิโอของกรีนเวฟ.....	168
5.2 ภาพแสดงจัดลำดับชั้นของแบรนด์กรีนเวฟ	172