



การบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

วิทยานิพนธ์  
ของ  
ธนรัชต์ อนุกุล

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาดุริยางคศิลป์  
สิงหาคม 2559  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม



# การบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

วิทยานิพนธ์  
ของ  
ธนระชต์ อนุกุล

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาดุริยางคศิลป์  
สิงหาคม 2559  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม





คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนายธนระวีชต์ อนุกุล  
แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต  
สาขาวิชาดุริยางคศิลป์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(รศ.ดร.ณรงค์ชัย ปัญญรัตน์) (กรรมการบัณฑิตศึกษาประจำคณะ)

..... กรรมการ  
(ผศ.ดร.เจริญชัย ชนไพโรจน์) (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก)

..... กรรมการ  
(อาจารย์ ดร.กมล เสวตสมบุรณ์) (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม)

..... กรรมการ  
(รศ.ดร.ปิยพันธ์ แสนทวีสุข) (อาจารย์บัณฑิตศึกษาประจำคณะ)

..... กรรมการ  
(รศ.ดร.มานพ วิสุทธิแพทย์) (ผู้ทรงคุณวุฒิ)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาดุริยางคศิลป์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

.....  
(ผศ.ดร.ปราโมทย์ ต้านประดิษฐ์)  
คณบดีวิทยาลัยดุริยางคศิลป์

.....  
(ศ.ดร.ประดิษฐ์ เทอดทูล)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
วันที่ 31 เดือน 5 พ.ศ. 2559



## ประกาศขอบคุณ

วิทยาลัยนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจริญชัย ชนไฟโรจน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยาลัยนิพนธ์หลัก อาจารย์ ดร.กมล เสวตสมบูรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยาลัยนิพนธ์ร่วม รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ชัย ปิฎกัรชต์ กรรมการบัณฑิตศึกษาประจำคณะ รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยพันธ์ แสนทวิสุข อาจารย์บัณฑิตศึกษาประจำคณะ รองศาสตราจารย์ ดร.มานพ วิสุทธิแพทย์ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ บุคคลข้อมูล อาจารย์นภดล ธีรธราดล อาจารย์อัศวพงษ์ ธนกุลกิจ คุณเจษฎา ดาวแก้ว ที่กรุณาให้ข้อมูลกับผู้วิจัยเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา คชประเสริฐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัตรา วิไลลักษณ์ อาจารย์กิตติภรณ์ ชิตเทพ นายขวัญรัตน์ บุญชู อาจารย์นวเทพ นพสุวรรณ ที่กรุณาช่วยเรื่องข้อมูลภาคสนาม

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อฤกษ์พัฒน์ อนุกุล คุณแม่ประทุม อนุกุล น้องและญาติ ที่ให้กำลังใจ ตลอดมาและสนับสนุนด้านการเงินเพื่อใช้ในการศึกษาและการทำงานวิทยาลัยนิพนธ์ นางสาวชลนภา อนุกุล ที่ได้ช่วยเหลือในด้านการตรวจสอบภาษาอังกฤษให้แก่ผู้วิจัย

คุณค่าและประโยชน์จากวิทยาลัยนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาแก่บุพการี ผู้ให้โอกาสทางการศึกษา รวมถึงบูรพคณาจารย์ทุกท่านที่อบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาการความรู้ ให้แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด ทำให้ผู้วิจัยได้ประสบความสำเร็จและความก้าวหน้า ในการดำเนินชีวิต และหน้าที่การงาน

ธนระชต์ อนุกุล



ชื่อเรื่อง	การบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย
ผู้วิจัย	นายธนรัชต์ อนุกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจริญชัย ชนไฟโรจน์ และ อาจารย์ ดร.กมล เสวตสมบูรณ์
ปริญญา	ปร.ด. สาขาวิชา ดุริยางคศิลป์
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่พิมพ์ 2559

### บทคัดย่อ

การบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยมีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 เป็นการจัดการเทศกาลดนตรีครั้งแรกในประเทศไทยจนปัจจุบันมีการจัดเทศกาลดนตรีในรูปแบบต่างๆ เป็นจำนวนมาก แต่ความนิยมของการจัดเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยนั้นลดลง ผู้วิจัยจึงมีจุดประสงค์ในการศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้ 1) เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์กระบวนการจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย 3) การบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากพื้นที่ของการจัดเทศกาลดนตรีแจ๊สที่จัดขึ้นในประเทศไทยจำนวน 3 เทศกาล โดยใช้วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้ทฤษฎีการบริหารจัดการเทศกาล การบริหารการเงินงบประมาณ การผลิตเทศกาลและการวางแผนการตลาด ในการเก็บข้อมูลภาคสนาม จากการสัมภาษณ์ผู้จัดเทศกาลแบบเจาะลึกและนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า

สภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย สถานที่การจัดพื้นที่ในเทศกาลสามารถแบ่งออกเป็น ลานจอดรถ ผู้ชมการจัดร้านอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนนักแสดง ห้องน้ำเวทีมีแบบในหอแสดงและแบบกลางแจ้ง ระบบแสงเน้นความปลอดภัย ระบบเสียงมีความชำนาญในระบบเสียงดนตรีแจ๊สศิลปินต่างชาติ จากยุโรป อเมริกาและเอเชีย จำนวน 2 วงขึ้นไป มีการอบรมเชิงปฏิบัติการและการประกวด

การบริหารจัดการเทศกาลมีการทำสัญญาจัดซื้อจัดจ้างที่ถูกต้อง จัดทำกำหนดการกำหนดบทบาทหน้าที่ของทีมงานและคณะกรรมการ มีการประชุมก่อนและหลังการจัดเทศกาล วางแผนมุ่งพัฒนาไปสู่ระดับภูมิภาคเอเชียการบริหารการเงินงบประมาณตามองค์ประกอบต้นทุนการผลิตเทศกาลกำหนดวันหยุดสุดสัปดาห์ อาสาสมัครจากหน่วยงานของราชการที่เช่น ตำรวจ สารวัตรทหารเทศกิจ อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน การเตรียมจุดพยาบาลและรถพยาบาล ติดตั้งป้ายนำทางไปสู่สถานที่งาน ป้ายหน่วยงานและป้ายห้องน้ำ เวทีแสดง ร้านค้า อาหาร ที่จอดรถ การวางแผนการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการตลาดโลโก้เทศกาล มีคำว่า “Jazz” (แจ๊ส) และชื่อของงานวางแผนใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โบรชัวร์ โปสเตอร์ แอลงข่าว เว็บไซต์เฟซบุ๊ก การจัดเก็บคลังภาพของเทศกาลในรูปแบบข้อมูลบรรจุอยู่ในอุปกรณ์ฮาร์ดดิส แผ่นดิส อพโหลดไว้บนเฟซบุ๊กและเว็บไซต์



**TITLE** The Jazz Festivals Management in Thailand  
**AUTHOR** Mr. Tanarach Anukul  
**ADVISORS** Asst. Prof. Dr.Jarernchai Chonpairot and Dr. KamonSavatsomboon  
**DEGREE** Ph.D. **MAJOR** Music  
**UNIVERSITY** Mahasarakham University **DATE** 2016

### ABSTRACT

The first Jazz Festival in Thailand took place in 1994. At the same time it was the first music festival in the country. Recently, various kinds of music festival have been produced. But Jazz Festivals in Thailand became less popular. The purpose of this research are (1) to study the recent management of Jazz Festivals in Thailand; (2) to analyze them and (3) to recommend the appropriate management approach. Three Jazz Festivals in Thailand were studied using qualitative research methodology. To understand the recent management process of the festivals, the data were collected by fieldwork and in-depth interview with the festival organizers.

The research findings are categorized in 4 topics: the festival management, the financial management, the festival production and the marketing.

The festival management consists of: legal procurement contracts management, official agenda setting, job descriptions development, meetings before and after work, business model development and inclusive Asian Development.

The financial management includes: budget control measurement, finance planning based on production cost, supplier selection based on inexpensive performing fee, proper sponsor selection in exchange with logo branding and community's profit.

The festival production encompasses: days setting based on holidays, winter or no-rain season, volunteers from related government agencies e.g. policemen, gendarmes, municipals, firemen, first aid service and ambulance preparation, navigation signs installation for the festival location and within the festival (toilets, stage shows, shops, foods, car park, VIP, sponsors).

The marketing incorporates: public relations, promotion, logo design with the word "Jazz" word and the festival name, planning using all of media channels (radios, televisions, newspapers, posters, press release event, brochures for target group, informative Web Sites, Facebook for campaign) and photos archiving in various media e.g. hard disk, CDs, Facebook and Web Sites.



## สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ .....	1
	ภูมิหลัง .....	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย .....	4
	คำถามในการวิจัย .....	4
	ความสำคัญของการวิจัย .....	4
	ขอบเขตของการวิจัย .....	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ .....	5
	ข้อจำกัดของการวิจัย .....	5
	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย .....	6
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	8
	องค์ความรู้เกี่ยวกับดนตรีแจ๊ส .....	8
	องค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการ .....	21
	องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดเทศกาลดนตรีแจ๊ส .....	29
	ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย .....	35
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	38
	งานวิจัยในประเทศ .....	38
	งานวิจัยต่างประเทศ .....	42
3	วิธีดำเนินการวิจัย .....	46
	ขอบเขตของการวิจัย .....	46
	วิธีดำเนินการวิจัย .....	47
4	สภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย .....	49
5	กระบวนการจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย .....	117
	การบริหารจัดการเทศกาล .....	117
	การจัดการด้านการเงิน .....	132
	การผลิตเทศกาล .....	141
	การจัดการการตลาดสำหรับเทศกาล .....	150



บทที่	หน้า
6 การบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย .....	161
การจัดการเทศกาล .....	161
การจัดการด้านการเงิน .....	162
การผลิตเทศกาล .....	164
การตลาดสำหรับเทศกาล .....	166
7 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	169
ความมุ่งหมายของการวิจัย .....	169
สรุปผล .....	169
อภิปรายผล .....	173
ข้อเสนอแนะ .....	177
บรรณานุกรม .....	178
ภาคผนวก .....	184
ประวัติย่อของผู้วิจัย .....	189





## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 กิจกรรมเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัลวันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ. 2556 .....	66
2 กิจกรรมเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัลวันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2556 .....	66
3 กิจกรรมไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์ วันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2558 .....	88
4 กิจกรรมไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์ วันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2558 .....	90
5 กิจกรรมไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 .....	92
6 อุปกรณ์ทางเสียงงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล .....	106
7 ลักษณะสภาพทั่วไปของงานเทศกาล .....	111
8 ลักษณะเวทีของเทศกาล .....	112
9 ระบบแสงของงานเทศกาล .....	113
10 ระบบเสียงของงานเทศกาล .....	113
11 ศิลปินของเทศกาล .....	114
12 กิจกรรมของเทศกาล .....	115



## บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย .....	7
2 สถานที่ตั้งเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล .....	50
3 ศูนย์ประชุมที่มีพื้นที่ใช้สอยบนที่ดิน 326 ไร่ .....	51
4 เสื้อและหมอนอิง .....	52
5 แก้วสีดำ .....	52
6 พื้นที่ร้านอาหาร .....	53
7 พื้นที่พักผ่อนสำหรับผู้แสดง .....	54
8 ลักษณะเวทีงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล .....	54
9 แผงควบคุมระบบแสงเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล .....	55
10 ชุดลำโพงพีเอเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล .....	56
11 ลำโพงมอนิเตอร์ดีบีเค .....	56
12 มิกเซอร์ยามาฮ่ารุ่นแอลเอส 9 -32 .....	57
13 วง Need .....	58
14 วง Del Ritmo .....	58
15 วงเดนนีแอนด์เฟรนด์ (Denny and Friends) .....	60
16 จิตรศักดิ์ ปานพุ่ม .....	61
17 วงแจ๊สคามิกาเซ่ (Jazz Kamikaze) .....	62
18 วงอาร์เอสยูแจ๊สบิ๊กแบนด์ (R.S.U. Jazz Big Band) .....	62
19 วงแดน ฟิลลิปส์ (Dan Phillips) .....	63
20 วงเดอะซูเปอร์ริทาร์ด (The Super Ritard) .....	64
21 วงสยามคูบาน่า (Siam Cubana) .....	64
22 วงไซมอน คอบเมเจอร์กับจอห์น ดี มาร์ทาล ทรีโอ .....	65
23 จอห์น ดี มาร์ทาล .....	65
24 แผนที่วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล .....	67
25 ที่นั่งภายในหอแสดง .....	68
26 ที่นั่งบริเวณลานหน้าอาคาร .....	68
27 การจัดที่นั่งในสวนพฤกษศาสตร์ .....	69
28 ห้องน้ำบริเวณเรือนรับรองศิลปิน .....	69
29 ร้านมิวสิคสแควร์ .....	70
30 ร้านค้าเรือนรับรองศิลปิน .....	70



## ภาพประกอบ

หน้า

31	ส่วนของนักแสดง .....	71
32	โต๊ะและเก้าอี้ของนักแสดง .....	71
33	หอแสดง Auditorium .....	72
34	Oval Stage .....	73
35	Main Stage .....	73
36	การยกระดับบนเวที .....	74
37	ระบบแสงงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ .....	74
38	การออกแบบแสงงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ .....	75
39	โลโก้บริษัทซาวด์ (Who Sound) .....	75
40	ชุดพีเอเอ็ยี่ห้อเทอร์โบซาวด์ (Turbo Sound) .....	76
41	ชุดพีเอเอ็ยี่ห้อไดนาคอร์ดคอบร้า (Dynacord Cobra) .....	76
42	การวางลำโพงมอนิเตอร์เวที Oval Stage .....	77
43	มอนิเตอร์ด้านข้างเวที (Side Field) .....	78
44	ลำโพงมอนิเตอร์ยี่ห้ออีวีรู่นแซดเอ็กซ์ไฟว์ (EV Zx5) .....	78
45	มิกเซอร์เวทีโอวอลสเตจ (Oval Stage) .....	79
46	มิกเซอร์เวทีเมนสเตจ (Main Stage) .....	79
47	ชายหาดหัวหิน .....	95
48	แผนผังบริเวณงานหัวหินแจ๊สเฟสติวัล .....	95
49	บริเวณลานจอดรถงานหัวหินแจ๊สเฟสติวัล .....	96
50	ส่วนชมการแสดงสำหรับวีไอพี .....	97
51	ส่วนชมการแสดงสำหรับผู้สนับสนุน .....	97
52	ส่วนชมการแสดงสำหรับผู้ซื้อบัตร .....	98
53	ส่วนชมการแสดงสำหรับผู้ได้รับรางวัลพิเศษ .....	98
54	ส่วนชมการแสดงและพักผ่อนสำหรับผู้สื่อข่าว .....	99
55	ส่วนชมการแสดงสำหรับผู้ชมทั่วไป .....	99
56	รถสุขาเคลื่อนที่คันที่ 1 .....	100
57	รถสุขาเคลื่อนที่คันที่ 2 .....	100
58	การจัดวางบุทสำหรับร้านค้าจากโรงแรมฯ .....	101
59	ร้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ .....	101
60	ร้านอาหารพร้อมโต๊ะและเก้าอี้สำหรับลูกค้า .....	102
61	ที่พักสำหรับศิลปินผู้แสดง .....	102
62	เวทีหัวหินแจ๊สเฟสติวัล .....	103
63	นายสุทรินทร์ แสงไช .....	103



ภาพประกอบ	หน้า
64 ลักษณะของแสงเวทึมหิวหินแจ็สเฟสตีวัล .....	104
65 โลโก้บริษัทเจเอสเอส .....	104
66 ลำโพงหลัก L-acoustics K1 .....	105
67 วงเคอะแซกโซโฟนแมคเนส .....	107
68 วงสตีฟ แคนนอน ควินเต็ท .....	108
69 แจ็สสตาร์แบทเทิล .....	108
70 เคอะทราเวลเลอร์ส .....	109
71 อินฟินิตี้ .....	109
72 โซลอฟเตอร์ซิก .....	110
73 การทำเวิร์คชอปเกี่ยวกับการอิมโพรไวส์ดนตรีแจ็ส โดยวิทยาลัยดนตรี มหาวิทยาลัยรังสิต .....	120
74 มาสเตอร์สเกิดการจูนเสียงและตรวจเช็คเปียโน .....	121
75 มาสเตอร์สเกิดการติดตั้งอุปกรณ์ทางแสดงและเสียง .....	122
76 มาสเตอร์สเกิดการติดตั้งอุปกรณ์ทางแสดงและเสียง .....	122
77 มาสเตอร์สเกิดของโอวอลสเต็ม .....	123
78 มาสเตอร์สเกิดของแมนสเต็ม .....	123
79 มาสเตอร์สเกิดวงโคลิน สตรานาฮาน ทรีโอ .....	124
80 มาสเตอร์สเกิดการปฏิบัติงานของวงซิมูส แบค ทรีโอ .....	124
81 มาสเตอร์สเกิดการปฏิบัติงานวง แอรอน พาร์คส ทรีโอ .....	125
82 มาสเตอร์สเกิดการปฏิบัติงานซาวด์เช็คและแสดงบริเวณแมนสเต็ม .....	125
83 มาสเตอร์สเกิดการอบรมการอบรมเชิงปฏิบัติการและการบรรยายเกี่ยวกับ ดนตรีแจ็ส .....	127
84 การบริหารจัดการเทศกาล .....	131
85 ตัวเทศกาลเชียงใหม่แจ็สเฟสตีวัล .....	133
86 ตัวของไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ็สคอนเฟอเรนซ์ .....	135
87 การติดแบรน์บนเวทีไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ็สคอนเฟอเรนซ์ .....	136
88 เบาะรองนั่งงานหิวหินแจ็สเฟสตีวัล .....	137
89 บริษัทเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่ให้เข้ามาใช้พื้นที่ในการจำหน่าย .....	138
90 ติดป้ายแบรนต์ในบริเวณงานหิวหินแจ็สเฟสตีวัล .....	138
91 โรงแรมระดับห้าดาวที่ประกอบธุรกิจอยู่ในอำเภอหิวหิน .....	139
92 การจัดการด้านการเงิน .....	140
93 ถังขยะงานเชียงใหม่แจ็สเฟสตีวัล .....	142
94 บริเวณสบูบหรี่พร้อมกับที่เชี่ยบู่หิวหินเชียงใหม่แจ็สเฟสตีวัล .....	142



ภาพประกอบ

หน้า

95	การทำงานอาสาสมัครงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ .....	143
96	ธงญี่ปุ่นงาน ไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ .....	144
97	เคาเตอร์ขายตั๋วหน้างานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ .....	145
98	เจ้าหน้าที่เทศกิจและอภปร.งานหัวหินแจ๊สเฟสติวล .....	146
99	จุดพยาบาลและรถฉุกเฉินสำหรับเทศกาลงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล .....	146
100	รถสุขาเคลื่อนที่และบริเวณสุขาบูHINGานหัวหินแจ๊สเฟสติวล .....	147
101	ป้ายไปสถานที่งานเทศกาลของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล .....	147
102	นายแพทย์ วุฒิกุล นายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน .....	148
103	การผลิตเทศกาล .....	149
104	ตราสัญลักษณ์งานเทศกาลของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล .....	151
105	เว็บไซต์ของงานเทศกาลของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล .....	152
106	ตราสัญลักษณ์งานเทศกาลของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอล แจ๊สคอนเฟอเรนซ์ .....	153
107	โปสเตอร์งานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ .....	153
108	เสื้อแจ๊สฮัพ .....	155
109	ตราสัญลักษณ์งานเทศกาลของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล .....	155
110	สื่อโฆษณาด้วยรถเล็กซ์ส .....	156
111	สื่อโฆษณาด้วยรถเวสป้า .....	156
112	ป้ายประชาสัมพันธ์งานหัวหินแจ๊สเฟสติวล .....	157
113	การจัดการการตลาดสำหรับเทศกาล .....	158
114	การบริหารจัดการเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย .....	159



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ภูมิหลัง

ดนตรีแจ๊สในประเทศไทยเริ่มตั้งแต่ พ.ศ. 2470 จนถึง พ.ศ. 2480 มีการพัฒนาการในส่วนของวงดนตรีแจ๊สวงใหญ่ (Jazz Big Band) ได้ถือกำเนิดมากขึ้นด้วยสาเหตุจากการมุ่งมั่นให้ประเทศไทยได้มีวงดนตรีที่สามารถบรรเลงเพลงเต้นรำเพื่อความบันเทิงอย่างทัดเทียมต่างชาติ โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ภาพรวมของดนตรีแจ๊สของประเทศไทยในช่วงนี้นั้นสามารถอธิบายได้ว่าเหตุผลที่ทำให้ดนตรีแจ๊สได้รับความนิยมอย่างมากรุนแรงนั้นเกิดจากการรับอิทธิพลดนตรีแบบตะวันตก และการชื่นชอบของผู้ที่มีอำนาจในประเทศทำให้หน่วยงานของราชการจำเป็นต้องมีวงดนตรีแจ๊สวงใหญ่ไว้เพื่อความบันเทิงของเจ้านายและแขกชาวต่างชาติ รวมทั้งเทคโนโลยีก็มีส่วนช่วยให้ดนตรีแจ๊สเป็นที่รู้จัก ต่อสังคมนั้นคือการเผยแพร่ดนตรีแจ๊สจากวิทยุกระจายเสียงคลื่นสั้นของกรมโฆษณาการ (สมพงษ์ ทองคำ, 2544; เสถียร ดวงจันทร์ทิพย์, 2549; ประทักษ์ ใฝ่ศุภการ, 2554)

แจ๊สเป็นชนบประเพณีทางวัฒนธรรมที่ตั้งอยู่บนยอดของประเพณีวัฒนธรรมทั้งสองแบบทั้ง "ศิลปะชั้นสูง" และ "ความนิยมในเชิงพาณิชย์" แจ๊สมีเส้นทางที่ทรงคุณค่าและได้ผ่านการตรวจสอบทางวัฒนธรรมที่ซับซ้อนและขัดต่อการบริโภคตามที่ระบบทุนนิยมในทวีปอเมริกาเหนือ (Mark, 2011: 84) จากงานวิจัยของนันท์วัฒน์ ฉัตรอุทัย เรื่อง "Saxophone Pub & Restaurant: รสชาติทางดนตรีกับตัวตน และพื้นที่ทางวัฒนธรรมของคนเมือง" เป็นงานศึกษาการบริโภคดนตรีบลูส์ และแจ๊สผ่านแนวคิดเรื่องรสนิยมและการบริโภควัฒนธรรมผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคเป็นชนชั้นกลางเพศชาย อยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลายจนถึงวัยผู้ใหญ่ ฐานะทางเศรษฐกิจปานกลาง มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป และเป็นกลุ่มคนที่ชอบฟังเพลงโดยเฉพาะเพลงบลูส์หรือเพลงแจ๊สหรืออีกนัยหนึ่งคนกลุ่มนี้มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับดนตรีบลูส์ & แจ๊ส (นันท์วัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2547: 92)

เทศกาลดนตรี (Music Festival) คือ คอนเสิร์ตที่รวมหลายๆ ศิลปินเข้าด้วยกัน ตัวอย่างเทศกาลดนตรีที่มีชื่อเสียงเช่น วูดสต็อกมิวสิกแอนด์อาร์ตเฟสติวัล (Woodstock Music and Art Festival) นอร์ทซีแจ๊สเฟสติวัล (Northsea Jazz Festival) ออกซิเจน (Oxygen) บาธเฟสติวัล (Bath Festival) ฟุจิร็อกเฟสติวัล (Fuji Rock Festival) ซอลซ์เบิร์กเฟสติวัล (Salzburg Festival) เดอะนิวพอร์ตแจ๊สเฟสติวัล (The Newport Jazz Festival) แคมบริจจ์โฟล์คเฟสติวัล (Cambridge Folk Festival) กลาสตันบิวรีเฟสติวัล (Glastonbury Festival) อีสเลออฟวิทเฟสติวัล (Isle of Wight Festival) และ ซัมเมอร์โซนิค (Summer Sonic) เป็นต้น (Helen, 2010: 12) จากอดีตจนกระทั่งในปัจจุบัน ผู้บริหารจัดการงานมีหน้าที่จัดการทุกอย่างในองค์กร มีความรู้ความเข้าใจในดนตรี แต่มักไม่มีทักษะในการบริหารจัดการที่ดีพอที่รับมือกับทั้งองค์กร ในบางครั้งนักธุรกิจทางการเงินมักพยายามเป็นคอบริหารจัดการกิจกรรมทางดนตรี แต่ส่วนมากมักเน้นเงินไปในส่วนของเศรษฐกิจ แต่ไม่มีความเข้าใจในการจัดการของกิจกรรมทางดนตรี ดังนั้นในหลายโอกาสจึงเกิดความล้มเหลว (June, 2011: 7)



การจัดเทศกาลดนตรีในประเทศไทย เป็นแผนพัฒนาประเทศ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2544) โดยใช้การท่องเที่ยวมาเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้น โดยมีจุดประสงค์ให้ประเทศเกิดความเจริญก้าวหน้า มีความมั่นคง ตลอดจนประชาชนในประเทศมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในทุกๆด้าน เทศกาลดนตรีที่ “ททท.” จัดขึ้นครั้งแรกในประเทศไทยคือ ไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สเฟสตีวัล ครั้งที่ 1 จัดที่ ลานพระราชวังดุสิต สวนอัมพร สนามเสือป่า ระหว่าง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2539 และที่ชายหาดพัทยา จังหวัดชลบุรี เทศกาลนี้จัดเป็นเทศกาลใหญ่ เปิดแสดงพร้อมกันหลายเวที เนื่องจากจัดขึ้นเพื่อเทิดพระเกียรติในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวครองราชย์ครบ 50 ปี โดยนักดนตรีแจ๊สไทยคุณเทวัญ ทรัพย์แสนยากร ได้งบประมาณและการร่วมมือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นการจัดเทศกาลดนตรีแจ๊สครั้งแรกในประเทศไทยทำให้อย่างไม่ได้รับความนิยมนอกจากกลุ่มผู้ฟังโดยทั่วไปและต้องหยุดการจัดเทศกาลดนตรีแจ๊สลง

กระทั่งปี พ.ศ. 2546 ถึงจะเริ่มต้นขึ้นอีกครั้ง ในชื่อ Bangkok Jazz Festival ที่สนามเสือป่า พระราชวังดุสิต กรุงเทพมหานคร โดยผู้ริเริ่ม เทศกาลดังกล่าวคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับบริษัท ไทยเอเชีย แปซิฟิค บริวเวอรี่ และผู้ดำเนินการจัดงานได้แก่ บริษัท เทอร์มินัล เอ็กซ์ตรา เอ็นเตอร์เทนเมนท์ มีศิลปินแจ๊สที่เข้าร่วมงานอย่างคับคั่งและเป็นนักดนตรีแจ๊สระดับแนวหน้าของโลกเช่น แอล จาร์รู (Al Jarreau) เดวิด ซาบอร์น (David Saborn) เจมส์ เทเลอร์ควอร์เตต (James Taylor Quartet) โฟร์เพลย์ (Fourplay) เอิร์ล คลุทซ์ (Earl Klugh) เป็นต้น วัตถุประสงค์ของการจัดงานต้องการสร้างให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางด้านดนตรีในภูมิภาคเอเชียและเพื่อสะท้อนให้ชาวต่างชาติเห็นถึงศักยภาพของประเทศไทยในเรื่องของการเป็นประเทศที่น่าท่องเที่ยว (ปรารภนา พันธุชา, 2539) นอกจากนี้แนวทางการดำเนินงานก็เพื่อสร้างความต่อเนื่องของกิจกรรมเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยได้รับอิทธิพลต่อเนื่องมากระทั้งงาน บางกอกแจ๊สเฟสตีวัล (Bangkok Jazz Festival, 2005) โดยกำหนดให้มีการจัดงานเป็นเวลา 3 วัน ได้เชิญนักดนตรีแจ๊สระดับโลกที่มีชื่อเสียงและศิลปินแจ๊ส ไทยเข้าร่วมงานเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ดนตรีแจ๊สยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศส่วนหนึ่งของบรรยากาศและความสำเร็จของกิจกรรมในครั้งนั้น ก็ได้การตอบรับจากบรรดาผู้ชมผู้ฟังเพลงแจ๊สจำนวนมาก เนื่องจากการจัดบรรยากาศของงานและสถานที่ได้อย่างเหมาะสมโดยเลือกบริเวณสนามเสือป่าใกล้ลานพระบรมรูปทรงม้าเป็น ลานกว้างลมพัดเย็นสบายสามารถตอบโจทย์ของกลุ่มผู้ฟังที่ต้องการพักผ่อนในบรรยากาศของวันหยุดได้เป็นอย่างดี

โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตศิลปินแจ๊สต่างประเทศในประเทศไทยภายใต้สภาวะของธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ผ่านงบประมาณการสนับสนุนของผู้ให้การสนับสนุนงาน (Asta, 2008) มีวัตถุประสงค์ในการนำคอนเสิร์ตมาใช้เป็นเครื่องมือการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดนั้น ได้ก่อให้เกิดวิกฤติในระยะยาวให้กับอุตสาหกรรมการจัดคอนเสิร์ต จากผลของการใช้โครงสร้างการตั้งราคาและการอุดหนุนอย่างไม่วิสัยทัศน์และฉาบฉวย ทำให้เมื่อระยะเวลาผ่านไปเมื่อกระแสของดนตรีแจ๊สเริ่มถดถอยลงหลังจากช่วงวิกฤติการณ์ทางการเมืองของไทย ทำให้อุตสาหกรรมกลับไปอยู่สภาพตลาดที่แท้จริงที่ทั้งผู้บริโภคและศิลปินถูกบิดเบือน มูลค่าที่แท้จริงของต้นทุนการจัดคอนเสิร์ต ทำให้การจัดคอนเสิร์ตในปัจจุบัน ผู้จัดต้องเผชิญกับอุปสรรคหลากหลายประการทั้งการจดจำราคาค่าเข้าชมที่ต่ำกว่าความเป็นจริงของผู้บริโภคและเผชิญกับต้นทุนการจัดงานที่สูงจากทางด้านฝ่ายผลิต(ศิลปิน) ดังนั้นอุตสาหกรรมควรมีการศึกษาบทเรียนที่ผ่านมาเพื่อพัฒนาธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตที่ยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต (พีระพล พิภาวกร, 2552)



ความไม่แน่นอนของสภาวะเศรษฐกิจและการเมืองในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การจัดคอนเสิร์ต เพลงแจ๊สศิลปินต่างประเทศจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยชนิดหนึ่ง ทำให้ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงไปทั้งอุตสาหกรรม ผู้ให้การสนับสนุนงานลดการใช้จ่ายในด้านการตลาดลง เนื่องจากสภาวะตลาดที่ไม่มีกำลังซื้อ ทำให้ธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตแจ๊สได้รับผลกระทบทำให้มีการยกเลิกการจัดงานเป็นจำนวนมาก (เพชรพงษ์ เทพสมาน, 2557)

การบริหารเป็นงานของหัวหน้างานทุกคนที่ต้องปฏิบัติในฐานะที่เป็นผู้นำกลุ่มการบริหารเป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อน เพื่อการทำงานให้สำเร็จโดยอาศัยผู้อื่น (Koontz and Cyril, 1972: 43) กระบวนการจัดองค์การ และการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นไว้ล่วงหน้า มีกระบวนการสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยอาศัยทรัพยากรต่างๆ ผ่านหน้าที่ทางการบริหาร ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม ให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การมีกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ ควบคุมกิจกรรม เพื่อให้องค์การสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Karl, 2009: 10)

การจัดการเงินทุน การตลาด และการเขียนโปรแกรมการแสดงมีขอบเขตที่ตอบสนองต่อความท้าทายและสร้างโอกาสที่เป็นตัวกำหนดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและหลีกเลี่ยงความล้มเหลว ข้อบ่งชี้ที่ผู้จัดการการจัดงานเทศกาลนั้นควรตระหนักถึงความสำคัญของนวัตกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเขียนโปรแกรมและการสร้างแบรนด์และการตลาดในระดับที่น้อยแต่ใช้วิธีการเลียนแบบมากกว่า การสร้างค่านิยมหลักของการจัดงานเทศกาลที่สามารถให้จุดขายที่ไม่ซ้ำกันและเป็นพื้นฐานสำหรับความแตกต่างคือความได้เปรียบในการแข่งขัน (Jack, 2010: Abstract) การจัดการงานเทศกาลดนตรีที่มีความซับซ้อน ผู้จัดการงานเทศกาลนั้นต้องมีทักษะการจัดการได้เพียงคนเดียวโดยสามารถเผชิญหน้ากับกิจกรรมประจำวันจذبที่สิ่งผิดปกติดังต่างๆ (June, 2011: Abstract) มีความจำเป็นต้องเก็บรวบรวมอย่างเป็นระเบียบแบบแผน โดยข้อมูลทั้งหมดสามารถเรียนรู้จากการปรับปรุงการบริหารจัดการในองค์กร ดังนั้นเป้าหมายหลักของการวิจัยนี้คือการทำความเข้าใจความเป็นผู้นำในงานเทศกาลดนตรีในทางที่ดีและลึก ผ่านความยากลำบากและความท้าทาย ที่ต้องเผชิญในกระบวนการการเป็นผู้จัดการ

ความสำคัญของการบริหารจัดการที่ผู้บริหารเป็นผู้ออกแบบให้มีความน่าสนใจและมีคุณภาพพร้อมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ในเทศกาลและเพื่อให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของงานเทศกาล มีการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบในการจัดเทศกาล เพื่อพัฒนาเทศกาลเพิ่มมากขึ้นทุกๆ ปี การบริหารจัดการงานเทศกาลนั้นมืองค์ประกอบหลายส่วนทำให้ต้องมีการวางแผนและการเตรียมความพร้อมสำหรับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในระหว่างเทศกาลในทุกๆด้าน โดยในปัจจุบันเทศกาลดนตรีแจ๊สที่จัดในประเทศไทย มีความแตกต่างในเรื่องของวัตถุประสงค์ โปรแกรม ศิลปินของเทศกาล พื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยต้องการศึกษาสภาพปัจจุบันและกระบวนการบริหารจัดการของการจัดงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยเพื่อนำมาเสนอการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยต่อไป





### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์กระบวนการจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย
3. เพื่อเสนอการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

### คำถามในการวิจัย

1. สภาพของการจัดงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยในปัจจุบันที่จัดในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทยมีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร
2. ผู้จัดเทศกาลมีการดำเนินงานและการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สอย่างไร

### ความสำคัญของการวิจัย

1. การจัดงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยมีความสำคัญต่อกิจกรรมของชุมชนทั้งทางด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของชุมชน
2. กระบวนการบริหารจัดการงานเทศกาลที่มีประสิทธิภาพ เป็นประโยชน์ในการขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการงานเทศกาลต่อผู้ที่สนใจเพื่อนำไปพัฒนาการจัดเทศกาลดนตรีประเภทอื่นๆได้
3. เพื่อพัฒนาการจัดเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยให้มีคุณภาพและได้รับการตอบรับที่ดีต่อผู้เข้าร่วมเทศกาล

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา  
การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยในด้านต่างๆดังนี้
  - 1.1 การศึกษาสภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย
  - 1.2 วิเคราะห์กระบวนการจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย การจัดการเทศกาล การจัดการด้านการเงิน การผลิตเทศกาล การตลาดสำหรับเทศกาล
2. ด้านพื้นที่  
การวิจัยครั้งนี้เลือกพื้นที่สนามแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใน 3 พื้นที่ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ยังคงมีการจัดงานเทศกาลดนตรีแจ๊สอยู่มาจนถึงปัจจุบันอย่างต่อเนื่องและเป็นที่รู้จักของผู้ติดตามชมเทศกาลดนตรีแจ๊สคือ
  - 2.1 เชียงใหม่แจ๊สเฟสติวัล ถนนเลียบบคลองชลประทาน ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
  - 2.2 ไทยแลนด์อินเตอร์เนชันแนลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์ วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล ตำบล ศาลายา อำเภอ พุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม



### 2.3 หัวหินแจ๊สเฟสตีวัล ถนนนเรศดำริห์ หัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

#### 3. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1 ประชากรประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ

##### 3.2 กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

จากคนชนชาติจามที่สามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

##### 3.2.1 กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) ได้แก่ผู้จัดคอนเสิร์ต นักวิชาการ

##### 3.2.2 กลุ่มปฏิบัติ (Casual Informants) ได้แก่ศิลปิน ฝ่ายผลิตด้านศิลป์ เวที แสง สี

และเสียง

##### 3.2.3 กลุ่มประชาชนทั่วไป (General Informants)

4. ด้านเทคนิควิธีวิจัยใช้เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling Technique) เช่นผู้จัดการงานเทศกาล หัวหน้าฝ่ายการผลิตและแบบบังเอิญ (Accident Sampling Technique) เช่นผู้ชมและใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

#### 5. ด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2557 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2558

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. กระบวนการบริหารจัดการ หมายถึง องค์ประกอบของการจัดเทศกาลได้แก่ การจัดการเทศกาล การจัดการด้านการเงิน การผลิตเทศกาลและการตลาดสำหรับเทศกาล เพื่อให้งานนั้นสามารถดำเนินผ่านไปได้อย่างดีตามลักษณะของความรับผิดชอบในแต่ละฝ่ายและมีการประสานงานในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงขององค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การจัดการเทศกาล หมายถึง การจัดองค์กร คณะกรรมการและทีมงานมีการวางแผนการจัดเทศกาลอย่างเป็นระบบ

3. เทศกาลดนตรีแจ๊ส หมายถึงคอนเสิร์ตที่รวมหลายๆ ศิลปินเข้าด้วยกันมีความหลากหลายของการแสดงสด การแสดงที่แตกต่างกันและการเป็นการแสดงจากมืออาชีพส่วนใหญ่ภายใต้ชื่อที่มีความเฉพาะเจาะจงกับระยะเวลาที่กำหนด

4. สภาพการบริหารจัดการงานเทศกาล หมายถึง ลักษณะของสถานที่ เวที แสง เสียง ศิลปิน และกิจกรรมในเทศกาล

### ข้อจำกัดของการวิจัย

1. ด้านเนื้อหาเนื่องจากการจัดงานเทศกาลดนตรีแจ๊สเป็นการจัดงานเชิงธุรกิจที่มีการแข่งขันที่สูงเช่นข้อมูลทางการเงินของการจัดเทศกาล การเก็บข้อมูลจึงทำได้เฉพาะส่วนที่ผู้จัดสามารถให้ข้อมูลได้ และหลักฐานทางวัตถุเอกสารไม่มีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบทำให้ข้อมูลที่ได้นั้นเกิดจากประสบการณ์การความทรงจำของผู้จัดเทศกาลเท่านั้น



2. ด้านเวลาการเก็บข้อมูลในภาคสนามเป็นไปตามปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในขณะนั้นๆจึงอาจทำให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลได้ไม่ครบถ้วนในเวลาที่จำกัด

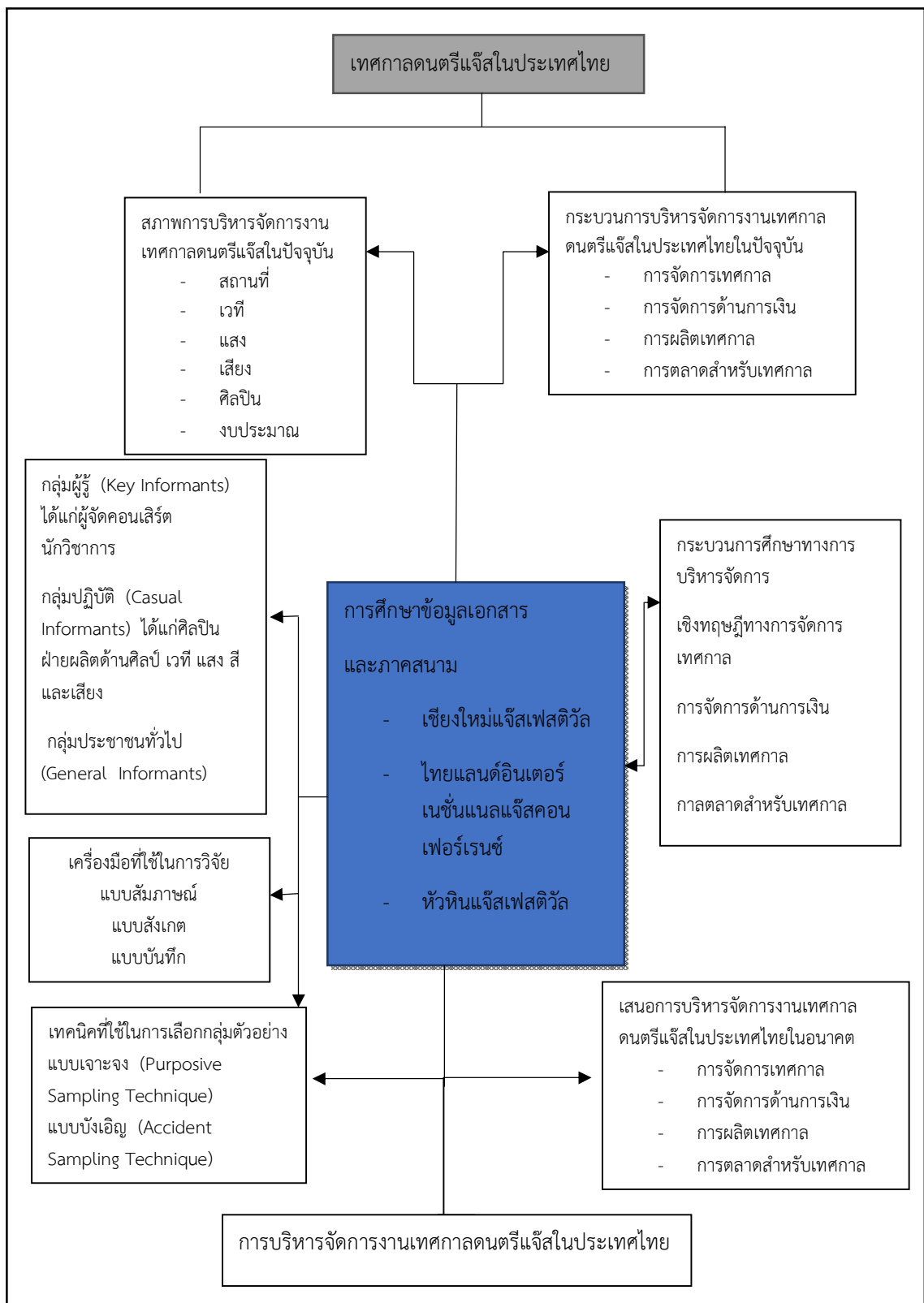
### กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การบริหารจัดการที่ต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์การจัดการและกลยุทธ์เพื่อการจัดการที่มีส่วนในการบริหารองค์กรภายในที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างองค์ประกอบต่างๆทั้ง การจัดการสถานที่ การเลือกเวลา การจัดการศิลปินและกิจกรรมภายในเทศกาล อีกทั้งยังต้องจัดการการจัดการเทศกาล การจัดการด้านการเงิน การจัดการด้านการผลิตและการจัดการด้านการตลาด

การศึกษาการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยมุ่งศึกษาในมิติสภาพการ บริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย วิเคราะห์กระบวนการจัดการงานเทศกาลดนตรี แจ๊สและเสนอการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยโดยใช้กระบวนการศึกษาทางการ บริหารจัดการรวมทั้งทฤษฎีและกระบวนการบริหารจัดการงานเทศกาล การบริหารจัดการการเงิน การ ผลิตเทศกาลและการตลาดสำหรับเทศกาล โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการเก็บข้อมูลภาคสนาม เป็นหลักเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ แบบสังเกตและแบบบันทึกข้อมูลโดยใช้ วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงแบบบังเอิญและแบบวิธีบอกเล่าโดยศึกษาจากกลุ่มผู้รู้กลุ่มปฏิบัติ และกลุ่มประชาชนทั่วไปการศึกษาข้อมูลด้านสภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเศ ไทยในปัจจุบัน ข้อมูลด้านกระบวนการจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊ส สำหรับเสนอข้อมูลด้านการบริหาร จัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาวิเคราะห์ตาม กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพประกอบ 1





ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยนำมาบูรณาการและสังเคราะห์เพื่อประกอบการนำเสนอการวิจัยตามประเด็นที่กำหนดไว้ดังนี้

1. องค์ความรู้เกี่ยวกับดนตรีแจ๊ส
  - 1.1 ประวัติและความเป็นมาของดนตรีแจ๊ส
  - 1.2 ดนตรีแจ๊สในประเทศไทยและการแพร่กระจายของดนตรีแจ๊สในประเทศไทย
2. องค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการ
3. องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดเทศกาลดนตรีแจ๊ส
4. ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย
  - 4.1 ทฤษฎีการบริหารจัดการงานเทศกาล
  - 4.2 ทฤษฎีทางการบริหารโครงการและกิจกรรม
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
  - 5.1 งานวิจัยในประเทศ
  - 5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

### องค์ความรู้เกี่ยวกับดนตรีแจ๊ส

องค์ความรู้เกี่ยวกับดนตรีแจ๊สผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ประเด็นเพื่อให้เห็นถึงความเป็นมาของดนตรีแจ๊สได้กำเนิดจากประเทศสหรัฐอเมริกาการด้วยกลุ่มอเมริกาผิวดำและการแพร่กระจายของดนตรีแจ๊สเข้ามาสู่ในประเทศไทยดังนี้

1. ประวัติและความเป็นมาของดนตรีแจ๊ส

ดนตรีแจ๊สเป็นรูปแบบดนตรีชนิดหนึ่งเกิดในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยผู้สร้างสรรค์ขึ้นคือกลุ่มอเมริกาผิวดำแอฟริกาเป็นทวีปที่มีความเก่าแก่ทางด้านวัฒนธรรม และมีความหลากหลายทางด้านดนตรี มีข้อมูลที่น่าสนใจมากมายที่อาจกล่าวได้ว่า ดนตรีนั้นเป็นชีวิตจิตใจของชาวแอฟริกาทั้งปวง เช่น การใช้เครื่องดนตรีเป็นเครื่องมือสื่อสารถึงเทพเจ้า ใช้ดนตรีประกอบกับการทำงานที่เรียกว่า เวิร์ค ซอง (Work Song) ทำให้บรรยากาศในการทำงานดีขึ้น ลดการตรึงเครียด ตลอดจนการใช้ดนตรีในงานเทศกาลประเพณี คือการใช้ดนตรีเป็นภาษาที่สื่อสารกันในชีวิตประจำวัน วัฒนธรรมดนตรีจึงฝังตรึงอยู่ในจิตวิญญาณของชาวแอฟริกาอย่างแนบแน่น (ณรุทธ์ สุทธจิตต์, 2535: 187)

ดนตรีของแอฟริกาแถบตะวันตกเป็นต้นกำเนิดของดนตรีแจ๊สที่มีลักษณะการสร้างสรรค์แบบการด้นสด (Improvisation) มีการเน้นที่จังหวะกลองและจังหวะที่ซับซ้อน นอกจากนี้ยังมีการโต้ตอบ (Call and respond) ที่เป็นลักษณะของเพลงแถบแอฟริกาทางตะวันตก พบได้ในเพลงแจ๊ส คือการร้องโต้ตอบของนักร้องเกี่ยวกับกลุ่มนักร้องประสานเสียง นักดนตรีแจ๊สในยุคแรกมักอาศัยหูและสัญชาตญาณในการเล่น เพราะน้อยคนนักที่อ่านโน้ตได้ แต่พวกเขาก็มีความสามารถในการด้นสด



โดยมีทำนองหลักของเพลงเป็นหลักอยู่ในใจ เป็นองค์ประกอบทำให้ดนตรีเกิดความสดใหม่ มีชีวิตชีวา และทำให้การบรรเลงในแต่ละครั้งมีความแตกต่างกันทั้งที่เป็นเพลงเดียวกัน (คมสันต์ วงศ์วรรณ, 2551: 182)

ดนตรีแจ๊สเกิดที่นิวยอร์กหลังจากที่นโปเลียนขายนิวยอร์กสินให้อเมริกา พวกทาสนิโกรก็มีการอพยพเข้าเมืองจึงทำให้เมืองนี้ประกอบด้วยคนหลายเชื้อชาติ รวมถึงสเปน ฝรั่งเศสและอังกฤษ ด้วย พวกนิโกรดังกล่าวหลังจากงานก็มารวมชุมนุมร้องรำทำเพลงกัน โดยใช้เครื่องดนตรีที่ทำเป็นกลองตี พวกที่คิดแจ๊สขึ้นสันนิษฐานว่า เป็นพวกกองโก (Gongoes) เป็นพวกที่มีจิตใจเมตตากรุณาและมีความสุภาพที่สุด โดยได้รากฐานเพลงสวดจากพวกนิโกร (Negrospiritual) แต่งขึ้นก่อนพวกทาสได้รับการปลดปล่อยเป็นอิสระ

เพลงพื้นเมืองของคนผิวดำเป็นเพลงที่แสดงความชัดเจนทางด้านอารมณ์อย่างลึกซึ้ง มีลักษณะการเล่นมาจากเพลงประกอบพิธีทางศาสนาของคนผิวดำและเพลงลูกทุ่งตะวันตก เพลงพื้นเมืองของคนผิวดำเรียกว่าเพลงบลูส์ (Blues) เพลงชนิดนี้เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการพัฒนาดนตรีแจ๊ส

ในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 และต้นศตวรรษที่ 20 วงดนตรีแบบอเมริกัน (American band tradition) และแร็กไทม์ (Ragtime) เป็นดนตรีอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้รับคามนิยมและมีความสัมพันธ์กับดนตรีแจ๊สเป็นอย่างมาก ในช่วงนี้แจ๊สเริ่มพัฒนารูปแบบขึ้นมาจากวงดนตรีแบบอเมริกัน แร็กไทม์ และบลูส์ ดนตรีแจ๊สในช่วงแรกนี้มีศูนย์กลางอยู่ ณ เมืองนิวยอร์ก (คมสันต์ วงศ์วรรณ, 2551: 181-2)

แร็กไทม์ (Ragtime) เป็นดนตรีที่นิยมในช่วงระหว่าง ค.ศ. 1880 - 1915 เป็นดนตรีที่เปียโนมีความสำคัญมาก ใช้ในการจัดจังหวะสำหรับมือขวา เป็นเพลงในอัตราจังหวะ 2/4 มือซ้ายรักษาจังหวะตามแบบมาร์ชแร็กไทม์ ดังที่กล่าวไว้ว่า "ดนตรีสำหรับเปียโน ที่ใช้จังหวะชัดเป็นหลัก เป็นเพลงในอัตราจังหวะ 2/4 หรือจังหวะมาร์ช ในขณะที่การบรรเลงเปียโน โดยมือขวาเป็นแนวทำนองที่ใช้จังหวะชัด มือซ้ายรักษาจังหวะตามลักษณะของเพลงมาร์ช" (คมสันต์ วงศ์วรรณ, 2551: 182) และเช่นเดียวกันว่า "มือของนักเปียโนใช้สำหรับการลัดจังหวะ มือซ้ายรักษาจังหวะตามแบบมาร์ชแร็กไทม์" (วีรวัดณ์ กนกนุเคราะห์, 2552: 28)

ดนตรีบลูส์ (Blues) เริ่มรู้จักกันในราว ค.ศ. 1880 เป็นดนตรีที่มีอัตราจังหวะ 4/4 ใน 1 วรรคมี 12 ห้องเพลง การร้องแต่ละวรรคมีแบบการเล่นสดไปจากเดิม ลักษณะสำคัญคือการใช้เสียงร้องหรือเสียงของเครื่องดนตรีที่เพี้ยนจากเสียงในบันไดเสียง เรียกว่าเบนท์หรือบลูโน้ต และการสไลด์เสียง ดังที่กล่าวไว้ว่า "คุณสมบัติสำคัญคือ การใช้เสียงร้องหรือเสียงดนตรีที่เพี้ยนไปจากเสียงบันไดเสียงปกติ จึงเรียกว่า บลูโน้ต รวมไปถึงการอิมโพรไวส์ วรรคเพลงให้เคลื่อนไปจากทำนองเดิม" (วีรวัดณ์ กนกนุเคราะห์, 2552: 27) และเช่นเดียวกันว่า "ลักษณะสำคัญคือการใช้เสียงร้องหรือเสียงของเครื่องดนตรีที่เพี้ยนจากเสียงในบันไดเสียง เรียกว่าเบนท์หรือบลูโน้ต และการสไลด์เสียง ปกติเพลงบลูส์เป็นเพลงในอัตราจังหวะ 4/4 ใน 1 วรรคมี 12 ห้องเพลง การร้องแต่ละวรรคมีแบบอิมโพรไวเซชันไปจากทำนองเดิม เช่นเดียวกับการบรรเลงโดยเครื่องดนตรี" (คมสันต์ วงศ์วรรณ, 2551: 183)

สวิง (Swing) ได้เป็นที่นิยมอย่างมากในช่วง ค.ศ. 1935 - 1945 เป็นแจ๊สที่พัฒนาในช่วงระหว่างทศวรรษที่ 30 หรือประมาณ ค.ศ. 1920 รู้จักกันดีว่าเป็นยุคสวิง มีการผสมผสานกันระหว่างความร้อนแรงกับความนุ่มนวลอ่อนหวานเป็นการนำเอาดนตรีที่มีพื้นฐานจากแจ๊สมาบวกเข้ากับดนตรีประเภทป๊อปคำว่าสวิงในที่นี้เป็นประเภทของดนตรีแจ๊สที่ใช้ฟังหรือใช้ประกอบการเต้นก็ได้ ดนตรี



สวิงบรรเลงโดยวงขนาดใหญ่กว่าดิคซีแลนด์ เรียกว่า บิ๊กแบนด์ (Big Band) กล่าวคือใช้ผู้บรรเลงประมาณ 14-20 คน แบ่งผู้บรรเลงออกเป็น 3 ส่วนคือ แซกโซโฟน คลาริเน็ต และเครื่องประกอบจังหวะ ปกติแซกโซโฟนมีจำนวนมากกว่าคลาริเน็ต กลุ่มนี้มีผู้บรรเลงประมาณ 3-5 คน กลุ่มเครื่องลมทองเหลือง ประกอบด้วยผู้บรรเลงทรัมเป็ตและทรอมโบนกลุ่มละ 3-4 คน และกลุ่มเครื่องประกอบจังหวะ ได้แก่ เปียโน กีตาร์ เบส และกลองชุด

เนื่องจากมีผู้บรรเลงหลายคน การเล่นสดบางครั้งอาจกระทำไต่ยาก จึงมีวงดนตรีบางวงเขียนโน้ตให้นักดนตรีบรรเลงโดยตลอด ในขณะที่บางวงเว้นบางช่วงให้นักดนตรีได้เล่นสดไม่มากนักน้อยตามความต้องการของผู้ประพันธ์เพลง หรือหัวหน้าวงดนตรี มักเป็นนักดนตรีชั้นเยี่ยม การบรรเลงดนตรีสวิง มักเน้นที่แนวทำนองโดยใส่เสียงประสานให้ทำนองเด่นขึ้นมา ผู้บรรเลงเป็นกลุ่มเครื่องดนตรีทั้งกลุ่มส่วนเครื่องดนตรีเดี่ยวบรรเลงเป็นช่วงๆ โดยบรรเลงตาม โน้ตหรือการอิมโพรไวเซชันลักษณะการบรรเลงประกอบทำนอง โดยเป็นแนวประสานซ้ำๆกันเป็นช่วงๆ เป็นลักษณะเด่นของสวิงเรียกว่า ริฟฟ์ (Riffs) การประสานเสียงของสวิงมีกฎเกณฑ์ และหลากหลายมากกว่าแจ๊สในยุคแรก (คมสันต์ วงศ์วรรณ, 2551: 186) ก่อนหน้านั้นมียุคของซิคคาโกคันทันกลางอยู่ จากการที่ประเทศสหรัฐอเมริกาเข้าร่วมทำสงครามโลกครั้งที่ 1 นั้นทำให้ผับบาร์ในนิวยอร์กต้องถูกสั่งปิด นักดนตรีแจ๊สจึงพากันอพยพไปอยู่ในซิคคาโกในย่านเซาธ์ไซด์ (South Side) ทำให้นักดนตรีจากนิวยอร์กได้พบปะกับนักร้องเพลงบลูส์ จนเกิดการพัฒนาเป็นแจ๊สสไตล์ซิคคาโก ในปี ค.ศ. 1935 อเมริกันหันมาสนใจแจ๊สแนวใหม่ที่เป็นวงบิ๊กแบนด์ ในรูปแบบของวงสวิงด้วยท่วงทำนองที่ รวดเร็ว กระชับ กระหึ่ม สนุกสนาน สามารถเต้นรำได้ของจังหวะสวิง ทำให้เกิดเป็นวงบิ๊กแบนด์ต่างๆ มากมาย มีความอิสระจากกฎเกณฑ์ รวมถึงการใช้โน้ตเชิร์ตแบบลัดจังหวะโดยอาศัยสตริงเบส และฉาบไฮเฮทเป็นสำคัญ (วีรวัฒน์ กนกนุเคราะห์, 2552: 30-31)

ละตินแจ๊ส (Latin Jazz) ละตินมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาของเพลงแจ๊สแจ๊สในยุคนั้นเป็นการรวมของ 3 วัฒนธรรมเข้าด้วยกัน คือ แอฟริกัน ฝรั่งเศส และละติน ในช่วง ค.ศ. 1930 การพัฒนาเพลงละตินแจ๊สได้มีผู้นำของชาวคิวบาชื่อ ซาเวียร์ คูเอร์ เขาได้สร้างผลงานมากมาย ทำให้เกิดเพลงละติน ลีลาเรอมา ในปี ค.ศ. 1935 และยังมี ดุค เอลลิ่งตัน ได้ผสมผสานเพลงจังหวะละตินให้เข้ากันกับเสียงทอมโบนของ ฮวน ทีซอล ต่อมาในช่วงปี ค.ศ. 1940 ดีซีซีและชาร์ลี พาร์คเกอร์ร่วมมือกันสร้างแนวเพลงใหม่ที่เรียกว่า อาฟโฟ-คิวบัน (Afro-Cuban) ด้วยความร่วมมือจากชาวคิวบา คือ ซาโน โปโซ และมาซีโต (วีรวัฒน์ กนกนุเคราะห์, 2552: 33)

บีบ๊อป (Bebop) มีจุดเริ่มต้นราวยุคกลางในปี ค.ศ. 1940 ส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากสวิงแจ๊ส แล้วจึงมีการพัฒนาโน้ต บีบ๊อปเป็นดนตรีสำหรับการเต้นรำ เน้นไปในทางด้านโฆษณาหรือการค้า ลักษณะดนตรีไม่ค่อยมีการใช้อิมโพรไวเซชัน มีความซับซ้อนทางด้านเสียงประสานมักเริ่มต้นและจบด้วยทำนองหลัก ส่วนที่เหลือในช่วงกลางทั้งหมดเป็นการบรรเลงของเครื่องดนตรีเดี่ยวชนิดต่างๆ โดยการอิมโพรไวเซชันจากโครงสร้างทำนองหรือประสานเสียงจากทำนองที่มีอยู่แล้ว และการประพันธ์ขึ้นมาใหม่ การเน้นจังหวะเน้นโน้ตต่างๆไม่เป็นไปตามกฎเกณฑ์ใดๆทั้งสิ้น เรียกว่า บอมบ์ ทำให้กลุ่มเครื่องทำจังหวะมีบทบาทมากขึ้นกว่าดนตรีแจ๊สประเภทแรกๆ ที่ทำหน้าที่บรรเลงตามอัตราจังหวะเท่านั้นโดยเน้นโครงสร้างของฮาร์โมนิค (Harmonic Structure) มากกว่าทำนองหลัก (Melody) ในช่วงนี้เป็นช่วงที่มีสงครามโลกครั้งที่ 2 เข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้มีผลกระทบต่อการพัฒนาการทางด้านดนตรี บีบ๊อปเป็นอย่างมาก แหล่งบันเทิงต่างๆ ลดขนาดลง มีการจ้างนักดนตรีน้อยลงทำให้ต้องมีนักดนตรี



ไม่เกิน 6 คน นักดนตรีก็ต่างกันค้นหาวิธีการและแนวทางใหม่ๆ โดยอิงมาตรฐานเพลงบลูส์และเพลงสวิง ทำให้เกิดแนวเพลงบีบ็อพนี้ขึ้นมาภายหลัง ดนตรีนี้มีลักษณะของโครงสร้างสลับซับซ้อนทั้งท่วงทำนอง และการประสานเสียง จนเกิดจังหวะที่แปลก ได้ชื่อมาจากการร้องโน้ต 2 ตัวเร็วๆ อยู่ในช่วงจบของวรรคที่เรียกว่า บีบ็อพ นักดนตรีบีบ็อพมักสร้างสรรค์โดยการย้ายเมโลดีเดิม ออกมาในบางช่วงเพลง แล้วนำเอาเมโลดีใหม่ที่พวกเขาคิดค้นขึ้นมา แล้วเอาเข้าไปใส่แทน ท่วงทำนองแบบบีบ็อพจึงแปลกอารมณ์ จนผู้ฟังติดใจ ผู้เดียวดนตรีบีบ็อพนี้มักได้แก่ ทรัมเป็ต หรือแซ็กโซโฟน โดยมี เปียโน เบส และกลองเป็นผู้สนับสนุน (คมสันต์ วงศ์วรรณ, 2551: 188; วีรวัฒน์ กนกนุเคราะห์, 2552: 34-36)

คูลแจ๊ส (Cool Jazz) แจ๊สแนวโรแมนติกในยุค 50 (วีรวัฒน์ กนกนุเคราะห์, 2552: 36) เป็นแจ๊สอีกประเภทหนึ่งที่พัฒนาตามบีบ็อพขึ้นมา แต่แจ๊สประเภทนี้มีความนุ่มนวล มีอัตราจังหวะช้ากว่าและมีความยาวกว่าบีบ็อพ ท่วงทำนอง จังหวะตลอดจนการบรรเลงของคูลแจ๊สฟังดูสบายๆ เรียบๆ บีบ็อพมีการเรียบเรียงเสียงประสานไว้มาก่อนบรรเลง และมักใช้เครื่องดนตรีแตกต่างจากแจ๊สยุคก่อนๆ เช่น ใช้ฮอร์น ฟลูต และเชลโล่ นักดนตรีที่มีชื่อเสียงได้แก่ สแตน เก็ตซ์ (Stan Getz), ซอนนี่ ไรลลินส์ (Sonny Rollins), เลสเตอร์ ยัง (Lester Young), ไมล์ เดวิส (Miles Davis), จอห์น โคลเทรน (John Coltrane), บีบี คิงส์ (B. B. King) (คมสันต์ วงศ์วรรณ, 2551: 189) ในช่วงสำคัญของคูลแจ๊สเริ่มในยุค 60 โดย แอนโทนีโอ คาร์ลอส โจบิม และจาว กิลเบอร์โต ได้นำเพลงแนวคูลกับแนวบราซิลมาผสมผสานกัน จนเกิดดนตรีแนวใหม่คือบอสซาโนวา (Bossanova) (วีรวัฒน์ กนกนุเคราะห์, 2552: 38)

บอสซาโนวา แจ๊ส (Bossanova Jazz) บอสซาโนวาถือกำเนิดมาจากบราซิล ถูกพัฒนามาจากคูลแจ๊สทางฝั่งเวสต์ โคสต์ โดย แอนโทนีโอ คาร์ลอส โจบิม, จาว กิลเบอร์โต และลูอิส บอนฟา จังหวะใหม่นี้ถูกนำเสนอผ่านขบวนพาเหรดตามท้องถนน และมีการประสานท่วงทำนองคูลแจ๊สแบบเก่ามาเป็นแบบใหม่ ในช่วงนั้นเพลงแนวสตริง คอมโบ และป๊อปได้รับความนิยมมากพอๆ กัน ชาร์ลี เบิร์ด ออกเดินสายทั่วบราซิลเพื่อนำเสนอแนวบอสซาโนวา จนได้ประสบความสำเร็จสูง (วีรวัฒน์ กนกนุเคราะห์, 2552: 46-47)

ฟรีแจ๊ส (Free Jazz) เริ่มในทศวรรษ 1960 โดยออร์เนตต์ โคลแมน (Ornett Coleman) นักเป่าอัลโตแซกโซโฟน ผู้ที่ไม่เคยเรียนทฤษฎีดนตรีมาก่อน มีความคิดที่ไม่ต้องการยึดรูปแบบแจ๊สดั้งเดิมคือการบรรเลงโดยการอิมโพรไวเซชันจากทำนองหลัก จึงรวบรวมวงขึ้นบรรเลงเพลงโดยอิสระทั้งในด้านรูปแบบทำนอง และการประสานเสียง มีโครงสร้างของเพลงเพียงคร่าวๆ เท่านั้น โคลแมน ยังคงใช้การอิมโพรไวเซชันของทำนองกับจังหวะ และมักเน้นจังหวะตบหรือการรักษาความเร็วของจังหวะน้อยลง ส่วนเครื่องดำเนินจังหวะ และแนวเบสได้รับการเน้นให้มีอิสระในการบรรเลงมากขึ้น (คมสันต์ วงศ์วรรณ, 2551: 190)

แจ๊สฟิวชั่น (Jazz Fusion or Fused Jazz) เกิดขึ้นในช่วงปลาย ค.ศ. 1960 คำว่า ฟิวชั่น (Fusion) ใช้เรียกดนตรีที่หลอมรวมระหว่างเพลงแจ๊สกับสไตส์ร็อก เครื่องดนตรีในวงฟิวชั่นประกอบด้วยเครื่องดนตรีดั้งเดิม และเครื่องดนตรีไฟฟ้า หรืออิเล็กทรอนิกส์ ลักษณะเด่นของฟิวชั่นแจ๊สคือ การสร้างท่วงทำนองลัดและย้อนกับ การเพิ่มเครื่องดนตรีที่ต้องใช้ไฟฟ้า ระดับความดังของเสียง และเนื้อหาแบบร็อกๆ ทำให้กลมคืนด้วยความสามารถของนักดนตรี (วีรวัฒน์ กนกนุเคราะห์, 2552: 50) และลักษณะของฟิวชั่นอีกอย่างหนึ่งคือการผนวกการอิมโพรไวเซชันในการบรรเลงดนตรีโดยการใช้รูปแบบจังหวะและสีสันทันของดนตรีร็อก กลุ่มเครื่องดนตรีประกอบจังหวะมักใหญ่กว่าแจ๊สในยุคก่อนๆ และบางครั้งอาจมีเครื่องดนตรีและเครื่องประกอบจังหวะจากแอฟริกา ละตินอเมริกา อินเดีย หรือใน





ประเทศไทย วงบอยไทยได้นำระนาดเอก หรือขลุ่ยไทย เข้ามาบรรเลงผสมในวงด้วย อีกลักษณะหนึ่งของฟิวชั่นคือแนวทำนองของอิเล็กทรอนิกส์เบสและการซ้ำทวนจังหวะ (คมสันต์ วงศ์วรรณ, 2551: 190-191)

## 2. ดนตรีแจ๊สในประเทศไทยและการแพร่กระจายของดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

วงแจ๊สของคนไทย ก่อนสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง เริ่มมีค่านิยมการเต้นรำ นำมาสู่ความต้องการเพลงแจ๊สและการเปลี่ยนแปลงการปกครองมาสู่ยุคประชาธิปไตย ทำให้เริ่มมีค่านิยมในการออกเที่ยวเต้นรำกลางคืนในสถานเริงรมย์ต่างๆ จนเป็นที่แพร่หลายของการก่อตั้งวงดนตรีแจ๊สโดยทั่วไป โดยสามารถแบ่งและเรียงลำดับเหตุการณ์ของการก่อตั้งวงดนตรีแจ๊สตามยุคและสมัยได้ดังนี้

### 2.1 วงแจ๊สของคนไทย ก่อนสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง

วงดนตรีแจ๊สมีกำเนิดในรัฐตอนใต้สหรัฐอเมริกา ประมาณว่าราวปี ค.ศ. 1619 ต่อมาได้รับความนิยมมากจึงกระจายไปสู่ยุโรปและอีกหลายประเทศที่กองทัพของอเมริกันเข้าไปตั้งประจำอยู่ที่ใกล้เมืองไทยที่สุดคือ ประเทศฟิลิปปินส์ (เสถียร ดวงจันทร์ทิพย์, 2557)

ดนตรีและเพลงฝรั่งที่เข้ามาสู่เมืองไทยนั้น เริ่มด้วยดนตรีศาสนา ก่อน โดยเข้ามาพร้อมกับบาทหลวงนิกายโรมันคาทอลิกตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา แต่หลักฐานเป็นเอกสารเพลงดนตรีไม่ได้ จากนั้นจึงเข้ามาอีกเมื่อครั้งสมัยรัชกาลที่ 2 เมื่อมีคนจีน ญวน เขมร ที่นับถือศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิกย้ายเข้ามาอยู่ในประเทศสยามมากขึ้น จนถึงได้รับพระราชทานที่ดินให้สร้างวัด ให้เป็นที่อยู่ของสมาชิกที่นับถือศาสนาเดียวกัน อยู่ในละแวกเดียวกันทั้งหมด เช่นที่บ้านญวนสามเสน บ้านญวนสะพานขาว เป็นต้น เมื่อมีลูกหลานเกิดเป็นคนไทยต่อมาก็ได้เรียนดนตรี ถือเป็นวิชารองจากการเรียนคำสอนทางศาสนาและการเรียนหนังสือตามปกติ จึงปรากฏว่า มีคนไทยเชื้อสายญวนและเขมรเป็นจำนวนไม่น้อยที่รู้ดนตรีดี รู้ภาษาฝรั่งเศสดี ต่อมาเมื่ออายุครบเกณฑ์ทหารก็รับราชการโดยเป็นทหารบ้าง เป็นครูบ้าง ที่สำคัญเป็นครูสอนดนตรีฝรั่งได้ ตัวอย่างเช่นทหารสองนาย คนแรกชื่อหมื่นคำรณพิฆาต (กล เสนะวาทีน) ต่อมาได้เป็นร้อยเอกขุนดนตรีบรรเลง หน้าที่เป็นทั้งล่ามภาษาฝรั่งเศสและเป็นผู้ช่วยสอนดนตรีฝรั่งในวงดนตรีม้ารวม (ทหารราบ) ที่ศาสตราจารย์อัลแบร์โต้ นาซารี สอนอยู่สมัยต้นรัชกาลที่ 6 กับหมื่นอำนาจไพรี (เปี้ยวหรือเปียน เสนะวิณิน) เป็นต้น ยุคนั้นมีแต่เรื่องของแตรวงทหาร และงานเครื่องสายฝรั่งระยะก่อตั้ง ยังไม่เกี่ยวกับเพลงประเภทแจ๊ส ข้อมูลที่ชัดเจนก็คือดนตรีของทหารที่เข้ามาสู่เมืองไทยในสมัยรัชกาลที่ 5 จนถึงกลางสมัยรัชกาลที่ 6 ก่อนปี 2460 นั้น ไม่มีเรื่องเกี่ยวกับแจ๊สเลย เพราะเรื่องของนักดนตรีและเพลงแจ๊สนั้น เป็นการว่าจ้างนักดนตรีชาวฟิลิปปินส์โดยฝรั่งหรือคนไทยที่เป็นเจ้าของสถานเริงรมย์ในกรุงเทพฯ ให้เข้ามาบรรเลงดนตรีให้ฝรั่งเต้นรำตามไฮเต็ลต่างๆ แถบย่านสีลมและบางรัก ไม่เกี่ยวกับดนตรีของทหารเลย

### 2.2 ค่านิยมการเต้นรำ นำมาสู่ความต้องการเพลงแจ๊ส

เพลงแจ๊สนั้น ค่านิยมมีได้อยู่ที่การฟังเท่านั้น ที่สำคัญคือบรรเลงเพื่อการเต้นรำ เป็นรสนิยมอย่างเอกของฝรั่ง โดยฝรั่งมาเต้นรำจับคู่ให้คนไทยเห็นตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 แล้ว เมื่อฝรั่งเข้ามาทำงานค้าขาย มารับราชการมากขึ้น ในสมัยรัชกาลที่ 5 ถึงวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ก็มักออกไปพักผ่อนหย่อนใจในสถานที่ที่มีการดื่มสุรา มีดนตรีบรรเลงยามค่ำคืน สมัยรัชกาลที่ 5 ยังไม่มีบาร์หรือไนท์คลับ ดนตรีเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจจึงมีเฉพาะในโรงแรมฝรั่งชั้นดีๆ เช่นที่โรงแรมโอเรียนเต็ล ที่โรงแรมร็อคคาเดโร ในเขตบางรัก สีลมเท่านั้น ดนตรีก็เป็นประเภทเบาไม่ก่อกวน ใช้เปียโน ไวโอลินเป็นพื้น การเต้นรำก็เน้นจังหวะประเภท Basic Ball Room Dance มีจังหวะ Slow Waltz, Quick Waltz, Quick Steps



เป็นพื้นหานักดนตรีบรรเลงเครื่องลมไม้คือคลาริเน็ต (ชนิดสั้นและชนิดยาว ไทยเรียกว่าปี่สั้นกับปี่ยาว) หรือแซกโซโฟน นั้นยากเต็มที นักดนตรีมักหาเอาจากฝรั่งเศสมาเล่นบางคนที่อยู่ในเมืองไทยแล้ว และพอร่วมวงบรรเลงได้ แต่มีใช้ดนตรีอาชีพอย่างแท้จริง สมัยรัชกาลที่ 5 คนไทยส่วนมากยังไม่รู้จักเพลงฝรั่งประเภทแจ๊สเลย

ต้นรัชกาลที่ 5 นี้มีหลักฐานว่าพระราชวงศ์คือสมเด็จพระเจ้าน้องยาเธอ เจ้าฟ้าภาณุรังษีสว่างวงศ์ฯ เมื่อสมัยประทับที่วังสราญรมย์ (ตึกที่ว่าการกระทรวงการต่างประเทศ) ทรงจัดงานดินเนอร์และเต้นรำ ขึ้น ณ วังสราญรมย์ เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2422 มีการเชิญฝรั่ง โดยเฉพาะทูต ข้าราชการฝรั่งที่เข้ามาทำงานในประเทศสยามขณะนั้น ทั้งพ่อค้าวานิชให้เข้ามาประชุมกัน ในปลายเดือนกันยายน ถวายพระพรในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษาพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว งานนี้พระราชทานเลี้ยงอาหารค่ำแล้วมีการเต้นรำ แน่นนอนว่าต้องเป็นดนตรีฝรั่ง แต่ไม่มีหลักฐานแจ้งชัดเจนว่าใช้เพลงประเภทใด และใครเป็นผู้บรรเลงแต่คงเป็นเพลงบรรเลงสำหรับสังคมชั้นสูงระดับพระราชวงศ์และแขกฝรั่งผู้มีเกียรติ ส่วนดนตรีที่ใช้ในโฮเต็ลสมัยปลายรัชกาลที่ 5 หลักฐานที่ว่ามีการบรรเลงแบบแจ๊สหรือไม่นั้นยังค้นไม่ได้เป็นที่ชัดเจน

ในปลายสมัยรัชกาลที่ 5 คนเมืองสยามเริ่มซื้อเครื่องเล่นจานเสียงแบบไขลานเข้ามาเล่นกันแล้ว แต่ยังเป็นของแพงที่คนทั่วไปซื้อหามาใช้ไม่ได้ แต่ที่แน่นอนที่สุด แผ่นเสียงเพลงสำหรับเต้นรำนั้น ทำออกขายเป็นธุรกิจทั้งในอังกฤษและอเมริกา มาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1907 แล้ว อาจมีคนที่รำรวยหรือฝรั่งบางคนในเมืองไทยสั่งซื้อเข้ามาเป็นของส่วนตัวบ้างแล้ว แต่ที่ควรบันทึกไว้คือเรื่องเล่าของพระยาบุศยรัตนพิทักษ์ (ทับทิม อมาตยกุล) ถึงเรื่องการเต้นรำที่สนามหญ้าหน้าโรงแรมโอเรียนเต็ลริมแม่น้ำเจ้าพระยาในสมัยปลายรัชกาลที่ 5 ว่าบางครั้งใช้เปียโน บางครั้งใช้เครื่องเล่นจานเสียงแบบไขลานเปิดเพลงให้ฝรั่งเต้นรำกันมาแล้ว ไม่แน่ว่าแผ่นเสียงที่ใช้มีเพลงแจ๊สหรือไม่ เพียงใด ทำให้คิดว่าเพลงสำหรับเต้นรำ น่าได้กระหนาบคนไทยมาแล้วตั้งแต่ปลายรัชกาลที่ 5

### 2.3 เริ่มมีเพลงและดนตรีแจ๊สสมัยปลายรัชกาลที่ 6 (พ.ศ. 2461-2468)

สามารถกล่าวได้ว่าประเทศสยามเริ่มมีวงดนตรีบรรเลงเพลงเต้นรำแนวแจ๊สเกิดในสมัยรัชกาลที่ 6 นี้แน่นอนโดยประมาณว่าเกิดในปลายรัชกาล แต่ยังไม่หาหลักฐานเอกสารไม่ได้ ที่ทราบวดดนตรีแจ๊สในประเทศสยามเกิดขึ้นในยุคนั้น เพราะได้จากคำบอกเล่าของขุนสมานเสียงประจักษ์ (เถาว์ สีนุชาคร) เล่าว่า นักเรียนที่เรียนดนตรีในวงเครื่องสายฝรั่งหลวงที่เป็นนักเรียนประจำอยู่ในโรงเรียนพรานหลวง กรมมหรสพ สมัยรัชกาลที่ 6 ทุกคน ถูกพระเจนดุริยางค์ (ปิติ วาทยะกร) ผู้เป็นครูและหัวหน้าวง กำชับไว้เป็นเด็ดขาดมิให้เล่นเพลงแจ๊ส เพราะทำให้การปฏิบัติการบรรเลงแบบคลาสสิกเสียหายได้ ขุนสมานเสียงประจักษ์ยังย้ำว่า ท่านได้รับการสั่งสอนว่าดนตรีแจ๊สเป็นดนตรีของคนผิวดำ คนที่เป็นนักดนตรีคลาสสิกชั้นสูง ไม่ควรไปเกี่ยวข้องกับมันเป็นเรื่องเล่าที่ฟังมาจากท่านผู้มีประสบการณ์ตรงด้วยตนเอง สมัยที่ท่านเป็นนักเรียนอยู่ในวงเครื่องสายฝรั่งหลวงเป็นยุคระหว่างปี พ.ศ. 2461 - 2468 คือปลายสมัยรัชกาลที่ 6 แสดงว่ามีวงแจ๊สเข้ามาอยู่ในเมืองไทยแล้ว แต่ยังไม่ชัดเจนว่าเป็นวงที่ตั้งขึ้นโดยคนไทยและใช้เครื่องดนตรีที่ขึ้น

### 2.4 คนไทยตั้งวงบรรเลงเพลงแจ๊สสำหรับเต้นรำในสมัยรัชกาลที่ 7 (พ.ศ. 2468-2477)

สมัยรัชกาลที่ 7 เป็นยุคที่เริ่มมีบาร์ขายเหล้าฝรั่งขายบุหรืฝรั่งต่างๆ มีความนิยมดื่มเหล้าผสมค็อกเทลขายในบาร์กันแล้ว ต่อมานิยมดื่มเบียร์ฝรั่งตามมาอีก จนคนไทยตั้งโรงงานผลิต



เปียร์ไทยขึ้นเองได้ จึงได้เกิดสถานเริงรมย์ในชื่อว่า "เปียร์ฮอลล์" ชายทั้งเปียร์และเหล่า ที่สำคัญมีเพลงฝรั่งให้ฟังและมีการเต้นรำ เล่ากันว่าเพลงที่บรรเลงเต้นรำในเปียร์ฮอลล์นั้น เพียงสองคนก็เล่นได้โดยใช้เปียโนกับไวโอลิน ถ้าเพิ่มกลองชุดเข้าไปเป็น 3 คนก็เล่นเพลงเต้นรำได้เป็นที่ชัดเจน ต่อมาเพิ่มเครื่องเป่าเข้าไป 1 หรือ 2 ชิ้น ยิ่งครึกครื้นมากขึ้น และถ้าได้แตรทรมเป็ต กับปี่คลาริเน็ตหรือแซ็กโซโฟน คือตั้งแต่ 5 ชิ้นขึ้นไป ก็สามารถบรรเลงเพลงเต้นรำจังหวะที่ร้อนแรงได้ดีมากขึ้นเช่นจังหวะ Quicksteps และ Foxtrot สองจังหวะนี้ เป็นเพลงแจ๊สได้สบายมาก นอกจากนี้ บาร์บางสามารถเรียกคนเข้าบาร์ได้มากเพราะจัดการแสดงฟลอร์โชว์ ใช้สตรีนุ่งน้อยห่มน้อยออกมาเต้นระบำ ถือพัดที่คล้องปิดบังสัดส่วนสำคัญของร่างกายในขณะที่เต้นโชว์นั้น บางคนสามารถเต้นยกขาได้สูงๆ หรือมีท่าพิเศษดังแสดงในรูป นักเต้นที่มีชื่อเสียงฮือฮากันมากในยุคนั้นมีสาวเชื้อสายมาเลย์ชื่อสมิระ กับอีกคนหนึ่งนามว่า แม่เฉลียว สถานเริงรมย์ที่ชายเหล่าชายเปียร์และมีโชว์นี้มีอยู่หลายแห่ง เช่นที่อาคาร 7 ชั้น อาคาร 9 ชั้น ถนนเยาวราชที่หยาดฟ้าภัตตาคาร (ห้อยเทียนเหลา) ตรงมุมถนนราชวงศ์กับถนนเยาวราช เป็นต้น

สมัยรัชกาลที่ 7 เริ่มปี พ.ศ. 2468 เป็นที่ชัดเจนมากกว่า มีความต้องการนักดนตรีที่สามารถเล่นเพลงเต้นรำประเภทแจ๊สเพิ่มขึ้น ทำให้มีนักดนตรีแจ๊สเดินทางมาจาก ฟิลิปปินส์เข้ามารับจ้างเล่นดนตรีในประเทศไทย ที่ขาดมากคือนักดนตรีประเภทเครื่องเป่า คือแตรทรมเป็ต ปี่คลาริเน็ต แซ็กโซโฟน และเปียโน ที่มีฝีมือเล่นแบบแจ๊สโดยตรง สำหรับนักร้องในสมัยรัชกาลที่ 7 นั้นยิ่งหายากกว่านักดนตรี และยังค้นไม่พบบันทึกเลยว่าใครเป็นนักร้องเพลงแจ๊สสมัยรัชกาล 7 นักดนตรีเหล่านี้เดินทางเข้ามากรุงเทพฯ ด้วยเรือเดินสมุทร เดินทางไปมาระหว่างฮ่องกงและกรุงเทพฯ นอกจากนี้ยังมีนักดนตรีต่างชาติหลายคนที่มีความสามารถในการบรรเลงดนตรีประเภทสตริงแบนด์ เดินทางจากมาเลย์เข้ามารับจ้างเข้าประสมวงในบาร์ต่างๆ อีกด้วย โดยทำหน้าที่บรรเลงเครื่องดนตรีประเภทสตริง เช่น กีตาร์ แมนโดลิน ยูคิลีลี เป็นต้น ดังที่สมานนภายน เล่าไว้ในเรื่องสตริงแบนด์ของไทย

สมาน นภายน เขียนไว้ในบทความประวัติของ หลวงสุขุมนัยประดิษฐ์ (ประดิษฐ์ สุขุม) เรื่อง "ผู้นำการบรรเลงเพลงแจ๊สสู่สยาม" ว่าในปีพ.ศ. 2469 (ปีที่ 2 ของ สมัยรัชกาลที่ 7) นายประดิษฐ์ สุขุม เรียนจบกลับมาจากสหรัฐอเมริกาใหม่ๆ ขณะนั้นท่านมีอายุได้ 22 ปี ได้ตระเวนไปฟังเพลงตามบาร์และเปียร์ฮอลล์ต่างๆ ทั่วกรุงเทพฯ ท่านเห็นว่า วงที่เรียกว่าแจ๊สในเมืองไทยยังใช้การไม่ได้ และดนตรีไม่เป็นรส จึงรวมกลุ่มนักเรียนนอกจากอเมริกา กับนักดนตรีคนไทยบางคนที่ชอบและรู้วิธีการเล่นแจ๊สร่วมกันบรรเลงในตอนค่ำหรือวันหยุดที่ Sport Club (สนามม้าปทุมวัน) มีเรือโทมานิต เสนาะวิณิน เล่นเปียโน นายเจียมลิมปิชาติ เล่นแซ็กโซโฟน ท่านเป็นผู้บรรเลงแบนโจหรือแมนโดลิน ฯลฯ หลังจากนั้นก็เข้าหุ้กันระหว่างเพื่อนฝูง ตั้งวงดนตรีแจ๊ส 5-6 คน วงก็มีลักษณะสมบูรณ์แบบขึ้น ให้ชื่อว่า "คณะเรนโบว์" เนื่องจาก เรือโทมานิต เสนาะวิณิน มักไม่ว่างในขณะนั้น คณะเรนโบว์จึงไปเชิญนักเปียโนบางท่านมาร่วมวงเช่น มร. โจ ซีเกอร์ เชื้อสายโปรตุเกส หรือนายนารถ ถาวรบุตร เป็นต้น

ในที่สุดวงเรนโบว์ก็มีนักดนตรีประจำรวม 8 คนตามที่สมาน นภายน บันทึกไว้ คือ 1) นายนารถ ถาวรบุตร (เปียโน) 2) นายบุญเอื้อ สุนทรสนาน (แซ็กโซโฟน) คือครูเอื้อ สุนทรสนาน หรือ สุนทรภรณ์ 3) นายเจียม ลิมปิชาติ (แซ็กโซโฟน) ท่านผู้นี้ ต่อมาคือพลตำรวจเอกหลวงชาติตระการโกศล อธิบดีกรมตำรวจ 4) นายจำปา เล่มสาราญ (ทรมเป็ต) ต่อมาเป็นหัวหน้าวงดนตรีดุริยโยธินของกองทัพบก 5) นายสาตี กล่อมอาภา (กลองชุด) ต่อมาเป็นคนกลองวงดนตรีกรมโฆษณาการ และวงดนตรีสุนทราภรณ์ 6) นายวุฒิ สุทธิเสถียร (ไวโอลิน) เป็นศิษย์เก่าอัสสัมชัญ 7) นายสมบุญ



ศิริภาค (เบส) ต่อมาคือคนเบสของวงดนตรีกรมโฆษณาการและวงดนตรีสุนทราภรณ์ 8) นายประดิษฐ์ สุขุม (แบนโจ) คือหลวงสุขุมนัยประดิษฐ์วงดนตรีเรนโบว์นี้ มีความสามารถดีจริง มีผู้บรรเลงครบครัน แต่ยังไม่มีการร้องประจำ เริ่มมีชื่อได้รับเชิญให้ไปส่งกระจายเสียงทางวิทยุประเทศสยามเพิ่งเริ่มตั้งเป็นครั้งแรก

ครูเอื้อ สุนทรสนาน เล่าไว้ในหนังสือ "เอื้อ สุนทรสนาน 5 รอบ" ว่า ก่อนมาเล่นประจำกับวงเรนโบว์นี้ได้เริ่มเล่นเพลงแจ๊สมาก่อนแล้ว แต่เป็นวงเล็กๆ คนไม่ครบดีโดยเล่นที่โรงแรมหลายแห่งกับครูนารถ เช่นที่โรงแรมยุโรป โรงแรมแกรนด์ โรงแรมสะพานเสี้ยว โรงแรมรมณีย์ พาราไดส์ คาบาเร่ต์ และ ปารีเซียนคาบาเร่ต์ (เฉพาะสองแห่งหลังนี้เป็นเปียร์ฮอลล์) มีเครื่องดนตรีสำคัญอย่างน้อย 3 ชิ้น ครูนารถเล่นเปียโน (ฝีมือดีมาก) ตัวครูเอื้อเป่าแซ็กโซโฟน กับนาย สมบูรณ์ ดีกลองชุด บางทีก็มีครูสุริ ยงยุทธไปเล่นเปียโนแทนครูนารถ ที่มีครบ 5 ชิ้นก็น้อยครั้ง ค่าแรงแต่ละแห่งไม่เท่ากัน ถ้าเป็นไฮเตลจ่ายคนเปียโนได้คนละ 5 บาท ขึ้นอื่นๆได้คนละ 3 บาทนับว่ามากสำหรับยุคนั้น ถ้าเป็นพวกบาร์หรือเปียร์ฮอลล์ คนเปียโนได้ 3 บาท ขึ้นอื่นๆได้ 2 บาทหรือสิบสลึงต่อคืน

เกี่ยวกับเพลงแจ๊สที่เล่นนั้น ครูสุริ ยงยุทธไปเล่นเปียโนแทนครูนารถ ที่มีครบ 5 ชิ้นก็น้อยครั้ง ค่าแรงแต่ละแห่งไม่เท่ากัน ถ้าเป็นไฮเตลจ่ายคนเปียโนได้คนละ 5 บาท ขึ้นอื่นๆได้คนละ 3 บาทนับว่ามากสำหรับยุคนั้น ถ้าเป็นพวกบาร์หรือเปียร์ฮอลล์ เปียโนได้ 3 บาท ขึ้นอื่นๆได้ 2 บาทหรือสิบสองสลึงต่อคืนเกี่ยวกับเพลงแจ๊สที่เล่นนั้น ครูสุริ ยงยุทธ เล่าให้ น.พ.พูนพิศ อมาตยกุลฟังว่า "สมัยนั้นได้ซ้อมก่อนบ้าง โดยใช้โน้ตที่ซื้อมาจากร้านขายเครื่องดนตรีชื่อออตตังคินิเคราะห์ (ตั้งอยู่ที่ถนนเจริญกรุงใกล้สามแยก) พอจำเพลงได้ก็ไม่ต้องดูโน้ต สามารถบรรเลงต้น (Improvisation) ไปกันได้เป็นอย่างดี ครูนารถ ถาวรบุตรนั้น มักชวนเวียนไปที่ห้างออตตังคินิเคราะห์ ขอให้เปิดเพลงต้นรำจากแผ่นเสียงให้ฟัง แล้วจดจำมาโดยไม่ต้องซื้อแผ่น มักทำเช่นนั้นอยู่บ่อยๆ พวกเราเล่นเพลงแจ๊สกันคล่องแคล่วสนุกมาก"

ในสมัยรัชกาลที่ 7 นี้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้จัดพระราชวังพญาไท (ปัจจุบันคือโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้าฯ) ไม่ได้ใช้เป็นที่พักแล้ว ให้เป็น "โรงแรมพญาไท" ดำเนินการโดยกรมรถไฟหลวง วงดนตรีเรนโบว์ของหลวงสุขุมนัยประดิษฐ์ก็ไปบรรเลงที่นั่นเป็นประจำ เล่นแต่เพลงของฝรั่ง ไม่มีการขับร้อง เพราะสมัยรัชกาลที่ 7 นั้น ยังไม่มีคนไทยที่เป็นนักแต่งเพลงแจ๊สเลย และนักร้องเพลงฝรั่งที่เป็นคนไทยก็ยังไม่มีคนกล้าออกร้องกับวงในสาธารณะ

#### 2.5 กำเนิดคำว่า วง "ดนตรียัสแบนด์" ของนาย ต.เง็กชวน

ในสมัยรัชกาลที่ 7 ตั้งแต่ปี 2469 เป็นต้นมา มีการสร้างภาพยนตร์ไทยประเภทหนังเงียบจนถึง พ.ศ. 2474 จึงเกิดภาพยนตร์เสียงในฟิล์มขึ้นครั้งแรก เรื่องหลวงทาง วงดนตรีที่ใช้บรรเลงก็เป็นวงเครื่องสายฝรั่งขนาดกลางในนามวง "วงเครื่องสายฝรั่งศรีกรุงหมู่ในช่วงแจ๊ส ควบคุมโดยเรือโทมานิต เสนะวิณิน เคยเล่นอยู่ในวงแจ๊สของหลวงสุขุมนัยประดิษฐ์ที่ Sport Club ดังที่บรรยายมาแล้ว ฝ่ายคณะละครร้อง เริ่มใช้ดนตรีสากลในการบรรเลงอยู่ข้างหลัง มีคนคอยบอกบทให้ตัวละครร้อง เป็นช่วงที่นิยมใช้เพลงแปลงมาจากทำนองไทยเดิม (คณะละครร้องนั้นแต่เดิมในช่วงปีพายุไม้หนาว) ครั้นมาถึงสมัยก่อนเปลี่ยนแปลงการปกครองราว พ.ศ.2472 ก็เปลี่ยนในช่วงดนตรีสากลบ้าง เรื่องนี้ครูพิมพ์ พวงนาค เป็นหัวหน้าวงดนตรีคณะละครร้องจันทโรภาส เจ้าของคือ พรานบุรุษ (จวงจันทร์ จันทร์คณา)



พรานบุรุษ (จวงจันทร จันทรคณา) เล่าให้ น.พ.พูนพิศ อมาตยกุลฟัง เรื่องการบรรเลงเพลงของคณะละครเรื่องว่า ถ้าเป็นการแสดงโรงใหญ่ๆ ในกรุงเทพฯ มีเปียโนให้ ถ้าเป็นโรงเล็กอาจมีแอ็กคอร์ดเตียน หรือหีบเพลงชัก มีไวโอลินคลอรองเป็นสำคัญ มีแซ็กโซโฟนหรือคลาริเน็ต อย่างใดอย่างหนึ่ง มีกลองชุด มีคนบอบกบท ในปี 2474 เริ่มใช้เพลงไทยสากลที่แต่งขึ้นใหม่ ละครเรื่องใดมีชื่อเสียง ไດแสดงซ้ำหลายรอบเพราะคนติดใจมาก อย่างเรื่องจันทรเจ้าขา เรื่องโรสิตา เกิดในสมัยรัชกาลที่ 7 ระหว่างปี 2474-2475 ห้างแผ่นเสียงตรากระต่ายของนาย ต.เจ็กชวน (บางลำพู) ก็มาตามไปบันทึกเสียงออกขาย เป็นที่น่าสนใจว่า วงดนตรีที่นาย ต.เจ็กชวนใช้นั้น มีชื่อว่า "ยัสแบนด์" ตรากระต่าย ดังนั้นคำว่า "ยัสแบนด์" ที่มาจากภาษาอังกฤษว่า "Jazz Band" ใช้นักดนตรีประมาณ 5 คน ใช้นั้นมาแล้วตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 7 เพียงแต่ว่าการประสมวงนั้นอาจไม่ใช่มาตรฐานแจ๊สอย่างถูกต้อง เรื่องนี้ท่านที่ต้องการค้นคว้าคุณภาพเสียง จากแผ่นเสียงเพลงละครเรื่องของพรานบุรุษ ที่บรรเลงด้วยวงยัสแบนด์ตรากระต่าย อาจหาฟังได้จากรายการเพลงไทยจากอดีต ของน.พ.พูนพิศ อมาตยกุล ที่เก็บรักษาไว้ ณ ห้องสมุดดนตรีสมเด็จพระเทพรัตน สำนักรหอสมุดดนตรีสมเด็จพระเทพรัตน สำนักรหอสมุดมหาวิทยาลัยมหิดล ณ ศาลายา

## 2.6 กำเนิดวงแจ๊สผู้หญิงวงแรกของประเทศไทย

เรื่องนี้ได้จากการสัมภาษณ์อาจารย์สมใจ ชมไพศาล ทางโทรศัพท์ครั้งหนึ่งเมื่อต้นปี พ.ศ. 2549 นี้เอง อาจารย์สมใจให้ข้อมูลพร้อมด้วยรูปถ่ายวงดนตรีที่ท่านร่วมบรรเลงเป็นความโดยสรุปดังนี้

อาจารย์สมใจนามสกุลเดิม เจนผาสุข เป็นบุตรคนที่ 4 จากจำนวน 8 คนของครอบครัวนายน้ำและนางสะอาด เจนผาสุข เกิดที่บ้านตรอกวัดญวนสามเสน เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2465 ท่านเป็นหลานลูกแท้ๆ ของเรือโทมานิต เสนะวิณิน โดยที่เรือโทมานิตเป็นพี่ชายแท้ๆ ของคุณแม่สะอาดเมื่อเล็กเรียนหนังสือที่โรงเรียนเซนต์ฟรังซิสซาเวียร์มาตลอด ครั้นจบแล้วได้เป็นครูต่อที่โรงเรียนนี้จนเกษียณอายุ อาจารย์สมใจเคยเป็นพระอาจารย์สอนสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ มาตั้งแต่ครั้งยังทรงเป็นหม่อมราชวงศ์สิริกิติ์

เมื่ออายุ 12 ปีท่านเรียนไวโอลินจากคุณลุงมานิต ในตอนเย็นทุกวันหลังโรงเรียนเลิกแล้ว ต่อมาคุณลุงของท่านเห็นว่าน่าหัดเด็กหญิงในละแวกบ้านเดียวกันนี้หลายๆ คน แล้วตั้งเป็นวงดนตรีขึ้นสักวงหนึ่ง น่าเป็นเรื่องงดงามเพราะสมัยนั้นวงดนตรีสากลเล่นโดยเด็กหญิงไม่เคยมีมาก่อน ท่านจึงเปลี่ยนให้อาจารย์สมใจ ขณะนั้นอายุย่างเข้าปีที่ 13 ให้มาเป็นคนบรรเลงกลองชุด เพราะเป็นคนมีประสาทหูไวและแม่นยำจังหวะมาก แล้วหาเพื่อนนักเรียนหญิงมาอีก 5 คนรวมเป็น 6 คุณลุงมานิตเป็นหัวหน้าวงและบรรเลงเปียโนแล้วให้ชื่อวงดนตรีหญิงคณะนี้ว่า "วงดนตรีมานิตแจ๊ส" (Manit Jazz) จากภาพที่ท่านให้มานั้น มีนามผู้บรรเลงและเครื่องดนตรีดังนี้ 1) อัมพร ชีรานนท์ ไวโอลิน 2) ศรีเมื่อยามสุข แซ็กโซโฟน 3. ละม่อม กรีกุล คลาริเน็ต 4. ละไม กรีกุล แบนโจ 5. ประเสริฐ ชีรานนท์ เบส 6) สมใจ เจนผาสุข (ชมไพศาล) กลองชุด มีอายุน้อยที่สุดในวง คือ 13 ปี 7) เรือโทมานิต เสนะวิณิน หัวหน้าวงและครูผู้สอน บรรเลงเปียโน

การเรียนนั้นต้องอ่านโน้ตจนคล่องแล้วเล่นตามโน้ตเพลงที่บรรเลงส่วนมากเป็นเพลงฝรั่ง ไม่มีขบร้อง บางที่เป็นเพลงไทยสากลที่ครูเป็นคนแต่ง เช่นเพลงดอกไม้ของหล่อน (กุหลาบในมือเธอ) ครูนำไปออกแสดงตามโรงหนังต่างๆ ได้ชื่อว่าเป็นของแปลก โดยยกวงขึ้นไปบรรเลงบนเวที ก่อนที่เริ่มมีการฉายภาพยนตร์ต่อมาในปี พ.ศ. 2478 บริษัทภาพยนตร์เสียงศรีกรุงสร้างหนังเรื่องเมือง



แม่หม้าย นางเอกของเรื่องแสดงโดย มาณี สุนทรณัฐ พระเอกคือจรัส สุวคนธ์ มีฉากหนึ่งในหนังเรื่องนี้ทางศรีกรุงจัดให้วงมาเน็ตแจ๊สบรรเลงโดยผู้หญิงล้วนจำนวน 8 คน เข้าร่วมแสดงด้วย โปรดครูโปรดฉากสวยงามเป็นเวลากลางคืน มีพระจันทร์ครึ่งซีก ผู้บรรเลงทุกคนแต่งตัวด้วยกระโปรงยาวชุดผ้าตัวนสีชว นักดนตรีหญิงที่เพิ่มมาอีก 2 คนในฉากนั้น คนหนึ่งชื่อกาญจนา เรวัตร์ บรรเลงแซ็กโซโฟน และขับร้องด้วย คนที่เล่นกลองชุด เปลี่ยนเป็นนางสาวลออ อมาตยกุล อาจารย์สมใจนั้นเปลี่ยนมาทำหน้าที่เขย่าลูกแซ็ก นั่งอยู่ตรงกลางวง เปียโนนั้นบรรเลงข้างนอกไม่เข้ากล้องด้วยเพราะต้องการให้เป็นวงดนตรีหญิงล้วน (ชวามเมืองแม่หม้าย) บรรเลงเพลงฝรั่ง เป็นเพลงชื่ออะไร ก็เพลงก็จำไม่ได้นอกจากเข้ากล้องแล้วทางศรีกรุงยังตัดเสื่อเพิ่มให้อีก 2 ชุด เป็นชุดคลาสสิคแบบทหารเรือ กับอีกชุดหนึ่งเป็นกระโปรงผ้าสีน้ำเงินกับเสื้อแขนยาวสีขาว สองชุดนี้เอาไว้บรรเลงบนเวทีก่อนฉายหนัง ต้องออกไปบรรเลงทุกรอบที่หนังฉาย จำไม่ได้ว่าหนังออกฉายที่โรงไหนบ้าง จำได้แต่ว่าเป็นปี พ.ศ. 2478 ขึ้นสมัยรัชการที่ 8 แล้ว

หนังเรื่องเมืองแม่หม้ายนี้เป็นที่นิยมมาก มีเพลงที่นางเอกร้องในฉากชื่อเพลง บวงสรวง กับเพลงชื่อแม่หม้ายรำพึง ทั้งสองเพลงลูงมานิตเป็นคนแต่งทำนอง (แต่ไม่ใช่แนวแจ๊ส) ต้องตระเวนไปโชว์หลายโรงรอบ ๆ กรุงเทพฯ ด้วยวงมาเน็ตแจ๊สบรรเลงเพลงฝรั่งมากกว่าเพลงไทยสากล เพลงไทยสากลที่เล่นบ้างคือเพลงที่คุณลูงมานิตแต่งเช่น เพลงลาที่กล้วยไม้ จากหนังเรื่องปู่โสมเฝ้าทรัพย์ (2476) เป็นเพลงในจังหวัดระบือเพลงแรกของเมืองไทย เพลงมอญกล่อมวัง จากเรื่องพญาน้อยชมตลาด (2478) เพลงดอกไม้ของหล่อน จากเรื่องเลือดทหารไทย (2478) อาจารย์สมใจเล่าว่า “ตอนนั้นเป็นเด็กก็สนุกมาก ไปบรรเลงเมื่อใดก็มีรถจากโรงถ่ายศรีกรุงมารับจนถึงบ้าน วงดนตรีกำลังมีชื่อเสียงคนนิยมมากก็พอดีคุณลูงมานิตต้องขึ้นไปธุระที่จังหวัดเชียงใหม่ กลับมาถึงกรุงเทพฯ คุณพ่อเจ้าวัดขณะนั้นเป็นบาทหลวงฝรั่งเศสชื่อคุณพ่อตาปี (Tapie) ก็ให้ตนมาตาม บอกให้คุณลูงไปพบ ท่านบาทหลวงบอกว่าให้เลิกวงดนตรีหญิงมาเน็ตแจ๊สเสียเถิด เป็นการไม่เหมาะสมที่จัดเด็กสาวๆ ให้ไปบรรเลงในโรงหนัง ด้วยความเคารพในคุณพ่อเจ้าวัด จึงต้องหยุดการแสดง หลังจากนั้นไม่นาน ลูงมานิตก็ป่วย ไม่ทราบว่าเป็นโรคอะไร มีอาการชักกระตุกทั้งตัว แล้วก็ถึงแก่กรรมที่บ้านในปี 2478 นั้น วงนั้นก็เลยเลิกไป บ้านที่ลูงมานิตอยู่ เป็นที่เช่าของวัดญาณสามเสน เจ้าของเดิมชื่อนายซำป หลังจากคุณลูงตายแล้วบ้านก็ว่าง เจ้าของจึงรื้อออกและปลูกใหม่ ทุกวันนี้ไม่มีเค้าเดิมเหลืออยู่เลย คงรักษาไว้แต่รูปหมู่ที่ถ่ายเอาไว้เป็นที่ระลึกเท่านั้น” ต้องขอขอบพระคุณอาจารย์สมใจที่กรุณาให้ข้อมูลสำคัญไว้ ณ ที่นี้เป็นอย่างยิ่ง

## 2.8 กำเนิดวงดนตรีคีตะเสวี

ดนตรีวงนี้เมื่อเริ่มต้นไม่ใช่วงดนตรีแจ๊สแท้ๆ แต่เป็นวงดนตรีเล็ก ๆ วงหนึ่ง ใช้งานเล่นดนตรีทุกรูปแบบตามสะดวก จัดขึ้นเป็นวงแจ๊สเบอร์ วงป๊อป ไปจนถึงแจ๊สขั้นพื้นฐาน เจ้าของวงเป็นคนเชื้อสายโปรตุเกส เกินในประเทศไทย เมื่อปี 2442 มีนามว่า Mr. Joseph Sequeira เรียกเป็นภาษาไทยกันว่าโจ ซีเกอร์่า ท่านมีบิดาเป็นชาวโปรตุเกส ชื่อ Mr. Lorenzo Sequeira ทำงานบริษัทฝรั่ง และเป็นนักดนตรีสมัครเล่น คุณโจ ซีเกอร์่า นั้นเป็นศิษย์เก่าอัสสัมชัญและเรียนดนตรีในโรงเรียนมาตั้งแต่เด็ก พอเข้าสู่วัยรุ่น เรียนหนังสือยังไม่จบชั้นสุดท้ายของโรงเรียน ก็ชวนเพื่อนฝูงออกมาตั้งวงดนตรีเล็ก ๆ ราว 3-5 คน ใช้งานบรรเลงทั่วไปในโอกาสต่าง ๆ ตามแต่มีผู้ว่าจ้าง ในสมัยรัชการที่ 7 ท่านเล่นดนตรีประจำอยู่ที่บาร์ชื่อ มูแลงเบลอ ถนนนเรศ ใกล้สี่พระยา กับเล่นตอนบ่าย ๆ ที่ Tea Room ตึกนายเลิศ ใกล้สี่พระยา ชื่อว่า “ห้องไทย” เจ้าของร้านชื่อนายกุหลาบ ชายเหล่าโวนที่ผลิตขึ้นเอง มีชื่อเสียงมากในยุคนั้น ส่วนมากเป็นการบรรเลงราว 15.00 น. เป็นต้นไป สมัยนั้นนิยมว่าเป็นเวลาสำหรับดื่มชาและ



ตี๋มเปียร์เย็น ๆ ท่านเป็นที่รู้จักกันดีในกลุ่มนักดนตรีที่เป็นทหาร ต่างก็วนเวียนไปเล่นดนตรีในละแวกนั้นด้วยกัน มีชื่อเสียงว่าเป็นคนเล่นเปียโนเก่งคนหนึ่ง

ในปี 2469 หลวงสุขุมนัยประดิษฐ์กลับมารับราชการใหม่ๆ ก็ได้รู้จักคุ้นเคยกันเพราะชอบดนตรีเหมือนกัน ในที่สุดก็ชวนกันไปเล่นดนตรีแจ๊สด้วยที่ Sport Club จนต่อมาเข้าไปรวมอยู่ในวงเรนโบว์เป็นครั้งคราว วงดนตรีนี้ระยะต้นๆยังไม่มีชื่อ แต่เป็นที่ทราบกันว่าหัวหน้าวงชื่อ ซีเกอร์่า จึงเรียกชื่อวงตามนามสกุลของหัวหน้าวง ต่อมารวมกลุ่มกันใหญ่ขึ้น โดยมีนักดนตรีฝีมือดี ๆ มาจากฟิลิปปินส์เข้าร่วมวงด้วย รวมแล้วประมาณ 7 ถึง 9 คน มีตัวตายตัวแทนเปลี่ยนหน้าที่กันได้หลายเครื่องมือ สามารถบรรเลงเพลงแจ๊สได้เป็นอย่างดี เนื่องจากคุณโจเจ้าของวงเป็นคนที่เกิดในประเทศสยาม จึงนับว่าเป็นวงดนตรีของคนไทยได้ ข้อมูลนี้ได้มาจากอาจารย์แมนรัตน์ ศรีกรรณานนท์ เป็นบุตรชายของคุณโจ ซีเกอร์่า ท่านให้รายชื่อนักดนตรีที่ร่วมวงเช่น 1) มิสเตอร์โจ ซีเกอร์่า บรรเลงเปียโน เป็นหัวหน้าวง 2) เวส สุนทรจามร ทรัมเป็ต 3) เปเป้ง (ชาวฟิลิปปินส์) คลาริเน็ต เป็นครูสอนเป่าเป็คลาริเน็ต 4) ซีหว่า (ชาวฟิลิปปินส์) เบสและกลองชุด 5) เรือง ผลประเสริฐ คลาริเน็ต และ แซ็กโซโฟน ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น ธนิต ผลประเสริฐ ศิษย์เอกของเปเป้ง 6) โป้ชี่ ซูประดิษฐ์(โป้ชี่ขาว) ไวโอลิน ต่อมาเป็นครูประจำวงดุริยางค์กองทัพอากาศ 7) บุญให้ พ่วงพิพัฒน์ ไวโอลิน จากวงเครื่องสายฝรั่งหลวง 8) มิ่ง (ไม่ทราบนามสกุล) เบส มาจากวงดุริยางค์กรมศิลปากร 9) แสวง เสนะวิณิน เป็นเจ้าของเครื่องดนตรีและบางครั้งร่วมวง

เมื่อความสามารถของวงมากขึ้น สามารถบรรเลงเพลงแจ๊สได้ ก็เปลี่ยนฐานะเป็นวงดนตรีสำหรับเต้นรำในตอนกลางคืน โดยบรรเลงประจำทุกคืนที่บาร์ในภัตตาคารห้อยเทียนเหลา (หยาดฟ้าภัตตาคาร) ใกล้สี่แยกราชวงศ์ เป็นปลายสมัยรัชกาลที่ 7 ก่อนสละราชสมบัติไม่นานนัก ทำให้บาร์แห่งนี้มีชื่อเสียงมาก เรียกคนไปเที่ยวกันมากๆ ทุกคืน ต่อมาวงดนตรีนี้ก็ใช้ชื่อว่า “วงคีตเสวี” แล้วในที่สุดก็เปลี่ยนเป็นวง “คีตวัฒน์” ในสมัยรัชกาลที่ 9

#### 2.10 ดนตรีแจ๊สในสมัยรัชกาลที่ 8 (พ.ศ. 2477-2489)

สมัยรัชกาลที่ 8 เป็นระยะเวลาสำคัญที่เข้าสู่ยุคประชาธิปไตย ทั้งเป็นช่วงเวลาหัวเลี้ยวหัวต่อแห่งความรู้สึกว่าคนไทยทุกคนเริ่มมีเสรีภาพมากกว่าสมัยปลายรัชกาลที่ 7 ความนิยมในการออกเที่ยวเต้นรำกลางคืนในสถานเริงรมย์ต่างๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย เกิดบาร์ใหม่ๆ ขึ้นขันแข่งกันใช้วิโศบายนานันการ เช่นเริ่มมีพาร์ตเนอร์ประจำบาร์เพื่อเป็นคู่เต้นรำ หรือเป็นเพื่อนคุยอย่างใกล้ชิด เกิดค่านิยมในการดื่มสุราและยาสูบบุหรืต่างประเทศ ถือว่าเป็นเรื่องโก้เก๋ มีรสนิยมดี กรุงเทพฯ เริ่มมีแท็กซี่รับจ้าง (ส่วนมากเป็นรถเก๋งสองตอนสีดำ เรียกกันว่าเก๋งดำ)

ครูสมาน นภายน เล่าว่า ระหว่างปี 2478-2480 มีบาร์ที่บรรเลงดนตรีแจ๊สเพิ่มขึ้นอีก 2 แห่งแข่งขันกันตามลำดับดังนี้ (แต่ยังไม่สามารถค้นวันเดือนปีได้ชัดเจน)ได้แก่ 1) บาร์ชื่อ บอลรูมบอลรูม อยู่ที่สวนลุมพินี ท่านเจ้าของคือพระยาธรรมาธิบดี 2) บาร์ชื่อ อ้อยหลี่ (วังบูรพา) อยู่ที่ใกล้สี่แยกสถานเหล็กบนหรือสามยอด เป็นของนายกมล ศุโกศล เจ้าของห้างสรรพสินค้ากมลศุโกศล

ยังไม่สามารถสรุปในที่นี้ได้ว่า ทั้งสองแห่งนี้มีนักดนตรีเป็นใครบ้าง แต่เท่าที่สืบถามจากครูใหญ่ นภายน ประมาณว่า บาร์ Ballroom Ballroom ที่สวนลุมพินีนั้น ใช้หนักดนตรีจากประเทศฟิลิปปินส์เกือบทั้งวง คนที่เก่งมากชื่อว่า บิลลี ฟลอเรนซ์ จอห์นนี่ เคอร์ฟีล รวมทั้งคนชื่อเปเป้ง ที่เคยช่วยประจำวงซีเกอร์่า ก็ย้ายไปช่วยงานที่สวนลุมพินีด้วย ทหารและพลเรือนนักเที่ยวกลางคืนวนเวียนใช้บริการและฟังเพลงแจ๊สจากวงทั้งสามนั้น คือ วงที่ภัตตาคารห้อยเทียนเหลาวงที่บาร์



Ballroom Ballroom ที่ลุมพินีและวงที่ภัตตาคารอู่ยี่หลี สามยอดทั้งหมดที่กล่าวมานี้ เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในกรุงเทพฯ ก่อนปี 2482

### 2.11 ทหารบกจัดวงดนตรีแจ๊สครั้งแรก

ประมาณปี 2481 ถึงต้นปี 2482 ยังเป็นยุคที่วันขึ้นปีใหม่นับจากวันที่ 1 เมษายนนั้น ทางฝ่ายกองทัพบกมีนักดนตรีทหาร มีความพร้อม มีวินัยบังคับอยู่ ทั้งมีนายทหารหลายคนที่อยู่ในคณะรัฐบาลเป็นผู้นิยมการ “เต้นรำ” ที่ใช้นามบัญญัติใหม่ว่า “ลีลาศ” มาแล้วตั้งแต่สมัยที่ท่านไปเรียนในต่างประเทศ จึงปรากฏว่า กองทัพบกสามารถตั้งวงแจ๊ส ขนาด 5 คนขึ้นก่อนใครหมดตามคำสั่งของพันเอกหลวงพรหมโยธี รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงกลาโหม เกิดขึ้นประมาณปี พ.ศ. 2480 มีนักดนตรีผู้บรรเลงตามที่ครูสมาน นภายน บันทึกลงไว้ดังนี้ 1) สิบบอกจำปา เล่มสำราญ ทรัมเป็ต หัวหน้าวงท่านเป็นศิษย์ของพระเจนดุริยางค์ (ปิตุ วามะยะกร) 2) สิบบอกประยูร ชีรานนท์ ไวโอลิน รองหัวหน้าวง (โปรดสังเกต นามสกุลนี้มีสุภาพสตรีอยู่ในวงมาชนิดแจ๊ส 2 คนเมื่อปี พ.ศ. 2478) 3) สิบบอกเชาวน์ แคล่วคล่อง กีตาร์ นักร้อง ต่อมาเป็นหัวหน้าวงวายุบุตร วง Big Band กองสลากกินแบ่งสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ 4) สิบบอกประสาท แก้วอุทัย ดับเบิลเบส ต่อมาเป็นผู้บังคับกองดุริยางค์ ม.ท.บ. 7 จังหวัดลำปาง 5) สิบบอกจ่าบุญ น้อยทิพย์ กลองชุด เป็นตลกเอกมใช้ชื่อว่าจ่าบุญ หนวดจิม

ในปี พ.ศ. 2482 ดนตรีสมัยใหม่ที่เล่นตามแบบฝรั่งนั้น ต่อมาถูกกำหนดชื่อเป็นการว่า “เพลงไทยสากล” โดยรัฐบาล ฯพณฯ จอมพลแปลก พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี เริ่มตั้งแต่ปี 2482 เป็นต้นมา รัฐบาลส่งเสริมให้มิวงดนตรีเพื่อการลีลาศขึ้น โดยสร้างเป็นวงดนตรีสากลประเภท Big Band ในหลายหน่วยงาน หน้าที่สำคัญคือเป็นวงดนตรีเพื่อการลีลาศ หรือเต้นรำ มีเครื่องดนตรีมากตั้งแต่ 12 ถึง 20 ชิ้น พร้อมด้วยนักร้องอีกจำนวนหนึ่งเกิดตามมาภายหลัง

วงดนตรีลีลาศของหน่วยราชการวงแรกที่ตั้งขึ้น (ประมาณเดือนพฤษภาคม 2482) คือวงดนตรีลีลาศกองทัพบก ชื่อวงดุริยางโยธิน เป็นวงใหญ่จริงๆ มีนักดนตรีเต็มได้ถึง 18 นาย ดังนี้ 1) แตรทรัมเป็ต 4 บรรเลงโดย ส.อ.จำปา เล่มสำราญ (หัวหน้าวง) ส.ท.ไสว ฉายศรี ส.ต.เข้า และ ส.ต.พุ่ม (ไม่ทราบนามสกุล) 2) ทรัมโบน 2 บรรเลงโดย ส.ต.จ่าบุญ น้อยทิพย์ และ ส.ท.อาวุธ เมฆเวียง 3) อัลโต้แซ็ก 3 บรรเลงโดย ส.ท.ชุ่มแยมเอิบสินส.ท.เล็ก ศรีไชยพลทหารหลง สนิทเนียม 4) เทเนอร์แซ็ก 2 บรรเลงโดย ส.ท.โสภณ สิริโสภณ ส.ท.ประนอม เกษจรรยา ส.ต.จ่าบุญ น้อยทิพย์ และ ส.ท.อาวุธ เมฆเวียง 5) แซ็กบาริโตน 1 บรรเลงโดย ส.ต.สุทิน แหเล็ก 6) เปียโน 1 บรรเลงโดย ส.ท.สะอาด เกษสิริ 7) กีตาร์ 1 บรรเลงโดย ส.ท.เชาว์ แคล่วคล่อง 8) เบส 1 บรรเลงโดย ส.ท.ประสาท แก้วอุทัย 9) กลองชุด 1 บรรเลงโดย ส.ท.ถาวร เชื้ออบเชย 10) ไวโอลิน 2 บรรเลงโดย ส.ท.ประยูร ชีรานนท์ ส.ท.แสวง ปานอำไพ

คงไม่ต้องสงสัยเลยว่า วงดนตรีดุริยางโยธินนี้สามารถเล่นเพลงแจ๊สได้แน่ เพราะนักดนตรีทหารมักชอบเพลงที่คึกคัก สนุกสนานอยู่แล้ว นอกจากนี้ นักดนตรีในวงอีกหลายท่านยังเป็นนักแต่งเพลง มีทั้งเพลงไทยสากลธรรมดา และเพลงไทยสากลประเภทเพลงแจ๊ส นักร้องสตรีนั้นก็มีมากถึง 18 คน รวมทั้งวง มีนักดนตรีนักร้องรวมกัน 48 คน นับว่าจริง

### 2.12 กำหนดวงดนตรีลีลาศกรมโฆษณาการ

ในปี พ.ศ. 2482 รัฐบาล ฯพณฯ จอมพล ป.พิบูลสงคราม ได้มอบหมายให้นายวิลาส โอสถานนท์ และหลวงสุขุมนับประดิษฐ์ จัดตั้งวงดนตรีลีลาศขึ้นที่กรมโฆษณาการ อยู่ในสังกัดของสำนักนายกรัฐมนตรี วงดนตรีนี้ถือกำเนิดเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน ปี 2482 โดยมีนายบุญเอื้อ สุนทร





สนาน (ชื่อเดิมของสุนทรภรณ์) เป็นหัวหน้าวง ได้นักดนตรีย้ายมาจากวงไทยฟิล์มของพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าภาณุพันธุ์ยุคล บางคนมาจากวงดุริยางค์สากลกรทศิลป์ากร บางคนมาจากวงดุริยางค์ กองทัพบก ได้มีการอนุมัติให้จัดซื้อเครื่องดนตรีใหม่ทั้งชุด จัดเป็นวงดนตรีประเภทวง Big Band นอกจากนี้ต้องทำหน้าที่บรรเลงเพลงสำหรับออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียงคลื่นสั้นเป็นประจำ ประมาณสัปดาห์ละ 2 ครั้งอีกด้วย

เรื่องนี้ครูสมาน นภายน ได้เขียนเล่าไว้ในหัวข้อเรื่อง “บันทึกจากความทรงจำ เรื่องวงดนตรีกรมโฆษณาการ” ว่าวันที่ 3 พฤษภาคม 2476 รัฐบาลตั้งกองการโฆษณาขึ้นก่อน จนถึง 5 กรกฎาคม 2483 จึงได้เปลี่ยนชื่อเป็น กรมโฆษณาการอย่างเป็นทางการ วงดนตรีลีลาศนี้ พันตรีวิลาส โอสถานนท์ กำหนดให้บรรเลงเพลงเต้นรำ โดยให้หลวงสุขุมน้อยประดิษฐ์ เข้ามาช่วยจัดให้เป็นวงดนตรี ประเภทแจ๊สวงใหญ่ ประกอบด้วยนักดนตรีดังต่อไปนี้ 1) นายบุญเอื้อ สุนทรสนาน หัวหน้าวง ทำหน้าที่ บรรเลงแซ็กโซโฟนและสไวโอลิน 2) นายสิริ ยงยุทธ ศิษย์พระเจนดุริยางค์จากวงเครื่องสายฝรั่งหลวง เป็นผู้บรรเลงเปียโน 3) นายสมพงษ์ ทิพยกลิน วงเครื่องสายฝรั่งหลวง บรรเลงไวโอลินและแซ็กโซโฟน 4) นายสมบุรณ์ ดวงสวัสดิ์ อดีตนักดนตรีจากวงเครื่องสายฝรั่งหลวง บรรเลงไวโอลิน 5) นายทองอยู่ ปิยะสกุล อดีตนักดนตรีจากวงเครื่องสายฝรั่งหลวง บรรเลงแซ็กโซโฟน 6) นายสังเวียน แก้วทิพย์ จากวง เครื่องสายฝรั่งหลวง บรรเลงแซ็กโซโฟน 7) นายสมบุรณ์ ศิริภาค จากวงเครื่องสายฝรั่งหลวง บรรเลง เบส 8) นายสาตี กลุ่มอมภา จากวงเครื่องสายฝรั่งหลวง บรรเลงกลองชุด 9) นายเวส สุนทรจามร จากกองทัพบก เป่าแตรทรัมเป็ต 10) นายจำปา เล่มสำราญ จากวงเครื่องสายฝรั่งหลวง เป่าทรัมเป็ต

จากหลักฐานที่ปรากฏในเอกสารเขียนด้วยลายมือของนายบุญเอื้อ สุนทรสนาน เสนอต่อหัวหน้ากองกระจายเสียง ในการที่มีวงดนตรีบรรเลงดนตรีออกอากาศทางวิทยุคลื่นสั้น ของกรม โฆษณาการ ปรากฏว่าในระยะต้น วงดนตรีนี้บรรเลงแต่เพลงฝรั่งส่งวิทยุกระจายเสียง เพลงส่วนมากที่ บรรเลงเป็นเพลงที่ได้มาจากภาพยนตร์บ้าง จากแผ่นเสียงบ้าง ออกอากาศครั้งหนึ่งไม่ต่ำกว่า 10 เพลง จนถึงกลางปี พ.ศ. 2483 จึงได้เริ่มออกอากาศเพลงไทยสากลมีอยู่เพียง 6 เพลง ล้วนเป็นเพลงที่สร้างขึ้น โดยบริษัทไทยฟิล์มของพระองค์เจ้าภาณุพันธุ์ยุคลทั้งสิ้น เมื่อต้องการเพลงไทยสากลสลับบ้าง จึงเกิด ความจำเป็นที่ต้องแต่งเพลงไทยสากลขึ้นใช้เองในวง ขณะนั้นผู้ที่มีความสามารถในการแต่งเพลงที่เป็น คนสำคัญมีอยู่ 3 คน คือนายบุญเอื้อ สุนทรสนาน นายล้วน ควันธรรม และนายสิริ ยงยุทธ นักร้องก็มีแต่ นักร้องชายประจำวง 2 คน คือนายบุญเอื้อและนายล้วนเท่านั้นต่อมากรมโฆษณาการได้บรรจุนักร้อง หญิงเข้ามา 2 คน เป็นนักร้องประจำคือนางสาวรุจี อุทัยกร และนางสาวจรี โมรากุล (ภายหลังจอมพล ป. พิบูลสงคราม เปลี่ยนชื่อให้ใหม่เป็นฉันทนา โมรากุล) จึงเริ่มมีนักร้องหญิงมาตั้งแต่ประมาณปี พ.ศ. 2483 ร้องแต่เพลงไทยสากล ไม่ได้ร้องเพลงฝรั่ง เนื่องจากปี 2483 เป็นยุคจากการเรียกร้องดินแดนคืน จากฝรั่งเศส วงดนตรีลีลาศกรมโฆษณาการจึงต้องทำหน้าที่สร้างเพลงปลุกใจ และเป็นกระบอกเสียง สำคัญของรัฐบาลตั้งแต่บัดนั้น

เพลงแจ๊สบรรเลงโดยวงดนตรีกรมโฆษณาการได้รับการยกย่องว่ามีฝีมือดี และบรรเลงเพลงประกอบการเต้นรำได้ยอดเยี่ยมที่สุด ต่อมาจึงได้ประพันธ์เพลงแจ๊สขึ้นใช้เองในวงนี้ จนเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ แล้วรับนักร้องสตรีเข้ามาเพิ่มอีก 2 คน คือ นางสาวখনอ (ชวลี) ช่างวิทย์ และ นางสาวสุปราณี พุกสมบุญ เริ่มมีการขับร้องเพลงคู่ชาย-หญิง ทั้งเพลงประเภทป๊อปและเพลงแจ๊สใน ลักษณะการขับร้องต่อว่าต่อขานกันก็เกิดขึ้น ทำให้เป็นที่สนุกสนานและได้รับความนิยมในการเต้นรำ มากยิ่งขึ้น หลวงสุขุมน้อยประดิษฐ์ได้แต่งเพลงแจ๊สให้กับวงนี้หลายเพลง เช่น ลี้นรักลี้นสุข เพลงเมื่อไหร่



ให้พบ ครูศรี ยงยุทธ แต่งเพลงที่ชื่อว่าฉวีอ่อนรัก ครูเอื้อแต่งเพลงชื่อเชยลีลาศ ครูล้วนแต่งเพลงชื่อพรานเบ็ด ฯลฯ นับเป็นความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ของประเทศไทยที่มีวงแจ๊สระดับมาตรฐานในยุคก่อนมีสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2

สรุปดนตรีแจ๊สในประเทศไทยและการแพร่กระจายของดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

ดนตรีแจ๊สในประเทศไทย เริ่มโดยคนต่างชาติก่อน ที่เป็นวงดนตรีแจ๊สของคนไทยแท้ๆ มาเริ่มในสมัยรัชกาลที่ 7 ประมาณปี 2469 บุคคลที่ควรได้รับการบันทึกชื่อไว้ให้ปรากฏในฐานะผู้ร่วมก่อตั้งวงดนตรีแจ๊ส และเป็นคนแต่งเพลงแจ๊สในระยะแรกเริ่ม มีหลายท่านด้วยกัน อาทิ หลวงสุขุมนัยประดิษฐ์ (ประดิษฐ์ สุขุม) นายนารถ ถาวรบุตร นายบุญเอื้อ สุนทรสนาน นายศรี ยงยุทธ นายล้วน ควันธรรม นายจำปา เล่มสำราญ ทั้ง 6 ท่านที่กล่าวมานี้ ถือว่าเป็นผู้ที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนการแต่งเพลงไทยสากลประเภทเพลงแจ๊สมาแต่ต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการลีลาศเป็นสำคัญ และเป็นงานที่ผลิตขึ้นก่อนสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ตามเป้าหมายของบทความนี้ สงครามโลกครั้งที่ 2 เริ่มส่อเค้าขึ้นในประเทศไทยมาตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2485 ตั้งแต่ประกาศสงครามกรุงเทพฯ ก็ถูกทิ้งระเบิด จนถึงประมาณเดือนตุลาคม พ.ศ. 2485 ก็เกิดน้ำท่วมใหญ่ พอน้ำลด ภัยทางอากาศก็เพิ่มขึ้น ต้องมีการขาดหลุมหลบภัยและพรางไฟในเวลากลางคืน เรื่องของดนตรีและการเต้นรำก็ชะงักลง จนสงครามเลิกในปี พ.ศ. 2488 สิ้นสงครามโลกครั้งที่ 2 วงดนตรีแจ๊สและเพลงแจ๊สก็เกิดตามมามากมาย สมควรต้องศึกษาในรายละเอียดต่อไปอีกจากบทความฉบับนี้ จนถึงปี 2489 คนไทยจึงได้เริ่มรู้จักเพลงแจ๊สประเภทบลูส์ อันเป็นเพลงพระราชานิพนธ์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบัน

## องค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการ

ความหมายของการบริหารงานจัดการนั้น มีนักวิชาการการบริหารจัดการองค์การหลายท่านได้ให้ความหมายของรูปแบบการบริหารจัดการองค์การ องค์ประกอบขององค์การ หลักการจัดองค์การ ประเภทขององค์การไว้ดังต่อไปนี้

### 1. รูปแบบการบริหารจัดการองค์การ

รูปแบบการบริหารจัดการองค์การได้มีผู้ให้ความหมายไว้ว่า องค์การ ตรงกับความหมายภาษาอังกฤษว่า Organization มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า องค์การตามทัศนคติและแนวความคิดต่าง ๆ ดังนี้

#### 1.1 ความหมายขององค์การ

องค์การคือ กลุ่มคนกลุ่มหนึ่งมาร่วมกันดำเนินการใด ๆ ให้บรรลุผลสำเร็จที่ตั้งไว้ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดขึ้นเป็นหน่วยงานที่มีระบบ มีสายการบังคับบัญชาที่แน่นอน มีการแบ่งงานกันทำ มีการประสานงานและให้ความร่วมมือกัน เพื่อจัดเป็นองค์การให้บริหารงานบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันขององค์การ Richard (ศิริพร พงษ์ศรีโรจน์, 2540: 132-133; อ้างอิงจาก Richard, 1988: 189-200) ได้ให้คำจำกัดความว่า องค์การ คือ กลุ่มสังคมที่กำหนดเป้าหมายอย่างเดียวกัน กำหนดโครงสร้างที่แน่นอน มีการประสานงานเป็นระบบและเชื่อมโยงสภาพแวดล้อมภายนอกจากแนวความคิดของนักวิชาการหลายท่านเกี่ยวกับความหมายขององค์การ สรุปได้ว่า องค์การ คือ กลุ่มคนที่อยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ว่าด้วยการแบ่งงานกันทำ การกำหนดเนื้อหาของภาระหน้าที่และความรับผิดชอบ รวมทั้งกำหนดวิธีการประสานงานและความร่วมมือ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์



หรือเป้าหมายที่วางไว้จอร์น เอฟ. พร็อพเพอร์ และแฟรงค์ พี. เซอร์วูด (John and Frank, 1960: 30) กล่าวว่า องค์การคือรูปแบบของการรวมตัวกันของบุคคลจำนวนมากเข้ามารวมมือกันทำงานที่ย่างยากซับซ้อนตามระบบระเบียบที่วางไว้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เอมีไท เอตซิโอนิ (Amitai, 1964: 1) กล่าวว่า องค์การ หมายถึง หน่วยสังคมหรือกลุ่มบุคคลที่ตั้งขึ้นอย่างจริงจัง เพื่อทำงานให้บรรลุเป้าหมายที่แน่นอนบรรวาร์นและโมเบอร์ก (Brown and Moberd, 1980: 5) กล่าวว่า องค์การเป็นสถาบันส่วนหนึ่งของสังคมประกอบพฤติกรรมที่ทำให้บรรลุเป้าหมายมีการแบ่งงานกันทำตามความถนัดเฉพาะด้านและมีโครงสร้างบาร์นาร์ด (Barnard, 1976: 73) กล่าวว่า องค์การ หมายถึง ระบบของการร่วมมือกันทำกิจกรรมของมนุษย์เมสและคณะ (Mescon and others, 1985: 9) กล่าวว่า องค์การประกอบด้วย บุคคลอย่างน้อยสองคนขึ้นไปซึ่งรวมกันเข้าเป็นกลุ่มวัตถุประสงค์ร่วมกันเป็นผลประโยชน์ของสมาชิกฝ่ายต่างๆและสมาชิกของกลุ่มเต็มใจเข้ามารวมกันทำงานเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ร่วมกันดังกล่าว ส่วนฮิค Hik (ธรรมรส โคชติคุณุชร, 2536: 128; อ้างอิงมาจาก Hik, 1988: 145) ว่า องค์การคือกระบวนการ ที่ถูกกำหนดขึ้นเป็นโครงสร้างเพื่อให้บุคคลได้ปฏิบัติการร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ดังนั้น องค์การ (Organization) หมายถึงหน่วยทางสังคมที่รู้จักและมีการประสานเข้ากันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน พร้อมกับการมีขอบเขตที่สามารถแยกชัดเป็นเอกเทศได้โดยในเวลาเดียวกันก็มีหน้าที่หรือประกอบกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งที่เป็นงานที่กระทำอย่างต่อเนื่อง โดยมีจุดมุ่งหมายที่ให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน (งษ์ชัย สันติวงษ์, 2538: 1) สอดคล้องกับความคิดของอรุณ รักธรรม (2536: 62) ว่า องค์การ หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกันเพื่อดำเนินการในกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ในการรวมตัวดังกล่าวต้องมีการ จัดระเบียบการติดต่อ แบ่งงานกันทำ และต้องมีการประสานประโยชน์ของแต่ละบุคคล ด้วยและปรีชา คัมภีร์ปกรณ์ (2536: 6) กล่าวว่าองค์การต้องมีลักษณะดังนี้

1. ต้องประกอบด้วยกลุ่มคน คือมีตั้งแต่ 2 คนมารวมกัน
2. บุคคลที่มารวมตัวกันนั้นต้องมีกิจกรรมหรือปฏิสัมพันธ์ต่อกัน
3. ปฏิสัมพันธ์ของบุคคลในองค์การนั้นอาจเป็นไปตามโครงสร้างที่แน่นอนขององค์การหรือโครงสร้างที่ไม่ตายตัวก็ได้
4. การดำเนินงานของสมาชิกภายใต้องค์การนั้นดำเนินไปอย่างมีจุดหมาย
5. จุดมุ่งหมายขององค์การต้องไม่ขัดหรือแย้งกับจุดมุ่งหมายส่วนตัวของสมาชิก

สรุป องค์การหมายถึง กลุ่มบุคคลที่รวมตัวกันเพื่อดำเนินการกิจกรรมร่วมกันโดยมีการจัดระเบียบปฏิบัติ แบ่งงานกันทำ มีการประสานประโยชน์ ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของภารกิจที่ตั้งไว้

## 1.2 องค์ประกอบขององค์การ

ฮาร์โลด เลวิท (สุภรณ์ ศรีพิพล, 2523 : 52; อ้างอิงจาก Harod Lawit, 1989: 137-138) ได้แบ่งปัจจัยหลักขององค์การออกเป็น 4 ส่วนสำคัญ ดังนี้ โครงสร้างภารกิจบุคคล เทคโนโลยี องค์การมีองค์ประกอบที่สำคัญ (อรุณ รักธรรม, 2536: 32) ดังต่อไปนี้

1.2.1 วัตถุประสงค์ หรือจุดมุ่งหมายในการก่อตั้งองค์การ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติกิจกรรมหรือผลผลิตขององค์การ



1.2.2 โครงสร้าง องค์การต้องมีโครงสร้าง โดยมีการจัดแบ่งหน่วยงาน ภายในตามหลักความชำนาญเฉพาะมีการกำหนดอำนาจหน้าที่และความสัมพันธ์ระหว่างภายในองค์การ

1.2.3 กระบวนการปฏิบัติงาน หมายถึง แบบอย่างวิธีปฏิบัติที่เป็นแบบแผน คงที่แน่นอนเพื่อให้ทุกคนในองค์การต้องยึดถือเป็นหลักในการปฏิบัติงาน

1.2.4 บุคคล องค์การต้องมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลทั้งในลักษณะกลุ่มคนที่เป็นสมาชิกภายในองค์การ ต้องปฏิบัติหน้าที่ตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย และยังคงเกี่ยวข้องกับบุคคลภายนอกองค์การได้แก่ ผู้รับบริการและผู้ให้การสนับสนุนอีกด้วย

ตัวแปรสำคัญขององค์การ ประกอบด้วย 1) งาน คือ งานที่ต้องทำให้สำเร็จ 2) โครงสร้าง คือ ระบบในเรื่องอำนาจ ระบบการสื่อสาร ระบบการรายงาน 3) คน คือ กำลังคนขององค์การทั้งหมด 4) วิชาการ คือ ความรู้สมัยใหม่ของทุกวิชาชีพ เครื่องมือ เครื่องจักร เครื่องวัด เป็นต้น (Bennis, 1969: 256)

### 1.3 หลักการจัดองค์การ

องค์การที่ดีต้องมีองค์ประกอบและแนวปฏิบัติมีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่าง ๆ เพื่อประสิทธิภาพขององค์ประกอบ อีกทั้งยังมีแบบการจัดองค์การในระบบราชการ

1.3.1 หลักในการจัดองค์การที่ดีต้องมีองค์ประกอบและแนวปฏิบัติต่อไปนี้ (อุทัย หิรัญโต, 2526: 244-255)

1) หลักวัตถุประสงค์ (Objective) องค์การทุกระดับต้องกำหนด วัตถุประสงค์ให้ชัดเจนว่าทำอะไรอย่างไร

2) หลักความรู้ความสามารถเฉพาะอย่าง (Specialization) บุคลากรในองค์การควรได้รับมอบหมายให้ทำงานตามความถนัดแต่เพียงหน้าที่เดียว เว้นแต่กรณีบุคคลนั้นมีความสามารถหลายด้าน ก็อาจมอบหมายงานให้ตามความถนัด

3) หลักการประสานงาน (Coordination) ต้องมีการร่วมมือกัน ในระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด โดยใช้หลักสามัคคีธรรมเพื่อนประโยชน์ขององค์การ

4) หลักการบังคับบัญชา (Aurhority) ต้องมีการกำหนดอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของแต่ละคนไว้อย่างชัดเจน ว่าใครมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบต่อใคร หรือใครขึ้นกับใคร เป็นต้น

5) หลักความรับผิดชอบ (Responsibility) ผู้บังคับบัญชาต้องกล้า รับผิดชอบต่อกรกระทำของผู้ใต้บังคับบัญชาของตนอย่างเต็มที่ เพราะสมาชิกในองค์การปฏิบัติหน้าที่ ในนามขององค์การ รับผิดชอบชั่วดีตกแก่องค์การทั้งสิ้น

6) หลักความสมดุล (Balance) ต้องมอบหมายให้หน่วยงานย่อย ทำงานให้สมดุลกันกล่าวคือ ปริมาณงานควรมีปริมาณที่ใกล้เคียงกัน รวมทั้งความสมดุลระหว่างงานกับ อำนาจหน้าที่ที่มอบหมายด้วย

7) หลักความต่อเนื่อง (Continuity) ในการจัดองค์การเพื่อการ บริหารงานควรเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องกัน ไม่ใช่ทำ ๆ หยุด ๆ หรือไม่ต่อเนื่อง ยิ่งถ้าเป็นบริษัทหรือ ห้างร้านคงไปไม่รอดแน่



8) หลักการโต้ตอบและการติดต่อ (Correspondence) ตำแหน่งทุกตำแหน่งต้องมีการโต้ตอบระหว่างกันและติดต่อสื่อสารกัน องค์การต้องอำนวยความสะดวก จัดให้มีเครื่องมือและการติดต่อสื่อสารที่เป็นระบบ

9) หลักขอบเขตของการควบคุม (Span of Control) เป็นการกำหนดขีดความสามารถในการบังคับบัญชาของผู้บังคับบัญชาคนหนึ่ง ๆ ว่าควรดูแลควบคุมดูแลผู้ให้บังคับบัญชาหรือจำนวนหน่วยงานย่อยไม่มากจนเกินไป โดยปกติหัวหน้างานดูแลหน่วยงานไม่เกิน 6 หน่วยงาน

10) หลักเอกภาพในการบังคับบัญชา (Unity of Command) ในการจัดองค์การที่ดีควรที่ให้เจ้าหน้าที่รับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานเพียงคนเดียวเท่านั้น เพื่อให้เกิดเอกภาพในการบังคับบัญชา จึงถือหลักการที่ว่า One Man one Boss

11) หลักตามลำดับชั้น (Ordering) ในการที่นักบริหารหรือหัวหน้างานออกคำสั่งแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา ควรปฏิบัติตามลำดับชั้นของสายการบังคับบัญชา ไม่ควรออกคำสั่งข้ามหน้าผู้บังคับบัญชา หรือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง เช่น อธิการบดีสั่งการแก่หัวหน้าภาควิชาที่ควรที่สั่งการผ่านหัวหน้าคณะวิชาที่หัวหน้าภาควิชาขึ้นสังกัดอยู่ อย่างน้อยที่สุดก็ควรมั่นใจให้หัวหน้าคณะวิชานั้นๆ ทราบด้วยว่า เพื่อป้องกันความเข้าใจผิด และอาจเป็นการทำลายขวัญและจิตใจในการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชาโดยไม่ตั้งใจ

12) หลักการเลื่อนขั้นตำแหน่ง (Promotion) ในการพิจารณาความดีความชอบและการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งควรถือหลักการว่า ผู้บังคับบัญชาโดยตรงย่อมเป็นผู้ที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับผู้ใต้บังคับบัญชาของตน โดยใกล้ชิดและย่อมทราบพฤติกรรมในการทำงานของผู้ใต้บังคับได้ดีกว่าผู้อื่น ดังนั้นการพิจารณาให้คุณและให้โทษแก่ผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชาของผู้ใดก็ควรให้ผู้นั้นทราบและมีสิทธิมีเสียงในการพิจารณาด้วยเพื่อความเป็นธรรมแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาของเขา และเพื่อเป็นการเสริมสร้างขวัญในการทำงานของบุคคลในองค์การด้วย

1.3.2 การจัดความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่าง ๆ คือตัวบุคคลและหน้าที่การทำงานเมื่อร่วมกันเข้าเป็นหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพสามารถทำงานบรรลุเป้าหมายได้ด้วยความพยายามของผู้บริหารที่ให้มีหนทางสำหรับการปฏิบัติงานให้สำเร็จผลตามแผนที่วางเอาไว้ และหลักความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการจัดองค์การมีอยู่ 3 ประการ คือ (ธงชน สันติวงษ์, 2538: 220)

1) ต้องมีหลักการแบ่งกันทำ (Division of Labor) การที่มนุษย์เข้ามาช่วยกันทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น ผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวเกิดขึ้น เมื่อได้มีการแบ่งแยกแรงงานกันทำตามความถนัด ความรู้ความสามารถ จึงเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์การ

2) ต้องมีเรื่องเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ (Authority) เห็นได้ว่ากลุ่มที่เกิดขึ้นประกอบด้วยบุคคลมีความรู้ความสามารถในส่วนของตน มีความเข้าใจความนึกคิดของตนและบุคคลต่าง ๆ เหล่านั้นมีเป้าหมายของตนเองอยู่ด้วย ดังนั้นกลุ่มที่เกิดขึ้นรวมกันทำงานเพื่อให้เกิดความสำเร็จต่อส่วนร่วมของกลุ่มนั้นได้ จำเป็นที่ผู้มีอำนาจต้องคอยควบคุมและสั่งการ กำกับให้ทุกคนที่อยู่ในองค์การทำงานเพื่อนความสำเร็จขององค์การด้วย



3) ต้องมีการจัดเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ต่างๆ (Relationships) เนื่องจากบุคคลที่เข้ามาาร่วมกันทำงานในแต่ละองค์การต่างก็ทำงานตามความรู้ ความสามารถของตน แต่การทำงานของทุกคน ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับคนอื่น จึงเป็นเรื่องที่จำเป็นที่ต้องวางเรื่องความสัมพันธ์ต่าง ๆ ไว้ให้แน่ชัดเพื่อให้การทำงานมีระเบียบและไม่ขัดแย้งกัน (ธงชัย สันติวงษ์, 2538: 229) เป็นกระบวนการสำคัญขั้นพื้นฐานของการบริหารเพราะการจัดองค์การเป็นการเชื่อมโยงวัตถุประสงค์ โครงสร้างความสัมพันธ์หน้าที่การทำงานกับบุคคล การควบคุมบังคับบัญชาตามลักษณะของการแบ่งงาน และการรวบรวมหน่วยงานที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันมารวมไว้ เพื่อสะดวกในการควบคุมบังคับบัญชาก่อเกิดเอกภาพในการบริหารงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ (สมพงษ์ เกษมสิน, 2546: 136)

1.3.3 การจัดองค์การในระบบราชการ มีลักษณะสำคัญดังนี้ (สมชัย ศรีสุทธิยากร, 2527: 43)

- 1) สายการบังคับบัญชา ระบบราชการต้องมีสายการบังคับบัญชาจากผู้มีอำนาจสูงสุดไปยังผู้มีอำนาจรองลงมา ไปจนถึงผู้มีอำนาจน้อยที่สุด ผู้ที่อยู่ในสายการบังคับบัญชาระดับสูงมีอำนาจสั่งการต่อผู้ที่อยู่ระดับต่ำกว่า
- 2) ตำแหน่งละอำนาจหน้าที่ ผู้ปฏิบัติงานในระบบราชการต้องมีการระบุตำแหน่งและอำนาจหน้าที่ของตนไว้อย่างชัดเจน
- 3) กฎ ระเบียบ ข้อบังคับที่แน่นอนในการปฏิบัติงาน กฎ ระเบียบ ข้อบังคับดังกล่าวต้องเป็นตัวกำหนดวิธีการปฏิบัติงาน และการแก้ไขปัญหาการปฏิบัติงาน
- 4) การแบ่งงานตามความชำนาญเฉพาะด้าน ในระบบราชการมีการกระจายงานออกไปตามลักษณะเฉพาะงานของงานนั้นๆ ให้เกิดการบรรจุบุคคลตามความชำนาญเฉพาะด้านและเกิดการรวมกลุ่มของบุคคลที่มีการทำงานคล้ายคลึงกัน
- 5) มีระบบการคัดเลือกและการเลื่อนขั้นโดยอาศัยการแข่งขันและความสามารถผู้ที่เข้ามาทำงานในระบบราชการถ้ามีการศึกษาตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดก็สามารถเข้ารับ การคัดเลือกได้โดยการสอบแข่งขัน และเมื่อเข้าทำงานแล้วในการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งก็ใช้การทดสอบและแสดงความสามารถเพื่อแข่งขันกับเพื่อนร่วมงานคนอื่น
- 6) มีระบบจูงใจโดยการกำหนดอัตราเงินเดือนตามอำนาจหน้าที่และระยะเวลาในการทำงาน กล่าวคือ ผู้ที่อยู่ในสายการบังคับบัญชาระดับสูงได้รับค่าตอบแทนสูงเมื่ออยู่ในตำแหน่งสายการบังคับบัญชาเท่าเดิม แต่มีระยะเวลาในการทำงานนานก็ได้รับค่าตอบแทนสูงขึ้นตามระยะเวลาในการทำงานด้วย
- 7) มีระบบความสัมพันธ์ภายในองค์การอย่างเป็นทางการ คือ ต้องให้บุคคลมีความสัมพันธ์กันตามสายการบังคับบัญชาและมีอำนาจหน้าที่ในการทำงานเท่านั้น ไม่มีการติดต่อกันเป็นการส่วนตัวหรือติดต่อข้ามสายการบังคับบัญชา นอกจากนี้ระบบราชการยังต้องการความเป็นเอกภาพในการบังคับบัญชา คือผู้ใต้บังคับบัญชา ต้องได้รับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว
- 8) ให้เหตุผลเป็นเครื่องตัดสินปัญหา เหตุผลในที่นี้หมายถึง การตัดสินใจที่อยู่ในกรอบกฎเกณฑ์และระเบียบที่วางไว้

โดยสรุป การจัดองค์การ หมายถึง การจัดความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริหารงานทำให้การดำเนินงานนั้นบรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ



#### 1.4 ประเภทขององค์การ

ประเภทขององค์การสามารถแบ่งออกเป็นได้ 2 รูปแบบคือ องค์การที่เป็นทางการและองค์การที่ไม่เป็นทางการ

##### 1.4.1 องค์การที่เป็นทางการ

1) วัตถุประสงค์ขององค์การการจำแนกประเภทขององค์การอาจจำแนกได้หลายประการ ทั้งนี้โดยยึดหลักเกณฑ์ต่างๆ โดยเฉพาะวัตถุประสงค์ขององค์การเป็นหลักสามารถแบ่งได้ 4 ประเภทดังนี้ 1) องค์การเพื่อประโยชน์ของสมาชิก 2) องค์การธุรกิจ 3) องค์การเพื่อบริการ 4) องค์การเพื่อสวัสดิภาพของประชาชน (สมคิด บางโม, 2541: 15-16)

2) คุณลักษณะขององค์การ นอกจากนี้ยังจำแนกประเภทขององค์การโดยยึดโครงสร้างขององค์การเป็นหลัก หากกำหนดคุณลักษณะของการองค์การอย่างกว้างมักพบว่า องค์การประเภทต่างๆ ข้างต้น เป็นองค์การประเภทที่มีรูปแบบ มีคุณลักษณะ ดังนี้เป็นองค์การที่มีการกำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดเป้าหมายของการทำงานอย่างชัดเจนเป็นองค์การที่จัดตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการ และมีกฎหมายรองรับมีการแบ่งงานกันทำ มีการกำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ ลดหลั่นกันไปตามสายการบังคับบัญชา มีการจัดระบบการติดต่อสื่อสาร การประสานงานและกำหนดสายสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างเป็นระบบ

3) องค์ประกอบที่สำคัญขององค์การที่มีรูปแบบกล่าวคือ

การแบ่งระดับชั้นสายการบังคับบัญชา (Hierarchy) ในองค์การมีการแบ่งระดับชั้นของการบัญชาการและมีการมอบหมายงาน กำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบควบคู่ไปกับการมอบหมายงาน การแบ่งระดับชั้นของการบริหารแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับสูง ระดับกลาง และระดับต้น การแบ่งระดับชั้นของการบังคับบัญชาในลักษณะนี้เป็นลักษณะแนวตั้ง (Vertical) แต่ละระดับกำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบแตกต่างกันไป และมีขอบเขตเพื่อป้องกันการสับสนและการก้าวก่ายในหน้าที่กันและกัน

การแบ่งงาน (Division of Work) จากการทำงานขององค์การมีภาระหน้าที่มากมาย ดังนั้น องค์การจึงต้องมีการแบ่งงานเพื่อให้มีความเหมาะสม ประหยัด ละเกิดประสิทธิภาพในการทำงาน การแบ่งงานต้องคำนึงถึงลักษณะงาน คุณสมบัติความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน การแบ่งงาน ไม่ควรให้มีการแยกย่อยหน่วยงานมากเกินไป มีผลต่อการประสานงาน ขาดความคล่องตัว และทำให้เกิดความล่าช้าในการปฏิบัติงาน

ช่วงการควบคุม (Span of Control) หมายถึง จำนวนผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาผู้บังคับบัญชาคนหนึ่งควบคุมบังคับบัญชาอยู่ หรือ หมายถึงขอบเขตของสายการบังคับบัญชาจากระดับหนึ่งไปสู่อีกระดับหนึ่ง ในองค์การควรต้องมีการกำหนดช่วงการควบคุมให้เหมาะสม ช่วงการควบคุมที่แคบ หมายถึง ผู้ใต้บังคับบัญชาคนหนึ่งมีผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาน้อยคน หากกำหนดช่วงการควบคุมที่กว้างเกินไป ทำให้การควบคุมและประสานงานกับผู้ใต้บังคับบัญชาได้ยากยิ่งขึ้น (พยอม วงศ์สารศรี, 2538: 12-13) กำหนดช่วงการควบคุมไว้อย่างกว้างๆ เพื่อให้การควบคุม การประสานงานเกิดประสิทธิภาพ ช่วงการควบคุมแบ่งเป็น 2 ระดับ ได้แก่ระดับบริหาร (Executive Span) ควรจะมีผู้ใต้บังคับบัญชา 3-9 คนและระดับปฏิบัติการ (Operative Span) ควรจะมีผู้ใต้บังคับบัญชาไม่เกิน 30 คน (Ralph C. Davis)



4) เอกภาพในการบังคับบัญชา (Unity of Command) หมายถึง อำนาจการควบคุมบังคับบัญชาตามผู้บังคับบัญชาคนใดคนหนึ่ง ทั้งนี้ เพื่อป้องกันมิให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความสับสน หรือก้าวก่ายหน้าที่กัน

#### 1.4.2 องค์กรที่ไม่เป็นทางการ (Informal Organization)

องค์กรที่ไม่เป็นทางการ หรือองค์กรออร์ปนัย หรือองค์กรไร้รูปแบบ องค์กรประเภทนี้มีคุณลักษณะที่แตกต่างจากองค์กรที่มีรูปแบบ องค์กรออร์ปนัยมักพบว่าเป็น องค์กรที่แฝงอยู่กับองค์กรที่มีรูปแบบ ลักษณะขององค์กรประเภทนี้ไม่มีโครงสร้างชัดเจน ไม่มีระเบียบกฎเกณฑ์ที่แน่นอน ไม่มีสายการบังคับบัญชา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นลักษณะสมัครใจที่อยู่ร่วมกัน มีความพอใจและมีความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นที่ตั้ง (สมชัย ศรีสุทธิยากร, 2527: 43)

#### 1.5 สาเหตุของการจัดตั้งองค์กร

องค์กรเป็นการรวมตัวของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยมีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์เดียวกัน มีการแบ่งงานกันทำตามความถนัดความรู้ความสามารถ โดยอาศัยทรัพยากรทางการบริหาร ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ปฏิบัติสามารถดำเนินกิจกรรมหรืองานให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ จากความหมายขององค์กรข้างต้น ทำให้เห็นลักษณะขององค์กรว่าการทำงานในองค์กรไม่สามารถทำให้สำเร็จ โดยลำพังคนเดียวได้ แต่เป็นการดำเนินงานกลุ่มในลักษณะที่เป็นองค์กรทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินงานด้านธุรกิจ การเมือง การศึกษา เป็นต้น สาเหตุที่ทำให้มีการตั้งองค์กรที่แพร่หลายในปัจจุบันพบว่า

1.5.1 การจัดตั้งองค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลในสังคม จากข้อสมมุติฐานของ Maslow กล่าวว่ามนุษย์ทุกคนมีความต้องการและความต้องการนั้นมีเรื่อยๆ ไม่มีที่สิ้นสุด ดังนั้นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นมาต่างก็สนองความต้องการของมนุษย์ไม่ว่าเป็นการตอบสนองทางด้านร่างกาย ความปลอดภัย ด้านสังคม องค์กรเป็นแหล่งที่สามารถสร้างประโยชน์และความพอใจให้กับบุคคลในสังคมได้

1.5.2 เนื่องจากองค์กรเป็นที่รวมของคนและงาน ขณะเดียวกันงานที่มีอยู่ในองค์กร ไม่สามารถทำให้สำเร็จได้โดยลำพัง เนื่องจากมนุษย์มีข้อจำกัดทั้งด้านกำลังกายและกำลังความคิด ตลอดจนความรู้ความสามารถ ความถนัดที่แตกต่างกัน ข้อเท็จจริงประการนี้จึงทำให้แต่ละคนมุ่งความสนใจทำงานในสิ่งที่ตนเองชำนาญ และมีความสามารถเป็นอย่างดี ดังนั้น การจัดตั้งองค์กรจึงเป็นการรวมกลุ่มกันทำงาน โดยที่แต่ละคนทำหน้าที่ที่ตนเองถนัด และเมื่อต่างคนต่างก็ปฏิบัติหน้าที่อย่างดีที่สุดแล้วการทำงานย่อมมีประสิทธิภาพ และส่งผลให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ (สมชัย ศรีสุทธิยากร, 2527: 43)

### 2. การบริหาร (Management)

การบริหารสามารถแบ่งเนื้อหาที่ต้องทราบออกเป็น ความหมายของการบริหาร ความเป็นมาของการบริหารและหน้าที่ของการบริหาร

#### 2.1 ความหมายของการบริหาร

การบริหารเป็นงานของหัวหน้างานทุกคนที่ต้องปฏิบัติในฐานะที่เป็นผู้นำกลุ่ม การบริหารเป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อน (Management is a Complex Process) คำว่า การบริหารได้มีผู้ให้คำนิยามแตกต่างกันออกไปตามทัศนะคติหรือแนวการศึกษาของแต่ละบุคคล ดังนี้ การบริหาร หมายถึง การทำงานให้สำเร็จโดยอาศัยผู้อื่น (Koontz, 1972: 43) กระบวนการจัด





องค์การ และการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นไว้ล่วงหน้า (Dale, 1993: 4) มีกระบวนการสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยอาศัยทรัพยากรต่างๆ ผ่านหน้าที่ทางการบริหารได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ (Dubrim and Ireland, 1993: 4) และ Samuel (1989: 6) ได้ให้ความหมายการบริหารว่า กระบวนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ โดยอาศัยบุคคลและทรัพยากรอื่นหมายถึง กระบวนการของการวางแผนการจัดองค์การ การนำและการควบคุมกิจกรรมภายในองค์การ เพื่อให้องค์การสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kae, 1987: 10)

สรุปได้ว่า การบริหารหมายถึงกระบวนการทำงานโดยใช้ทรัพยากรทางการบริหารต่างๆ โดยมีบุคคลเป็นทรัพยากรหลักขององค์การและบุคคลนี้เป็นผู้ใช้ทรัพยากรอื่นๆ เช่น เงินทุน เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์อื่นข้อมูลสารสนเทศ เป็นต้น เพื่อให้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องอาศัยผู้บริหารเป็นผู้จัดการทรัพยากร ตลอดจนการประสานงานให้การทำงานในองค์การเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

## 2.2 ความเป็นมาของการบริหาร

การบริหารที่ประสบความสำเร็จได้เกิดขึ้นมานานกว่าหนึ่งพันปีที่ผ่านมาตัวอย่างของการบริหารที่เกิดประสิทธิผล ได้แก่การสร้างมหาปิรามิดคือออปส์ (The Great Pyramid of cheoops) เมื่อประมาณ 3,000 ปี ก่อนคริสต์ศักราช มหาปิรามิดแห่งนี้มีขนาดใหญ่โตมาก ต้องใช้หินมากกว่า 2,3000,000 ก้อน แต่ละก้อนน้ำหนักระหว่าง 11/2-2 ตัน มีอาณาบริเวณกว้างมากกว่า 13 เอเคอร์ (Acres) และใช้คนงานก่อสร้างมากกว่า 100,000 คน ใช้ระยะเวลาก่อสร้างมากกว่า 20 ปี ปีเตอร์ ดรักเกอร์ (Peter Drucker) ได้ให้ความเห็นว่าการสร้างปิรามิดของชาวอียิปต์ในครั้งนั้นแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบตลอดจนการบริหารจัดการที่ดีเยี่ยมของผู้บริหารในประวัติศาสตร์ จากตัวอย่างดังกล่าวแสดงว่าการบริหารมีประวัติความเป็นมาเก่าแก่มาก แต่ละยุคสมัยได้มีการนำเอาวิธีการบริหารอย่างจริงจัง หลักและทฤษฎีเพิ่งได้รับความสนใจอย่างจริงจัง จุดเริ่มต้นของการศึกษา คือ ภายหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม (Industrial Revolution) เมื่อประมาณปี ค.ศ. 1893 มีการเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตจากสภาพในครัวเรือนมาเป็นโรงงาน การนำเทคโนโลยีมาใช้ในทางอุตสาหกรรมมากขึ้น สภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปทำให้มีผู้ทำการศึกษาและเสนอแนวคิดด้านการบริหารรวมทั้งหลักและทฤษฎีการบริหาร เป็นเครื่องมือที่เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานของผู้บริหารให้มากยิ่งขึ้น

## 2.3 หน้าที่ของการบริหาร

การทำงานให้สำเร็จโดยอาศัยบุคคลอื่นตลอดจนการใช้ทรัพยากรต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้บริหารในฐานะเป็นผู้นำกลุ่มต้องมีภาระหน้าที่ทางการบริหาร ปฏิบัติเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการบริหารงาน ผู้ทรงคุณวุฒิทางการบริหารได้จำแนกหน้าที่ทางการบริหารไว้ดังนี้ Gulick (สุวกิจ ศรีปัดดา, 2533: 69-72; อ้างอิงจาก Gulick. 1886) ได้เสนอขบวนการบริหาร 7 ขั้นตอน หรือที่เรียกกันย่อ ๆ ว่า POSDCORB เป็นขั้นตอนพื้นฐานของการศึกษาการบริหาร ขบวนการทั้ง 7 ขั้นตอนประกอบด้วย



2.3.1 การวางแผน (Planning) หมายถึง การเตรียมการไว้ล่วงหน้าก่อนลงมือปฏิบัติจริง

2.3.2 การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึง การวางโครงสร้างการทำงานภายในองค์การ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2.3.3 การจัดบุคคลเข้าทำงาน (Staffing) หมายถึงการจัดบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่รับผิดชอบงานในตำแหน่ง เป็นภารกิจเกี่ยวกับบุคลากรทั้งหมดในเรื่องเกี่ยวกับการสรรหา การฝึกอบรม ตลอดจนการสร้างสภาพแวดล้อมของการทำงานที่ดี

2.3.4 การอำนวยการ (Directing) เป็นกิจกรรมที่เป็นภาระหน้าที่สำคัญของผู้บริหารที่ต้องทำการตัดสินใจ สั่งการ ออกคำสั่ง และควบคุมการทำงาน

2.3.5 การประสานงาน (Coordinating) หมายถึง ภาระหน้าที่ในการเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของงานด้วยกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ พยายามสร้างระบบการติดต่อสื่อสาร การสร้างกลุ่มทำงาน

2.3.6 การรายงานผลการปฏิบัติงาน (Reporting) หมายถึง การรายงานถึงสภาพการปฏิบัติงานให้ผู้บังคับบัญชาทราบ เป็นการแสดงถึงข้อเท็จจริงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ตลอดจนการชี้แจงหรือประชาสัมพันธ์ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงาน

2.3.7 การงบประมาณ (Budgeting) เป็นการศึกษาถึงการใช้จ่ายเงินในการบริหารงาน มีขั้นตอนตั้งแต่การจัดเตรียม การอนุมัติ และการบริหารงานงบประมาณรวมถึงการวางแผนการคลัง การทำบัญชี และการควบคุม เพื่อให้มีการใช้จ่ายเงินตรงตามเป้าหมายของการบริหารที่กำหนดไว้รูปแบบการบริหารดังกล่าวเป็นการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีขั้นตอนและเหมาะสมกับองค์การ

### องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดเทศกาลดนตรีแจ๊ส

การจัดเทศกาลดนตรีแจ๊สเกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2546 ที่กรุงเทพมหานคร โดยได้พัฒนาจากการแสดงดนตรีในประเทศและเป็นประสพการณ์ใหม่ของประเทศไทยที่ได้เกิดการแสดงจากศิลปินดนตรีแจ๊สจำนวนมากที่ได้มาร่วมกันแสดงในสถานที่เดียวกันเป็นจำนวนมากและการจัดแสดงเทศกาลดนตรีแจ๊สนี้สามารถเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานจากภาครัฐและเอกชน อีกทั้งผู้จัดรวมถึงการผลิตโดยสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

#### 1. การจัดแสดงดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

เทศกาลดนตรีแจ๊สได้เริ่มกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งในนามของ บางกอกแจ๊สเฟสตีวัล (Bangkok Jazz Festival) พ.ศ. 2546 ที่สนามเสือป่า พระราชวังดุสิต กรุงเทพมหานคร โดยผู้ริเริ่ม เทศกาลดังกล่าวคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับบริษัท ไทยเอเชีย แปซิฟิค บริวเวอรี่ (Heineken) และผู้ดำเนินการจัดงานได้แก่ บริษัท เทอร์มินัล เอ็กซ์ตรา เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ศิลปินแจ๊สที่เข้าร่วมงานนั้นก็มากขึ้นอย่างคึกคักและเป็นในระดับนักดนตรีแจ๊สแนวหน้าของโลก วัตถุประสงค์ ของการจัดงานนั้นคือต้องการสร้างให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางด้านดนตรีในภูมิภาคเอเชียและ เพื่อสะท้อนให้ชาวต่างชาติเห็นถึงศักยภาพของประเทศไทยในเรื่องของการเป็นประเทศที่น่าท่องเที่ยว นอกจากนี้ แนวทางการดำเนินงานก็เพื่อสร้างความต่อเนื่องของกิจกรรมเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยได้รับ



อิทธิพลต่อเนื่องมากระทั่งงาน บางกอกแจ๊สเฟสติวัล (Bangkok Jazz Festival 2005) โดยกำหนดให้มีการจัดงานเป็นเวลา 3 วันได้เชิญนักดนตรีแจ๊สระดับโลกที่มีชื่อเสียงและศิลปินแจ๊ส ไทยเข้าร่วมงานด้วย รวมทั้งยังเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ดนตรีแจ๊สไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศอีกด้วย ส่วนของบรรยากาศและความสำเร็จของกิจกรรมในครั้งนี้ก็ได้รับการ ตอบรับจาก บรรดาคอเพลงแจ๊สทั้งชาวและชาวประจําเป็นจำนวนมากทั้งนี้เนื่องจากการจัดบรรยากาศ ของงานและสถานที่ได้อย่างเหมาะสมโดยเลือกบริเวณสนามเสือป่าใกล้ลานพระบรมรูปทรงม้าเป็น ลานกว้างลมพัด เย็นสบายสามารถตอบโจทย์ของกลุ่มผู้ฟังที่ต้องการพักผ่อนในบรรยากาศของ วันหยุดได้เป็นอย่างดี (ปรารธนา พันธูชา, 2549)

เช่นเดียวกันกับเทศกาลแจ๊สที่จัดขึ้นที่หัวหิน หรือ หัวหินแจ๊สเฟสติวัล เริ่มต้นขึ้นเมื่อ ปี พ.ศ. 2546 โดยใช้ชื่อ ไฮเนเก้น แจ๊ส เฟสติวัล หัวหิน (Heineken Jazz Festival Huahin) โดยได้รับความร่วมมือระหว่างบริษัท ไทยเอเชีย แปซิฟิค บริวเวอรี่ จำกัด (Heineken) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมโรงแรมห้าดาวหัวหิน และเทศบาลเมืองหัวหิน ร่วมกันกันจัดขึ้น เพื่อดึงดูดให้ผู้มี ใจรักในเสียงดนตรีและนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหลั่งไหลเข้ามาชมมหรหรรรมดนตรี แจ๊สของ ไทย จุดเด่นของเทศกาลดนตรีแจ๊สที่หัวหินนั้นคือ การที่สามารถรวบรวมเอาศิลปินแจ๊ส คุณภาพของไทย เช่น โก๋ มิสเตอร์แซกแมน พัชรา ดิลา โปรด ธนภัทร และออลสตาร์แจ๊ส มารวมตัว กันแสดงและศิลปิน รับเชิญจากต่างประเทศมาบรรเลงดนตรีแจ๊สในหลากหลายสไตล์ให้ผู้ฟังได้รับฟัง กันในโอกาสเดียว

เทศกาลดนตรีแจ๊ส ไฮเนเก้น แจ๊ส เฟสติวัล หัวหิน เป็นกิจกรรมที่เบียร์ไฮเนเก้นร่วมกับ สมาคมโรงแรมห้าดาวจัดขึ้น โดยได้รับการส่งเสริมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เทศบาลเมือง หัว หิน และกลุ่มผู้สนับสนุนรองเช่น ฮอนด้า เครื่องดื่มสไปร์ท บางกอกโพส Breeze FM UBC หรือ True Vision บรรยากาศของงานนั้นเต็มไปด้วยผู้คนจากหลากหลายสาขาอาชีพ มีทั้งคนไทยและนักท่องเที่ยว จากต่างชาติด้วยบรรยากาศที่สบายบริเวณริมหาดหัวหินก็สามารถเรียกกลุ่ม ผู้ฟังดนตรีแจ๊สจากเมือง หลวงหรือจังหวัดต่างๆ ให้เข้ามาร่วมสัมผัสกับบรรยากาศดังกล่าวได้เป็นอย่างดี ดี อีกทั้งการจัดงานในครั้ง นี้ไม่เพียงจะจํากลุ่มคนทำงานเท่านั้นสิ่งที่พบเห็นภายในงานเทศกาลดนตรีแจ๊ส นั่นก็คือกลุ่มนักศึกษาที่ สนใจทางด้านดนตรีแจ๊สหรือกำลังศึกษาอยู่ก็ต่างให้ความสนใจในเทศกาลดนตรีแจ๊สอีกด้วย

## 2. รูปแบบการจัดการแสดง

รูปแบบการจัดการแสดงคอนเสิร์ตในปัจจุบันมีรูปแบบอยู่หลายรูปแบบ โดยสามารถ แบ่งออกได้ดังนี้ (ศิริมา ลิมวิริยะเลิศ, 2540)

2.1 คอนเสิร์ต (Concert) คือ การแสดงดนตรีสด แสดงต่อหน้าคนดู ในสถานที่ และเวลาที่ได้มีการตกลงกันเอาไว้ โดยผู้แสดงอาจมีนักดนตรีเพียงหนึ่งคน หรืออาจมีนักดนตรีหลายคน เครื่องดนตรีหลายชิ้น เป็นวงดนตรีก็ได้ เช่น วงออร์เคสตรา วงขับร้องประสานเสียง หรือ วงดนตรี อาจ เรียกการแสดงว่า โชว์ (Show) หรือ กิก (Gig)

2.2 ทัวร์คอนเสิร์ต (Tour Concert) คือ การทัวร์ของนักดนตรี กลุ่มดนตรี ศิลปิน ในหลายๆเมือง หลายๆสถานที่ โดยเฉพาะในวงการเพลงป๊อปที่มีโปรเจกต์ใหญ่หลายๆเดือนหรือเป็นปี

2.3 โปรโมทัวร์ (Promo Tour) คือการทัวร์อีกประเภทหนึ่งที่มีจุดประสงค์เพื่อการ โปรโมอัลบั้ม เพื่อยอดขายอัลบั้มของตัวศิลปิน



2.4 เทศกาลดนตรี (Music Festival) คือคอนเสิร์ตที่รวมหลายๆ ศิลปินเข้าด้วยกัน ตัวอย่างเทศกาลดนตรีที่มีชื่อเสียงเช่น Woodstock Music and Art Festival, Northsea Jazz Festival, Oxegen, Bath Festival, Fuji Rock Festival, The Newport Jazz Festival, Cambridge Folk Festival, Glastonbury Festival, Isle of Wight Festival และ Summer Sonic เป็นต้น ประเทศไทยมีเทศกาลดนตรี เช่น เทศกาลดนตรีพิทยาและเทศกาลดนตรีแจ๊สต่างๆ เช่น หัวหิน แจ๊ส เฟสติวล เชียงใหม่ แจ๊ส เฟสติวล เป็นต้น โดยสามารถแบ่งคอนเสิร์ตออกได้ในหลายลักษณะดังนี้

2.4.1 แบ่งตามที่มาของรายได้ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- 1) คอนเสิร์ตที่เก็บค่าผ่านประตู รายได้มาจากสองส่วนคือ ค่าผ่านประตู (Ticketing) และผู้ให้การสนับสนุน (Sponsorship)
- 2) ฟรีคอนเสิร์ตรายได้มาจากงบประมาณสนับสนุนจากทางผู้ให้การสนับสนุน (Sponsorship) เพียงอย่างเดียว

2.4.2 แบ่งตามลักษณะของสถานที่จัดงาน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

- 1) คอนเสิร์ตในร่ม (Indoor-concert)
- 2) คอนเสิร์ตกลางแจ้ง (Outdoor-concert)
- 3) แบ่งตามลักษณะของแนวดนตรี เช่นแนวเพลงแจ๊ส (Jazz), ป๊อป (Pop), บลูส์ (Blues), ร็อก (Rock) เป็นต้น (พีระพล พิภาวกร, 2552: 40-42)

3. องค์ประกอบสำคัญของการจัดการแสดง

การแสดงแต่ละครั้งประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่างๆมากมาย ทั้งผู้แสดงและผู้ชม และทีมงานจัดเตรียมในด้านต่างๆ เช่น เวที เสียง แสง การประชาสัมพันธ์ การจำหน่ายบัตร พนักงานเดินตั๋ว (Usher) เป็นต้น คอนเสิร์ตที่เกิดขึ้นในแต่ละครั้ง มีผู้เกี่ยวข้องและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เป็นความรับผิดชอบของผู้จัดโดยทั้งหมด และหารายได้จากสามช่องทางคือการจำหน่ายบัตรเข้าชม และจากผู้ให้การสนับสนุนงาน โดยองค์ประกอบหลักที่สำคัญมีอยู่ทั้งสิ้น 8 ส่วนด้วยกันดังนี้

- 3.1 ผู้จัดคอนเสิร์ต (Concert promoter/Organizer)
- 3.2 ศิลปินและแนวเพลง (Artist and Genre)
- 3.3 ผู้สนับสนุน (Sponser)
- 3.4 ผู้ชมผู้ฟัง (Audience)
- 3.5 รายได้และค่าใช้จ่าย (Revenue and Cost)
- 3.6 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (Advertising and PR)
- 3.7 ตัวแทนจัดจำหน่ายบัตร (Ticketing distributor/Ticketing outlet)
- 3.8 ฝ่ายผลิต - ศิลป์ เวที แสง สี และเสียง (Production: Art, Stage, Light and Sound) (ศิริมา ลิมวิริยะเลิศ, 2540)

3.8.1 ผู้จัดคอนเสิร์ต (Concert Promoter/Organizer)

การจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศ ผู้จัดคอนเสิร์ตส่วนใหญ่มักเป็นค่ายเพลง เจ้าสังกัดของศิลปิน หรือ สถานีวิทยุค่ายเพลงคือหน่วยงานทางการค้า โดยมีหน้าที่หลักคือการหารายได้สูงสุดแก่บริษัท สินค้าที่ออกสู่ตลาดได้แก่ ศิลปินและเสียงเพลงในรูปแบบของเทปคาสเซ็ทหรือซีดีรอม เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายดังกล่าว ค่ายเพลงจำเป็นต้องมีองค์ประกอบในหลายๆส่วน เช่น ในส่วนผลิตได้แก่ การสร้างสรรค์แนวเพลง การเขียนเนื้อร้องและทำนอง ศิลปิน สร้างทำเต็น และความเป็นตัวตน



ของศิลปิน นอกจากนี้เมื่อจัดทำเพลงเรียบบรรยากาศทางค่ายเพลงจำเป็นต้องทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เทปเพลงของตน เพื่อให้เป็นที่รู้จัก พร้อมทั้งพยายามสร้างแรงจูงใจ เพื่อให้ลูกค้าซื้อสินค้าของตน วิธีการหนึ่งที่ค่ายเพลงนิยมคือ การจัดคอนเสิร์ต เพื่อโปรโมทศิลปิน ทำให้ในหลายๆครั้ง ค่ายเพลงก็เป็นผู้จัดคอนเสิร์ตเอง หรือทำร่วมกับศิลปินวิทยุ ในส่วนของค่ายเพลงมีวัตถุประสงค์ในการจัดคอนเสิร์ต เพื่อประชาสัมพันธ์ศิลปินที่กำลังออกผลงานใหม่ มักมีรูปแบบการตั้งงบประมาณค่าใช้จ่ายเพียงด้านเดียว ไม่ได้มีการตั้งเป้าหมายกำไรจากการจัดการแสดงคอนเสิร์ตมากนัก (พีระพล พิภวาร, 2552: 40-42)

การเข้ามาของยุคดิจิทัล หรือ ไฟล์เพลงแบบดิจิทัล เช่น MP3 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างรายได้ของค่ายเพลง จากเดิมที่มีรายได้จากการจำหน่ายวัสดุบันทึกเสียง มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนรายได้ลดลงเป็นไปอย่างมาก ทำให้ค่ายเพลงต้องหันมาพึ่งรายได้ของภาพลักษณ์ศิลปินแทน เช่น การแสดงสด การโชว์ตัวของศิลปินตามงานต่างๆ การเป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้า และการจัดคอนเสิร์ต เป็นต้น

ส่วนสถานวิทยุ มีวัตถุประสงค์ในการจัดแสดงที่ต่างออกไป โดยใช้คอนเสิร์ตเพื่อสองวัตถุประสงค์หลัก คือ เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด ประชาสัมพันธ์ศิลปินให้เป็นที่รู้จักในหมู่ผู้ฟัง และการหารายได้

ธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตจึงเติบโตขึ้น ผู้ดำเนินการจัดกิจกรรมดนตรี โดยการจัดคอนเสิร์ตแต่ละครั้งต้องมารเตรียมการในด้านต่างๆ และมีการหารายได้จากจำหน่ายบัตร และจากผู้สนับสนุน โดยในปัจจุบันผู้จัดงานไม่ได้เป็นผู้ผลิตเทปเพลง หรือมีส่วนได้ส่วนเสียต่อยอดการจำหน่ายเทปเลย รายได้หลักมาจากการเก็บค่าบัตรผ่านประตูและเงินสนับสนุนจากผู้ให้การสนับสนุน (พีระพล พิภวาร, 2552: 40-42)

### 3.8.2 ศิลปินและแนวเพลง (Artist and Genre)

ศิลปินและนักร้องเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คอนเสิร์ตนั้นประสบความสำเร็จหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ต้องเสียเงินค่าบัตรเพื่อเข้าชม หากศิลปินใดเป็นที่นิยมเห็นได้ว่ายอดการขายบัตรนั้นถูกจำหน่ายหมดอย่างรวดเร็ว อย่างเช่นคอนเสิร์ตแบบ เบิร์ด เบิร์ด โดยธงไชย แมคอินไตย์ ถือได้ว่าเป็นศิลปินยอดนิยมของคนไทย บัตรในคอนเสิร์ตแต่ละรอบนั้นสามารถขายหมดได้ในเวลาไม่ถึง 1 วัน

### 3.8.3 ผู้สนับสนุน (Sponser)

ต้นทุนที่สูงของการจัดคอนเสิร์ตในแต่ละครั้ง เพราะมีค่าใช้จ่ายในทุกๆส่วน เช่น ศิลปิน สถานที่ แสง สี เสียง และเวที รวมถึง การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ถือได้ว่าเป็นงบประมาณที่สูงมาก ดังนั้นต้นทุนก็ถูกสะท้อนออกมาในรูปของราคาบัตรเข้าชมงานเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ การจัดคอนเสิร์ตให้ประสบความสำเร็จและเป็นที่ประทับใจต่อผู้ชม ทั้งในด้านคุณภาพ และด้านราคาสำหรับผู้บริโภคสามารถจ่ายได้ จึงจำเป็นต้องหาผู้สนับสนุนเพื่อลดต้นทุน ผู้สนับสนุนนั้นสามารถที่สนับสนุนเป็นเงินสด หรือเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนของการจัดคอนเสิร์ต เช่น ให้การสนับสนุนทางด้านสถานที่ สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือที่พักสำหรับศิลปิน เป็นต้น โดยสิ่งที่ผู้สนับสนุนได้รับคือ การประชาสัมพันธ์ตราสินค้าของผู้สนับสนุนผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของคอนเสิร์ต รวมถึงพื้นที่ด้านหน้างาน เพื่อจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการขายของผู้สนับสนุน

### 3.8.4 ผู้ชมผู้ฟัง (Audience)

ผู้ชมคอนเสิร์ตมีลักษณะเป็น Spectator คือเป็นลักษณะเผชิญหน้า ได้รับชมอรรถรสจากเสียงเพลงและการแสดงโดยตรงจากสถานที่จริง โดยที่ผู้ชมนั้นมีความชอบคล้ายๆกัน



ทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างกลุ่ม (Group Communication) การแสดงคอนเสิร์ตมีการผสมผสานใช้วงดนตรีคนตรีขนาดใหญ่และเปิดเทปเพลงให้นักร้องและนักเต้นแสดงท่าทางลีลาประกอบเพลงที่สะท้อนความหมายเพลง เพราะว่่านักร้องไม่สามารถเต้นและร้องในทุกๆเพลงติดต่อกันได้ในระยะเวลาที่ยาวนานได้ ผู้จัดจึงใช้ลักษณะผสมผสาน โดยบางเพลงให้นักร้องและวงดนตรีเล่น แต่บางเพลงก็เปิดเทปให้นักร้องขยับปาก (Lip Syn) และแสดงท่าทางเหมือนการร้องเพลงสด

### 3.8.5 รายได้และค่าใช้จ่าย (Revenue and Cost)

รายได้ในการจัดคอนเสิร์ตมาจาก 2 ส่วน ได้แก่ รายได้จากการขายบัตรผ่านประตูเพื่อเข้าชมและรายได้จากผู้สนับสนุน ค่าใช้จ่ายในการจัดคอนเสิร์ตสามารถแบ่งออกเป็นสองส่วนคือ ค่าใช้จ่ายก่อนวันงานและค่าใช้จ่ายในวันงาน

ค่าใช้จ่ายก่อนวันงานประกอบไปด้วย ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์งาน ค่าจ้างทีมงานในการผลิตสื่อต่างๆ ค่าธรรมเนียมตัวแทนจำหน่ายบัตร ค่าจ้างทีมงานในการเตรียมงานปะประสานงานฝ่ายต่างๆ

ค่าใช้จ่ายในวันงานประกอบด้วย ค่าตัวศิลปิน (Artist), ค่าเช่าสถานที่ (Venue), ค่าแสง สี เสียง (Light and Sound), ค่าจ้างทีมงานตั้งแต่ โปรดิวเซอร์ (Producer), ทีมงานหลังเวที (Backstage), และพนักงานเดินตัว (Usher)

### 3.8.6 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (Advertising and PR)

คอนเสิร์ตเป็นกิจกรรมทางดนตรีที่มีค่าใช้จ่ายสูงในการดำเนินงาน และมีเป้าหมายของการจัดงานเพื่อแสวงหากำไรและมีรายได้หลักจากยอดขายบัตรเข้าชม ดังนั้นการประชาสัมพันธ์งานให้มืผู้ทราบข้อมูลการจัดงานให้มากเป็นการช่วงลดความเสี่ยงในการจำหน่ายบัตร การโฆษณาหรือการส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมายของคอนเสิร์ตนั้น สามารถส่งผ่านได้หลายช่องทางด้วยกัน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อนอกบ้าน เป็นต้น การเลือกใช้สื่อแต่ละสื่อ นั้น ให้ผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน เพราะแต่ละสื่อมีรูปแบบของการเผยแพร่ ปริมาณการเข้าถึงผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ประเภทของผู้รับสื่อ และต้นทุน ที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ผู้บริโภคยุคสมัยนี้มีความเป็นปัจเจกบุคคลมากขึ้น และมีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลได้มากกว่าเดิม ผู้บริโภคจึงมีความสามารถในการเลือกที่รับสื่อตามวิถีชีวิตของตัวเอง ฉะนั้นเจ้าของงานหรือฝ่ายการตลาด ต้องรู้และเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เพื่อพัฒนาช่องทางสื่อและสร้างแพลตฟอร์มใหม่ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ที่สำคัญต้องให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการทำสื่อที่สื่อถึงผู้บริโภคด้วย

ผู้จัดคอนเสิร์ตมักนิยมใช้สื่อประชาสัมพันธ์งานเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายในระยะเวลาที่รวดเร็วและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว และ Billboard ตามจุดต่างๆ

การโฆษณาประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตนั้นถูกแบ่งออกได้เป็น 2 แนวทางก็คือ การโฆษณา (Advertising) และการทำประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

การโฆษณา (Advertising) คือการประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตผ่านการซื้อพื้นที่สื่อ เนื้อหาของสิ่งที่ต้องการสื่อ ส่งผ่านจากทางผู้จัดโดยตรง ไม่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร เช่น การซื้อ สปอตโฆษณาคอนเสิร์ตผ่านโทรทัศน์ วิทยุ หรือการซื้อพื้นที่โฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ เป็นต้น



การทำประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือการประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตผ่าน สื่อโดยการฝากข่าวประชาสัมพันธ์ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสื่อ โดยผู้จัดว่าจ้างนักประชาสัมพันธ์ (Media Relations) เพื่อวางกลยุทธ์การสื่อสารให้แก่งาน และดำเนินการส่งข่าวของงานให้สื่อต่างๆ เช่น ฝากข่าวปฏิทินข่าวตามคอลัมน์บนหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือผ่านรายการบนทางโทรทัศน์ เป็นต้น ในลักษณะของการประชาสัมพันธ์นั้น ข้อความอาจมีการนำไปตัดแปลงก่อนการนำเสนอบ้างในบางครั้ง ผู้จัดต้องแลกกับการประหยัดค่าใช้จ่าย เมื่อเทียบกับการลงโฆษณา

### 3.8.7 ตัวแทนจัดจำหน่ายบัตร (Ticketing distributor/Ticketing Outlet)

บริษัทตัวแทนจำหน่ายบัตรมีความสำคัญอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมจัดการคอนเสิร์ต โดยในอดีตผู้จัดคอนเสิร์ตส่วนใหญ่จัดจำหน่ายบัตรผ่านร้านขายเทป-ซีดี และการตั้งบูธตามห้างสรรพสินค้าหรือตามมหาวิทยาลัย วิธีการแบบนี้ต้นทุนที่สูงและใช้แรงงานคนในการดำเนินงานล้วนๆ แต่ในยุคปัจจุบันที่ร้านขายเทป-ซีดี ได้ปิดตัวลงเป็นจำนวนมาก เนื่องจากการเข้ามาของ MP3 ทำให้ธุรกิจจัดจำหน่ายบัตร ได้เจริญเติบโตขึ้น และผู้จัดหันไปใช้บริการของบริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายบัตรทั้งหมด

ปี พ.ศ. 2542 บริษัทไทยทิกเก็ตมาสเตอร์ จำกัด ได้ถือกำเนิดขึ้น โดยเป็นบริษัทลูกของบริษัท บีอีซี เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) เข้ามาดำเนินธุรกิจซื้อขายของ เมเจอร์ทิกเก็ตติ้งเซ็นเตอร์และเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “ไทยทิกเก็ตเมเจอร์” ช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สาขาจัดจำหน่ายบัตร การซื้อบัตรออนไลน์ (Website) ศูนย์โทรศัพท์ (Call Center) การซื้อผ่านโทรศัพท์มือถือ (Wap) และสาขาจำหน่ายบัตรที่บริหารงานโดยพันธมิตรทางธุรกิจ เรียกว่า บริษัทไทยทิกเก็ตเมเจอร์ จำกัด เป็นตัวแทน จัดจำหน่ายบัตรแบบครบวงจรเต็มรูปแบบแห่งแรกในประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2551 บริษัท โทเทิล เรสเซอร์เวชั่น จำกัด ตั้งขึ้นโดยบริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด เป็นผู้บริหารศูนย์การแสดงสินค้า และการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี โดยมีนโยบายที่ต้องการขยายธุรกิจการจัดจำหน่ายบัตรการแสดงต่างๆ เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และบันเทิง รวมทั้งอุตสาหกรรมการแสดงสินค้าและการประชุม (MICE : Meeting Incentive Convention and Exhibition) โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายบนสถานีรถไฟฟ้า และในห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์และห้างสินค้าเอ็มโพเรียม

ดังนั้นสภาวะการเติบโตและการแข่งขันของธุรกิจบันเทิง ทำให้ธุรกิจการจัดจำหน่ายบัตรจึงเติบโตขึ้นเช่นเดียว ปัจจุบันทั้งสองบริษัทได้ครองส่วนแบ่งตลาดการจัดจำหน่ายบัตรคอนเสิร์ตเรียกว่าทั้งหมดของตลาด โดยมีช่องทางอื่นๆ ที่เป็นทางเลือกใหม่แต่ยังไม่เป็นที่นิยมเช่น การซื้อบัตรผ่าน มือถือ หรือผ่านเว็บไซต์ ที่มีความยุ่งยากและซับซ้อน ไม่ง่ายต่อความเข้าใจของผู้บริโภค ทำให้ช่องทางจัดจำหน่ายในลักษณะของบูธ เป็นช่องทางการจำหน่ายบัตรเป็นที่นิยมที่สุดในปัจจุบัน

### 3.8.8 ฝ่ายผลิต - ศิลป์ เวที แสง สี และเสียง (Production: Art, Stage, Light and Sound)

กระบวนการผลิตคอนเสิร์ตแบ่งออกเป็นสามช่วงคือ ช่วงก่อนวันจัดงาน วันจัดงาน และช่วงหลังงาน แต่ละช่วงฝ่ายผลิตแต่ละฝ่ายมีส่วนเกี่ยวข้องและหน้าที่ของแต่ละฝ่ายดังนี้  
ช่วงก่อนวันจัดงาน ฝ่ายศิลป์เป็นฝ่ายดำเนินการในส่วนของการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น ภาพและเอกลักษณ์ของงาน (Key Visual) โปสเตอร์ สปอตวิทยุ (Radio Spot) หรือสปอตทีวี (TVC Spot)



วันงาน ทีมงานระบบเวที แสง สี เสียง มีส่วนเกี่ยวข้องในการนำเสนอ รูปแบบที่เหมาะสมกับการแสดงครั้งนั้นๆ โดยมีการวางแผนเบื้องต้น ตั้งแต่ช่วงเริ่มคอนเสิร์ต ตลอดจน บริหารงบประมาณสำหรับการแสดงทั้งหมดให้แก่เจ้าของงาน และในการแสดงใดๆต้องมีโปรดิวเซอร์ หรือเรียกว่าผู้อำนวยการผลิต (Producer) เป็นแกนในการดูแลส่วนนี้

ช่วงหลังงาน ตามธรรมเนียมของการจัดงาน ช่วงหลังจากจบงาน ผู้จัดการมักซื้อ พื้นที่ลงโฆษณาขอบคุณผู้ให้การสนับสนุนการจัดงาน (โดยงบประมาณส่วนนี้ได้ถูกวางแผนไว้ในงบซื้อสื่อ ตั้งแต่เริ่มต้นงาน) นำเสนอภาพความสำเร็จของงาน โดยฝ่ายศิลป์ต่อเตรียมชิ้นงานโฆษณา (Artwork) สำหรับลงโฆษณา (พีระพล พิภวากร, 2552: 44-49)

## ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ทฤษฎีที่ผู้วิจัยนำมาศึกษาและใช้ในการวิเคราะห์ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งทฤษฎีออกเป็น สองส่วนคือ ทฤษฎีหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์กระบวนการบริหารการจัดงานเทศกาลและทฤษฎีรองที่ใช้ ศึกษาวิธีในการบริหารเทศกาล

1. ทฤษฎีการบริหารจัดการเทศกาล Fáilte Ireland's Festivals & Events Best Practice Guide (Koontz, 1972; citing Fáilte Ireland's Festivals & Events Best Practice Guide : 2005) โดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

### 1.1 การบริหารจัดการเทศกาล

เทศกาลและการจัดการเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับงานเทศกาล เกี่ยวกับวิสัยทัศน์ใน อนาคตที่ ทีมงานและคณะกรรมการมีความเกี่ยวข้องกับแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยทีมงานและ คณะกรรมการ กำหนดไว้ในแผน ช่วยให้เป็นแนวทางในการทำงาน ในขณะที่ทีมงานและคณะกรรมการ มีความมุ่งมั่นที่ให้บริการลูกค้าประสงค์ของการจัดทำแผนรายละเอียดในเอกสาร บางครั้งแผนไม่สามารถ เป็นไปตามที่กำหนดอาจมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้เกิดประสบการณ์และโอกาสใหม่

แผนเป็นเอกสารที่มีขั้นตอนช่วยให้ทีมงานและคณะกรรมการสามารถเดินทาง จากจุดปัจจุบันไปยังจุดที่ต้องการของการพัฒนา ด้วยเหตุนี้เปรียบเทียบกับชุดของเป้าหมายที่ช่วยให้ไป ยังจุดหมายปลายทาง การวางแผนที่ดีทำให้การเดินทางง่ายขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งช่วยใน การคาดการณ์ที่อาจเกิดขึ้น องค์กรประกอบหลักของการจัดการที่ดีในงานเทศกาลและกิจกรรมเป็นแผน ธุรกิจที่สามารถจัดทำและดำเนินการได้อย่างถูกต้อง

### 1.2 การวางแผนการเงิน

การวางแผนทางการเงินเป็นรากฐานที่สำคัญของกิจกรรมที่ทีมงานและ คณะกรรมการ โดยไม่สามารถทำให้ความคืบหน้าเพียงเล็กน้อยต่อการทำงานของเทศกาลที่ประสบ ความสำเร็จหรือเหตุการณ์ การจัดการทางการเงินที่ดีหมายความว่าทีมงานและคณะกรรมการ ไม่ควรมี ความผิดพลาด เป็นเรื่องดีที่ทบวงงบประมาณในแต่ละการประชุมรายเดือนที่รายได้และค่าใช้จ่ายถูก ตรวจสอบในรายละเอียด รับผิดชอบและอำนวยความสะดวกโดยประธานอนุกรรมการจากทีมงานและ คณะกรรมการการเงินหรือเหรียญกฎหมายเงินรายงานงบประมาณที่นำเสนอในที่ประชุมทั้งหมด เอกสารนี้ควรเป็นส่วนหนึ่งเอกสารการประชุม





### 1.3 การผลิตเทศกาล

เป็นภาพรวมของปัญหาที่สำคัญมากขึ้นกับการผลิตของเทศกาลและกิจกรรมรวมถึงการจัดการความเสี่ยงด้านที่สำคัญของการประกันสุขภาพความปลอดภัยและความต้องการ การออกใบอนุญาต โดยพยายามที่ให้ภาพรวมของกิจกรรมการดำเนินงานที่เกิดขึ้นทันทีในช่วงเหตุการณ์ สังเกตว่าการเตรียมความพร้อมที่มีประสิทธิภาพและความคิดอันเนื่องมาจากปัญหาการดำเนินงานสามารถลดความเสี่ยงของสิ่งที่ผิดพลาดได้

### 1.4 การดำเนินการตลาด

กระบวนการพัฒนาแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ช่วยให้มั่นใจว่าทุกโปรแกรมการตลาดยุทธวิธีสนับสนุนเป้าหมายของเทศกาลและวัตถุประสงค์เช่นเดียวกับการถ่ายทอดข้อความที่สอดคล้องกันให้กับลูกค้า วิธีการนี้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของเทศกาล ในทุกพื้นที่ ช่วยเพิ่มรายได้และการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดและลดค่าใช้จ่าย ทั้งหมดที่นำไปสู่การทำกำไรที่สูงขึ้น ความหมายของสิ่งที่การตลาดเป็นข้อกำหนดขั้นพื้นฐานที่ดีคือการตลาดเป็นเรื่องของ " การประชุม คาดหวังของลูกค้า ที่มีกำไร คำสำคัญ นี้คือ "ความคาดหวัง" และ "กำไร" สำหรับ ทีมงานและคณะกรรมการ ที่ทำกำไรแต่ยังคงล้มเหลวที่ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้เข้าชม ผลที่ได้คือ ผู้เข้าชมมีความสุขที่อาจกลับมาเทศกาลอีกในปีหน้า ผลกำไรขั้นต้นไม่สามารถถือว่ามีความประสบความสำเร็จ ความสำคัญคือการตลาดมีประสิทธิภาพคาดหวังให้เทศกาลดึงดูดผู้เข้าชมมีจำนวนเพียงพอ เพื่อให้แน่ใจว่าบรรลุเป้าหมายทางการเงินที่ได้คาดหวังไว้ ดังนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ทีมงานเทศกาลและคณะกรรมการต้องมีการวางแผนการตลาด Fáilte Ireland's Festivals & Events Best Practice Guide (Koontz, 1972; citing Fáilte Ireland's Festivals & Events Best Practice Guide : 2005)

## 2. ทฤษฎีทางการบริหารโครงการและกิจกรรม

การบริหารโครงการเป็นสิ่งที่องค์การต้องการให้สำเร็จคือผลกำไรหรือผลประโยชน์ โดยต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆในการบริหารและการบริหารกิจกรรมของเทศกาลเพื่อให้เทศกาลมีความน่าสนใจและความสามารถของผู้บริหารโครงการที่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาในการจัดเทศกาล

2.1 การบริหารโครงการ (Project Management) Ruuska (Koontz, 1972; citing Ruuska, 2001; Yeoman, et al, 2004)

การพัฒนาระบบจัดว่าเป็นการลงทุนโครงการหนึ่งจากหลายโครงการขององค์กร สิ่งที่ต้องการคือการจาก การลงทุนคือผลกำไรหรือผลประโยชน์สูงสุด กล่าวคือ ระบบได้รับการพัฒนา แล้วต้องสามารถแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างตรงจุดการพัฒนา ระบบ (SDLC) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการพัฒนาระบบ ต้องอาศัยการบริหารโครงการพัฒนาระบบที่มีประสิทธิภาพ

โครงการ (Project) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมตามแผนงานที่ได้จัดทำขึ้น โดยแต่ละกิจกรรมมีวันเริ่ม ต้นและสิ้นสุด เพื่อบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ภายใต้อายุระยะเวลา แหล่งทรัพยากร และงบประมาณ ที่กำหนดไว้

การบริหารโครงการ (Project Management) หมายถึง กระบวนการในการกำหนด วางแผน ชี้แนะ ติดตาม และควบคุมโครงการพัฒนาระบบให้สามารถดำเนินการได้ตามระยะเวลาและงบประมาณที่กำหนดไว้ได้



ผู้บริหารโครงการ (Project Manager) คอยดูแล ให้คำแนะนำ ควบคุม และติดตามผลการดำเนินงานของ โครงการ ให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดขึ้นเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการพัฒนาระบบร่วมกัน

หน้าที่รับผิดชอบของผู้บริหารโครงการ การบริหารโครงการประสบผลสำเร็จได้ ต้องมีผู้บริหารโครงการที่มีความ สามารถในการทำหน้าที่ของผู้บริหารโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ หน้าที่ดัง กล่าวได้แก่

กำหนดขอบเขตของโครงการ ผู้บริหารโครงการต้องสามารถกำหนดขอบเขต และข้อจำกัดของโครงการพัฒนาระบบที่รับผิดชอบ ผู้ บริหารโครงการต้องทราบรายละเอียดเบื้องต้น เกี่ยวกับโครงการ (Project Definition) ที่ตนต้องรับผิดชอบ โดยสังเขป มี ดังต่อไปนี้

วางแผนและจัดตั้งทีมงาน ผู้บริหารโครงการต้องมีความเข้าใจในความ ต้องการของระบบใหม่ที่พัฒนาเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ บริหารโครงการต้องวางแผนงานในการพัฒนาระบบจาก ขั้นตอนต่าง ๆ ของ Methodology ที่เลือกใช้ในการ พัฒนาระบบ ให้บรรลุถึงเป้าหมายและตอบสนอง ความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างตรงจุด

จัดตารางการดำเนินงาน โดยผู้บริหารสามารถใช้ซอฟต์แวร์ช่วยในการจัดทำ ตารางการดำเนินงานได้ เช่น Microsoft Project Management เป็นต้น (Ray Waddell, Rich Barnet, Jake Berry)

## 2.2 ทฤษฎีการจัดการกิจกรรม (Event Management)

ความหมายของการจัดการ หมายถึง กระบวนการบริหารที่มีประสิทธิภาพ ที่ทำให้องค์กรดำรงอยู่และเกิดสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยการรู้ จักใช้เทคนิควิธีต่าง ๆ ที่นำองค์การไปสู่เป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายขององค์การ การจัดการ นิยมใช้ในวงการธุรกิจ การบริหาร นิยมใช้ในวงการรัฐบาลหรือรัฐวิสาหกิจ ทั้งสองคำมีความหมายไม่แตกต่างกัน ส่วนประกอบขององค์การ คือ บุคคล (Man) เงิน (Money) เครื่องจักร (Machine) และวัสดุ (Materials) เทคนิคและวิธีการต่าง ๆ ในจัดการส่วนประกอบขององค์การ เช่น เทคนิคการจัดการสารสนเทศ อาจเกี่ยวกับ บุคคล การเงิน การผลิต เป็นต้น ขึ้นอยู่กับผู้บริหารที่รู้จักนำไปใช้ประโยชน์ โดยมีการจัดการข้อมูลและขั้นตอนวิธีการที่ ดี ที่ได้มาประสิทธิภาพสูงสุดขององค์การมีความสำคัญของการจัดการคือมีกระบวนการจัดการที่ดี ทำให้องค์การประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เป็นเทคนิคที่ทำให้สมาชิกในองค์การเกิดจิตสำนึก ร่วมกัน ในการปฏิบัติงาน มีความตั้งใจ เป็นการกำหนดขอบเขตการทำงานของสมาชิกในองค์การและ เป็นการแสวงหาวิธีการที่ดีที่สุดในการปฏิบัติงาน (Koontz , 1972)

## 2.3 การจัดการเป็นศาสตร์และศิลปะ

การจัดการเป็นศาสตร์ (Management is a Science) เพราะความรู้ที่ได้มาเป็น ระบบ เป็นหลักการ กฎ ทฤษฎี หลังจากได้พิสูจน์ ทดสอบ และนำไปใช้แก้ปัญหาได้แล้ว และนำความรู้ ต่าง ๆ นี้มาพัฒนาต่อไป เช่น วิชารัฐประศาสนศาสตร์ (Public Administration) การบริหารธุรกิจ (Business Administration) เป็นต้น

การจัดการเป็นศิลปะ (Management is also an art) เพราะการนำเอาความรู้ ประยุกต์ใช้งานหรือเป็นเทคนิค ในการพัฒนา องค์การให้เกิดผลตามที่้องค์การต้องการ โดยให้มีความ เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่จริง ศาสตร์สอนให้มีความรู้ วิชาการ ศิลปะสอนให้รู้จักการปฏิบัติ



ศาสตร์และศิลปะเป็นสิ่งประกอบให้เกิดผล และต้องมีการพัฒนาความรู้ใหม่ ๆ และนำมา ประยุกต์ใช้ นำมาแก้ปัญหาในการจัดการบุคคล เงิน เครื่องจักร และวัสดุ ขององค์การให้ดำเนินไปได้ด้วยดี

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. งานวิจัยในประเทศ

นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย (2547) Saxophone Pub & Restaurant: รสชาติทางดนตรีกับ ตัวตนและ พื้นที่ทางวัฒนธรรมของคนเมือง เป็นตัวอย่างของการศึกษาที่มุ่งเน้นศึกษาสถานะทาง สังคม ระดับการศึกษา และลักษณะของกลุ่มผู้ฟังดนตรีแจ๊สในประเทศไทยโดยเน้นการศึกษาไปที่กลุ่ม ผู้ฟัง ดนตรีแจ๊สที่ร้านSaxophone Pub & Restaurant ผลของการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ฟังและผู้บริโภคนดนตรี แจ๊สพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายวัยรุ่นจนถึงวันทำงาน มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีสถานะทาง การเงินระดับปานกลางรวมทั้งเป็นนักดนตรี นิสิตนักศึกษาทางด้านดนตรี หรือ ผู้ที่บริโภคดนตรีแจ๊ส อย่างจริงจัง โดยมีปัจจัย 2 ด้านที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคดนตรีแจ๊สคือ 1) อารมณ์และความรู้สึก ทางด้านดนตรีแจ๊สมีลักษณะเฉพาะทางโดยมักเกิดขึ้นเมื่อบรรเลงดนตรี แจ๊สโดยใช้คีตปฏิภาณ (Improvisation) 2) การบริโภคดนตรีแจ๊สเพื่อเปลี่ยนสุนทรีย์ภาพทางดนตรี นอกเหนือจากแนวดนตรี ในกระแสหลักในปัจจุบัน ประรณนา พันธูชา เรื่อง วัฒนธรรมสมัยนิยมดนตรีแจ๊ส กรณีศึกษา ร้าน บราวน์ ชูการ์ ทั้งนี้งานศึกษาของ ประรณนา พันธูชา มีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษาโดยมุ่งเน้นศึกษาใน เรื่องของวัฒนธรรมสมัยนิยมดนตรีแจ๊ส รวมทั้งปัจจัยหลักที่ทำให้คนไทยในกลุ่มที่มารับชมดนตรีแจ๊สที่ ร้านบราวน์ชูการ์ รวมทั้งทิศทางการฟัง ดนตรีแจ๊สของกลุ่มผู้ฟังชาวไทยและการแสดงออกตัวตนของ กลุ่มผู้ฟังดนตรีแจ๊สในปัจจุบัน

ประรณนา พันธูชา (2549) ได้ศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยมดนตรีแจ๊ส?: กรณีศึกษาร้านบ ราวน์ชูการ์ ถนน สารสิน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานครพบว่าปัจจัยที่ทำให้ดนตรีแจ๊สได้รับความนิยมมี 3 ปัจจัยหลัก ประกอบด้วยคือ 1) เรื่องของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ฟังดนตรีแจ๊สใน ประเทศไทย 2) การนำเอาดนตรีแจ๊สเข้าร่วมเป็นส่วนผสมในการผลิตดนตรีในแนวต่างๆ 3) การผลิตนัก ดนตรีแจ๊ส จากสถาบันการศึกษาที่เปิดการเรียนการสอนทางด้านดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

สำหรับกลุ่มผู้บริโภคดนตรีแจ๊สนั้น ประรณนา แบ่งกลุ่มผู้บริโภคดนตรีแจ๊สในประเทศไทย ออกเป็น 2 กลุ่มคือ 1) กลุ่มคนวัยทำงาน 2) กลุ่มวัยกลางคนและนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยที่ ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มนี้มีแนวทางการฟังดนตรีแจ๊สที่แตกต่างกันออกไปแต่มีจุดประสงค์หลักในการ บริโภค ร่วมกันคือต้องการความสนุกสนานและผ่อนคลายความเครียด โดยที่ผู้บริโภคกลุ่มที่ 1 มีความต้องการ ฟังดนตรีแจ๊สในแบบผสมผสานกับแนวเพลงอื่นเช่น เพลงป๊อปสากลที่มีกลิ่นอายของ ดนตรีแจ๊ส และ เพลงไทยร่วมสมัยที่มีการผสมผสานลักษณะทางด้านดนตรีแจ๊ส พฤติกรรมในการฟัง ของผู้บริโภค ดนตรีแจ๊สกลุ่มที่ 1 ออกอาการร่วมกับการแสดงบนเวทีเนื่องด้วยมีความสุขและได้รับ การผ่อนคลาย ผู้บริโภคกลุ่มที่ 2 ต้องการฟังดนตรีแจ๊สบรรเลงในรูปแบบดั้งเดิม (Traditional) พฤติกรรมในการฟังของ ผู้บริโภคดนตรีแจ๊สกลุ่มที่ 2 นั้นค่อนข้างตั้งใจฟังท่วงทำนองของนักดนตรี แจ๊สที่กำลังเล่นอยู่แต่ออก อาการและอารมณ์ร่วมต่อเมื่อผู้แสดงได้ทำการโซโล่ (Improvisation) กล่าวได้ว่าเป็นผู้บริโภคดนตรี แจ๊สอย่างจริงจัง



นริศรา สนเอี่ยม (2552) “โครงสร้างและพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจการให้บริการจัดอีเว้นท์ในประเทศไทย เนื้อความโดยย่อได้ทำการศึกษาเรื่อง “โครงสร้างและพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจ การให้บริการจัดอีเว้นท์ในประเทศไทย” โดยใช้แนวคิดทางทฤษฎีที่ใช้วิเคราะห์โครงสร้างตลาด ได้แก่ แนวคิดเรื่องโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition Market Structure) แนวคิดทางทฤษฎีที่ใช้วิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันของตลาดได้แก่แนวคิดเรื่องความไม่สมมาตรของข้อมูลข่าวสาร (Asymmetric Information) และแนวคิดทางทฤษฎีที่ใช้วิเคราะห์พฤติกรรมความร่วมมือของผู้ประกอบการในธุรกิจได้แก่แนวคิด ในการตัดสินใจซื้อหรือ ผลิตเอง (Make or Buy Decision) และ แนวคิดเรื่องการทำงานภายนอก (Outsourcing) นำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ต่อผู้ให้บริการบริหารจัดการ อีเว้นท์จำนวน 5 บริษัท และข้อมูลทุติยภูมิอื่นๆ โดยเทคนิคการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจนี้มีโครงสร้างตลาดแบบกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดที่คาดว่าจะมีจำนวนผู้ให้บริการในตลาดมากกว่า 2,500 รายแบ่งออกเป็นผู้ให้บริการที่มีการจดทะเบียนเพื่อ ดำเนินธุรกิจโดยตรง ผู้ให้บริการที่แอบแฝงดำเนินการร่วมกับธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์และ ผู้ประกอบการอิสระ (Freelance) โดยสินค้าและบริการในตลาดสามารถทดแทนกันได้แต่ไม่สมบูรณ์ เนื่องจากผู้ให้บริการมีการสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการของตนเพื่อให้สามารถ ตั้งราคาได้สูงขึ้น ขณะที่การเข้าสู่ตลาดของผู้แข่งขันรายใหม่สามารถทำได้ไม่ยาก จากการใช้เงิน ลงทุนและ บุคลากรไม่มาก และเมื่อคำนวณอัตราส่วนการกระจุกตัวของผู้ให้บริการที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด 3 อันดับแรก (CR3) พบว่ามีค่าการกระจุกตัวอยู่เกณฑ์ต่ำที่ร้อยละ 16.6 แสดงถึง การเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง

ด้านพฤติกรรมกำหนดราคา พบว่าผู้ให้บริการมีการบวกราคาเพิ่มขึ้นจากต้นทุนที่แท้จริงร้อยละ 25 เป็นอย่างต่ำ โดยราคาที่บวกเพิ่มขึ้นนี้ไม่แสดงให้ลูกค้าเห็น ทำให้ราคาขั้นต้น ของบริการสูงขึ้น เมื่อนำมาคิดค่าธรรมเนียมการให้บริการในอัตราร้อยละ 15 ของราคาขั้นต้นใน กรณีที่เป็นงานอีเว้นท์ของภาคเอกชนจึงทำให้ได้กำไรมากขึ้นอย่างไรก็ตามผู้ให้บริการอิสระอาจมี กลยุทธ์การ แข่งขันโดยลดราคาลง เพื่อตัดราคาผู้ให้บริการรายใหญ่สำหรับพฤติกรรมการแข่งขันด้านที่ไม่ใช้ราคา เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับบริการด้วยวิธีต่างๆ ได้แก่ การสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรและตราสินค้า การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การวางตำแหน่งเป็นผู้เชี่ยวชาญพิเศษในบริการด้านใดด้านหนึ่ง การขยายกิจการในแนวตั้งเพื่อสร้างความเป็นเจ้าของแต่เพียงผู้เดียวในธุรกิจ

ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ การขยายกิจการในแนวนอนโดยการสร้างสรรสินค้าและบริการใหม่ๆที่แตกต่าง การขยายกิจการแบบหลากหลายไปยังธุรกิจอื่น และการสร้างพันธมิตรทั้งในและ ต่างประเทศนอกจากนี้ในธุรกิจการให้บริการจัดอีเว้นท์ ยังพบพฤติกรรมความร่วมมือระหว่าง ผู้ประกอบการโดยการจ้างงานภายนอกและจ้างเหมาบริการ ผู้ประกอบการรายใหญ่ใช้พฤติกรรม ดังกล่าว เพื่อให้สามารถรับงานได้มากขึ้นในกรณีที่ปริมาณงานมีมากกว่าทรัพยากรขององค์กร ขณะที่ ผู้ประกอบการรายย่อยใช้การจ้างงานภายนอกและการจ้างเหมาบริการ เพื่อปรับโครงสร้างต้นทุนให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้นสำหรับทิศทางของธุรกิจในอนาคต ในส่วนของอีเว้นท์เพื่อส่งเสริมการตลาด เปลี่ยนไปเป็นการจัดอีเว้นท์ขนาดเล็กที่เจาะเข้าหากลุ่มเป้าหมาย ใช้งบประมาณในการจัดน้อยลง แต่มีความถี่ในการจัดต่อปีมากขึ้น และลูกค้าให้ความสำคัญกับผลตอบแทนจากการ ลงทุนจัดอีเว้นท์เป็นหลัก



ทำให้ในอนาคตการจัดงานจึงจำเป็นต้องมีตัวเลขงานวิจัยเกี่ยวกับ ด้านการขยายเข้ามาประกอบเพื่อใช้ในการยืนยัน หรือวัดถึงประสิทธิภาพของการจัดงานหนึ่งๆ

สุรินทร์ เลิศวุฒินันต์ (2546) ได้ศึกษาการศึกษาธุรกิจบริการจัดงาน กรณีศึกษา “บริษัท โอเพน-มายด์ จำกัด” การศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ทำความเข้าใจ และอธิบายถึงกระบวนการของการรับจัดงานตลอดจนรูปแบบของการจัดการธุรกิจการรับจัดงาน รวมถึงการศึกษาแนวโน้มความเป็นไปของรูปแบบลักษณะการประกอบธุรกิจการรับจัดงานในอนาคต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะแนวโน้มความต้องการของธุรกิจรับจัดงาน มีขอบเขตการศึกษาได้แก่ ขั้นตอน และรูปแบบการดำเนินงานภายในบริษัท โอเพน-มายด์ จำกัด ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2545 ถึง 31 มกราคม 2546 โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และข้อมูลอ้างอิงในรูปของเอกสารเป็นกระบวนการในการเสาะหาข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะการดำเนินธุรกิจรับจัดงานของบริษัทโอเพน-มายด์ จำกัด ตั้งอยู่ในบริเวณย่านธุรกิจ ทาวน์ อิน ทาวน์ ในปัจจุบันเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจบริการจัดงานให้กับหน่วยงานทั้งรัฐ และเอกชน สาเหตุที่เลือกทำเลนี้เนื่องจาก ค่าเช่ามีราคาต่ำกว่าบริเวณแหล่งศูนย์กลางเดิมตั้งอยู่บริเวณใจกลางเมือง เป็นบริเวณที่การคมนาคมสะดวก และไม่แออัดเมื่อเทียบกับย่านธุรกิจใจกลางเมือง เป็นบริเวณที่รู้จักกันดีในแง่ของการเป็นศูนย์กลางของธุรกิจหลายๆ ประเภท โดยเฉพาะธุรกิจทางด้านบันเทิง ลักษณะของรูปแบบการดำเนินธุรกิจรับจัดงานในปัจจุบัน ยังคงมีลักษณะไม่แตกต่างจากในอดีตมากนักก็เพียงส่วนของการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยสร้างสรรค์รูปแบบในการนำเสนอและการดำเนินงานให้กับลูกค้า ทั้งนี้เนื่องมาจากการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นในยุคเศรษฐกิจฟื้นตัว มีการก่อตั้งบริษัทใหม่ๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย นอกจากนี้ ทางผู้เขียนยังได้ศึกษาถึงแนวคิดหรือมุมมองของผู้บริหาร และพนักงาน ที่มีต่อความเป็นไปของธุรกิจรับจัดงานในอนาคต ได้ผลลัพธ์แตกต่างกันสองประการคือ ธุรกิจรับจัดงานในปัจจุบันถึงจุดอิ่มตัวแล้วการขยายตัวของบริษัทเป็นไปได้ยาก การแข่งขันเป็นไปในแง่การนำเสนองานให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในรูปแบบที่แปลกใหม่ และน่าสนใจภายใต้งบประมาณที่จำกัด อีกส่วนหนึ่งคิดว่าบริษัทเล็กๆ ทนแรงเสียดทานของการแข่งขันไม่ได้ทำให้ในอนาคต อาจเหลือเพียงแต่บริษัทที่มีขนาดใหญ่ประกอบธุรกิจแบบครบวงจร

ศิริมา ลีมีวิริยะเลิศ (2540) ได้ศึกษาพัฒนาการการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศในประเทศไทย” ศึกษาจากตัวผู้ส่งสารหรือผู้จัดคอนเสิร์ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา พัฒนาการและสภาพการดำเนินธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตตั้งแต่อดีตจนถึงปี พ.ศ. 2541 ตลอดจนศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการกำหนดรูปแบบการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศ

ผลการวิจัยพบว่า พัฒนาการการจัดคอนเสิร์ตขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจเป็นสำคัญ บริษัทผู้จัดคอนเสิร์ตในประเทศไทยมีจำนวนจำกัด เนื่องจากผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจนี้ต้องมีสายสัมพันธ์กับตัวแทนของศิลปินต่างประเทศ โดยในการดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ต ได้นำกลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อให้คอนเสิร์ตกลายเป็นสินค้าที่ต้องการของตลาดและสามารถทำกำไรให้แก่ผู้จัดคอนเสิร์ตศิลปินที่เข้ามาแสดงมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายและมีกลุ่มผู้ฟังในประเทศไทยมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต นอกจากนี้ได้นำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการจัดจำหน่ายบัตรคอนเสิร์ต เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาซื้อก่อนมีสิทธิ์ในการเลือกก่อน ก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ทำให้รูปแบบของบัตรเปลี่ยนไปจากเดิม อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายถูกนำมาเป็นเครื่องมือใหม่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ต ราคาบัตรมีการปรับตัวเพียงเล็กน้อย ถึงแม้ว่าต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น เป็นผลมาจากการลดค่าเงินบาท เนื่องจากผู้จัดเป็นผู้ผลิต



คอนเสิร์ตในฐานะเป็นสินค้าอย่างหนึ่งต้องทำการตั้งราคาของสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเพื่อให้สินค้าสามารถขายได้ ดังนั้นรายได้จากผู้สนับสนุนจึงถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นมากขึ้นเรื่อยๆในยุคหลัง

ผู้รับสารหรือผู้ที่ซื้อบัตรเพื่อเข้าชมคอนเสิร์ตเป็นผู้มีการศึกษา และมีฐานะทางครอบครัวดี วัตถุประสงค์ในการซื้อบัตรเพื่อเข้ามาฟังดนตรีจากศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ แตกต่างไปจากอดีตที่เป็นแพชั่น ปริมาณของผู้ชมมีจำนวนเพิ่มขึ้นและลดลงตามภาวะเศรษฐกิจ

พีระพล พิภาวกร (2552) ได้ศึกษาการศึกษาโครงสร้างตลาด และพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตศิลปินแจ๊สต่างประเทศในประเทศไทยพบว่า ผู้จัดคอนเสิร์ต มีพฤติกรรมการแข่งขันทั้งทางด้านราคาและที่ไม่ใช่ราคา โดยในกลยุทธ์ของการกำหนดราคาของการจำหน่าย บัตรนั้นพบว่าในธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตมีกลยุทธ์ที่หลากหลาย การตั้งราคาบัตรขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นกลุ่มใด การแสดงแต่ละงานมีลักษณะคุณค่าและภาพลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไปในสายตาของผู้บริโภค โดยมีรูปแบบของการตั้งราคาอยู่ 5 ลักษณะคือ การตั้ง ราคาแบบราคาเดียว (Flat rate), การตั้งราคาแบบขั้นบันได (Steps rate or Ladder rate), การตั้ง ราคาแบบมีเงื่อนไขพิเศษ (Special condition rate), การตั้งราคาแบบขายพ่วง (Bundle rate) และการตั้งราคาสำหรับการจำหน่ายบัตรล่วงหน้า (Early bird rate)

นอกจากพฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคาแล้ว ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตแจ๊สนั้น มีกลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันในด้านที่ไม่ใช่ราคาในหลายวิธี เช่น การ สร้างความแตกต่างให้ (Product Differentiation) กับสินค้าและบริการของตนโดยวิธีการต่างๆกัน ประกอบไปด้วยการสร้างภาพลักษณ์ การสร้างคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ รวมไปถึงการใช้วิธีการสื่อสารที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับงาน นอกจากนี้ ช่องทางการจัดจำหน่าย และบุคลากรก็ ยังเป็นปัจจัยในการสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจได้เช่นกันการให้การสนับสนุน (Sponsorship) ส่งเสริมการตลาด (Promotion) การบริหารต้นทุน (Cost) การสร้างพันธมิตรทาง ธุรกิจ (Business Alliance) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) การสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร (Corporate Brand Image) การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation Management: CRM), การขยายธุรกิจในแนวตั้งและแนวนอน (Vertical & Horizontal Integration) ล้วนแล้วแต่เป็นกลยุทธ์ที่ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมนำมาใช้ในการบริหารต้นทุน เพื่อพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันขององค์กร

กนกวรรณ วงศ์เกียรติขจร (2556) ปัจจุบันประเทศไทยเป็นสถานที่ยอดนิยมในการจัดงานต่างๆมากมายของต่างชาติอาทิเช่น คอนเสิร์ตศิลปินไทย คอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี คอนเสิร์ตศิลปินต่างชาติอื่นๆ ฟุตซอลโลก เทนนิสไทยแลนด์โอเพ่น คีคไทยไฟต์ และอื่นๆอีกมากมาย การจัดงานต่างๆขึ้นในประเทศไทย ณ ปัจจุบัน กำลังเพิ่มจำนวนมากขึ้น มีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคตข้างหน้า แต่ในประเทศไทยกลับประสบปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้ในการจัดงานเหล่านี้ในหลายๆ ด้าน เช่น ปัญหาด้านการจราจรที่ติดขัด การคมนาคมขนส่งที่ไม่สะดวกสบาย แม้กระทั่งปัญหา ด้านความจุรองรับของสนามในปัจจุบันที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ในปัจจุบันถ้าต้องการ ความจุสนามที่มากต้องย้ายงานไปจัดในสนามกีฬากลางแจ้ง ก็เป็นปัญหาสำหรับการ จัดคอนเสิร์ตที่มีผลกระทบเรื่องระบบเสียง และการซ่อมแซมปรับปรุงสถานที่หลังการจัดงาน เข้ามาเกี่ยวข้องกับโครงการ สุวรรณภูมิ ซุปเปอร์ อารีน่า จึงออกแบบขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ดังกล่าว ด้วยจำนวนความจุที่ 21,000 ที่นั่ง โดยสร้างขึ้นที่ ห้วยหมาก กรุงเทพมหานคร เพื่อรองรับการจัดกีฬา คอนเสิร์ต และงานแสดงสินค้าในประเทศไทย ให้กับกลุ่มแฟนกีฬา แฟนเพลง ที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในประเทศไทยและในต่างประเทศ



## 2. งานวิจัยต่างประเทศ

Stephanie (2011) การบริหารจัดการเทศกาลดนตรีอย่างยั่งยืน กิจกรรม มุมมอง การจัดการเทศกาลดนตรีอย่างยั่งยืนมีค่าอย่างมีนัยสำคัญและสามารถให้ความหลากหลายของ ผลประโยชน์ให้กับสังคมที่มีคุณภาพที่ดีอย่างยั่งยืนและเป็นที่น่าพอใจ ถ้าผลกระทบด้านลบของพวกเขา ลดลงและผลกระทบในเชิงบวกที่ได้รับการปลูกฝังเพื่อไปถึงศักยภาพที่ดี การจัดการเทศกาลดนตรีที่ ยั่งยืนกลายเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางและขยายการปฏิบัติร่วมกัน เพื่อผลักดันการปรับปรุงการจัดการ เหตุการณ์ที่ยั่งยืนนี้ มีความ จำเป็นที่ต้องทำความเข้าใจถึงอุปสรรคและปัจจัยความสำเร็จในการจัดงาน ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงงานเทศกาลดนตรีของพวกเขาที่มีต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน การศึกษาครั้งนี้ ใช้ การออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการสำรวจจากการจัดงานเทศกาลดนตรี จำนวน 30 งานที่มีความหลากหลาย ทั่วประเทศสหรัฐอเมริกา และการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วม ทำการ สืบสวนและเลือก เพื่อทำการวิจัย ดึงวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากทฤษฎีการพัฒนาอย่างยั่งยืน และ งานวิจัยก่อนหน้านี้ เกี่ยวกับการจัดการกิจกรรมที่ยั่งยืน โดยกลยุทธ์ที่มีอยู่ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่าง ยั่งยืนและบทเรียนจากการศึกษาการเปลี่ยนแปลงองค์กร ผลการวิจัยพบอุปสรรคที่สำคัญ 7 ข้อและ ความสำเร็จ 4 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการกิจกรรมที่ยั่งยืนของเทศกาลดนตรี เช่นเดียวกับความ ต้องการ 3 อย่างที่มีความเป็นเฉพาะเจาะจงของการจัดงาน เพื่อปรับปรุงการจัดการกิจกรรมที่ยั่งยืน กับ ผลการวิจัย 7 กลยุทธ์เหล่านี้ นำเสนอเพื่อช่วยจัดการงาน โดยนำมาใช้และปรับปรุงการบริหารจัดการ เทศกาลดนตรีที่ยั่งยืนการศึกษาครั้งนี้มีความสำคัญเพราะเติมช่องว่างที่สำคัญทางวิชาการ เกี่ยวกับ เหตุการณ์และความยั่งยืน นอกจากนี้ การศึกษาครั้งนี้ใช้บังคับกับเทศกาลดนตรีในสหรัฐอเมริกา การ ค้นพบนี้ ถูกดึง โดยตรงจากมุมมอง กลยุทธ์การออกแบบและประสบการณ์ของผู้จัดงาน เพื่อนำมา ประยุกต์ใช้ในการทำงาน โดยเฉพาะการจัดการกิจกรรมที่ยั่งยืนของพวกเขา

June (2011) ได้ศึกษาเทศกาลดนตรีที่เพิ่มขึ้นทั้งปริมาณและคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในประเทศยุโรปที่จำเป็นพื้นฐานมีความพึงพอใจและอื่น ๆ เช่น ความจำเป็นทางสังคมและการพักผ่อนที่ กลายเป็นความสำคัญมากขึ้น อย่างไรก็ตามผู้บริหารขององค์กรนี้ไม่ได้วิเคราะห์ อย่างเต็มที่ในโรงเรียน สอนธุรกิจและทำให้มีผู้บริหารที่ทำงานในองค์กรดังกล่าวได้มีการเรียนรู้จากประสบการณ์ของตัวเองและ ข้อผิดพลาด จากการจัดการงานเทศกาลดนตรีที่มีความซับซ้อน ผู้จัดการ ขององค์กรนี้ต้องการมากกว่า ทักษะการจัดการเพียงคนเดียวที่สามารถเผชิญหน้ากับกิจกรรมประจำวัน และต้องใช้เวลาในการจด บันทึกละเอียดที่ผิดปกติอื่น ๆ อีกด้วย นอกจากนี้อุตสาหกรรมนี้มีการเปลี่ยนแปลงในหลายวิธีและเป็นที่น่า คาดว่าเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอนาคตโดยได้รับอิทธิพลจากแนวโน้มใหม่ ในส่วนของสิ่งที่เกิดขึ้นจริงนี้ ร่วมกับการสร้างที่เพิ่มขึ้นของการแสดงดนตรีและการขาดข้อมูลของสายงานที่เพิ่มความซับซ้อนของงาน ที่มากขึ้น ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องเก็บรวบรวมอย่างเป็นระเบียบแบบแผน ข้อมูลประสบการณ์ ทั้งหมดที่มีของผู้บริหารระดับสูง สามารถให้เราได้เรียนรู้จากพวกเขาเช่นการปรับปรุงการบริหารจัดการ ในองค์กรเหล่านี้ ดังนั้นเป้าหมายหลักของรายงานฉบับนี้คือการทำความเข้าใจของความเป็นผู้นำในงาน เทศกาลดนตรีในทางที่ดีและลึก ผ่านความยากลำบากและความท้าทาย ที่ต้องเผชิญในกระบวนการและ การเป็นผู้จัดการ

การวิเคราะห์ที่นำเสนอในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีประโยชน์ 2 ประการ ประการแรก เทศกาลดนตรีต้องมีการวิเคราะห์เพิ่มเติมในเชิงลึกในสังคมปัจจุบันจากมุมมองของผู้บริหารและ ยุทธศาสตร์เนื่องจากการเจริญเติบโตและซับซ้อนของโครงสร้างและลักษณะเฉพาะมีด้วยวิธีนี้ โรงเรียน



ธุรกิจอาจให้ความสำคัญกับองค์กรเหล่านี้ของผู้บริหารในอนาคตมีมากขึ้น ความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรเหล่านี้ในการเรียนรู้วิธีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นจากความรู้ที่มีอยู่และเป็นทางการจากข้อผิดพลาด ที่ทำในอดีตที่ผ่านมา ประการที่สอง การวิเคราะห์นี้เป็นวิธีที่ดีกว่าที่เข้าใจประเด็นขัดแย้งที่มีอยู่ของการเป็นผู้นำในองค์กรเช่น ภาวะที่เป็นปัญหาไม่เข้ากันของทักษะการจัดการกับทักษะทางศิลปะ ภาวะปัญหาของการจัดการในปัจจุบันเมื่อเทียบกับการจัดการในอนาคตและวิธีการที่ผู้บริหารต้องรู้ลักษณะทั้งสองที่กำหนดวิธีการเชิงกลยุทธ์ในระยะยาวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่พวกเขาได้ตั้งไว้

Erik (2009) บทความนี้ก่อให้เกิดการวิจัยที่มีอยู่ในการใช้จำแนกประเภทในวงการเพลง ด้วยการสนับสนุนอย่างมาก จากมุมมองของประเทศยุโรปมีขนาดค่อนข้างเล็กได้ทำการสำรวจพบว่าบริษัทบันทึกเสียงในเนเธอร์แลนด์ จัดสินค้าเพลงในประเทศทำการตรวจสอบความแตกต่างและความคล้ายคลึงกันในประเภทคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เมื่อเทียบกับการปฏิบัติในวงการเพลงต่างประเทศ การวิเคราะห์ลำดับขั้นภายใน จำแนกประเภทในประเทศระหว่างเพลงในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้สัมภาษณ์บุคคลสำคัญในวงการเพลงดัตช์ วาดแผนภูมิข้อมูลดัตช์ ฐานข้อมูลเพลงและข้อมูลการค้าว่าการพัฒนาที่อยู่ในตลาดเพลงดัตช์ระหว่างปี 1990 และ 2005 ในช่วงเวลานั้นเพลงดัตช์ท้องถิ่น ได้รับความนิยมในจำนวนที่พอเหมาะ แทนที่เพลงแองโกลอเมริกัน การที่ดัตช์กระทำประสบความสำเร็จเช่นเดียวกับที่ดำเนินการในวิธีการ 'ท้องถิ่น' ประเภทการเต้นรำ มีการส่งเสริมจากบริษัทเอกชน ในขณะที่การแข่งขันและที่ปรึกษาเป็นหลักวิธีการ 'ท้องถิ่น' ในแง่ของ ปัจจัยตลาด (เช่นความต้องการ) จึงจำแนกมาก่อนตามปกติของต่างประเทศ

Jacqueline (2010) ได้ศึกษาการบริหารจัดการโครงการและวัฒนธรรมของชาติ : กรณีดัตช์และฝรั่งเศสศึกษา กรณีศึกษา นี้เป็นการศึกษา ผลกระทบของบริบทแห่งชาติในการบูรณาการของการบริหารโครงการ โดยวิเคราะห์การดำเนินการจัดการโครงการความร่วมมือระหว่างชาวดัตช์และฝรั่งเศส การประเมินผลและการตรวจสอบที่เป็นที่ยอมรับได้อย่างง่ายดาย โดยชาวดัตช์ในขณะที่พวกเขาหลีกเลี่ยงได้โดยพันธมิตรของฝรั่งเศสนี้ การวิจัยเชิงคุณภาพ และ อุปนัย การพัวพันของการปฏิบัติในสองบริบทที่แตกต่างกัน ในบทบาทของดัตช์ มติที่ทำให้การถ่ายโอนของการปฏิบัติได้ง่ายขึ้น แสดงให้เห็นความยากลำบากในการพบในการบริหารจัดการโครงการเป็นส่วนหนึ่งของตรรกะของฝรั่งเศส การวิจัยเน้นย้ำความจริงที่ว่า articulations อ่อนแอและข้อจำกัดระหว่างบุคคลและกลุ่มระหว่างบุคคลกิจกรรมของพวกเขาเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดสรรการบริหารจัดการโครงการ งานวิจัยนี้ยังเป็นเชิงทฤษฎีเสนอกรอบการวิเคราะห์การปรับตัวในการตรวจสอบการปฏิบัติในการบริหารจัดการภายในบริบทของการดำเนินงานของพวกเขา

Jack (2010) ได้ศึกษานวัตกรรมการจัดการเทศกาลและความล้มเหลว การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่านวัตกรรมเทศกาลสามารถตรวจสอบได้ ในแง่ของการบริหารจัดการงานเทศกาลและกระบวนการผลิตผลงานเทศกาลหรือโปรแกรมบริการและประสบการณ์ นวัตกรรมในตลาดทุนและผู้เข้าร่วมงานเทศกาลร่วมกัน คุณลักษณะเหล่านี้สามารถได้รับการพิจารณาในแง่ของการจัดงานเทศกาล ห่วงโซ่คุณค่าองค์กรโดยความรู้ถูกสร้างขึ้นและปรับเปลี่ยนการนำไปใช้ประโยชน์เห็นได้ชัดว่าเทศกาลมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงสถานที่และองค์กรที่ผ่านกระบวนการทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง แต่เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ การใช้สถานที่ของเทศกาล ต้องรู้ทันผลการดำเนินงานของตัวเองที่เกี่ยวกับการจัดหาเงินทุน การตลาด และการเขียนโปรแกรม ขอบเขตที่พวกเขาตอบสนองต่อความท้าทายเหล่านี้ และโอกาสที่เป็นตัวกำหนด





ความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและหลีกเลี่ยงความล้มเหลวมีข้อบ่งชี้บางอย่างที่ผู้จัดการ การจัดงานเทศกาลมีการตระหนักถึงความสำคัญของนวัตกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเขียนโปรแกรม และการสร้างแบรนด์และการตลาดในระดับที่น้อยแต่ ใช้วิธีการเลียนแบบมากกว่า นวัตกรรมเป็นเรื่อง ธรรมดาในงานเทศกาลด้วยความเข้าใจน้อยมากที่ค่านิยมหลัก ของการจัดงานเทศกาลของพวกเขาที่ สามารถให้จุดขายที่ไม่ซ้ำกันและเป็นพื้นฐานสำหรับความแตกต่าง และความได้เปรียบในการแข่งขัน

ความร่วมมือระหว่างเครือข่ายที่ได้รับพบว่าเป็นกุญแจในการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ยังมีหลักฐานที่จำกัดเพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้บริหารการจัดงานเทศกาล มีการร่วมมือกับองค์กรการจัดการสถานที่ มีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม และสังคม การ เปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนโดยการสนับสนุนนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ในงานเทศกาลมี ขอบเขตมาก สำหรับองค์กร ในงานเทศกาลที่ผู้ประกอบการทำงานร่วมกับชุมชนในสถานที่ คือมีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับหลายแง่มุมของประสบการณ์งานสำคัญสุดท้ายที่ต้องทราบของการเกิดขึ้นในเวลา เดียวกันของนวัตกรรมและความล้มเหลวในบางแง่มุมของการจัดงานเทศกาลเห็นได้ชัดจาก การศึกษาและตัวอย่างที่ผู้จัดการเทศกาลสามารถพบตัวเองอยู่ในวงจรของนวัตกรรมและความล้มเหลว ที่เกี่ยวข้องกับช่วงของการระดมทุนของการเปลี่ยนแปลง การเขียนโปรแกรม ความท้าทาย ในขั้นตอนต่างๆ ในวงจรของเทศกาล

โดยสรุปเห็นว่าเกิดจากการที่มีการแข่งขันและความคิดสร้างสรรค์ ธรรมชาติของ เทศกาลมีความจำเป็นต้องมั่นคงสำหรับผู้จัดการ การจัดงานเทศกาลในการคิดค้นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ นวัตกรรมนี้อย่างมีคุณภาพทั้งเทศกาลอย่างต่อเนื่อง ย่อมก่อให้เกิดระดับของความล้มเหลวบางอย่างที่จริงควร ได้รับการยอมรับว่านวัตกรรมและความล้มเหลวเป็นสมัยในองค์กรเทศกาล ความล้มเหลวของงาน เทศกาล บางครั้งสามารถนำมาประกอบกับสภาพอากาศที่ไม่ดีแต่แม้สาเหตุของความล้มเหลวที่ สามารถหลีกเลี่ยงจากการวางแผน การปรับปรุงสถานที่ การศึกษาในอนาคตของการจัดงานเทศกาล ควรมีความพัฒนาความคืบหน้ากว่าความคิดที่ว่านวัตกรรมและความล้มเหลวเป็นทางเลือกที่ต่อเนื่อง และพิจารณาจากสถานการณ์

Hypén (2009) ได้ศึกษาการบริหารจัดการโครงการในวงการเพลงฟินแลนด์ โครงการ แบบเทอม เป็นวิธีที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในชีวิตการทำงานของวันนี้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้อธิบายถึงสิ่งที่ ทฤษฎีการจัดการโครงการว่าเป็นวิธีการที่มีการพัฒนาผ่านทางประวัติศาสตร์และเป็นวิธีการที่ นำไปใช้ ในการจัดการโครงการทางธุรกิจที่ทันสมัยในบริบทของภาคธุรกิจเพลงฟินแลนด์ การทบทวนวรรณกรรม มีคำอธิบายของขั้นตอนที่สำคัญในโครงการที่มีข้อกำหนดโดยทั่วไปและเครื่องมือที่ใช้ในการวางแผน การ ดำเนินโครงการ ที่ประสบความสำเร็จผ่านการวิจัยเชิงคุณภาพ วิทยานิพนธ์นี้ได้สำรวจวิธีการและสิ่งที่ บริษัทเพลงฟินแลนด์ใช้ทฤษฎีการจัดการโครงการ การเปรียบเทียบระหว่างทฤษฎีและมุมมองทาง วิชาการที่รวบรวมได้จากข้อมูลที่รวบรวมเผยแพร่ให้เห็นว่า องค์กรที่ให้สัมภาษณ์การใช้ทฤษฎีการจัดการ โครงการในบริบทที่เหมาะสมของตน หรือเป็นเพียงคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง ส่วนการอภิปรายมุ่งเน้นที่หา โอกาสในการปรับปรุงการบริหารจัดการของเพลงฟินแลนด์และสื่อโครงการผลการศึกษาพบว่าเพียง 50% ขององค์กรที่ให้สัมภาษณ์โครงการการทำงาน ในบริบททางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับระบบการ บริหารจัดการโครงการอย่างเป็นทางการและวิธีการหมายความว่า พวกเขาถูกแยกออกจากการทำงาน ของพวกเขา รวมทั้งการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตวิดีโอเพลง ฟินแลนด์ ใช้การจ้างงานเป็นเครื่องมือใน การบริหารจัดการโครงการที่จากรูปแบบของการรักษาวิดีโอ



Steve (2010) ได้ให้ความสนใจเรื่องของกลุ่มผู้ฟังดนตรีแจ๊ส จากเทศกาลในด้านของ เพศ อายุ การศึกษา ที่อยู่ การอ่านหนังสือพิมพ์ ความถี่ในการรับชมงาน เทศกาลดนตรีแจ๊ส รวมทั้ง พฤติกรรมการซื้อซีดีเพลง ในส่วนของการเก็บข้อมูลนั้นได้ใช้วิธีการเก็บ ข้อมูลจากผู้ชมการแสดงดนตรี แจ๊สที่ Cheltenham International Jazz Festival สามารถแยก กลุ่มผู้ฟังดนตรีแจ๊สได้เป็น 2 กลุ่มคือ Modern และ Hybrid โดยที่กลุ่ม Hybrid jazz fans หมายถึง กลุ่มที่ซื้อ ซีดีประเภท Traditional/Mainstream Jazz ในขณะที่กลุ่ม Modern Jazz Fans ไม่ซื้อซีดีประเภท Traditional/Mainstream Jazz เป็นต้น ผลการศึกษาพบว่าผู้เข้าชมการแสดงดนตรีแจ๊สทั้ง 2 กลุ่มมีความแตกต่างกันในด้านเพศลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ พฤติกรรมการเลือกซื้อซีดี และความสนใจต่อการชมการแสดงดนตรี แจ๊สในเทศกาลอื่นๆ ผลของการศึกษาสามารถนำไปสู่การจัดประเภทของกลุ่ม ผู้บริโภคดนตรีแจ๊ส เป็นประโยชน์ต่อแนวทางการจัดการแสดงโดยที่สามารถจัดงานให้สอดคล้องกับ ความต้องการได้มากขึ้น เลือกสินค้าที่นำมาจำหน่ายได้เหมาะสม และทำให้จัดหาสปอนเซอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสามารถแบ่งกลุ่มผู้ฟังดนตรีแจ๊ส ออกได้เป็น 3 กลุ่ม Highbrow Middlebrow or Lowbrow กลุ่ม Middlebrow และ Lowbrow สามารถส่งเสริมผ่านสื่อได้ ในขณะที่ กลุ่ม Highbrow ต้องใช้การสื่อสารผ่านระบบการศึกษาการศึกษาของ Steve Oakes ให้มุมมอง ทางด้านกลุ่มผู้รับฟังดนตรีแจ๊สในประเทศอังกฤษ รวมทั้งสังคมที่เกี่ยวข้องกับดนตรีแจ๊สในส่วนของ เทศกาลดนตรีแจ๊ส มุมมองทางด้านการแยกกลุ่มผู้ฟัง ดนตรีแจ๊ส เป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับการ จัดการเทศกาลดนตรีแจ๊สในอนาคต



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดและทฤษฎีการบริหารโครงการ ทฤษฎีการจัดการกิจกรรม ทฤษฎีการตลาดในการจัดกิจกรรม การจัดการด้านการเงินโดยมีวิธีการเก็บข้อมูลหลายวิธีในทุกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกต ทำการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Documents) และจากข้อมูลภาคสนาม (Field Study) ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย
  - 1.1 ด้านเนื้อหา
  - 1.2 ด้านพื้นที่
  - 1.3 ด้านข้อมูลที่ใช้ทำการวิจัย
  - 1.4 ด้านระยะเวลา
  - 1.5 บุคคลข้อมูล
2. วิธีดำเนินการวิจัย
  - 2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
  - 2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล
  - 2.3 การจัดการกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล
  - 2.4 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ขอบเขตของการวิจัย

##### 1. ด้านเนื้อหา

ในการวิจัยการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดเนื้อหาในการศึกษาตามทฤษฎีการบริหารโครงการ การจัดการด้านการเงิน ทฤษฎีการจัดการกิจกรรม ทฤษฎีการตลาดในการจัดกิจกรรม เพื่อใช้ในการศึกษาโดยผู้วิจัยจะศึกษาการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยตามประเด็นดังต่อไปนี้

- 1.1 การศึกษาสภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย
  - 1.1.1 เชียงใหม่แจ๊สเฟสติวัล
  - 1.1.2 ไทยแลนด์อินเตอร์เนชันแนลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์
  - 1.1.3 หัวหินแจ๊สเฟสติวัล
- 1.2 วิเคราะห์กระบวนการจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย
  - 1.2.1 การจัดการเทศกาล
  - 1.2.2 การจัดการด้านการเงิน
  - 1.2.3 การผลิตเทศกาล



### 1.2.4 การตลาดสำหรับเทศกาล

#### 2. ด้านพื้นที่

2.1 เชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล ถนนเลียบบคลองชลประทาน ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2.2 ไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์ วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล ตำบล ศาลายา อำเภอ พุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม

2.3 หัวหินแจ๊สเฟสตีวัล ถนนนเรศดำริห์ หัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

#### 3. ด้านข้อมูลที่ใช้ทำการวิจัย

##### 3.1 ข้อมูลเอกสาร

ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลเอกสารจากหนังสือ เอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการทำวิจัยตามประเด็นที่สำคัญและให้ข้อมูลที่สอดคล้องกัน

3.2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกสัมภาษณ์กับบุคคลข้อมูลที่ปฏิบัติหน้าที่ในแต่ละฝ่ายที่องค์การได้จัดตั้งไว้

#### 4. ด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย โดยเริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม 2557ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2558เนื่องจากการจัดเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัลมีในเดือนธันวาคมไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์จัดในเดือนกุมภาพันธ์และหัวหินแจ๊สเฟสตีวัลจัดในเดือนกรกฎาคม ผู้วิจัยจึงต้องใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงก่อนการจัดเทศกาล ระหว่างการจัดเทศกาลและหลังจากการจัดเทศกาล

#### 5. บุคคลข้อมูล

การวิจัยการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยในครั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลภาคสนามโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการและเป็นทางการการบันทึกและนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์จากกลุ่มบุคคลข้อมูล เพื่อข้อมูลหลักและสำคัญด้านการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊ส ดังนี้ผู้จัดคอนเสิร์ต ศิลปินผู้ชมผู้ฟัง ฝ่ายผลิตได้แก่ฝ่ายศิลป์ เวที แสง สี และเสียง

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### 1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการทบทวนเอกสารจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่ แบบสัมภาษณ์ (Interview Guide) ใช้ในการสัมภาษณ์ในการจัดเทศกาลมีการตรวจสอบเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านคือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจริญชัย ขนไพโรจน์ รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยพันธ์ แสนทวีสุขและดร.กมล เสวตสมบุรณ์ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบไม่มีโครงสร้าง



## 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก

2.1 ดำเนินการศึกษาข้อมูลพื้นฐานจากเอกสารจากหนังสือ บทความ วารสาร เอกสารตำรา บันทึกการวางแผนการปฏิบัติงาน

2.2 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation Observation) คือ การสังเกตที่ผู้สังเกตไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมกับกลุ่มคนที่เข้าไปอยู่ในส่วนร่วมของคอนเสิร์ต โดยไม่ต้องการให้ผู้ถูกสังเกตรู้สึกอึดอัดเพราะอาจทำให้พฤติกรรมผิดไปจากปกติได้ ซึ่งอาจใช้ในระยะเวลาแรกของการวิจัย แล้วใช้การ สังเกตแบบมีส่วนร่วมในระยะเวลาหลัง

2.3 การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยสัมภาษณ์เจาะลึกในประเด็นการจัดการ เทศกาล การจัดการด้านการเงิน การผลิตเทศกาล การตลาดสำหรับเทศกาล โดยการใช้การสัมภาษณ์เป็น รายบุคคลและเป็นกลุ่ม ดังนี้

2.3.1 การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ (Formal interview) โดยการใช้การสัมภาษณ์ แบบมี โครงสร้าง ผู้วิจัยเตรียมคำถามและข้อกำหนดไว้แน่นอนตายตัว

2.3.2 การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal interview) ผู้วิจัยใช้ควบคู่ ไปกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้เห็นภาพและเข้าใจปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในขณะที่จัดการ แสดงคอนเสิร์ต โดยเตรียมคำถามกว้าง ๆ มาล่วงหน้า ผู้วิจัยแบ่งการสัมภาษณ์ออกเป็น การสัมภาษณ์ โดยเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ

## 3. การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.1 การจัดกระทำกับข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาเก็บให้เป็นระบบระเบียบ ให้ ความหมายกับ ข้อมูล จัดหมวดหมู่ ความหมายของข้อมูล วิเคราะห์และสรุปรวบรวมความหมาย โดยก่อนกระทำการ วิเคราะห์ ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ

### 3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมและจัดหมวดหมู่ตามข้อมูลที่ทำการศึกษาแล้วใช้ วิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการ

## 4. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลจะกระทำตามประเด็นที่ผู้วิจัยได้วางไว้ โดยตอบคำถามจาก จุดมุ่งหมายของการวิจัย นำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ดังนี้

4.1 สภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

4.2 กระบวนการจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

4.3 การบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย



## บทที่ 4

### สภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

ในการวิจัยการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดเนื้อหาในการศึกษาสภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย โดยผู้วิจัยศึกษาการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยในพื้นที่ศึกษาได้แก่ เชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล ไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์ และหัวหินแจ๊สเฟสติวล ตามประเด็นดังต่อไปนี้

1. สถานที่
2. เวที
3. แสง
4. เสียง
5. ศิลปิน
6. กิจกรรมเทศกาล

เพื่อให้การศึกษการบริหารจัดการในด้านสภาพของการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยมีเนื้อหาที่สามารถจัดหมวดหมู่ ผู้วิจัยได้ทำการจัดกระทำและจัดเรียงข้อมูลในการศึกษา โดยได้จัดเรียงข้อมูลตามลำดับของสถานที่เริ่มจากงานเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล งานเทศกาลไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์และหัวหินแจ๊สเฟสติวล

#### 1. เชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล

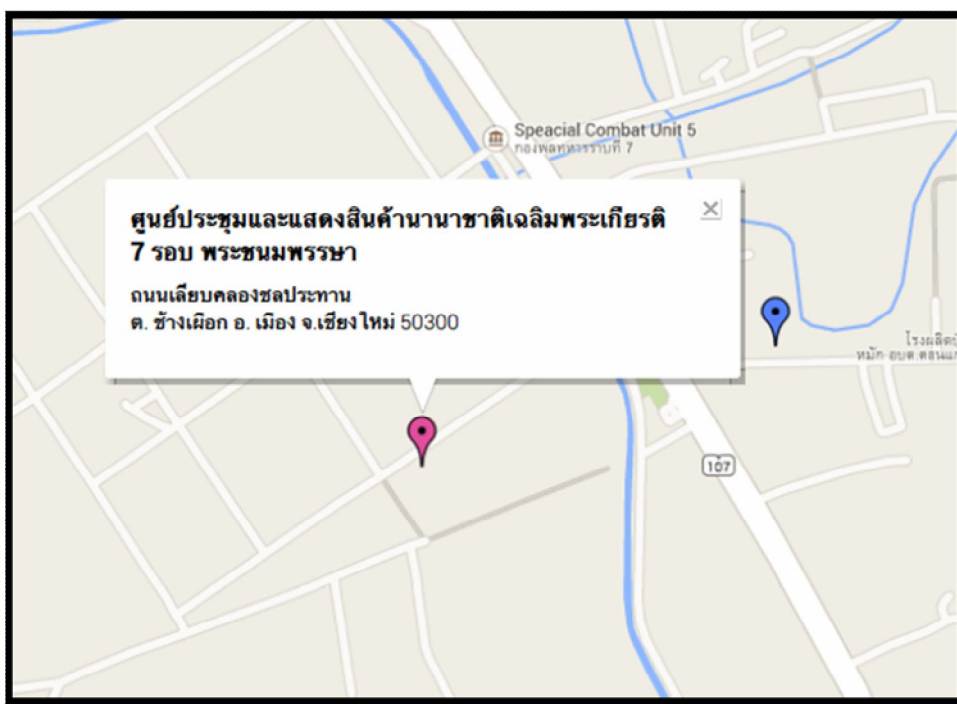
##### 1.1 สถานที่

เชียงใหม่แจ๊สเฟสติวลเริ่มจัดครั้งแรก ในเดือนกุมภาพันธ์ปี พ.ศ. 2554 โดยโรงเรียนดนตรีมิวสิกคลาส จำกัด มีแนวคิดที่เชียงใหม่เป็นเมืองแห่งความอุดมสมบูรณ์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ทีมผู้จัดมีความภูมิใจที่เพิ่มความสมบูรณ์ให้เมืองเชียงใหม่ ในพื้นที่ของเทศกาลดนตรีแจ๊สเชียงใหม่นี้ ด้วยความที่ทีมผู้จัดก็เป็นนักดนตรีทำให้มีความตระหนักถึงคุณค่าที่แท้จริงของดนตรีโดยได้ร่วมมือกับนักดนตรีต่างชาติที่มีความสามารถเพื่อเพิ่มสุนทรียภาพทางดนตรีให้แก่ชุมชนและพัฒนาดนตรี งานสร้างสรรค์ ให้อยู่ในระดับนานาชาติ

##### 1.1.1 สภาพทั่วไป

เชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล ครั้งที่ 3 วันที่ 6-7 ธันวาคม พ.ศ. 2556 จัดที่ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ พระชนมพรรษา หรือ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่ ถนนเลียบบคลองชลประทาน ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300 ดังภาพประกอบ 2





ภาพประกอบ 2 สถานที่ตั้งเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล

ศูนย์ประชุมที่มีพื้นที่ใช้สอยรวมมากที่สุดในภูมิภาค ตั้งอยู่บนที่ดิน 326 ไร่ พื้นที่ใช้สอยกว่า 60,000 ตารางเมตร ณ ตำบลช้างเผือก จังหวัดเชียงใหม่ อยู่บริเวณทิศใต้ของสนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี ในระยะเริ่มแรกอยู่ภายใต้การดูแลของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ต่อมาได้โอนมาอยู่ภายใต้ความดูแลของสำนักงานพัฒนาพิงคนคร (องค์การมหาชน) ดังภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 ศูนย์ประชุมที่มีพื้นที่ใช้สอยบนที่ดิน 326 ไร่

#### 1.1.2 การจัดพื้นที่ในเทศกาล

การจัดพื้นที่ในเทศกาลสามารถแบ่งพื้นที่ออกเป็นสัดส่วนเพื่อความสะดวกในการใช้งานสำหรับผู้เข้าร่วมงานเทศกาล ดังนี้

##### 1) ลานจอดรถ

ใช้พื้นที่ลานจอดรถของศูนย์ประชุมโดยสามารถจอดรถได้เป็นจำนวนมาก มีการจัดพื้นที่สำหรับรถจักรยานยนต์ และรถยนต์ชัดเจนเป็นสัดส่วน

##### 2) ส่วนของผู้ชม

มีการจัดรูปแบบการนั่งเพื่อรับชมอยู่ทั้งหมด 3 รูปแบบ

1. นั่งพื้น เทศกาลได้จัดพื้นที่เพื่อการรับชมการแสดงแบบนั่งพื้น โดยทำการปูเสื่อและจัดเตรียมหมอนอิง โดยเสื่อสองผืนนับเป็นหนึ่งแถวสำหรับผู้ชม เว้นช่องสำหรับเดินเข้าแถว จัดเป็นจำนวนทั้งหมด ห้าแถว ดังภาพประกอบ 4





ภาพประกอบ 4 เสื่อและหมอนอิง

2. นั้งเก้าอี้ เทศกาลได้จัดพื้นที่เพื่อการรับชมการแสดงแบบนั่งเก้าอี้ โดยทำการจัดเรียงเก้าอี้ไว้ด้านหลังแถวของแถวเสื่อ ดังภาพประกอบ 5



ภาพประกอบ 5 เก้าอี้สีดำ



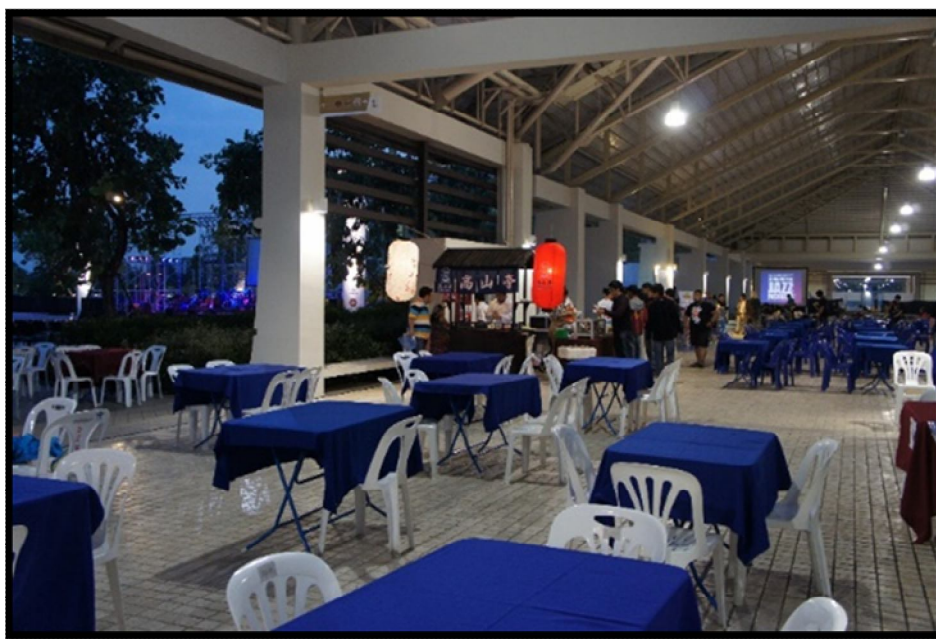
3. แบบโต๊ะพร้อมเก้าอี้ เทศกาลได้จัดพื้นที่เพื่อการรับชมการแสดงแบบ โต๊ะพร้อมเก้าอี้โดยทำการจัดเรียงไว้ด้านหลังแถวของแถวเก้าอี้บริเวณด้านนอกอาหาร

3) ห้องน้ำ

ห้องน้ำที่ให้บริการของงานเทศกาลใช้ห้องน้ำของในส่วนอาคารศูนย์ ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติ 7

4) ส่วนรับประทานอาหาร

เทศกาลได้จัดพื้นที่สำหรับอาหารและเครื่องดื่มด้านในอาคาร ส่วนข้าง และจัดโต๊ะพร้อมเก้าอี้สำหรับรับประทานอาหาร ดังภาพประกอบ 6

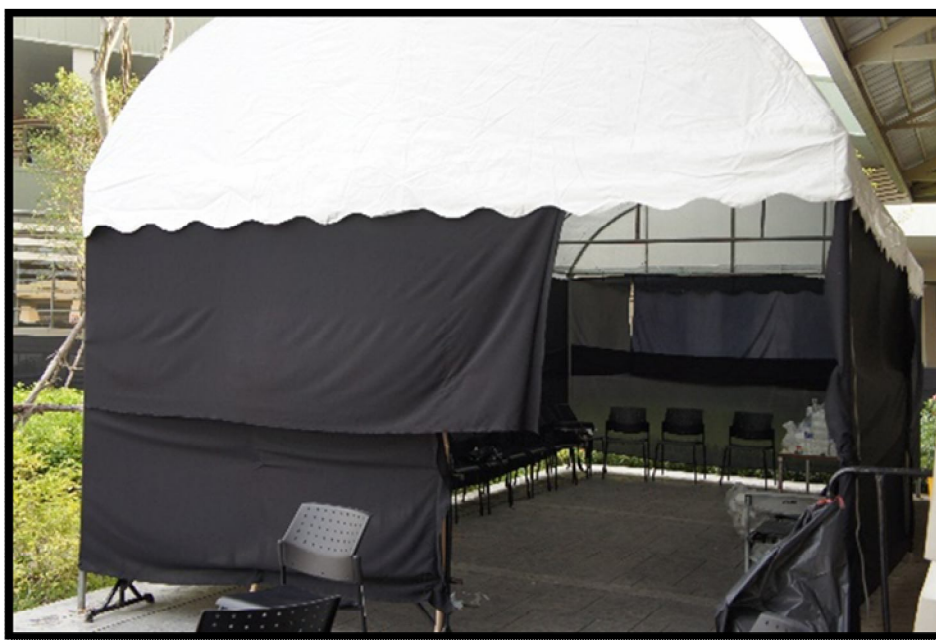


ภาพประกอบ 6 พื้นที่ร้านอาหาร

5) ส่วนนักแสดง

เต็นท์อยู่ทางด้านหลังของเวที ซึ่งด้านข้างด้วยผ้าสีดำเพื่อความเป็น ส่วนตัวของนักแสดงภายในเตรียมโต๊ะสำหรับวางของและเก้าอี้ ดังภาพประกอบ 7





ภาพประกอบ 7 พื้นที่พักผ่อนสำหรับผู้แสดง

### 1.2 เวทีเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล

เวทีขนาด 12x6 เมตร สูง 60 เซนติเมตร และโครงนั่งร้านเหล็กและโครงทรีส อลูมิเนียมสำหรับแขวนไฟพื้นไม้ปูด้วยพรมสีเทา และมีการยกกระดานเวทีกลองขึ้นอีก 30 เซนติเมตร จอฉายภาพบริเวณส่วนกลาง ติดแบรנדของผู้สนับสนุนไว้ด้านข้าง ดังภาพประกอบ 8



ภาพประกอบ 8 ลักษณะเวทีงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล

### 1.3 ระบบแสงเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล

ไฟพาร์ โคมพาร์ 64 ให้แสงที่มีความเข้มมาก มีความจัดของแสงเมื่อนำมาใส่กับแผ่นเจลสีทำให้แสงมีสีที่สดใสและมีความเข้มที่สูง แบ่งออกเป็น Par 1000w เข้มเล็ก เข้มใหญ่ หลอดแก้ว หลอดไฟหน้ารถยนต์ Par500w หลอดไอโอดีน พื้นฐานอยู่ที่ตัวโคม Par64 แตกต่างกัน

แค่อุปกรณ์ภายใน โดยส่วนประกอบสำคัญของตัวโคม มีทั้งโคมเงินทำจากอลูมิเนียมและโคมดำทำจากเหล็ก ดังภาพประกอบ 9



ภาพประกอบ 9 แผงควบคุมระบบแสงเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล

#### 1.4 ระบบเสียงเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล

การศึกษาในระบบเสียงในเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวลผู้วิจัยเลือกนำเสนออุปกรณ์หลักที่สำคัญต่อระบบของเสียงได้แก่ ลำโพงชุดพีเอ ระบบมอนิเตอร์และมิกเซอร์

##### 1.4.1 ชุดลำโพงพีเอ

ลำโพงพีเอเป็นลำโพงหลักที่ผู้ชมสามารถฟังและรับชมการแสดง แบ่งเป็นลำโพงสองลักษณะคือ ลำโพงเสียงกลางแหลมยี่ห้อดีบีเค 15 นิ้ว 2 ทางจำนวน 8 ใบต่อข้าง ลำโพงเสียงต่ำยี่ห้อแฮมเมอร์ จำนวน 6 ใบต่อข้าง ดังภาพประกอบ 10



ภาพประกอบ 10 ชุดลำโพงพีเอเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล

#### 1.4.2 ลำโพงมอนิเตอร์

ลำโพงมอนิเตอร์เป็นระบบเสียงบนเวทีการแสดงเพื่อใช้สำหรับนักดนตรีและนักแสดงสามารถได้ยินเสียงของนักดนตรีร่วมวง ดังภาพประกอบ 11



ภาพประกอบ 11 ลำโพงมอนิเตอร์ดีบีเค

### 1.4.3 มิกเซอร์

ยี่ห้อยามาฮ่ารุ่นแอลเอส 9 -32 ใช้เพื่อผสมเสียงทุกเสียงที่ได้รับจากเวทีการแสดงที่ผ่านทางไมโครโฟนสามารถรับได้ทั้งหมด 32 ช่องสัญญาณ เป็นมิกเซอร์ระบบดิจิทัล ตั้งภาพประกอบ 12



ภาพประกอบ 12 มิกเซอร์ยามาฮ่ารุ่นแอลเอส 9 -32

### 1.5 ศิลปินเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล

ศิลปินที่เข้าร่วมแสดงในเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวลมีทั้งศิลปินพื้นที่ ศิลปินนอกพื้นที่ และศิลปินต่างชาติ มีแนวเพลงที่หลากหลายจำนวน 10 วงดังนี้

#### 1.5.1 วงนีด (Need)

วงดนตรีจากเชียงใหม่ได้รับรางวัลชนะเลิศ จากเวทีการประกวดวงดนตรี จีบอบไทยแลนด์ 2013 (G.B.O.B Thailand 2013) และเป็นผู้ชนะเลิศการแข่งขันในรอบตัวแทนจากทั่วโลก ที่จัดขึ้นที่จังหวัดเชียงใหม่ในปีพ.ศ. 2557 การแข่งขันดนตรีจีบอบ(GBOB)นี้เป็นการแข่งขันวงดนตรีสด ด้วยเพลงที่แต่งเองที่ต้องหาวงดนตรีหน้าใหม่จากทั่วโลกผ่านการ “ประชัน” ทางดนตรีในท้องถิ่นกว่าหลายร้อยรายการ จากนั้นวงดนตรีที่ชนะเลิศจากแต่ละประเทศจะเดินทางมาร่วมแข่งขันในรอบชิงแชมป์ชนะเลิศระดับโลก ณ จีบอบเวิร์ดไฟนอล (GBOB World Final)มีการจัดขึ้นในประเทศต่างๆ หมุนเวียนกันไปเป็นประจำทุกปีในปี 2557 นี้มีวงดนตรีที่เข้ารอบสุดท้ายมาประชันความสามารถมากมาย อาทิ ออสเตรเลีย บาฮามาส เบลารุส สาธารณรัฐเช็ก อังกฤษ กรีซ อินเดีย มาเลเซีย มอลโดวา เนปาล เนเธอร์แลนด์ ไนจีเรีย นอร์เวย์ ปากีสถาน ฟิลิปปินส์ ไทย ยูเครน เวียดนาม ดนตรีที่บรรเลงแนว ฟังก์แจ๊ส (Funk/Jazz) ประกอบด้วยสมาชิกวงได้แก่ นายกฤต บวรจิตพุดมิกุลตำแหน่งนักกีตาร์และร้องนำ นายสมเกียรติ บวรจิตพุดมิกุลตำแหน่งนักกีตาร์เบส นายพันธวัจน์ นาวิก ตำแหน่งนักตีกลอง

ตั้งภาพประกอบ 13





ภาพประกอบ 13 วง Need

#### 1.5.2 วงเดล ริทโม (Del Ritmo)

ก่อตั้งโดย นายรักชิต โทตรวรานนท์ มือกลองที่รักดนตรี Latin เล่นประจำตาม Pub และเทศกาลดนตรีที่มีชื่อเสียงในจังหวัดเชียงใหม่ อาทิเช่น งาน N.A.P (Nimmanhaemin Art & Design Promenade 2010-2013 Chiang Mai Jazz in the City Festival 2011) ถูกรับเชิญไปร่วมแสดงในงานที่มีชื่อเสียง Jive! Garden @ Pai 2012 งาน AKA Jazz Jam @ Hua Hin 2009 และงาน Saxophone Latin Festival กรุงเทพมหานคร เป็นต้น วง Del Ritmo เป็นหนึ่งในวงดนตรีลาตินที่มีคนติดตามชม และใช้บริการมากที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ สมาชิกวง นายรักชิต โทตรวรานนท์ (กลอง) นายปรีช เพิ่มพัฒนากุล (ร้องนำ) นายธนัทคุณ สุขสุข (กีตาร์เบส) นายเจษฎา ยุกตะบุตร (เปออร์คัชชั่น) นายณัฐกฤต ศรีสว่าง (คีย์บอร์ด) นายกীরิตติ รัชชนะกุล (กีตาร์) วิทวัฒน์ ชัยวิรัตน์ (แซกโซโฟน)

ตั้งภาพประกอบ 14



ภาพประกอบ 14 วง Del Ritmo

### 1.5.3 วงดนตรีแอนด์เฟรนด์ (Denny and Friends)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่น อยู่ประเสริฐ เริ่มเรียนดนตรีที่โรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนวิทยาลัย และที่โรงเรียนดนตรีสยามกลการ ในขณะที่เรียนอยู่ชั้นมัธยมศึกษาอาจารย์เด่นได้รับคัดเลือกเป็นตัวแทนของ สโมสรโรตารีเพื่อเป็นนักเรียนแลกเปลี่ยน และได้เข้าเรียนที่ Interlake High School, Bellevue, Washington อาจารย์เด่นได้ร่วมกิจกรรมของโรงเรียนในฐานะนักเปียโนของวง Big Band วง Orchestra และวงขับร้องประสานเสียง ที่นี่เองที่ทำให้หลงใหลในดนตรีแจ๊ส และตัดสินใจเรียนดนตรีอย่างจริงจังในปี 1988 อาจารย์เด่น ได้รับทุนการศึกษาจาก Cornish College of the Arts, Seattle, Washington และสำเร็จปริญญาตรีด้าน Jazz Piano Performance เป็นคนแรกของประเทศ ไทย อาจารย์เด่นเริ่มสอนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีศุภการ และมหาวิทยาลัยมหิดล ตามลำดับ ต่อมาในปี 1996 อาจารย์เด่นเสนอผลงานเพลงแนวแจ๊สและลาตินชื่อเพลง (อ่านว่า ละเบง) สังกัดค่าย Stone Entertainment ในปีเดียวกันอาจารย์เด่นกลับสหรัฐอเมริกา และเข้าเรียนปริญญาโทด้านดนตรีแจ๊สที่ University of North Texas, Denton, Texas หลังจากสำเร็จการศึกษา อาจารย์เด่นกลับมาสอนที่วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดลพร้อมทั้งดำรงตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาดนตรีแจ๊ส และรองคณบดีฝ่ายวิชาการ

อาจารย์เด่นกลับสหรัฐอเมริกาในปี 2001 เพื่อเรียนปริญญาเอกที่ยูนิเวอร์ซิตี้ออฟนอร์ทเทิร์นโคโลราโด กรีลี โคโลราโด University of Northern Colorado, Greeley, Colorado ท่านได้รับคัดเลือกให้เป็นผู้อำนวยการวง UNC Jazz Lab Band II (วง Big Band) และเป็นหัวหน้าวง UNC Jazz Combo I พร้อมทั้งสอนวิชาทฤษฎีดนตรี และเปียโน ท่านเป็นคนไทยคนเดียวที่ได้รับปริญญาเอกด้านดนตรีแจ๊ส ได้เรียน Jazz Piano กับดانا แสนด์รารี (Dana Landry) แดน แฮร์เล (Dan Haerle) เดฟ เพค (Dave Peck) และแรนดี้ ฮอลเบอร์สทาดท์ (Randy Halberstadt) ศึกษาทางด้านการควบคุมและกำกับวง (Conducting) กับ Dr. Kenneth Singleton และ Neil Slater ศึกษาด้านการประพันธ์และการเรียบเรียงดนตรีกับ Dr. Evan Copley, Dr. Gene Aitken, Paris Rutherford, Ralph Towner, และ James Knapp ได้มีโอกาสร่วมเล่นกับนักดนตรีระดับมืออาชีพมากมาย ตัวอย่างเช่น David Liebman, Nicholas Payton, Maria Schneider, Bob Brookmeyer, Deborah Brown, Kenny Wheeler และเล่นเคยแสดงเปิดให้กับ Kenny Garrett และ Vanguard Jazz Orchestra นอกจากนั้นในปี 2003 อาจารย์เด่นสร้างผลงานที่น่าภูมิใจในฐานะที่เป็นศิลปินที่สร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทย คือ การได้รับรางวัลดาวน์บีตอะวอร์ด(Downbeat Award)สาขาดนตรีแจ๊สยอดเยี่ยม จากนิตยสาร Downbeat Magazine ศิลปินศิลปาธร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาการประพันธ์เพลงและการสอนดนตรีแจ๊สจาก มหาวิทยาลัยนอร์ทเทิร์นโคโลราโด ปริญญาโท สาขาดนตรีแจ๊สศึกษาจาก มหาวิทยาลัยนอร์ทเทกซ์ และ ปริญญาตรี สาขาการแสดงเปียโนแจ๊สจากวิทยาลัยศิลปะคอร์นิช ประเทศสหรัฐอเมริกา อาจารย์เด่นได้รับรางวัลระดับชาติและนานาชาติ อาทิ รางวัลการประพันธ์เพลงเดล ไคคินส์รางวัลดาวน์บีตสำหรับวงดนตรียอดเยี่ยมรางวัลคมชัดลึกอวอร์ด สาขาเพลงบรรเลงยอดเยี่ยมและ รางวัลศิลปาธร สาขาดนตรี จากสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม

ด้านการแสดงดนตรี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่น อยู่ประเสริฐได้ร่วมแสดงกับนักดนตรีแจ๊สที่มีชื่อเสียง เช่น เดวิด ลิปแมนนิโคลัส เพตันมาเรีย ชไนเดอร์บอบ บรูกเมเยอร์เดโบรา บราวน์เคนนี่ เวียเลอร์ไมค์ สเติร์นคริส มิน โดกียอริส ทีปเบนฆี โกล์สัน และเอริก มาเรียนทอล ปัจจุบัน





ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่น อยู่ประเสริฐดำรงตำแหน่งคณบดีวิทยาลัยดนตรี มหาวิทยาลัยรังสิต และเป็นผู้อำนวยการวงวงแจ๊สออร์เคสตราแห่งมหาวิทยาลัยรังสิตสมาชิกวงประกอบด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่น อยู่ประเสริฐ (เปียโน) อาจารย์ข้างต้น กุญชร ณ อยุธยา (กีตาร์) นายวสันต์ สุนทรธัมภ์ (แซกโซโฟน) นายธีรวัฒน์ ต้นบุตร (เบส) นายณภัทร พิริยกิจดีศรีธัญญ์ (กลองชุด) ดังภาพประกอบ 15

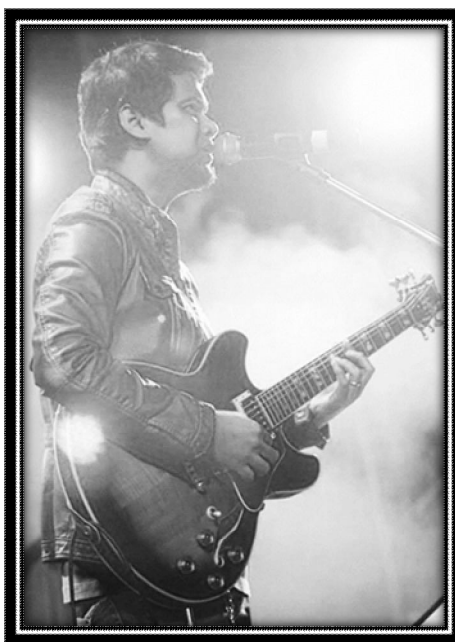


ภาพประกอบ 15 วงเดนนีแอนด์เฟรนด์ (Denny and Friends)

#### 1.5.4 จิระศักดิ์ ปานพุ่ม

ศิลปินในสังกัดสหภาพดนตรีและดำรงตำแหน่ง Jazz Guitar Instructor ให้กับ คณะดุริยางค์ศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีผลงานเป็นโปรดิวเซอร์ให้กับศิลปินเพลงฮิตมากมาย ทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง ในฐานะนักดนตรี Jazz นายจิระศักดิ์ ปานพุ่มได้รับเชิญไปแสดงในคอนเสิร์ตและเทศกาลดนตรี Jazz มากมายนับไม่ถ้วน อาทิเช่น Bangkok Jazz Festival, Hua Hin Jazz Festival, Chiang Mai Jazz Festival#1 และ Thailand International Jazz Conference ดังภาพประกอบ 16





ภาพประกอบ 16 จิตรศักดิ์ ปานพุ่ม

#### 1.5.5 วงแจ๊สคามิกาเซ่ (Jazz Kamikaze)

วงดนตรีระดับโลกประกอบด้วยสมาชิกจากเดนมาร์ก 2 คน นอร์เวย์ 2 คน และอีก 1 คน จากสวีเดน นายมอร์เทน ชวนท์ซ (Morten Schantz) (เปียโน ร้องนำ) นายมาริอุส เนเซท (Marius Neset) (แซกโซโฟน) นายแดเนียร์ เฮลลอย เดวิดสัน (Daniel Heløy Davidsen) (กีตาร์) นายคริสเตอร์ บอร์ดการ์ด (Kristor Brødsgaard) (ดับเบิลเบส) นายแอนทอน เอเกอร์ (Anton Eger) (กลองชุด) อัลบั้มแรกเดอะมิชชั่น 1 (The Mission 1) ในปี 2005 และอัลบั้มที่ 2 ทราเวลลิ่งแอท เดอะสปีดออฟซาวด์ (Travelling at the Speed of Sound) ในปี 2550 ได้รับคำชมมากมายจาก นักวิจารณ์และรางวัลในเวทียุโรปเดอะยังนอร์ดิกแจ๊สคอมเมทส์ (The Young Nordic Jazz Comets) และยังได้รับการคัดเลือกจากกระทรวงวัฒนธรรมเดนมาร์ก ให้เป็นทูตวัฒนธรรมสาขาดนตรี ไปทำการแสดงคอนเสิร์ตกว่า 150 โชว์ทั่วโลกที่สำคัญ อาทิเช่น นอร์ทซีแจ๊สเฟสติวล (North Sea Jazz Festival) โรเชสเตอร์แจ๊สเฟสติวล (Rochester Jazz Festival) บางกอกแจ๊สเฟสติวล (Bangkok Jazz Festival) และพีธีเปิดเทศกาลคาร์นิวัล (Carnival) ที่ ริโอ เดอจาไนโร ปัจจุบันวงแจ๊สคามิกาเซ่ (Jazz Kamikaze) มีผลงานชุดที่ 4 ชื่อว่าเดอะรีเทิร์นออฟแจ๊สคามิกาเซ่ (The Return of Jazz Kamikaze) ดังภาพประกอบ 17



ภาพประกอบ 17 วงแจ๊สคามิกาเซ่ (Jazz Kamikaze)

#### 1.5.6 วงอาร์เอสยูแจ๊สบิ๊กแบนด์ (R.S.U. Jazz Big Band)

แจ๊สออร์เคสตราของมหาวิทยาลัยรังสิตเป็นหนึ่งในวงดนตรีแจ๊สอเคสตราของนักเรียนชั้นนำในประเทศไทย ประกอบด้วยนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยรังสิต ที่มีวิสัยทัศน์เดียวกันในความงามของดนตรีแจ๊ส วงดนตรีกำกับโดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่น อยู่ประเสริฐ คณบดีวิทยาลัยดนตรี มหาวิทยาลัยรังสิต ดังภาพประกอบ 18



ภาพประกอบ 18 วงอาร์เอสยูแจ๊สบิ๊กแบนด์ (R.S.U. Jazz Big Band)



### 1.5.7 วงแดน ฟิลลิปส์ (Dan Phillips)

นักดนตรีแจ๊สชาวอเมริกันเดินทางแสดงดนตรีมาแล้วทั่วทวีปอเมริกาและเอเชีย ปัจจุบันอยู่ในประเทศไทย ฐานะ Band Leader Composer มา 15 ปี เป็นอาจารย์สอนวิชา กีตาร์แจ๊สคณะดุริยางคศิลป์ ให้กับ มหาวิทยาลัยมหิดลมหาวิทยาลัยศิลปากรและมหาวิทยาลัยรังสิต ถูกเลือกเป็นตัวแทนของ เบิร์กลี่สคูลออฟมิวสิก (Berklee School of Music) เข้าร่วมแสดงในเทศกาลดนตรีแจ๊สที่มีชื่อเสียงที่สุดในโลกอย่าง มอนทรีลแจ๊สเฟสตีวัล 1990 (Montreal Jazz Festival) ในปี 1990 ดังภาพประกอบ 19



ภาพประกอบ 19 วงแดน ฟิลลิปส์ (Dan Phillips)

### 1.5.8 วงเดอะซูเปอร์ริทาร์ด (The Super Ritard)

วงชนะเลิศในรายการ Singh Master of the Band พร้อมกับเงินรางวัลที่สูงเป็นประวัติศาสตร์ ถึง 1,000,000 บาท Super Ritard โดยการสนับสนุนของ สหภาพการดนตรี นำเสนองานดนตรีร่วมสมัย ที่ผสมผสานของ แจ๊ส (Jazz) ฟิวชั่น (Fusion) ลาติน (Latin) ฟังก์ (Funky) บลูส์ (Blues) ร็อก (Rock) และโซล (Soul) กับการแสดงสดที่สนุก ไร้ใจ เน้นความเป็นทีมเวิร์คกับเสียงร้องของ แต่งโม ฌปรางค์ มานะต่อ และมือกลองแชมป์ประเทศไทยนายพันธวัช นาวิก ดังภาพประกอบ 20





ภาพประกอบ 20 วงเดอะซูเปอร์ริทาร์ด (The Super Ritard)

#### 1.5.9 วงสยามคูบาน่า (Siam Cubana)

วงดนตรีขนาด 9 ชิ้นดนตรีในแบบซัลซ่า (Salsa) ในเมืองไทยมากกว่า 10 ปี ชื่อเดิมคือ Salsa Society Sound เป็นผู้ปลุกกระแสดนตรีในแบบ Latin Jazz จนเกิดการรวมตัวของผู้ที่ชื่นชอบของจังหวะซัลซ่า (Salsa) ขนานแท้ตามแบบฉบับของ คูบาน (Cuban) ตั้งเดิม หลังจากนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงสมาชิกบางส่วนที่ไปทำการศึกษาต่อ ในปัจจุบันสยามคูบานโน (Siam Cubano Band) โชว์ทั้งในรูปแบบของคอนเสิร์ต (Concert) เฟสติวล (Festival) หรือ อีเวนท์ (Event)

ตั้งภาพประกอบ 21



ภาพประกอบ 21 วงสยามคูบาน่า (Siam Cubana)

#### 1.5.10 วงไซมอน คอปเมเจอร์กับจอห์น ดี มาร์ทาล ทริโอ (Simone Kopmajor & John Di Martino Trio)

ไซมอน คอปเมเจอร์ (Simone Kopmajor) ศิลปินระดับโลกแจ๊สดีว่า (Jazz Diva) เปิดตัวอัลบั้มใหม่ อิมชั่น (Emotion) เล่นร่วมกับวงจอห์น ดี มาร์ทาลทริโอ (John Di Martino's Trio) จอห์น ดี มาร์ทาล (John Di Martino) เป็นมือเปียโนที่มีความสามารถทางดนตรีในสายคลาสสิก



และสายแจ๊ส เป็นนักดนตรีที่มีคนต้องการอยากให้เราร่วมงานมากที่สุดคนหนึ่งของอเมริกา สร้างสรรค์ผลงานร่วมกับไซมอน คอปเมเจอร์ (Simone Kopmayer) ที่มียอดขายอย่างต่อเนื่องในชุด Nothing Gonna Change, Didn't You Say รวมถึงอัลบั้มล่าสุดของ ไซมอน คอปเมเจอร์ ในชุดอีโมชั่น

จอห์น ดี มาร์ทาล (John Di Martino) เคยร่วมงานกับ Ray Barretto and New World Spirit อยู่หลายปี มีเพื่อนนักดนตรีที่มีชื่อเสียงเช่น Kenny Burrell (Guitar), Eddie Gomez (Bass), Joe Lavano (Tenor Saxophone) ออกผลงานที่ได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลแกรมมี่ จากอัลบั้ม Contact โดยสังกัดค่ายเพลงแจ๊ส Blue Note ในปี 1997 มีความสามารถแต่งเพลงและเล่นคีย์บอร์ดปรากฏในผลงานของ Grady Tate Sings อัลบั้ม All Love ค่ายเพลงโซนี่ (Sony) (2003) แผ่นเสียงชุด Japanese Limited Edition ปัจจุบันมีผลงานใหม่กับค่ายฮิตแมนแจ๊ส (Hitman Jazz) ชื่อ The King 's Song โดยได้นำบทเพลงพระราชนิพนธ์มาบรรเลงในสไตล์แจ๊สทรีโอ (Jazz Trio) และไซมอน คอปเมเจอร์ (Simone Kopmayer) ร่วมขับร้องในอัลบั้ม  
 ดั่งภาพประกอบ 22-23



ภาพประกอบ 22 วงไซมอน คอปเมเจอร์กับจอห์น ดี มาร์ทาล ทรีโอ



ภาพประกอบ 23 จอห์น ดี มาร์ทาล

### 1.6 กิจกรรมเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล

กิจกรรมในเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัลมีการแสดงจากศิลปินที่แสดงตามเวลาที่กำหนด โดยเริ่มเวลา 18.00 น. ของทุกวัน โดยให้เวลาในการแสดงรายการละหนึ่งชั่วโมง ดังตาราง 1-2

ตาราง 1 กิจกรรมเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัลวันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ. 2556

เวลา	การแสดง
18.00 น. – 19.00 น.	วงนีด(Need)
19.00 น. – 20.00 น.	วงเคลริทโม้ (Del Ritmo)
20.00 น. – 21.00 น.	วงเดนนี่แอนด์เฟรนด์(Denny and Friends)
21.00 น. – 22.00 น.	วงแมว จิรศักดิ์ ปานพุ่ม (Maew Jirasak Panpum)
22.00 น. – 23.00 น.	วงแจ๊สคามิกาเซ (Jazz Kamikaze)

ตาราง 2 กิจกรรมเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัลวันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2556

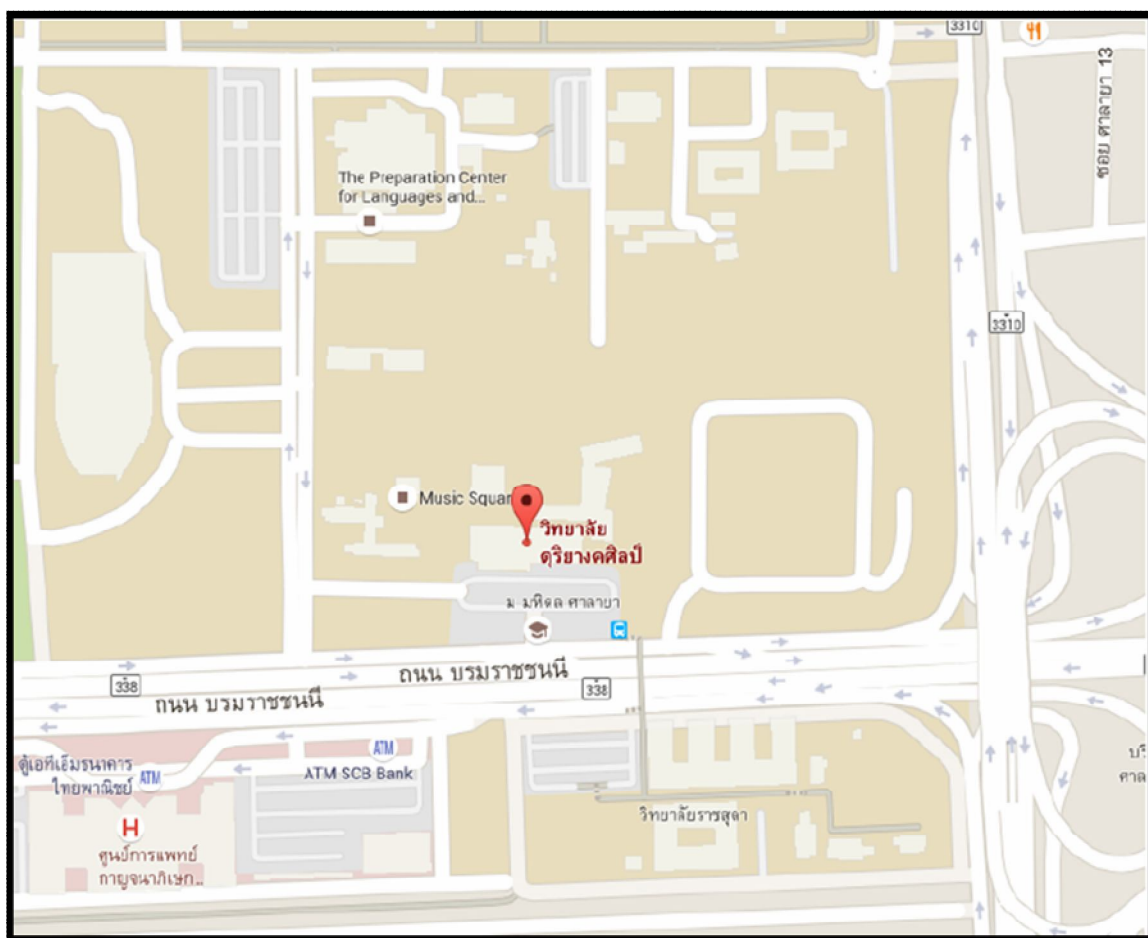
เวลา	การแสดง
18.00 น. – 19.00 น.	วงอาร์เอสยูแจ๊สบิ๊กแบนด์ (R.S.U. Jazz Big Band)
19.00 น. – 20.00 น.	วงแดน ฟิลลิปส์ (Dan Phillips)
20.00 น. – 21.00 น.	วงเดอะซูเปอร์ริทาร์ด (The Super Ritard)
21.00 น. – 22.00 น.	วงสยามคูบาน่า (Siam Cubana)
22.00 น. – 23.00 น.	วงไซมอน คอบเมเจอร์กับจอห์น ดี มาร์ทาล ทรีโอ Simone Kopmajor & John Di Martino Trio

## 2. ไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์ 2015 (Thailand International Jazz Conference 2015)

### 2.1 สถานที่

วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม เริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. 2539 แล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2549 กลุ่มอาคารที่สร้างบนเนื้อที่ดินประมาณ 12 ไร่ ภายในมหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตศาลายา ตั้งอยู่บริเวณด้านทิศใต้ ติดกับถนนปิ่นเกล้า - นครชัยศรี โดยมี บริษัทตันศิลป์ สตูดิโอ จำกัด เป็นผู้ออกแบบ ดังภาพประกอบ 24





ภาพประกอบ 24 แผนที่วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล

### 2.1.1 สภาพทั่วไป

ประกอบไปด้วย 3 ส่วนหลัก ได้แก่ ส่วนแรก (อาคาร A) เป็นอาคารสูง 5 ชั้น พื้นที่ประมาณ 13,310 ตารางเมตร ใช้เป็นอาคารเพื่อการเรียนการสอน ห้องซ้อม ส่วนอำนวยความสะดวก และ ส่วนบริหารจัดการ ส่วนที่สอง (อาคาร B) พื้นที่ประมาณ 4,338 ตารางเมตร เป็นส่วนอาคารหอแสดงดนตรี ขนาดจุ 353 ที่นั่ง และหอกกลางน้ำ ส่วนที่สาม (อาคาร C) พื้นที่ประมาณ 1,886 ตารางเมตร เป็นอาคารหอสมุดดนตรี ประกอบด้วยห้องสมุดดนตรีและศูนย์บริการข้อมูลสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทางดนตรี โดยพื้นที่ทั้ง 3 ส่วนจะมีการเชื่อมต่อกันด้วยพื้นที่เปิดโล่งที่ก่อให้เกิดกิจกรรมต่างๆ และมีลานแสดงดนตรีกลางแจ้งที่มีเวทีรูปวงรีเป็นแกนศูนย์กลางของกลุ่มอาคาร

### 2.1.2 การจัดพื้นที่ในเทศกาล

การจัดพื้นที่ของการจัดงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ 2015 ใช้พื้นที่ของวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ เกือบตลอดพื้นที่ ตั้งแต่อาหารด้านหน้าจนถึงบริเวณด้านหลังของวิทยาลัยดุริยางคศิลป์





1) ลานจอดรถใช้พื้นที่ลานจอดรถของวิทยาลัยดุริยางคศิลป์บริเวณโดยรอบของวิทยาลัยดุริยางคศิลป์และลานจอดรถของมหาวิทยาลัย

2) ส่วนของผู้ชม

(1) หอแสดง MACM Hall เป็นพื้นที่ส่วนอาคาร B ของอาคารภูมิพลสังคีต ขนาดความจุ 353 ที่นั่ง ดังภาพประกอบ 25



ภาพประกอบ 25 ที่นั่งภายในหอแสดง

(2) ลานหน้าอาคารบริเวณที่นั่งเป็นระดับอัฒจันทร์ที่สามารถมองเป็นเวทีได้ทั้งจากทางด้านข้างและด้านหน้า ดังภาพประกอบ 26



ภาพประกอบ 26 ที่นั่งบริเวณลานหน้าอาคาร

(3) สวนพฤกษศาสตร์ใช้เก้าอี้พลาสติกสีแดง จัดเรียงจำนวน 10 แถว แบ่งเป็น 2 ข้าง โดยเว้นช่วงกลาง ดังภาพประกอบ 27





ภาพประกอบ 27 การจัดที่นั่งในสวนพฤกษศาสตร์

### 3) ห้องน้ำ

ใช้ได้ตามบริเวณของอาคารเรียนและหอแสดงและเรือนรับรองศิลปิน

ดังภาพประกอบ 28



ภาพประกอบ 28 ห้องน้ำบริเวณเรือนรับรองศิลปิน

- 4) ร้านอาหารและเครื่องดื่ม  
 ร้านอาหารและเครื่องดื่มสามารถให้บริการของมิวสิคสแควร์และ  
 ร้านค้าที่เฉพาะกิจที่จัดอยู่ทางด้านหลังเรือนรับรอง ดังภาพประกอบ 29-30



ภาพประกอบ 29 ร้านมิวสิคสแควร์



ภาพประกอบ 30 ร้านค้าเรือนรับรองศิลปิน

## 2.2 ส่วนนักแสดง

เป็นเวทีสีขาวจำนวน 2 หลัง จัดวางอยู่ด้านข้างของเวทีและมีฉากบัง  
 เพื่อความเป็นส่วนตัว ภายในจัดโต๊ะสำหรับวางสัมภาระ ดังภาพประกอบ 31 - 32





ภาพประกอบ 31 ส่วนของนักแสดง



ภาพประกอบ 32 โต๊ะและเก้าอี้ของนักแสดง



### 2.3 ลักษณะของเวที

การจัดงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์ 2015 มีการจัดสถานที่เพื่อการแสดงเป็นจำนวน 3 เวทีดังนี้

#### 2.3.1 Auditorium

พื้นที่สนับสนุนด้านหลังเวทีออกแบบเวทีให้เป็นรูปแบบ Open Stage โดยให้พื้นที่เวทีของนักดนตรีและที่นั่งของผู้ฟังอยู่ในห้องเดียวกันเพื่อความเหมาะสมในเรื่องระบบอโศมวิทยา ดังภาพประกอบ 33



ที่มา : ภาพถ่ายโดยนายคม วงศ์สวัสดิ์ เมื่อวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2558

ภาพประกอบ 33 หอแสดง Auditorium

#### 2.3.2 Oval Stage

ลานแสดงดนตรีกลางแจ้ง (ลานรูปวงรี)ระหว่างกลุ่มอาคาร A, B, และ C ด้านหลังเวทีมีเสา 4 ต้น เพื่อบ่งบอกอาณาเขตของการแสดง ส่วนถัดไปคือทัศนียภาพของบึงน้ำที่มี หอคอยกลางน้ำสูงตระหง่าน และแนวต้นไม้สวนป่าเขียวขจีอันร่มรื่น ที่ทำหน้าที่เป็นฉากหลังธรรมชาติอันสวยงาม ดังภาพประกอบ 34





ภาพประกอบ 34 Oval Stage

### 2.3.3 Main Stage

พฤกษาศูริยางค์ (Musica Arboretum) เป็นพื้นที่สำคัญทางวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยมหิดล และเป็นสถานที่ที่วิทยาลัยฯ มีการวางแผนเพื่อทำกิจกรรมในป่าพฤกษาศูริยางค์ เพื่อให้เกิดกิจกรรมดีๆ ให้คนในชุมชนศาลายาได้รับรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ได้จัดขึ้น เพื่อให้บุคคลทั่วไปได้ใช้พื้นที่ให้เป็นประโยชน์เวทีที่ใช้เป็นเวทียกสูง 1 เมตรและมีการยกระดับบนเวทีอีกหนึ่งส่วนสำหรับกลองชุด พื้นเป็นไม้อัดผิวเรียบ คลุมด้วยหลังคาผ้าใบเพื่อกันฝนและแสงแดด

ดั่งภาพประกอบ 35-36

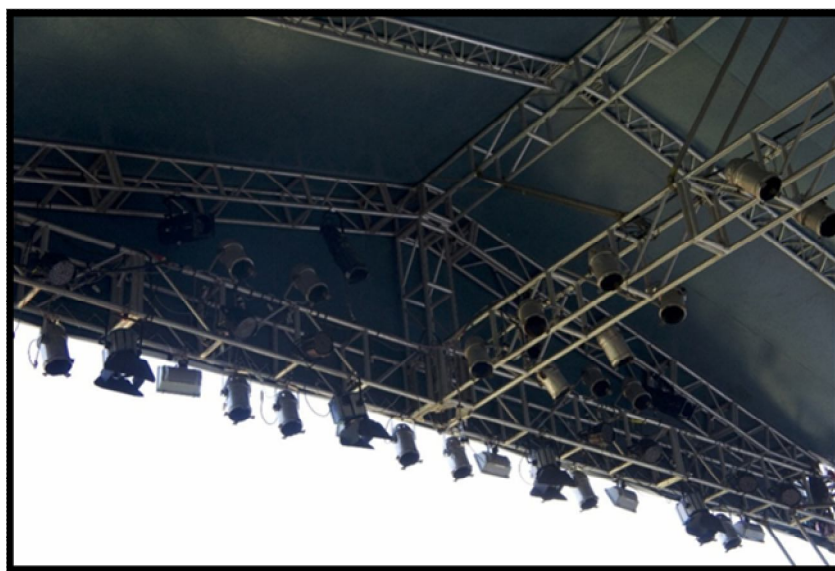


ภาพประกอบ 35 Main Stage



ภาพประกอบ 36 การยกระดับบนเวที

2.3.4 ระบบแสงงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ 2015  
 โคมโปที่ใช้ในการจัดทำระบบแสงของงานใช้อุปกรณ์โคมพาร์และ  
 มูฟวิงเฮดเพื่อสร้างสีสันและความน่าสนใจให้แก่การแสดง ใช้ฟอลโลเพื่อเน้นความสว่างให้แก่ผู้แสดง  
 ดังภาพประกอบ 37-38



ภาพประกอบ 37 ระบบแสงงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์



ภาพประกอบ 38 การออกแบบแสงงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์

#### 2.4 ระบบเสียงไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์

บริษัท ฮูซาวด์ 1 ซอยสามัคคี 42 ถนนสามัคคี ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองนนทบุรี  
รับผิดชอบในระบบของเวที Main Stage และเวที Oval Stage



ภาพประกอบ 39 โลโก้บริษัทฮูซาวด์ (Who Sound)

##### 2.4.1 ชุดลำโพงพีเอ

ชุดลำโพงพีเอที่ใช้ในงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ 2015 มีจำนวน 2 ชุดสำหรับเวที Oval Stage เป็น ชุดยี่ห้อเทอร์โบซาวด์ (Turbo Sound) และ Main Stage เป็นยี่ห้อไดนาโคร์ดครอบบ้า (Dynacord Cobra)





ภาพประกอบ 40 ชุดพีเออีซีท้อเทอร์โบซาวด์ (Turbo Sound)



ภาพประกอบ 41 ชุดพีเออีซีท้อไดน่าคอร์ดครอบบ้า (Dynacord Cobra)



## 2.4.2 ชุดลำโพงมอนิเตอร์

ชุดลำโพงมอนิเตอร์ที่ใช้สามารถแบ่งออกเป็น 2 เวทีดังนี้

### 1) เวที Oval Stage

ชุดลำโพงมอนิเตอร์ใช้ลำโพงมอนิเตอร์ยี่ห้ออีวี รุ่น แซดเอ็กซ์ไฟว์ (EV Zx5) จำนวน 8 ใบ ดังภาพประกอบ 42



ภาพประกอบ 42 การวางลำโพงมอนิเตอร์เวที Oval Stage

### 2) เวที Main Stage

การวางระบบมอนิเตอร์ของเวที Main Stage ใช้การวางสองรูปแบบ คือ ระบบด้านข้างเวที และ ระบบประจำตัวผู้แสดงดังภาพ ระบบด้านข้างเวทีใช้ชุดลำโพงมอนิเตอร์คิวเอสซี



ภาพประกอบ 43 มอนิเตอร์ด้านข้างเวที (Side Field)

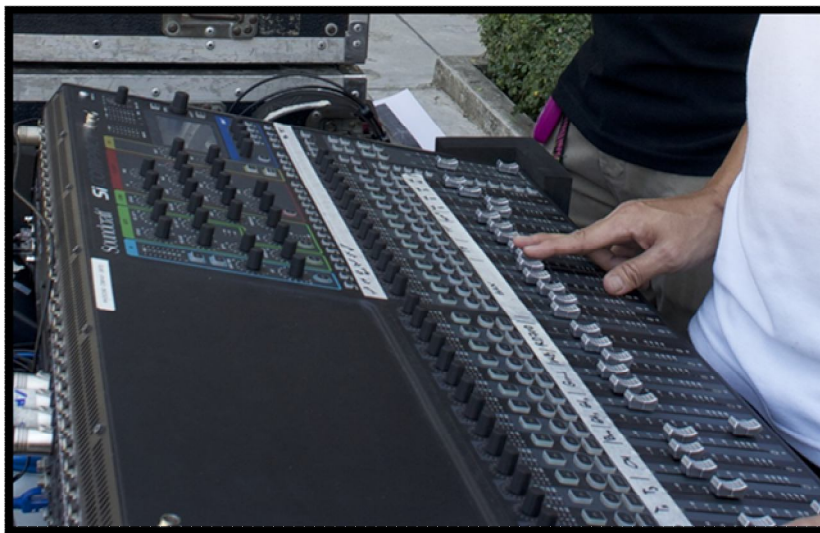
ระบบประจำตัวผู้แสดง ชุดลำโพงมอนิเตอร์ใช้ลำโพงมอนิเตอร์  
ยี่ห้ออีวีรูน แซดเอ็กซ์ไฟว์ (EV Zx5)



ภาพประกอบ 44 ลำโพงมอนิเตอร์ยี่ห้ออีวีรูนแซดเอ็กซ์ไฟว์ (EV Zx5)

### 2.4.3 มิกเซอร์

มิกเซอร์ที่ใช้ทั้งสองเวทีใช้ยี่ห้อซาวด์คราฟท์เพอร์ฟอร์เมอร์ (Soundcraft performer) เหมือนกันแต่แตกต่างกันที่รุ่น โดยในเวที Oval Stage ใช้รุ่น เอสไอ (SI) และเวที Main Stage ใช้รุ่น วีไอ (VI) ดังภาพประกอบ 45-46



ภาพประกอบ 45 มิกเซอร์เวทีโอวอลสเตจ (Oval Stage)



ภาพประกอบ 46 มิกเซอร์เวทีเมนสเตจ (Main Stage)



## 2.5 ศิลปินงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ 2015 (Thailand International Jazz Conference 2015)

ศิลปินที่มาแสดงในงานแบ่งออกเป็นศิลปินในประเทศและศิลปินต่างประเทศและรูปแบบวงมีหลากหลายรูปแบบเช่น วงบิ๊กแบนด์ (Big Band) และวงสมอลล์อองซอมเบิล (Small Ensemble)

### 2.5.1 วงแจ๊สนักเรียนมหิดล (Mahidol University Jazz Student Ensemble)

มหาวิทยาลัยมหิดลแจ๊สบิ๊กแบนด์ก่อตั้งขึ้นในปี โดยชูอิชิ โคมิยามา (Shuichi Komiyama) แจ๊สบิ๊กแบนด์มหาวิทยาลัยมหิดลแสดงคอนเสิร์ตหลายรูปแบบแจ๊ส (สวิงแจ๊ซฮาร์ดบ็อบ ฟังก์) ปีนี้เป็นครั้งแรกสำหรับแจ๊สบิ๊กแบนด์มหาวิทยาลัยมหิดลบรรเลงในไทยแลนด์อินเตอร์เนชันแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ สมาชิกของวงดนตรีส่วนใหญ่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาดนตรีแจ๊ส วัตถุประสงค์คือ การให้ประสบการณ์สำหรับนักเรียนที่จะกลายเป็นนักดนตรีแจ๊สในอนาคต

### 2.5.2 วงแจ๊สนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร (Silpakorn University Jazz Student Ensemble)

เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชวันเกิด 84 ชันษา กำกับวงโดยวานิช โปตะวานิชวงดนตรีแจ๊สมหาวิทยาลัยศิลปากรที่บรรเลงรอบปฐมทัศน์พร้อมกับบทเพลงที่เขียนโดยเฉพาะและวงดนตรีเน้นการบรรเลงเดี่ยว

### 2.5.3 ฟังก์ชั่น (Funktion)

วงดนตรีฟังก์ชั่นเป็นกลุ่มของนักเรียนมัธยมปลายอัสสัมชัญที่มีความสนใจในดนตรีแจ๊สฟิวชั่น เป็นความฝันที่จะปล่อยอัลบั้มเพลงและผลิตงานเพลงที่มีคุณภาพ ในช่วงสิบปีที่ผ่านมามีสมาชิกในกลุ่มต่างไล่ตามความฝันและกลายเป็นส่วนร่วมในโครงการที่เกี่ยวข้องกับเพลงในฐานะศิลปิน ในค่ายเพลงที่มีชื่อเสียงทั้งโซนี่มิวสิคและเป็นนักดนตรีที่จีเอ็มเอ็มแกรมมี่ ปัจจุบันมีการรวมตัวและทำงานร่วมกันในการผลิตเพลงสไตล์แจ๊สฟิวชั่น เชื่อว่าฟังก์ชั่นเป็นวงดนตรีแจ๊สฟิวชั่นที่มีความทะเยอทะยานและทักษะที่ดี

### 2.5.4 ทริคกี้ทรี (Tricky 3)

เกิดขึ้นในปี 2014 โดยมีมือกลองชื่อนิธิต นายธีร์สมือแซ็กโซโฟนและนายพีรฉัตรเป็นมือกีตาร์แนวความคิดหลักของวงคือการพยายามหาวิธีการใหม่ในการแสดงดนตรีแจ๊ส แบ่งปันความคิดและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการพัฒนาเสียงใหม่ เพื่อที่จะมีวงดนตรีที่มีเสียงเป็นของตัวเองที่ไม่ซ้ำกันเหมือนคนอื่น

### 2.5.5 แจ๊สออร์เคสตราแห่งมหาวิทยาลัยรังสิต (Rangsit University Jazz Student Ensemble)

แจ๊สออร์เคสตราแห่งมหาวิทยาลัยรังสิตเป็นหนึ่งในดนตรีแจ๊สออร์เคสตราของนักเรียนแจ๊สชั้นนำในประเทศไทยประกอบด้วยนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยรังสิตที่มีวิสัยทัศน์เดียวกันในความงามของดนตรีแจ๊ส กำกับวงโดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่นอยู่ประเสริฐคุณบดินทร์มหาวิทยาลัยรังสิต



### 2.5.6 บีเมอร์เกนสเวอร์ทเวียร์ (Bemerkenswert Vier)

กลุ่มดนตรีแจ๊สที่ได้รับการยอมรับในวงการแจ๊สมืออาชีพของประเทศไทยมานานกว่าทศวรรษ บางส่วนของสมาชิกในวงได้ร่วมเวทีกับตำนานแจ๊สหลายอย่างเช่น: เบนนีโกลสันเอริคมาเรียนทอล เจวอนแจ็คสันและเจฟฟ์ ลอนเบอร์

### 2.5.7 เจวิทเคเคยูนิตี้แจ๊สทริโอ (Jay with KK Unity Jazz Trio)

วงดนตรีแจ๊สเคเคยูนิตี้เป็นกลุ่มดนตรีแจ๊สจากจังหวัดขอนแก่น ประเทศไทย ประกอบด้วยนักดนตรีสี่คนที่โดดเด่นจากสี่มหาวิทยาลัย

### 2.5.8 เอ็กซ์ซาวด์ (X Sound)

เอ็กซ์ซาวด์ (X Sound) เป็นกลุ่มนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาศาสนาแจ๊สจากวิทยาลัยดุริยางคศิลป์มหาวิทยาลัยมหิดล วงดนตรีที่มีสไตล์ของตัวเองในการเล่นดนตรีแจ๊สเช่น ฟิวชั่นและร่วมสมัย นอกจากนี้สมาชิกในวงยังเป็นมืออาชีพบรรเลงให้กับวงดนตรีศิลปินไทยที่มีชื่อเสียง

### 2.5.9 บีโอเออีเอชอี (B.O.A.E.H.E)

กลุ่มดนตรีแจ๊สที่อยู่ในกรุงเทพฯ ก่อตัวขึ้นในปี 2013 บีโอเออีเอชอี (B.O.A.E.H.E) มีแนวทางในการบรรเลงของนักดนตรีแจ๊สในตำนานจากมหานครนิวยอร์กเช่นแพทเมรินิจอห์น สโคฟิลด์แซมเบลคและเจสแวน รูล์เลอร์

### 2.5.10 เอ็มเอสยูแจ๊สแบนด์ (MSU Jazz Band)

วงดนตรีแจ๊สเอ็มเอสยู (MSU) เป็นครั้งแรกของวงดนตรีแจ๊สจากมหาวิทยาลัยมหาสารคามที่ประกอบด้วยอาจารย์ภาควิชาดนตรีตะวันตก จัดตั้งขึ้นในปี 2014

### 2.5.11 ราชนิตบางแก้วบิกแบนด์ (Ratwinit Bangkiao Big Band)

ราชนิตบางแก้วแจ๊สบิกแบนด์ก่อตั้งขึ้นในปี 2550 เคยได้ร่วมบรรเลงเพลงพระราชนิพนธ์เนื่องในวันคล้ายวันพระราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและร่วมกิจกรรมของโรงเรียนและมีส่วนร่วมในการแข่งขันแจ๊สไทยแลนด์ 2014

### 2.5.12 วชิรวิทย์วิทยาลัยบิกแบนด์ (Vajiravudh College Big Band)

วงดนตรีแจ๊สหรือวงดนตรีแจ๊สบิกแบนด์ได้ก่อตั้งขึ้นในปี 1954 โดยพระยาภะรตราชาอาจารย์ใหญ่วชิรวิทย์วิทยาลัยในเวลานั้น ในช่วงเวลานั้นมีการประกวดดนตรีนักศึกษาในระดับมืออาชีพที่ดึงดูดการเข้าร่วมวงดนตรีจำนวนมาก ก่อนวันของการแข่งขันที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพล ได้ให้รวมเพลง "สายฝน" (ฝน) และ "หัวหินกล่าวว่างาม" (หาดทรายสวยที่หัวหิน) อยู่มาวันหนึ่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงขับพระราชพาหนะเพื่อตรวจสอบให้นักเรียนกลุ่มใหญ่ ทรงนำนักเรียนเหล่านั้นฝึกซ้อมปรับแต่งเสียงในการปฏิบัติพื้นฐาน พระองค์ไม่เคยแสดงความโกรธแม้แต่ครั้งเดียวในขณะที่ทรงการเรียนการสอน แสดงให้เห็นการยึดมั่นคงที่ที่จะไม่มีความโกรธซึ่งเป็นหนึ่งในทศพิธราชธรรมของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวนี้เป็นเบื้องหลังของวชิรวิทย์วิทยาลัย (วงบิกแบนด์วชิรวิทย์วิทยาลัย) ในปัจจุบันวงดนตรีได้มีการบันทึกเพลงและบรรเลงเพลงผ่านทางสถานีวิทยุ

### 2.5.13 ดุริยศิลป์พายัพแจ๊สบิกแบนด์ (Duriyasilp Payap Jazz Big Band)

วงดุริยศิลป์พายัพแจ๊สบิกแบนด์เป็นการรวมตัวของนักศึกษาปัจจุบันของวิทยาลัยดุริยศิลป์ มหาวิทยาลัยพายัพ ที่มีใจรักในบทเพลงแบบแจ๊สบิกแบนด์ (Jazz Big Band) เพื่อฝึกซ้อมและบรรเลงในกิจกรรมต่างๆ ควบคุมวงโดย อาจารย์พันธวัฒน์ นาวิก



#### 2.5.14 เอสเคอาร์ทูบิกแบนด์ (SKRU Big Band)

วงมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาก่อตั้งขึ้นในปี 1999 โดยนายวีระศักดิ์ อักษร ถึงผู้อำนวยการวงดนตรีเอสเคอาร์ทูบิกแบนด์มีชื่อเดิมคืออาร์ไอเอสเคเอแบนด์ (RISKA BAND) (สถาบันราชภัฏสงขลา) โดยวัตถุประสงค์หลักของกลุ่มคือการให้บริการกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ปี 2555 พลเอกเปรมติณสูลานนท์ให้เกียรติวงให้ไปร่วมงานคอนเสิร์ตในชื่อ "ป่าเปรมร้องเพลง" ในปัจจุบัน เอสเคอาร์ทูบิกแบนด์อยู่ในภาควิชาดนตรีคณะศิลปกรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ดำเนินการโดยอาจารย์ สัญญาและอาจารย์สิทธิโชคและยังมีนายวีระศักดิ์ เป็นที่ปรึกษา

#### 2.5.15 เจอาร์ฟลิทเติลบิกแบนด์ (JRP Little Big Band)

วงดนตรีที่ถูกสร้างขึ้นในปี 2000 โดยศาสตราจารย์นิค La Fleur จุดมุ่งหมายคือการเตรียมนักเรียนสำหรับการแสดงคอนเสิร์ตและตั้งค่าเกี่ยวกับงานนี้โดยการเลือกคนที่มีความรู้ในการศึกษาแจ๊สและเล่นในสไตล์ที่ BigBand ชื่อ JRP (แจ๊สร็อคป๊อป) ถูกนำมาใช้เป็นครั้งแรกโดย คณะดนตรีในสถาบันดนตรีมีฟ้า (MIFA) สุขุมวิท 39 ประเทศไทย จากมหาวิทยาลัยหลายสถาบัน ทั้งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ มหาวิทยาลัยมหิดล

#### 2.5.16 หอวังบิกแบนด์ (Horwang Big Band)

หอวังบิกแบนด์มีการดำเนินการครั้งแรกในปี 2555 ในงานเลี้ยงเกษียณ ของนายทองชาติวิงษ์สุวรรณอดี้อำนวยการโรงเรียนหอวังและได้รับการสนับสนุนในภายหลังในกิจกรรม ของโรงเรียนอื่น ๆ องค์การประเทศไทยการแข่งขันแจ๊ส 2014 ที่จัดขึ้นโดยมหาวิทยาลัยศิลปากรในเดือนมกราคมและได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับแรก

#### 2.5.17 เคยูแบนด์ (KU Band)

ชมรมดนตรีสากลแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ หรือที่เรียกกันว่า KU Band นั้น เป็นชมรมดนตรีที่อยู่คู่กับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มายาวนานถึง 65 ปีโดยที่สมาชิกของ ชมรมจะเป็นนิสิตจากคณะต่างๆของมหาวิทยาลัยซึ่งไม่จำกัดคณะและระดับฝีมือ โดยก่อตั้งขึ้นเมื่อ พศ 2493 จากกลุ่มนิสิตและคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยในขณะนั้น ทางชมรมนั้นได้เริ่มฝึกเล่นดนตรี Jazz และเริ่มขยายขนาดของวงให้กลายเป็น Bigband โดยได้รับการสนับสนุนจาก พระองค์เจ้าจักรพันธ์เพ็ญศิริ จักรพันธ์ อดี้อธิการบดีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งทำให้ชมรมได้รับโอกาสร่วมบรรเลงในงาน สำคัญต่างๆ ของมหาวิทยาลัยและได้รับเกียรติให้เป็นวงดนตรีประจำมหาวิทยาลัยจนถึงปัจจุบัน

#### 2.5.18 วงแจ๊สออร์เคสตรามหาวิทยาลัยบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

(Bansomdejchaopraya Rajabhat University Jazz Orchestra)

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาวงดนตรีแจ๊ส ก่อตั้งขึ้นในปี 2013 ประกอบด้วยนักศึกษาจากภาควิชาดนตรีตะวันตก, มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาวงดนตรีแจ๊ส (Bjo) ได้แสดง คอนเสิร์ตหลายชาติเล่นหลายรูปแบบของดนตรีแจ๊ส

#### 2.5.19 เดอะบางกอกบิกแบนด์ (The Bangkok Big Band)

ก่อตั้งขึ้นในปี 1942 ภายใต้สังกัดกรุงเทพมหานครโดยมณฑล อมาตยกุลที่เป็นทั้งนักแต่งเพลงและเรียบเรียงเสียงประสานได้ดำเนินการเพื่อการแสดงคอนเสิร์ตและกิจกรรมที่จัด โดยหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชน



#### 2.5.20 สยามแจ๊สออร์เคสตรา(Siam Jazz Orchestra)

นับตั้งแต่เปิดตัวขับแซกโซโฟนในปี 2014 วงดนตรีแจ๊สสยามได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในกรุงเทพฯกับสมาชิก 18 คน

#### 2.5.21 วงดนตรีแจ๊สกองทัพเรือไทย (Royal Thai Navy Jazz Orchestra)

วงดนตรีแจ๊สกองทัพเรือไทยเป็นส่วนหนึ่งของกองทัพอากาศ เป็นที่ยอมรับอย่างน้อย 60 ปีที่ผ่านมา ถูกสร้างขึ้นสำหรับการกิจกรรมทางการทูตเพื่อต่างประเทศและกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจให้ทหารไทย

#### 2.5.22 วงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์แจ๊สออร์เคสตรา(Kasetsart University Jazz Orchestra)

สโมสรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เพลงไทยวงดนตรีเพลงแรกที่อยู่ในมหาวิทยาลัย ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1951 kband ถูกตั้งค่าการเล่นในสไตล์แจ๊ส BIGBAND วงดนตรีของเรา majorly เล่นให้กับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ตั้งแต่ที่เราต้องการได้รับการติดตั้ง แต่เหนือนี้เราไม่สามารถใช้ได้สำหรับการได้รับการว่าจ้างในการเล่นในที่สาธารณะหรือในงานฉลองใด ๆ

#### 2.5.23 มหาวิทยาลัยรามคำแหงแจ๊สบิ๊กแบนด์(Ramkhamhaeng University Jazz Big Band)

มหาวิทยาลัยรามคำแหงมีนโยบายที่สำคัญในงานศิลปะและการบำรุงรักษาวัฒนธรรมโดยเน้นกิจกรรมเพื่อที่จะให้การศึกษาทางวิชาการในหลายแขนงของศิลปะเพื่อตอบสนองความต้องการของศิลปินในตลาดแรงงาน มีความประสงค์ที่จะผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพให้แก่สังคมนี้ ทันสมัยสอดคล้องกับหลักการหลัก "การศึกษา สำหรับทุกตลาดวิชา)เพลงไทยศิลปะการแสดงและดนตรีไทยสมัยนิยม เป็นโปรแกรมที่มีอยู่สำหรับการศึกษาระดับปริญญาตรี

#### 2.5.24 เคเคยูแบนด์ (KKU Band)

ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 2001 วงดนตรีมหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นวงดนตรีขนาดใหญ่ที่ประกอบไปด้วยอาจารย์และนักศึกษาของภาควิชาดนตรีคณะวิจิตรศิลป์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นวัตถุประสงค์ของการก่อตั้งวงดนตรีที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาวงดนตรีแจ๊สและเพื่อให้การแสดงดนตรีเป็นบริการทางสังคม

#### 2.5.25 ดิเอกเทนชั่นแจ๊สบิ๊กแบนด์ (The Extensions Jazz Big Band)

เป็นวงดนตรีที่เกิดขึ้นโดยศิษย์เก่าวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล และนักศึกษาปัจจุบันที่ได้รับประสบการณ์มากจากการแสดงต่างๆและการแข่งขัน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มุ่งเน้นไปที่ดนตรีรูปแบบเก่าและใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้เครื่องมือที่ทันสมัยที่ช่วยให้สมาชิกในวงที่สามารถแสดงตัวตนในการบรรเลงเดี่ยวรวมทั้งประสิทธิภาพการทำงานขององค์ประกอบเดิมในวงดนตรี

#### 2.5.26 มหาวิทยาลัยศิลปากรแจ๊สออร์เคสตรา(Silpakorn University Jazz Orchestra)

เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 7 รอบ 84 พรรษา กำกับวงโดยวานิช โปตะวานิช วงดนตรีแจ๊สมหาวิทยาลัยศิลปากร





### 2.5.27 ภาสกร โมระศิลป์ (Passakorn Morasilpin)

ภาสกร "มินท์" โมระศิลป์เกิดในกรุงเทพฯ เริ่มเป็นนักดนตรีมืออาชีพตอนอายุ 15 กับ JRP BIGBAND ที่บรวาญซูการ์ดับและแซกโซโฟนดับ รวมทั้งโรงแรมจำนวนมากและสถานบันเทิงแจ๊ส จบการศึกษาดนตรีคลาสสิกแซกโซโฟนจากวิทยาลัยมหิดลได้รับทุนการศึกษาในระดับปริญญาตรี การศึกษาดนตรีแจ๊สที่มหาวิทยาลัยศิลปากรศึกษากับนิค ลาฟรัวโก้มิสเตอร์แซกแมนโรเจอร์กรีนเบิร์ก ซูอิชิ โคมิยามา พิสุทธิ์ ประธิประเสนจากอบ ดินเนสันโทนี่ ลาคาโตสได้แสดงร่วมกับศิลปินไทยมากมาย เช่นหนึ่ง จักรวาลเมลโล โมทีฟ ทำงานร่วมกับศิลปินต่างประเทศ ได้แสดงในหลายประเทศเช่น สหรัฐอเมริกาญี่ปุ่นอินเดียอินโดนีเซียมาเลเซียมาเก๊าไต้หวัน ในปี ค.ศ. 2550 มีส่วนร่วมกับพิวซันแจ๊สตำนานไทยวง "อินฟินิตี้" เป็นวงดนตรีแจ๊สพิวซัน วงแรกในประเทศไทยในปี 2013 เปิดตัวอัลบั้มเดี่ยวครั้งแรก "โตอารีของฉัน" ได้รับรางวัลอัลบั้มเครื่องมือที่ดีที่สุดของรายการคมชัดลึกอวอร์ดครั้งที่ 11 และในปี 2014 เปิดตัวอัลบั้มเดี่ยวชุดที่สอง

### 2.5.28 ศิลปากรแฟคคัลตีแจ๊สอองซอมเบิล (Silpakorn Faculty Jazz Ensemble)

วงดนตรีแจ๊สจากคณะดุริยางฯ มหาวิทยาลัยศิลปากรเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดนตรีแจ๊สและนักแสดงในประเทศไทย มีคณาจารย์ที่มีประสบการณ์การดำเนินงานระหว่างประเทศอย่างกว้างขวาง

### 2.5.29 จอร์จ การ์โซเน ทริโอ (George Garzone Trio)

1) จอร์จ การ์โซเนเริ่มเล่นดนตรีเมื่ออายุได้หกปี เล่นในวงดนตรีของครอบครัวและเข้าเรียนที่โรงเรียนดนตรีในบอสตัน ได้เป็นแซกซ์รับเชิญในหลาย ๆ งานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยุโรปเป็นที่รู้จักในฐานะนักศึกษาดนตรีแจ๊ส ในปัจจุบันการเรียนการสอนที่วิทยาลัยดนตรี ลีร์ นอกจากนี้ยังได้สอนที่นิวอิงแลนด์คอนเซอวาทอรี โรงเรียนดนตรีมหาวิทยาลัยนิวยอร์กแมนฮัตตัน โรงเรียนดนตรีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีผลงานมากมาย

2) ปีเตอร์ ซาล์วโนนิกแต่งเพลงนักดนตรีเซสชั่นนักเรียบเรียง ตั้งแต่เริ่มการแสดงเป็นมืออาชีพในช่วงกลางปี ค.ศ. 1990 ปีเตอร์ได้เดินทางแสดงตามสถานที่ที่มีชื่อเสียงที่สุดและในเทศกาลกว่า 30 ประเทศใน 5 ทวีปเล่นเบสตั้งแต่อายุสิบสองขณะที่เรียนดนตรีคลาสสิกที่โรงเรียนดนตรีพิพคอฟ (Pipkov) ในปี ค.ศ. 1998 ได้รับทุนการศึกษาจากบอสตันลีร์วิทยาลัยดนตรีที่มีชื่อเสียง และในปี ค.ศ. 1999 ย้ายไปบอสตันเพื่อเข้าร่วมลีร์ ในปี 2001 ได้รับรางวัลอนุสรณ์ทุนการศึกษาดีเด่นด้านดนตรีรวมทั้งทุนการศึกษาเต็มรูปแบบ หลังจากจบการศึกษาจากลีร์ในปี 2002 ปีเตอร์ได้ดำเนินการสร้างผลงานการบันทึกเสียงกับศิลปินที่มีชื่อเสียงระดับโลกเช่นโจ โลวาโนควินซีโจนส์จอร์จ การ์โซเนโซฟี มิลแมนมะฮอกกานีควินและเจมมี ฮาดแดด

3) ฟรานซิสเม เป็นนักแต่งเพลงและมือกลองเกิดในปี 1968 ในบายาโม ประเทศคิวบา ย้ายไปบอสตันในปี ค.ศ. 2000 ที่จะไล่ตามระดับที่ได้รับรางวัลวิทยาลัยดนตรีลีร์ ได้รับการยอมรับอย่างรวดเร็ว

### 2.5.30 ชัยแอนด์เดอะบลูส์มานิแอกส์ ฟิสเจอร์ริงเนอร์ส (Chai & The Blues Maniacs Featuring Nurse)



ชัยเป็นหนึ่งในนักกีตาร์บลูส์และนักร้องที่ดีที่สุดในประเทศไทยมานานกว่าสามทศวรรษที่ผ่านมาชัยบลูส์นำเสนอดนตรีที่มีรายละเอียดสูงแสดงดนตรีในรูปแบบของบลูส์ริธึมแอนด์บลูส์ร่วมกับพัธรินทร์ที่เรียกว่าเนิร์ส

#### 2.5.31 เด่น อยู่ประเสริฐ โปรเจคอาร์ (Den Euprasert's Project R)

ได้รับรางวัลศิลปินศิลป์ปาดรปี 2009 เด่นอยู่ประเสริฐได้รับปริญญาเอกในทฤษฎีดนตรีและการสอนดนตรีแจ๊สจากมหาวิทยาลัยนอร์ทโคโลราโด (University of Northern Colorado) ปริญญาโทสาขาดนตรีแจ๊สศึกษาจากมหาวิทยาลัยนอร์ทเทกซัส (University of North Texas) และปริญญาตรี การปฏิบัติเปียโนแจ๊สจากวิทยาลัยศิลปะคอร์นิชสหรัฐอเมริกาได้รับรางวัลมากมายรวมทั้งหลุยส์อาร์มสตรองได้รับรางวัลแจ๊ส IAJE รางวัลดีเด่นเปียโนเดี่ยวจาก San Diego City College เทศกาลดนตรีแจ๊สและเทศกาลดนตรีแจ๊สโลโอเนลแฮมป์ตันได้รับรางวัลดีเด่นจากเทศกาลวิจิแจ๊สและเทศกาลดนตรีแจ๊สกรีลีย์ปัจจุบันดำรงตำแหน่งคณบดีวิทยาลัยดนตรีมหาวิทยาลัยรังสิตและผู้อำนวยการวงดนตรีแจ๊สมหาวิทยาลัยรังสิต

#### 2.5.32 ลาจ ลุนด์ทรีโอ (Lage Lund Trio)

1) ลาจ ลุนด์ (Lage Lund) เป็นหนึ่งในมือกีตาร์ที่ดีและน่าสนใจ เกิดและเติบโตในเมืองเกียนประเทศนอร์เวย์ย้ายไปบอสตันหลังจากที่เข้าเรียนโรงเรียนมัธยมและเข้าศึกษาต่อที่วิทยาลัยดนตรีลีเย่ ในปี ค.ศ. 2002 ได้ย้ายไปนิวยอร์กโดยไม่ช้าก็กลายเป็นมือกีตาร์ไฟฟ้าคนแรกที่ลงทะเบียนเรียนที่โรงเรียนจูเลียร์ด (Juilliard Music) ทำงานร่วมกับ รอนคาร์เตอร์ มุกลิลมิลเลอร์ วินสตัน มาซาลิส คาร์เมนลูนฟลายมาร์คัส สเต็กแลนด์เอลชอร์วีจะวินสันเคนดิกก็อตต์จิมมีกรีนและ อิงกริด

2) แมตต์บรูเออร์เกิดวันที่ 20 เดือนเมษายน ค.ศ. 1983 ในโอคลา โสมาซิติเติบโตในรัฐนิวเม็กซิโก เริ่มเล่นกลองตอนอายุ 3 ขวบ จนอายุสิบขวบได้เรียนเบสในช่วงฤดูร้อนที่ศูนย์ศิลปะโปรแกรมอินเตอร์ลอคเฮน (Interlochen) เริ่มเรียนเบสคลาสสิกจากอาจารย์เบสสองท่านที่มีชื่อเสียงระดับโลกคือวินสตัน บัดโรวและอเรนซ์ เอิร์ส และได้เรียนรู้เกี่ยวกับดนตรีแจ๊สจากพ่อ แมตต์เริ่มเป็นนักดนตรีมืออาชีพตอนอายุสิบสองได้รับรางวัลจากงานเทศกาลดนตรีแจ๊สของมหาวิทยาลัยชั้นนำสองครั้ง โดยชนะรางวัลสูงสุดของเทศกาลสำหรับนักเรียนระดับมัธยม ซึ่งไม่เคยมีใครได้รับมาก่อนต่อมาได้เข้าเรียนในสถาบันการศึกษาโรงเรียนศิลปะมัธยมที่อินเตอร์ลอคเฮนศึกษาเบสคลาสสิกและเรียนดนตรีแจ๊ส หลังจากจบการศึกษาแมตต์เข้าเรียนโปรแกรมแจ๊ส ที่จูเลียร์ดและได้ศึกษาเบส กับร็อดนีย์วิทเทเกอร์และเบนวูล์ฟ หลังจากใช้เวลาสองปีที่จูเลียร์ด(Juilliard)ตั้งแต่นั้นมาได้ทำงานร่วมกับศิลปินเช่น เกร็ก ออสบ็ีกอนซาโล่บัลลีโคนิทซ์เดวิดแซนเซซเทอเรนลอนชาร์ดแอร์อน ปาร์ค เจฟฟ์ เทนต์ วัตต์และอีกมากมาย

3) คลาเรนซ์ เพนน์เป็นนักดนตรีที่มีความสามารถพิเศษมีช่วงไดนามิกที่ดีในการแสดงดนตรี เป็นมือกลองที่คิดว่ามีส่วนประกอบที่ซับซ้อน มีความชัดเจนและวิสัยทัศน์ที่ดีเขาได้ยินเสียงทุกอย่าง เข้าใจความเนื้อหาและการตีความที่ดี ทำให้เพลงมีสีสันคลาเรนซ์เพนน์เป็นหนึ่งในมือกลองแจ๊สที่มีฝีมือดี เป็นนักแต่งเพลงให้กับศิลปินหลายคนเป็นโปรดิวเซอร์ที่มีทั้งความรู้และการศึกษา โดยจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเวอร์จิเนียคอมมอนเวลท์ ได้รับเป็นบุตรบุญธรรมของเอลลิสซา เพนน์ เป็นผู้เชี่ยวชาญในการศึกษาด้านกลอง จากปี ค.ศ. 2004-2555 ได้เป็นคณะกรรมการในการสัมมนาเชิงปฏิบัติการนานาชาติในแบมพ์แจ๊ส



### 2.5.33 มหาวิทยาลัยมหิดลแจ๊สออร์เคสตรา(Mahidol University Jazz Orchestra)

มหาวิทยาลัยมหิดลแจ๊สออร์เคสตรา [MJO] ก่อตั้งขึ้นครั้งแรกในปี ค.ศ. 2003 โดยนักศึกษาเอกการศึกษาดนตรีแจ๊ส มหาวิทยาลัยมหิดลดำเนินการและกำกับการแสดงโดย ดร. โจเซฟโบว์แมนและที่ปรึกษา ดร. ยีนเอเดเคน ได้แสดงสู่สาธารณชนครั้งแรกในปี พ.ศ. 2547 ที่ห้องประชุมของบริษัท สยามกลการ ในปี พ.ศ. 2550 MJO ได้รับเกียรติแสดงในเทศกาลดนตรี พ.ศ. 2550-2551, Taiwan ROC และงาน Thailand International Jazz Conference [TIJC] ปี พ.ศ. 2555 และแจ๊สอินเดอะปาร์คกับ MJO ณ ดึกสวนสันติไชยปราการ พ.ศ. 2556 เล่นแนวเพลง หลากหลายของดนตรีแจ๊ส ละตินมาตรฐานฟิวชั่น

### 2.5.34 เจทเซตเตอร์ (Jetset'er)

วงป๊อปและโซลที่รวบรวมจากกลุ่มเพื่อนของมหาวิทยาลัยที่เล่นและแต่ง เพลงด้วยกันและกลายเป็นหนึ่งในวงดนตรีที่มีชื่อเสียงที่สุดของประเทศไทย. เจทเซตเตอร์(Jetset'er) มีความละเอียดอ่อนและอุทิศหัวใจและความรักให้กับดนตรีทั้งหมดและสามารถเข้าถึงได้กับแฟน ๆ

### 2.5.35 โปเมโลทาวน์กับโก้ มิสเตอร์แซกแมนและจาคอบ ดินเซน(Pomelo Town with Koh Mr.Saxman and Jakob Dinsen)

ประกอบด้วยคณาจารย์สาขาวิชาแจ๊ส วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดลโปเมโลทาวน์ไม่เคยหยุดทดลองสร้างสรรค์โอกาสใหม่ในการแสดงดนตรีแจ๊ส ในช่วง โดยไม่กี่ปีที่ผ่านมาเพลงของโปเมโลทาวน์ ได้รับการสร้างขึ้นอย่างสมบูรณ์แบบด้วยความหลากหลายของ สมาชิกในความสนใจดนตรีทำเพลงที่มีความคิดสร้างสรรค์ด้วยความคิดริเริ่มและประสิทธิภาพการทำงานที่มีพลังโปเมโลทาวน์ได้แสดงในการแสดงคอนเสิร์ตดนตรีแจ๊สตามเทศกาลต่าง ๆ รวมทั้ง คอนเสิร์ตสหภาพยุโรปคอนเสิร์ตและการสัมมนาเชิงปฏิบัติการสำหรับโรงเรียนดนตรีลีซท์ไวมาร์ อีสมิท เวสต์คอนเสิร์ตที่ เทศกาลคอร์ฟู (Corfuกรีซ ปีพ.ศ. 2552) ไฮเนกันหัวหินแจ๊สเฟสตีวัลเทศกาล ดนตรีแจ๊สกรุงเทพฯและงาน Thailand International Jazz Conference 1 - 3 (2552-2554) และ อื่น ๆ อีกมากมาย

### 2.5.36 เจฟฟ์ “เทน” วัตต์ส ควอร์เทต (Jeff “Tain” Watts Quartet)

1) เจฟฟ์ "เทน" วัตต์เป็นหนึ่งในต้นแบบมีอิทธิพลต่อมือกลองแจ๊สในดนตรี แจ๊สของวันนี้ได้รับการฝึกอบรมอย่างเป็นทางการที่มหาวิทยาลัยเคเวนดิชในพิตส์เบิร์กเครื่องกระทบ คลาสสิกเป็นนักตีทิมพานีได้เรียนที่วิทยาลัยดนตรีเบิร์กส์กับผู้ทรงคุณวุฒิเช่น แบร์นพอร์ดมาร์ซาเควินยู เกร็ก ออสบี้และมาร์วิน “สมิธ” สมิธร่วมวงกับวินสตัน มาร์ซาลิส (Wynton Marsalis) ที่วิทยาลัยดนตรี ลีซท์ไวในปีพ.ศ.2534 ได้รับรางวัลแกรมมี่สามรางวัลได้ทำงานกับศิลปินดนตรีแจ๊สเช่นจอร์จเบนสันแฮร์รี่ คอนนิกจูเนียร์และแมคคอยไทเนอร์

2) ทรอย มีชื่อเสียงจากเมืองเพิร์ธ ออสเตรเลียตะวันตกได้รับรางวัลแซ็ก โซโฟนและนักแต่งเพลง จบการศึกษาระดับปริญญาตรีศึกษาดนตรีในวัย 19 ปี ได้รับรางวัลมากมาย รวมทั้งทุนการศึกษาดนตรีแจ๊สบ็อบไวล์ทุนการศึกษาดนตรีแจ๊สมอริสัน จบการศึกษาระดับปริญญาโท ที่มหาวิทยาลัยไมอามีและได้ร่วมเวทีกับอาเรธา ฟรานคลิน (Aretha Franklin) เจฟฟ์ 'เทน' วัตต์ออร์คี แวนส์ เลื่อนแฮมป์ตันนิโคลัสเพย์ตันลิว โซลอฟฟอาร์รี่ โอนิคร็อบบี้ อาร์มีนและสตีเฟนส์ก็อต



3) มานูเอลวาเลร่า นักเปียโนเกิดที่ประเทศคิวบาเป็นนักแต่งเพลงและหัวหน้าวงมานูเอลวาเลร่าเป็นนักดนตรีแจ๊สที่มีความสามารถพิเศษรวมรูปแบบละตินมากมายกับดนตรีแจ๊สร่วมสมัยและโพสท์บ็อบ เริ่มต้นจากการเป็นแซ็กโซโฟนในขณะที่กำลังศึกษาอยู่ที่โรงเรียนสอนดนตรีมานูเอล ซามูเอลในฮาวานาเรียนในนิวไฮสคูลในนิวยอร์กซิตี้ปี พ.ศ.2547 ได้รับการร่วมบรรเลงกับนักดนตรีที่มีชื่อมากมาย รวมทั้งเบสจอห์น พาติตซ์ซี

4) ฮอกยู หวัง (Hogyu Hwang) เติบโตในกรุงโซลประเทศเกาหลีใต้ เริ่มเล่นเบสตอนอายุสิบขวบ ขณะทุนการศึกษาที่สำคัญหลายแห่งในเมืองเกาหลี หวังจบปริญญาตรีจากวิทยาลัยดนตรีเบอร์คลีย์บรรเลงกับนักดนตรีต่าง ๆ ในประเทศสเปนโปแลนด์เยอรมันฝรั่งเศสเอกวาดอร์และญี่ปุ่น ในสมาคมระหว่างประเทศของการศึกษาด้านดนตรีแจ๊สการประชุมประจำปีของเคนเนดีเซ็นเตอร์ในวอชิงตันดีซีและอีกหลายเทศกาลดนตรีแจ๊สนานาชาติเช่นเทศกาลดนตรีแจ๊ส JVC เทศกาลดนตรีแจ๊สเนยแข็งและเทศกาลดนตรีแจ๊สปีนทาว์น (Beantown) ฮวงยังได้ร่วมงานในแจ๊สคลับที่มีชื่อเสียงมากมาย อาทิเช่นบลูไนต์นิวยอร์กอิริเดียมและมาตรฐานดนตรีแจ๊ส หวัง (Hwang) ได้ร่วมงานกับเทอร์รี่ ลีน คาร์ริงตัน (Terri Lyne Carrington) จิมมี่เฮลธ์โจ โลวาโน ฮังและเดฟดักลาส หวังได้รับการศึกษาระดับปริญญาโทจากมหาวิทยาลัยโลโยลา (Loyola) ในนิวออลีนส์ (New Orleans) ปัจจุบันอาศัยอยู่ในประเทศเกาหลี

2.6 กิจกรรมในเทศกาลไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์ 2015 (Thailand International Jazz Conference 2015)

ไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์ได้จัดกิจกรรมเทศกาลออกเป็น 3 วัน โดยได้แบ่งตารางกิจกรรมเป็นการแสดง การอบรมเชิงปฏิบัติการและการประกวดการบรรเลงดนตรีแจ๊สการแสดงแบ่งออกเป็นจำนวน 3 เวที โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 9.30-18.00 น. ที่บริเวณเวทีหอแสดงดนตรีออดิโทเรียมและเวทีโอเวอร์สเตจ สำหรับเวทีหลัก (Main Stage) เริ่มการแสดงในเวลา 18.30-23.00 น. ดังตาราง 3-5



ตาราง 3 กิจกรรมไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์ วันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2558

เวลา	เวทีหลัก (Main Stage)	หอแสดง (Auditorium)	เวทีวงรี (Oval Stage)
09:30 น.-10:00 น.		มหิตลยูนิเวอร์ซิตีแจ๊สบิ๊ก แบนด์(Mahidol University Jazz Big Band)	มหิตลยูนิเวอร์ซิตี แจ๊สสตูดิโอของซอม เบิล (10:00 น.-10:45 น.)
10:00 น.-11:00 น.		พีธีเปิดและมอบรางวัล โลฟ ทามแอกซีฟเมนอวอร์ดแก่ วินัย โสทธิพันธุ์	ศิลปากรยูนิเวอร์ซิตี แจ๊สสตูดิโอของซอม เบิล
11:00 น.-11:50 น.		สุกรี เจริญสุขและ วินัย โสทธิพันธุ์ (การอบรมเชิงปฏิบัติการ)	(Silpakorn University Jazz Student Ensemble)
13:00 น.-13:50 น.		ภาสกร โมระศิลป์ : แซกโซโฟน (การอบรมเชิงปฏิบัติการ)	(11:00 น.- 11:45 น.)
14:00 น.-14:50 น.		บิ๊กแบนด์โคซซิ่งโดยศรุต วิจิตรเวชการและอรรณวิน เกิดที่สุด (การอบรมเชิงปฏิบัติการ)	ฟังก์ชั่น (Funktion) (12:00 น.- 12:45 น.) ทริคกี้ 3 (Tricky 3) (13:00 น.- 13:45 น.)
15:00 น.-15:50 น.		เด่น อยู่ประเสริฐธริน พันธุ์มโกล นุ วุฒิวิชัย (การอบรมเชิงปฏิบัติการ)	รังสิตยูนิเวอร์ซิตี แจ๊สแจ๊สสตูดิโอของ ซอมเบิล (Rangsit University Jazz Student Ensemble) (14:00 น.- 14:45 น.)



## ตาราง 3 (ต่อ)

เวลา	เวทีหลัก (Main Stage)	หอแสดง (Auditorium)	เวทีวงรี (Oval Stage)
16:20 น.-18:00 น.		การแข่งขันบรรเลงเดี่ยว :กลุ่มปี	ปีเมอเกนสเวิร์ตเวียร์ (Bemerkenswert Vier) (15:00 น. -15:45 น.) เจวิทเคเคยูนิตี แจ๊สทรีโอ (Jay with KK Unity Jazz Trio) (16:00 น. - 16:45น.) เอกซ์ซาวด์ (X Sound) (17:00 น.-17:45 น.) บี.โอ.เอ.อี.เอช.อี (B.O.A.E.H.E) (18:00 น.-18:45 น.)
18:30 น.-19:20 น.	ศิลปากรยูนิเวอร์ซิตี แจ๊สออร์เคสตรา (Silpakorn University Jazz Orchestra)		
19:40 น.-20:30 น.	ภาสกร โมระศิลป์		
20:50 น.-21:40 น.	ศิลปากรแฟคัลตี้แจ๊ สองซอมเบิล (Silpakorn Faculty Jazz Ensemble)		
22:00 น.-23:00 น.	จอร์จ การ์ซอนทรีโอ (George Garzone Trio)		



ตาราง 4 กิจกรรมไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์ วันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2558

เวลา	เวทีหลัก (Main Stage)	หอแสดง (Auditorium)	เวทีวงรี (Oval Stage)
10:00 น.-10:50 น.		ชัยแอนด์เดอะบูลส์มานิ แอสส์ (การอบรมเชิงปฏิบัติการ)	เอ็มเอสยูแจ๊สแบนด์ (MSU Jazz Band) (10:00 น. - 10:45 น.)
11:10 น.-11:50 น.		จาคอบ ดินเนอเซน : แซกโซโฟน (การอบรมเชิงปฏิบัติการ)	
13:00 น.-13:50 น.		ปีเตอร์ สลาโวฟ : เบส (การอบรมเชิงปฏิบัติการ)	ราชวินิตบางแก้ว บิ๊กแบนด์ (Ratwinit Bangkaeo Big Band) (11:00 น. -11:45 น.)
14:00 น.-14:50 น.		ฟรานซิสโก เมลา : กลองชุด (การอบรมเชิงปฏิบัติการ)	
15:00 น.-15:50 น.		จอร์จ การ์ซอน : แซก โซโฟน (อบรมเชิงปฏิบัติการ)	ลิตเติลแจ๊สบิ๊กแบนด์ (Little Jazz Big Band) ห้องมอญ (Klong Morn) (12:00 น.- 12:45 น.)
16:20 น.-18:00 น.		การแข่งขันบรรเลงเดี่ยว : กลุ่มเอ	วชิราวุธคอลเลจบิ๊ก แบนด์ (Vajiravudh College Big Band) (13:00 น.- 13:45 น.)



## ตาราง 4 (ต่อ)

เวลา	เวทีหลัก (Main Stage)	หอแสดง (Auditorium)	เวทีวงรี (Oval Stage)
			<p>ดุริยศิลป์พายัพแจ๊ส บิกแบนด์ (Duriyasilp Payap Jazz Big Band) (14:00 น. - 14:45 น.)</p> <p>เอสเคอาร์ยูแบนด์ (SKRU Big Band) (15:00 น. - 15:45 น.)</p> <p>เจอาร์พีลิตเติลบิกแบนด์ (JRP Little Big Band) (16:00 น. - 16:45 น.)</p> <p>หอวังบิกแบนด์ (Horwang Big Band) (17:00 น. - 17:45 น.)</p> <p>เคยูแบนด์ (KU Band) (18:00 น. - 18:45 น.)</p>
18:30 น. - 19:20 น.	อาร์เอสยู ยูนิเวอร์ซิตี แจ๊ส ออร์เคสตรา (RSU University Jazz Orchestra)		





ตาราง 4 (ต่อ)

เวลา	เวทีหลัก (Main Stage)	หอแสดง (Auditorium)	เวทีวงรี (Oval Stage)
19:40 น. - 20:30 น.	ชัยแอนด์เดอะบลูส์มานิ แอกส์ฟิงเจอร์ริงเนอร์ส Chai & The Blues Maniacs Featuring Nurse		
20:50 น. - 21:40 น.	เด่น อยู่ประเสริฐ โปร เจคอาร์ (Den Euprasert's Project R)		
22:00 น. - 23:00 น.	ลาจ ลุนด์ทริโอ (Lage Lund Trio)		

ตาราง 5 กิจกรรมไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558

เวลา	เวทีหลัก (Main Stage)	หอแสดง (Auditorium)	เวทีวงรี (Oval Stage)
10:00 น. - 10:50 น.		แนน - บัณฑิตา ประชา มอญ จูน - กุมาริกา ศุภการ: ชับ ร้อง (การอบรมเชิงปฏิบัติการ)	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้าน สมเด็จพระเจ้าพระยาเจ้า สออร์เคสตร้า (Bansomdejchaopraya Rajabhat University Jazz Orchestra)
11:10 น.-11:50 น.		สวิงแดนซ์บายเดอะฮอ บบางกอกวิท มหิดลยูนิ เวอร์ซิตีแจ๊สสเตจแบนด์ (Swing Dance by The Hop Bangkok with Mahidol University Jazz Stage Band)	(10:00 น. - 10:45 น.)  เดอะบางกอกบิกแบนด์ (The Bangkok Big Band) (BBB) (11:00 น. - 11:45 น.)
13:00 น.-13:50 น.		Matt Brewer: Bass (การอบรมเชิงปฏิบัติการ)	สยามแจ๊สออร์เคสตร้า (Siam Jazz Orchestra) (12:00 น. - 12:45 น.)
14:00 น.-14:50 น.		Clarence Penn: Drums (การอบรมเชิงปฏิบัติการ)	



## ตาราง 5 (ต่อ)

เวลา	เวทีหลัก (Main Stage)	หอแสดง (Auditorium)	เวทีวงรี (Oval Stage)
15:00 น.-15:50 น.		Lage Lund: กีตาร์ (การอบรมเชิงปฏิบัติการ)	โรยอลไทยเนวีแจ๊ซ ออร์เคสตรา (Royal Thai Navy Jazz Orchestra ) (13:00 น. - 13:45 น.)
16:00 น.-16:50 น.		Nial Djuliarso Robert Mulyarahardja (การอบรมเชิงปฏิบัติการ)	มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์แจ๊ซ ออร์เคสตรา (Kasetsart University Jazz Orchestra) (14:00 น. - 14:45 น.)  มหาวิทยาลัย รามคำแหงแจ๊ซบิ๊ก แบนด์ (Ramkhamhaeng University Jazz Big Band) (15:00 น. - 15:45 น.)  เคเคยูแบนด์ (KKU Band) (16:00 น. - 16:45 น.)  ดิเอกซ์เทนชันแจ๊ซบิ๊ก แบนด์ (The Extensions Jazz Big Band) (17:00 น. - 17:45 น.) เอสดับิวยูแบนด์ (SWU Band) (18:00 น. - 18:45 น.)



ตาราง 5 (ต่อ)

เวลา	เวทีหลัก (Main Stage)	หอแสดง (Auditorium)	เวทีวงรี (Oval Stage)
18:30 น. -19::20น.	มหาวิทยาลัยมหิดลแจ๊ซ สออร์เคสตรา (Mahidol University Jazz Orchestra)		
19:40 น. -20:30น.	เจตเสตเตอร์ (Jetset'er)		
20:50 น.-21:40 น.	โปเมโลทาวน์วิทโก้ มิสเตอร์แซ็กแมนแอนด์ จาคอบดินเซน (Pomelo Town with Koh Mr.Saxman and Jakob Dinsen)		
22:00 น.-23:00 น.	เจฟฟ์ “เทน” วัตต์ ควอเต็ต		

### 3. หัวหินแจ๊สเฟสตีวัล

#### 3.1 สถานที่

จุดประสงค์ในการจัดเทศกาลดนตรีแจ๊สที่อำเภอหัวหินนั้น เพื่อเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการร่วมมือระหว่างหน่วยงานราชการและเอกชนหัวหินแจ๊สเฟสตีวัลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 จัดบริเวณชายหาดหัวหินจนถึงปี พ.ศ. 2556

#### 3.1.1 สภาพทั่วไป

หัวหินแจ๊สเฟสตีวัล ครั้งที่ 1 จัดที่ชายหาดหัวหิน ประจวบคีรีขันธ์ ระหว่างวันที่ 21 - 23 มิถุนายน พ.ศ. 2545 ชายหาดหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนตากอากาศที่มีชื่อเสียงแห่งแรกของเมืองไทย มีพระราชวังไกลกังวล สำหรับแปรพระราชฐานในฤดูร้อน ชายหาดมีเขื่อนหินซีเมนต์ก่อสร้างตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 ก่อนการเริ่มก่อสร้างพระราชวัง ในรัชกาลที่ 5 ไม่มีถนนเลียบริมชายหาดเนื่องจากชายหาดในสมัยโบราณจำเป็นต้องมีบ้านพักของขุนนางและพระญาติ เพื่อมิให้มีผู้บุกรุกทางชายหาดและทะเล ทำให้ที่ดินในปัจจุบันสามารถมีหาดติดส่วนของที่ดินได้ แต่มิใช่ หาดจะเป็นสถานที่ส่วนตัวยังถูกดูแลโดยส่วนเทศบาล โดยยังมีโรงแรมเดิมเป็นของเชื้อพระวงศ์คือ วังจักรพงษ์ ของสมเด็จพระเจ้าฟ้าจักรพงษ์ภูวนาถ ปัจจุบันเป็นโรงแรมฮิลตัน หัวหิน และโรงแรมรถไฟ เป็นโรงแรมดั้งเดิมของหัวหิน และยังมีบ้านพักตากอากาศส่วนตัว เช่น บ้านประเสริฐ บ้านสายนัลดา บ้านกิติก้อง บ้านรวมสุข บ้านกินนอน



บ้านลำซา บ้านสามสุข บ้านฮุนซุยโ อาคารบ้านพักเหล่านี้ได้รับการดูแลและบูรณะขึ้นใหม่ยังสวยงามน่า  
ชมนักท่องเที่ยวชื่นชมได้จากชายหาด เท่านั้น ดังภาพประกอบ 47



ภาพประกอบ 47 ชายหาดหัวหิน

### 3.1.2 การจัดพื้นที่ในเทศกาล

ในปี พ.ศ. 2557 หัวหินแจ๊สเฟสตีวัลได้จัดขึ้นที่บริเวณสวนหลวงราชินีฯ  
(สวน 19 ไร่) ถนนนครดำริห์ หัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ดังภาพประกอบ 48



ภาพประกอบ 48 แผนผังบริเวณงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล



## 1) ลานจอดรถ

ริมถนนบริเวณ 19 ไร่ บางส่วนและลานจอดรถ พื้นที่ 19 ไร่

ดั่งภาพประกอบ 49



ภาพประกอบ 49 บริเวณลานจอดรถงานหัวหินแจ๊สเฟสติวัล

## 2) ส่วนของผู้ชม

สามารถแบ่งออกเป็น 6 ส่วน คือ 1) วีไอพี 2) ผู้สนับสนุน 3) ผู้ซื้อบัตร

4) ผู้ชมรางวัลพิเศษ 5) ผู้สื่อข่าว 6) ผู้ชมฟรี

(1) วีไอพีและผู้ติดตามเป็นโซฟาและมีโต๊ะสำหรับวางของสำหรับ

ผู้ติดตามเป็นเก้าอี้หุ้มด้วยผ้าสีขาว ดั่งภาพประกอบ 50



ภาพประกอบ 50 ส่วนชมการแสดงสำหรับวีไอพี

(2) ผู้สนับสนุนเป็นเก้าอี้พลาสติกสีขาว



ภาพประกอบ 51 ส่วนชมการแสดงสำหรับผู้สนับสนุน

(3) ผู้ซื้อบัตรเข้าชมการแสดง

เป็นพื้นที่ปิดร่อนน้ำไว้บริเวณด้านหน้าเวทีพร้อมกับเบาะรอง  
นั่งที่แจกให้สำหรับผู้ซื้อบัตรเข้าชมผ่านเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต ดังภาพประกอบ 52



ภาพประกอบ 52 ส่วนชมการแสดงสำหรับผู้ซื้อบัตร

(4) ผู้ชมรางวัลพิเศษอยู่ด้านบนสะพานช่วงเวที่ด้านซ้าย

ดังภาพประกอบ 53



ภาพประกอบ 53 ส่วนชมการแสดงสำหรับผู้ได้รับรางวัลพิเศษ

(5) ผู้สื่อข่าวและสื่อสารมวลชน

จัดส่วนชมการแสดงและใช้สำหรับพักผ่อนบนสนามหญ้าและ  
ชิงเชือกกันสัดส่วนชัดเจน พร้อมทั้งจัดเบาะรองนั่ง ดังภาพประกอบ 54



ภาพประกอบ 54 ส่วนชมการแสดงและพักผ่อนสำหรับผู้สื่อข่าว

(6) ผู้ชมทั่วไป

สามารถนั่งรอบๆ บริเวณพื้นที่ของสวนสาธารณะ

นอกเหนือจากที่ผู้จัดได้จัดพื้นที่แล้ว ดังภาพประกอบ 55



ภาพประกอบ 55 ส่วนชมการแสดงสำหรับผู้ชมทั่วไป



3) ห้องน้ำเป็นรถสุขาเคลื่อนที่มีลักษณะสวยงามดูสะอาดตา  
 ดังภาพประกอบ 56-57



ภาพประกอบ 56 รถสุขาเคลื่อนที่คันที่ 1



ภาพประกอบ 57 รถสุขาเคลื่อนที่คันที่ 2

4) ร้านอาหารและเครื่องดื่ม อยู่บริเวณโดยรอบของส่วนชมการแสดง  
 ของงานเทศกาล จากโรงแรมและร้านค้าที่เป็นผู้สนับสนุนงานหัวหินแจ๊สเฟสทวัล  
 ดังภาพประกอบ 58-59





ภาพประกอบ 58 การจัดวางบูทสำหรับร้านค้าจากโรงแรมฯ



ภาพประกอบ 59 ร้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์





ภาพประกอบ 60 ร้านอาหารพร้อมโต๊ะและเก้าอี้สำหรับลูกค้า

#### 5) ส่วนนักแสดง

มีลักษณะเป็นเต็นท์สีขาวพร้อมกับชิงช้าสีขาวปิดโดยรอบเต็นท์ มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศเพื่อความเย็นภายในเต็นท์ ดังภาพประกอบ 61



ภาพประกอบ 61 ที่พักสำหรับศิลปินผู้แสดง

#### 3.2 เวทีหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล

ลักษณะของเวทีผู้รับผิดชอบคือ บริษัทเวไล้ ซิสเต็ม ลักษณะของเวทีเป็นเวทีที่ไม่มีหลังคา พื้นไม้เรียบสีดำ มีบันไดสำหรับขึ้นเวที ด้านหลังและด้านข้างของเวที ติดตั้งราวกันตกเพื่อป้องกันผู้ทำงานและนักแสดงบนเวที ดังภาพประกอบ 62



ภาพประกอบ 62 เวทีหัวหินแจ๊สเฟสติวล

### 3.3 ระบบแสงหัวหินแจ๊สเฟสติวล



ภาพประกอบ 63 นายสุทรินทร์ แสงไช

นายสุทรินทร์ แสงไช บริษัทเวโลท์ ซิสเต็มส์ รับผิดชอบในการออกแบบให้กับแจ๊สหัวหินทุกปี ใช้ทีมงานประมาณ 25 คน โดยแบ่งเป็นตำแหน่งโพลเดอร์ เทคนิคเซียน เป็นบริษัทที่ทำงานร่วมกัน ทุกคนมีหน้าที่ มีหัวหน้าเทคนิคเซียนประมาณ 3-4 คน ใน 1 กลุ่ม มีการออกแบบในลักษณะสามมิติก่อน โดยใช้กูเกิ้ล สเกทอัพ ทำเพื่อส่งให้กับทุกฝ่ายในการทำงาน อุปกรณ์ทุกชิ้นวาดจากขนาดจริง ทุกอย่างผิดไม่เกินจากสเกล ไม่เกิน 2 เซนติเมตร เรื่องของความปลอดภัย หลอดกันน้ำ อุปกรณ์กันน้ำ และการนำจอแอลอีดี มาใช้ร่วมกับระบบแสง ดังภาพประกอบ 64



ภาพประกอบ 64 ลักษณะของแสงเวทีหัวหินแจ๊สเฟสติวล

#### 1.4.2 หัวหินแจ๊สเฟสติวล



ภาพประกอบ 65 โลโก้บริษัทเจเอสเอส

ผู้รับผิดชอบคือบริษัทเจเอสเอส โปรดักชั่น จำกัด มีประสบการณ์ในธุรกิจด้านการจัดคอนเสิร์ตและงานอีเวนต์ต่างๆ ในเวลากว่า 20 ปี

ระบบลำโพงหลักคือ L-acoustics K1 L-acoustics K1SBL-acoustics SB28 L-acoustics KudoL-acoustics KARAL-acoustics 115XTHIQ ดังภาพประกอบ 66





ภาพประกอบ 66 ลำโพงหลัก L-acoustics K1

คุณเด่นเป็นโปรดิวเซอร์ แต่ของคุณปัญญาสิริย์ เป็นซัพพลายเออร์ที่ดูแลเครื่องเสียง พอคุณเจษฎาได้ข้อมูลเกี่ยวกับซาวนด์หรือไลท์ติ้ง ก็เอามาแยกเป็นส่วนของตัวเอง คุณปัญญาสิริย์ดูแลเกี่ยวกับอุปกรณ์และฉาก (ปัญญาสิริย์ เกียรติมหาคุณ) บริษัทเจเอสเอส โปรดักชั่น รับผลิตขอบแบนเกียร์ เกี่ยวกับซาวนด์ซิสเต็มทั้งหมด ซาวนด์ซิสเต็มจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือสปีคเกอร์กับแบนเกียร์ รวมเครื่องดนตรีที่เรียกว่าแบล็คไลน์ด้วย และก็พีเอซิสเต็ม

บริษัทเจเอสเอสซิสเต็มนี้ ทำมานาน 20-30 ปี มีเปลี่ยนมาหลายชื่อเรียกว่า แจ็คซาวนด์ ตอนนี้เป็นเจเอสเอส ย่อมาจากแจ็คซาวนด์ซิสเต็มโปรดักชั่น ทีมงานใช้เพื่องานนี้มี 18 คน แบ่งออกเป็นโพลเดอร์ 8 คน เป็นทีมงานของทางบริษัทจริง 7 คน เพื่อที่รู้เกี่ยวกับเทคนิค เพราะมีรายละเอียดอย่างเช่นอะไลน์เมนท์และไลน์ต่างๆ ทีมงานอะไลน์เมนท์บนเวทีใช้ 4 คน มีทีมมอนิเตอร์บอร์ดอีก 1 คน โฟโลแฮนด์เอนจินเนียคอนโทรล 1 คน มี 2 บอร์ด คือข้างเวทีและบนเวทีและเทคนิคเขียนอีก 4 คน รวมเป็น 6 คน โพลเดอร์เป็นทีมงานที่จ้างพิเศษมา ทีมงานประจำมี 7 คน เน้นที่เทคนิค ส่วนโพลเดอร์เน้นแรงอย่างเดียว ใช้ทีมงานนี้เป็นประจำเพราะรู้กันทุกอย่างแล้ว บริษัทนี้มีตำแหน่งซาวนด์เอนจินเนียที่มีรายได้ประจำทั้งหมดประมาณ 8 คน ในงานแจ๊สเฟสติวลันี้มีวิธีการเลือกซาวนด์เอนจินเนียที่เหมาะสมด้วย พี่มาย (อรรถพร) เป็นผู้รับผิดชอบงานนี้ ส่วนมอนิเตอร์เป็นคุณแฮ็คดี ทำมา 4 ปีแล้ว เกิดในประเทศไทยแต่เป็นคนสัญชาติอินเดีย ไม่ได้จบมาทางนี้โดยตรง เป็นเนทีฟสปีคเกอร์ทั้งไทยและอังกฤษ จำเป็นต้องใช้ภาษาในการติดต่อพูดคุยกับลูกค้า ในส่วนของบูมถ้าเป็นของปีอีซีเทโร ก็จะเป็นอินเตอร์หมดเลย เขาจะเป็นคนดูตั้งแต่ไรเดอร์ เขาก็จะบอกมาและก็จะติดต่อทุกอย่าง ดีตรงที่ได้ภาษานี้ล่ะปึกๆ ส่วนพี่มายด์เขาจบจากกราฟฟิคดีไซน์ แล้วก็ชอบทางนี้เลยผันตัวมาทำเต็มตัวมา 7 ปีแล้ว



สำหรับงานนี้มีการวางแผนโดยส่วนของลำโพงดูเองตามหน้างาน ตามความเหมาะสม คำนวณว่าต้องใช้กี่ใบ โครงสร้างต้องคำนวณลงโปรแกรม ซาวนด์เอ็นจิเนียทำเองที่ว่าจะใช้ ความสูงประมาณเท่าไร ถ้าเป็นงานแฮนด์ฮอร์ก็ไม่มีโครงสร้าง แต่ถ้าในงานอินดอร์มีการพลิกแพลงได้จาก สถานที่ อย่างโครงสร้างในงานนี้มี 8 ส่วนของเวที คือ อันดับแรกเลยต้องทราบรายละเอียดว่ามีศิลปินกี่ คน ในส่วนไรเดอร์ของแต่ละวงจะต้องรีเคิสเครื่องดนตรีมาให้เลย แล้วเลือกตำแหน่งที่ตั้งตามความเหมาะสม แล้วส่งกลับให้ศิลปินทุกวง มีการสรุปอีกครั้งเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาด ตำแหน่งทีมงานของ เฟสตีวัลครั้งนี้ มีการวางแผนมาแล้ว บางที่อาจจะไม่ได้ตรงตามที่ต้องการ เนื่องด้วยจำนวนเครื่องดนตรีที่ เยอะและมีเวลาน้อย ศิลปินไทยกับศิลปินต่างชาติมีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะศิลปินต่างชาติมี ความเป็นระบบมากกว่า มีทีมเทคนิคเคิลมาเอง เตรียมอุปกรณ์และจัดวางให้ทุกอย่าง ศิลปินมาแล้ว สามารถขึ้นเล่นได้เลย แต่ถ้าอย่างของไทย ถ้าเป็นโปรเฟสชันเนล มีสเตจแมนเจอร์เป็นคนเดียวที่รู้ส่วน งานของทั้งหมด ความแตกต่างของงานกลางแจ้งจะเหนือกว่างานในร่มแน่นอน ต้องคอยดูสภาพอากาศ เป็นตัวสำคัญ ถ้าฝนตกก็ต้องมีผ้าใบคลุมไว้เลย ป้องกันอุปกรณ์ต่างๆ ต้องป้องกันและดูแลอุปกรณ์เป็น อย่างดี เลือกใช้อุปกรณ์ที่ทนต่อสภาพอากาศนั้นๆ ได้

คอนเสิร์ตแบบปกติมีความแตกต่างในการเลือกเปลี่ยนแบรนด์ให้เขาเล่นตามสบาย แต่กับคอนเสิร์ตแบบเฟสตีวัลจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือมีการเซ็ทเครื่องเป็นแบบพิเศษแล้วแต่กรณี ส่วนของไลน์ก็มีจำนวนครบ มี 62 แชลนัล แต่ละบอร์ดก็จะได้แต่ละแชลนัลต่างกัน จะกำหนด ไลน์เลย แต่จะมีความลำบากในการเคลื่อนย้ายด้วย เพราะแจ๊ซ เขาจะเล่นกันเป็นกลุ่มก้อน เครื่องดนตรี ก็จะต้องคนละตำแหน่งขึ้นอยู่กับแต่ละวง มันก็จะต้องมีความยุ่งยากลำบาก ก็ต้องเปลี่ยนไปตามนั้นด้วย

ดังตาราง 6

ตาราง 6 อุปกรณ์ทางเสียงงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล

รายการ	ยี่ห้อ/รุ่น	จำนวน
Condenser Mic	Shure sm81	3
Dynamic Mic	Shure SM 58	12
Dynamic Mic	Shure SM 57	6
Dynamic Mic	Shure SM Beta 52	1
Wireless Mic ( Hand-Held )	Shure UR4D/UR2	8
Antenna Distribution/Active Antenn	Shure UA 844E/UA 870 WB	1 Set
Splitter	Whirlwind IMP Splitter 1 X 2	4
Direct Box	Whirlwind Director/DBX	8
Digital Mixer 64 mono/ 2stereo	YAMAHA M7CL	1
STAGE BOX	Mini STAGE BOX	2
Mixer 4 mono/4 stereo	Soundcraft M 4	1
CDJ Player	DENON DN 4000/DN4500	1



## ตาราง 6 (ต่อ)

รายการ	ยี่ห้อ/รุ่น	จำนวน
Speaker Mid Hi	L-acoustics K1	8
Speaker Low	L-acoustics K1SB	8
Speaker	JBL VERTEC VT 4889	2
Monitor Speaker	TURBOSOUND TFL 760	10
	FLOODLIGHT TURBOSOUND	
	TSW 721 FLOODLIGHT	
CROSS	TURBOSOUND LMS – 660	1
Power Amp.	INKEL CROWN	7
	PA – 1000S MA 5002 VZ	

## 1.4.2 ศิลปินหัวหินแจ๊สเฟสติวล

## 1) เดอะแซกโซโฟนแมดเนส (The saxophone Madness)

พิสุทธิ ประทีปะเสน (แห่งวงทีโบน) , ภาสกร โมระศิลปิน เจ้าของรางวัลคมชัดลึกอวอร์ดครั้งล่าสุด โดยมี กฤษดี บุรณวิทย์วุฒิ เป็นผู้ดูแล ร่วมด้วยแขกรับเชิญพิเศษ ต้อง เทวัญ ทรัพย์แสนยารดั่งภาพประกอบ 67



ภาพประกอบ 67 วงเดอะแซกโซโฟนแมดเนส

## 2) สตีฟ แคนนอน ควินเตต (Steve Cannon Quintet)

ประสบการณ์ปีที่สี่สิบสองจากการเรียนรู้หลายรูปแบบสตีฟได้ดำเนินการและบันทึกไว้ในความหลากหลายและมีบางส่วนของอุตสาหกรรมดนตรีของชื่อชั้นนำ อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯประจำกับพี่ชายของเขาเล่นเปียโนแรนด์แคนนอนที่ได้รับรางวัลในระดับนานาชาติ "ห้องนั่งเล่น" แจ๊สคลับในโรงแรมเชอราตันแกรนด์สุขุมวิทในกรุงเทพฯ สตีฟยังปรากฏอยู่เป็นประจำกับนักแซกโซโฟนชั้นนำของไทยที่มีชื่อเสียง นายโก้ Saxman เดินทางไปทั่วเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สำหรับการแสดงคอนเสิร์ตและกิจกรรมพิเศษเทศกาลดนตรีแจ๊สนานาชาติในฐานะที่เป็นศิลปินสตีฟได้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบันทึกเสียงซีดีฉบับไม่ถาวรสนับสนุนศิลปินต่าง ๆ สตีฟได้รับเชิญพร้อมกับรายชื่อของนัก



ดนตรีแจ๊สระดับตำนานสำหรับผลการดำเนินงานสำหรับคำสั่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวแห่งประเทศไทย ดั่งภาพประกอบ 68



ภาพประกอบ 68 วงสตีฟ แคนนอน ควินเต็ท

### 3) แจ๊สสตาร์แบทเทิล (Jazz Stars Battle)

เวทีการประกวด เดอะ วอยซ์, เดอะ สตาร์, เคพีเอ็น, เดอะ วินเนอร์ อีส ฯ ทางผู้จัดเลือกสรรนักร้องที่มีพื้นฐานการร้องแจ๊สมาเป็นอย่างดี ในการนำเสนอเสียงเพลงอันไพเราะ และกำกับให้การแสดงเข้มข้นขึ้นด้วยการนำทีมนักร้อง 2 ทีมนี้ ประกอบด้วย The Voice Jazz Singers (เมย์, ฟางข้าว และ นัท เดอะ วอยซ์) และ All Star Jazz Singers (กิ้ง เดอะ สตาร์, เชียร์ The winner is season1 และ แนท นักร้องแจ๊สชนะเลิศประเทศไทย) พร้อมด้วยอีก 2 วงดนตรี มาประชันกันบนเวที ภายใต้การดูแลของ อาณัติ เอี่ยมวงศ์ศรีกุล และ รัตนะ วงศ์สรรเสริญ ดั่งภาพประกอบ 69



ภาพประกอบ 69 แจ๊สสตาร์แบทเทิล

### 4) เดอะทราเวลเลอร์ส (The Travellers)

วงดนตรีแจ๊สในลักษณะ “จัมพ์ แบนด์ ” จากญี่ปุ่น ที่ลวดลายในการอิมโพรไวเซชั่น ปานประหนึ่งเวทย์มนต์สะกดผู้ชมให้ตราตรึงไปกับกระแสธารแห่งเสียงเพลงของพวกเขา จัดเป็นวงดนตรีที่โดนใจเด็กแนว เคยสร้างชื่อเสียงจากการแสดงในงาน “แพ็ท เฟส ดั่งภาพประกอบ 70





ภาพประกอบ 70 เดอะทราเวลเลอร์ส

#### 5) อินฟินิตี้ (Infinity)

วงดนตรีฟิวชั่นแจ๊สระดับตำนานของไทย “อินฟินิตี้” ภายใต้การนำของ ชุมพล สุปัญญา พร้อมนักดนตรี มีผลงานมาแล้วมากมายพร้อมด้วยรางวัลทางดนตรีที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง อาทิ คมชัดลึก อวอร์ด วงอินฟินิตี้โชว์เพลงโนอัลบั้มใหม่เป็นครั้งแรก  
ตั้งภาพประกอบ 71



ภาพประกอบ 71 อินฟินิตี้

#### 6) โซลอาฟเตอร์ซิก (Soul After Six)

ณรงค์ฤทธิ์ สุพรรณเกษัช นักร้องนำวงโซลอาฟเตอร์ซิกกล่าวว่า "ผมคิดว่างานนี้ถือเป็นตำนานหนึ่งของเมืองหัวหินในแง่ดนตรีเลยครับ สำหรับวงของเรา ถึงแม้จะไม่ได้ออกอัลบั้มมาเป็นระยะเวลาานาน แต่ช่วงที่ผ่านมา 5-6 ปีนี้ เราได้ทำวงขึ้นมาสำหรับการแสดงสดคือเล่นสดมาหลายสถานที่หลายงานแล้วนะครับ มีการเรียบเรียงเพลงใหม่ ทีมนักดนตรีเป็นทีมนักดนตรีที่ โซลอาฟเตอร์ซิกร่วมงานกันมาตั้งแต่ออกอัลบั้มชุดแรกเกือบ 20 ปี แล้วเกือบทั้งหมดเป็นทีม บันทึกเสียงให้แก่งาน โซลอาฟเตอร์ซิก วงดนตรีจากยุคอัลเทอร์เนทีฟ ที่ผสมผสานสีสันทันของฟิวชั่น ระหว่างเพลงป๊อป ร็อก โซล และ แจ๊ส เข้าไว้ด้วยกันอย่างแยบยลและมีสไตล์" วงโซลอาฟเตอร์ซิกเป็นวงที่

ประกอบด้วยกลุ่มเครื่องรhythมและกลุ่มเครื่องเป่าที่ผสมผสานการบรรเลงในรูปแบบฟิวชั่น เพลงป๊อป ร็อก โซล และ แจ๊ส ไว้ด้วยกัน และมีผลงานการบรรเลงกว่า 20 ปี เป็นที่รู้จักอย่างดีของคนไทย  
 ดังภาพประกอบ 72



ภาพประกอบ 72 โซลอาฟเตอร์ซิก

#### 1.4.3 ตารางการแสดงงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล วันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2557 ดังตัวอย่าง

เวลา	การแสดง
17.00 น. - 18.00 น.	แซกโซโฟนแมดเนส (Saxphone Madness)
18.00 น. - 19.00 น.	สตีฟ แคนนอนแบรนต์ (Steve Canon Band)
19.00 น. - 20.00 น.	แจ๊สสตาร์สแบทเทิล (Jazz Stars Battle)
20.00 น. - 21.00 น.	เดอะทราเวลเลอร์ส (The Travellers)
21.00 น. - 22.00 น.	อินฟินิตี้ (Infinity)
22.00 น. - 23.00 น.	โซลอาฟเตอร์ซิก (Soul After Six)

กิจกรรมในเทศกาลหัวหินแจ๊สเฟสตีวัลมีการแสดงจากศิลปินที่แสดงตามเวลาที่กำหนด โดยเริ่มเวลา 17.00 น.ของวันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2557 โดยให้เวลาในการแสดงรายการละหนึ่งชั่วโมง



จากการศึกษาสภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย สามารถสรุปเป็นตารางได้

ตาราง 7 ลักษณะสภาพทั่วไปของงานเทศกาล

สภาพโดยทั่วไป		เชียงใหม่แจ๊สเฟสฯ	ไทยแลนด์แจ๊สคอนเฟอเรนซ์	หัวหินแจ๊สเฟสฯ
จำนวนปีที่จัด	4 ปี	✓		
	5 ปี			
	6 ปี			
	7 ปี			
	8 ปี			
	9 ปี		✓	
	10 ปี			
	11 ปี			
	12 ปี			
	13 ปี			✓
จำนวนวันที่จัด	1 วัน			✓
	2 วัน	✓		
	3 วัน		✓	
ตำแหน่งที่ตั้ง	สถานที่เดิม		✓	
	เปลี่ยนสถานที่	✓		✓
ลานจอดรถ	ลานจอด	✓	✓	✓
	ริมถนน		✓	✓
	ผู้ดูแล	✓	✓	✓
ส่วนของผู้ชม	วีไอพี			✓
	เก้าอี้	✓	✓	✓
	เบาะรองนั่ง	✓		✓
	โต๊ะพร้อมเก้าอี้	✓		
ร้านค้า	ร้านอาหาร	✓	✓	✓
	ร้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	✓		✓
	ร้านค้าทั่วไป		✓	✓



ตาราง 7 (ต่อ)

สภาพโดยทั่วไป		เชียงใหม่แจ๊สเฟสฯ	ไทยแลนด์แจ๊ส คอนเฟอร์เรนซ์	หัวหินแจ๊สเฟสฯ
บริเวณรับประทานอาหาร	อาหาร	✓		✓
	เครื่องดื่ม	✓		✓
บริเวณรับรองสื่อฯ	เป็นสัดส่วน			✓
	ห้องรับรอง			
ห้องน้ำ	อาคารถาวร	✓	✓	
	ชั่วคราว			✓
ส่วนนักแสดง	เครื่องปรับอากาศ			✓
	โต๊ะ เก้าอี้	✓	✓	✓

ตาราง 8 ลักษณะเวทีของเทศกาล

เวที		เชียงใหม่แจ๊สเฟสฯ	ไทยแลนด์แจ๊ส คอนเฟอร์เรนซ์	หัวหินแจ๊สเฟสฯ
จำนวน	1	✓		✓
	2			
	3		✓	
ขนาด	12 x 6	✓		
	18 x 6			
	24 x 10		✓	
	32 x 12			✓
พื้น	พรม	✓		
	ลามิเนต		✓	✓
หลังคา	ผ้าใบ		✓	
บันได	ด้านหน้า	✓		
	ด้านหลัง			✓
	ด้านข้าง	✓	✓	✓
สเตจ	กลอง	✓	✓	✓



ตาราง 8 (ต่อ)

เวที		เชียงใหม่แจ๊สเฟส	ไทยแลนด์แจ๊ส คอนเฟอร์เรนซ์	หัวหินแจ๊สเฟส
ราวเวที	ด้านข้าง			✓
	ด้านหลัง			✓
จอแสดง	โปรเจคเตอร์	✓	✓	✓
	แอลอีดี			✓
แบนด์เนอร์	ผู้สนับสนุน	✓	✓	
โลโก้	เทศกาล		✓	

ตาราง 9 ระบบแสงของงานเทศกาล

ระบบแสง		เชียงใหม่แจ๊สเฟส	ไทยแลนด์แจ๊ส คอนเฟอร์เรนซ์	หัวหินแจ๊สเฟส
โคม	พาร์	✓	✓	✓
	Profile Spotlight	✓	✓	✓
Spot Light	Follow		✓	✓
	Plano-convex		✓	✓
Moving Head			✓	✓
Floodlight			✓	✓

ตาราง 10 ระบบเสียงของงานเทศกาล

ระบบเสียง		เชียงใหม่แจ๊สเฟส	ไทยแลนด์แจ๊ส คอนเฟอร์เรนซ์	หัวหินแจ๊สเฟส
โคม	พาร์	✓	✓	✓
	Profile Spotlight	✓	✓	✓
Spot Light	Follow		✓	✓
	Plano-convex		✓	✓
Moving Head			✓	✓
Floodlight			✓	✓



ตาราง 11 ศิลปินของเทศกาล

ศิลปิน		เชียงใหม่แจ๊สเฟส ๑	ไทยแลนด์แจ๊ส คอนเฟอร์เรนซ์	หัวหินแจ๊สเฟส๑
ประเภทวง	ขนาดเล็ก	✓	✓	✓
	บิ๊กแบนด์	✓	✓	
	สมัครเล่น		✓	
	อาจารย์ใน สถาบัน	✓	✓	✓
	นิสิต นักศึกษา		✓	
เชื้อชาติของ ศิลปินที่บรรเลง ปิดท้าย	ไทย			✓
	ต่างชาติ	✓	✓	
ศิลปินต่างชาติ	ยุโรป	✓		
	อเมริกา		✓	
	เอเชีย			✓
ชื่อเสียงศิลปิน	ระดับโลก	✓	✓	
	เป็นที่รู้จัก	✓	✓	✓
จำนวนวงศิลปิน ต่างชาติ	1 วง			✓
	2 วง	✓		
	3 วง		✓	



ตาราง 12 กิจกรรมของเทศกาล

กิจกรรมเทศกาล		เชียงใหม่แจ๊สเฟส ๑	ไทยแลนด์แจ๊ส คอนเฟอร์เรนซ์	หัวหินแจ๊สเฟส๑
กิจกรรมความรู้	การอบรมเชิง ปฏิบัติการ		✓	
	การบรรยาย		✓	
รางวัล	รางวัลเกียรติยศ		✓	
	รางวัลการ แข่งขัน		✓	
การประกวด	แข่งขันแจ๊ส		✓	
การแจกจ่ายเซ็น	ศิลปิน	✓		
การจำหน่าย ผลงาน	ศิลปิน	✓		
การแจกของ รางวัล	ระหว่างการ แสดง	✓	✓	✓

โดยสรุปในการศึกษาสภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยพบการจัดเทศกาลดนตรีแจ๊ส 3 เทศกาลได้แก่ เชียงใหม่แจ๊สเฟสดีวีดี ไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์และหัวหินแจ๊สเฟสดีวีดี สถานที่การจัดพื้นที่ในเทศกาลสามารถแบ่งพื้นที่ออกเป็นหลายส่วน ได้แก่ ลานจอดรถและริมถนนบริเวณกสนจัดเทศกาล โดยมีผู้ดูแล ส่วนของผู้ชม นั่งพื้นเทศกาลได้จัดพื้นที่เพื่อการรับชมการแสดงแบบที่นั่งพื้น พร้อมหมอนอิง เบาะผ้า แก้วพลาสติก ส่วนรับประทานอาหาร มีการจัดร้านอาหารและเครื่องดื่มอยู่บริเวณโดยรอบของส่วนชมการแสดงของงานเทศกาลจัดโต๊ะพร้อมเก้าอี้สำหรับรับประทานอาหาร ส่วนนักแสดงมีการจัดที่นั่งอยู่ทางด้านหลังของเวที ซึ่งด้านข้างด้วยผ้าเพื่อความเป็นส่วนตัวของนักแสดงภายในเตรียมโต๊ะสำหรับวางของและเก้าอี้ ห้องน้ำสามารถใช้ได้ตามบริเวณของอาคารในสถานที่จัดเทศกาลและแบบรถสุขาเคลื่อนที่

ลักษณะของเวทีมีทั้งแบบในหอแสดงและแบบกลางแจ้งที่เป็นเวทีแบบที่ไม่มีหลังคาและแบบมีหลังคา โดยพื้นเป็นไม้เรียบ มีบันไดสำหรับขึ้นเวที และมีการเพิ่มระดับให้กล่องชุด มีราวกันตกเพื่อความปลอดภัย พร้อมทั้งจอแสดงโปรเจคเตอร์ ติดแบรด์ผู้สนับสนุนพร้อมกับโลโก้ของเทศกาล ระบบแสงที่พบว่าใช้งานได้แต่ ไฟพาร์โคมพาร์ โคมเงินทำจากอลูมิเนียมและโคมดำทำจากเหล็กโพลีโลว์สปอตไลท์ มูฟวิงเฮด มีหน้าที่รับผิดชอบในการออกแบบแสง มีทีมงานตำแหน่งโพลเดอร์ เทคนิคเขียน มีการออกแบบในลักษณะสามมิติก่อน อุปกรณ์ทุกชิ้นเน้น เรื่องของความปลอดภัย หลอดกันน้ำ อุปกรณ์กันน้ำ การนำจอแอลอีดี มาใช้ร่วมกับระบบแสงระบบเสียงมีการจ้างซัพพลายเออร์แบบในพื้นที่ท้องถิ่นที่มีราคาไม่แพง บริษัทระดับกลางแต่มีความชำนาญในการจัดการระบบเสียงดนตรีแจ๊สและแบบบริษัทชั้นนำในประเทศไทยที่มีประสบการณ์ในธุรกิจด้านการจัดคอนเสิร์ตและงานอีเวนท์ต่างๆ ในเวลาากว่า 20 ปี





ศิลปินที่แสดงในเทศกาลดนตรีแจ๊สมีลักษณะประเภทวงแบบขนาดเล็ก วงบิ๊กแบนด์ วงสมัครเล่น วงจากอาจารย์ในสถาบันการศึกษาด้านดนตรี และนิสิตนักศึกษา สำหรับวงที่สำคัญที่สุดของเทศกาลเป็นศิลปินต่างชาติ มีทั้งจากยุโรป อเมริกาและเอเชีย จำนวน 2 วงขึ้นไปกิจกรรมเทศกาลการอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับผู้สนใจ และการประกวดการบรรเลงดนตรีแจ๊ส สำหรับการแสดงมีจัดตารางการแสดงโดยให้เวลาในการแสดงรายการละหนึ่งชั่วโมง



## บทที่ 5

### กระบวนการจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

การศึกษาวិเคราะห์กระบวนการจัดการงานเทศกาลดนตรีในประเทศไทยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งหัวข้อในการทำวิจัยออกเป็นประเด็นดังนี้

1. การบริหารจัดการเทศกาล
2. การจัดการด้านการเงิน
3. การผลิตเทศกาล
4. การจัดการการตลาดสำหรับเทศกาล

#### การบริหารจัดการเทศกาล

##### 1. การบริหารจัดการเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวัล

ด้านกฎหมายโดยที่ผ่านมาเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวัลไม่มี แต่ในอนาคตต้องมีเพราะมีเรื่องของการจัดเก็บลิขสิทธิ์ข้ามชาติเข้ามา แต่ตอนนี้ในระดับ Scale นี้ให้ Promoter เป็นคนดูแล ทางด้านกฎหมายตอนนี้เป็นแค่เรื่องของกฎหมายลิขสิทธิ์เพลง ดนตรี ที่ผ่านมายังไม่มีเรียกเก็บ เพราะ Event ของยังไม่ถือว่าเป็น Mainstream การจัดโดย CPN PCN องค์กรเหล่านี้เป็นการ Random เก็บใน Event ที่มี Media ออกมาชัดเจน เลือกตรงนั้น และมีการจัดจ้างนักดนตรีชาวต่างประเทศซึ่งเป็นสมาชิกของสมาพันธ์ที่ขึ้นทะเบียนเกี่ยวกับการจัดเก็บลิขสิทธิ์ข้ามชาติ ในอนาคตต้องมี (ผู้จัดการด้านกฎหมาย)

การทำสัญญาของงานเทศกาลกับซัพพลายเออร์เชียงใหม่แจ๊สเฟสติวัลมีการทำสัญญาร่างโดยซัพพลายเออร์แล้วทางเทศกาลเป็นคนตรวจสอบและทำสัญญาหลังจากนั้น ถ้าเป็นภาษาอังกฤษเป็นของฮิตแมนแจ๊ส (Hitman Jazz) โดยมีโปรโมเตอร์ (Promoter) ดูแลอยู่

การดำเนินออร์แกนไเซชันชาร์ต (Organization Chart) เชียงใหม่แจ๊สเฟสติวัลไม่ได้ทำเป็นเหมือนกับบริษัทออร์แกนไนเซอร์ แต่ออร์แกนไเซชันชาร์ตของเทศกาลมี 2 ส่วน โดยการทำงานครั้งหนึ่ง ใช้ออร์แกนไนเซอร์ (Organizer) เพราะฉะนั้น การทำงานของออร์แกนไนเซอร์ มี การดำเนินออร์แกนไเซชันชาร์ตอยู่ โดยลักษณะของงานเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวัล (Fest Master) ดูแลในส่วนที่เกี่ยวกับการผลิตเทศกาลเช่น แสง สี เสียง และการคัดเลือกศิลปิน เพราะทีมงานมีความชำนาญมากกว่า โปรดักชั่น (Production) ตัวนี้มีหลายส่วน แต่ในส่วนของการประชาสัมพันธ์การผลิตสื่องานพื้นฐานในสถานที่ การต้อนรับขับสู้ หรือการดูแลสถานที่ มอบหมายให้ออร์แกนไนเซอร์เป็นผู้ดูแล โดยออร์แกนไนเซอร์ที่เลือกใช้ชื่อ “ดนตรีสี่สัน” เพราะทางดนตรีสี่สันไม่ค่อยมีความรู้ทางด้านดนตรี ทำให้ต้องแบ่งงานกัน

โครงสร้างองค์กรและวิธีการดำเนินงาน จำนวนสมาชิกของทีมงานและคณะกรรมการ เชียงใหม่แจ๊สเฟสติวัล ในปัจจุบันเฟสติวัล (Fest Master) มีทั้งหมด 5 คน แบ่งหน้าที่ดูแลเว็บไซต์ผลิตสื่อต่างๆ และในส่วนของคนที่ทำงานด้านกราวเวิร์ค (Ground Work) ที่เป็นเมสเซนเจอร์ (Messenger) คอยไปถ่ายรูปลสถานที่ ทำงานทั่วไป หรือที่ให้ไปเก็บรูป ภาพโลโก้ของสปอนเซอร์



ติดตั้งสื่อบางอัน ประมาณ 3 คน จริงๆ แล้วใช้ออร์แกนไอเซอร์ แล้วมีคนของเทศกาลไป เช่น ไปติดป้ายที่ไหน ดูว่าติดหรือยัง คอยออกไปถ่ายรูป ถ่ายเจาะโลโก้ของสปอนเซอร์มาเพื่อทำการรับสิทธิผลประโยชน์

เวลาทำงานของเจ้าหน้าที่และสมาชิกสามัญ ใช้คนในครอบครัวที่มีความเหมาะสมเพราะเพิ่งเรียนจบ และมีเพื่อนที่เป็นเฟสเมสเตอร์มีอายุเท่ากัน การทำงานไม่ได้มีระบบการจ้าง หรือการเกษียณ เพราะใช้คนรอบข้างเทศกาลที่มีความสมบูรณ์แล้ว อีกคนเป็นคนทำเทคโนโลยีที่เก่งมาก ที่เจอกันงานแนว (NAP) ตอนนี้เป็นเฟสเมสเตอร์ (Fest Master) แล้วมาทำงานให้เทศกาล

บทบาทและหน้าที่ของทีมงานและกรรมการย่อย เชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัลตอนนี้มี 3 คนที่เป็นตัวใหญ่ และอีก 2 คนที่เป็นพาร์ทเนอร์ (Partner) คือทุกคนต้องคอยทำสิ่งที่บอก แต่มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน แต่มี 3 คนรวมนายอัครพงษ์ที่เป็นหลัก แต่การตัดสินใจสุดท้ายอยู่ที่นายอัครพงษ์ และอีก 2 คน เป็นคนออกแบบตามที่นายอัครพงษ์บอก ตัวอย่างเฟสบุ๊ก (Facebook) และในส่วนของ เว็บไซต์ (Website) ส่วนที่ใหญ่มากมีคนดูแลและเป็นทีปรึกษาเพราะเรื่องข้อมูลเรื่อง การตลาด คนนี้เป็นคนทำข้อมูล ชื่อธรร ศิโรสมิประสพการณ์การทำงานให้กับสภาพพัฒนาฯ ตอนนี้อยู่เกษียณแล้ว เอาประสบการณ์ตรงนั้นมาแชร์ อีกคนชื่อ เต็มยศ เกตตานนท์ เป็นคนออกแบบทุกอย่าง ในส่วนของเฟสเมสเตอร์ (Fest Master) ออกแบบทุกอย่างเทศกาล เป็นคนทำเมื่อตกผลึกแล้วเทศกาลส่งให้เวปมาสเตอร์ เพราะเทศกาลเน้นด้านดีไซน์มาก หากสังเกตถึงการเติบโตด้านดีไซน์ (Design) ของเทศกาล เทศกาลมีความมั่นใจมาก ว่าเทศกาลจริงจัง เพราะคนทำจบสถาปัตยกรรม การออกแบบแบ่งเป็นเรื่องสื่อสื่อทุกอย่างที่เป็นหน้าตาของงาน ไม่ว่าจะเป็นแบนด์เนอร์ (Banner) ที่อยู่ในเฟสบุ๊ก (Facebook) ทุกอย่างที่อยู่ในเว็บไซต์ (Website) อีกสองคนเป็นหน่วยปฏิบัติการแล้วแต่เทศกาลสั่งให้ไป มีการสั่งงานเป็นรายสัปดาห์ว่าในสัปดาห์นี้ต้องทำอะไรบ้าง หน้าที่เยอะ การติดต่อ การวางบัตร ขายบัตร ข้อมูลการติดต่อโปสเตอร์ และอีกคนที่เป็นแบบไม่ประจำ (Part Time) ชื่อชู ที่คอยเอาข้อมูลมารวบรวมแล้วให้คำแนะนำ ปรับปรุงเรื่องการใส่คำพูดในเฟสบุ๊ก (facebook) คือทีมงานอยู่ในระหว่างการฝึกงานไปในตัวด้วย บางคนยังเรียนปริญญาโท

แนวนโยบายของเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล นโยบายของการทำงานที่ต้องชัดเจน คือ 1 เนื้อหาต้องชัด สำหรับทีมงาน ต้องไม่ผิดพลาดในสิ่งเดิม จากการจัดงานที่ผ่านมาย่อมมีการผิดพลาด แต่ไม่ผิดพลาดเรื่องเดิม การทำงานของพี่เป็นการพัฒนาทีมงานไปด้วย โดยฝึกให้คิด ไม่ให้ทำงานตายตัว โดยมีคอยควบคุมคุณภาพ แต่ถ้างานดีอยู่แล้วคงไว้ เน้นความคิดสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะอยู่ในตำแหน่งที่เล็ก เปิดโอกาสให้คิดได้ ซึ่งเกิดประโยชน์จริง แล้วเอาความคิดของมาแชร์ด้วย

ขั้นตอนสำหรับการประชุมทีมงานและคณะกรรมการ เชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัลมีการประชุมทีมงานของเทศกาล ไม่เหมือนการประชุมบริษัท หรือในมหาวิทยาลัย เรียกมาเมื่อว่าง แต่ถ้าประชุมที่โรงเรียนเป็นอีกอย่าง ส่วนมากคุยกับ เฟสเมสเตอร์ 3 คนแล้ว แจกจ่ายงานออกไป โดยคุยกันผ่านทาง เฟสบุค (Facebook) หรือ ไลน์ (line) สัปดาห์ละ 2 ครั้งที่นัดเจอกัน โดยยึดเอาฤกษ์สะดวก ไม่กำหนดวัน เพราะทีมงานของไม่ใช่บริษัทที่ตอกบัตร บางครั้งทำงานกันจนดึก ไม่มีชั่วโมงออฟฟิต (Office Hour) ช่วงที่ใกล้เทศกาลยุ่งมาก แต่ช่วงที่ไม่ใช่เทศกาลร็อก (Rock) กับ แจ๊ส (Jazz) ทุกคนผ่อนคลาย ถ้าไม่ได้อยู่ในช่วงงาน เป็นการนำรายงานผลการประชาสัมพันธ์ (Package Media Return) พวกนี้ และเก็บข้อมูลกัน



แผนธุรกิจสำหรับเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล แน่นนอนว่างานแบบนี้ (International Event) กับการท่องเที่ยว เทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเป็นงานที่ใหญ่และยากมาก การลงทุนสามสี่ล้านนี่เฉยๆ เพราะถ้าทำสำเร็จกลายเป็น จาวาแจ๊ส (Java Jazz) จะกลายเป็นอะไรที่ใหญ่มาก เป็นการลงทุนระยะกลางถึงระยะยาว ไม่ใช่ชอร์แกนไนเซอร์ (Organizer) ที่ปีนี้ได้ทำงานหัวหิน แล้วปีหน้าได้ทำหรือเปล่าไม่รู้ มองระยะยาว ถ้าเป็นพวกนั้นอาจคิดถึงการทำอะไรเป็นอันดับแรก ในทางธุรกิจไม่ได้มีอะไรผิด แต่การที่วางแผนระยะยาวไว้ทำให้สปอนเซอร์บางรายเห็นคุณค่าในงานที่ทำ สปอนเซอร์รายใหญ่บางคนมองเห็นตัวตนของคนทำงาน

วิสัยทัศน์สำหรับเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวลแนวคิดดั้งเดิมต้องการเห็นเมืองเชียงใหม่เป็นจุดศูนย์กลางของการแลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรม กลายเป็นเมืองท่าสำคัญของภูมิภาค และของประเทศไทยในอนาคต และจุดประสงค์ที่รองลงมาอีกประการหนึ่งคือ การส่งเสริมให้ชาวเชียงใหม่มีประสบการณ์ฟังดนตรีระดับโลก ในราคาที่จับต้องได้ ในขณะที่เป็นการส่งเสริมให้นักดนตรีแจ๊สในเชียงใหม่ได้มีโอกาสแสดงผลงาน ขายผลงาน และสร้างเครือข่ายในการร่วมเล่นดนตรีกับศิลปินระดับภูมิภาค รวมไปถึงในระดับโลกได้ในอนาคต เป็นการต่อยอดการทำงานของศิลปินในจังหวัด

ด้านพันธกิจในการจัดงานเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล มีการผลักดันศิลปินในจังหวัดเชียงใหม่ นักดนตรีบางคนก็เพิ่งจบจาก วิทยาลัยดุริยางคศิลป์เพื่อให้ได้ร่วมงานกับนักดนตรีฝรั่ง อย่าง ค่ายฮิตแมนแจ๊ส (Hit Man Jazz) ตอนนี้มีได้เป็นผู้บรรเลงร่วม (Side Man) ในอนาคตอาจได้ตาม Marilyn Manderson หรือคนอื่นไปเล่นที่ Java โดยศิลปินเหล่านั้นไม่ต้องมาเป็น Full Band ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายไปด้วย การที่คัดเลือก (Recluse) น้องศิลปินเข้ามา น้องเหล่านั้นต้องผลิตผลงานที่เป็นรูปแบบของศิลปิน (Original) ไม่ได้เล่นแตกต่างคนที่ถูกคัดเลือก ต้องทำงานเป็นซีดี (Cd) เป็นอัลบั้ม ถ้าไม่มีทุนสามารถเบิกก่อนได้โดยสร้างข้อมูลพื้นฐานให้ ทำประชาสัมพันธ์ให้ทุกช่องทางที่มี ถึงเวลาเล่นเสร็จ ขายงานไม่เข้าไปยุ่งกับส่วนการขาย เพราะสนับสนุนจริง

การกำหนดวัตถุประสงค์ของเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล การจัดงานไม่ได้คาดหวังให้งานใหญ่ในขนาดจำนวนคนแสนห้าภายในสามวัน เป้าหมายของงานเชียงใหม่แจ๊ส ตั้งไว้ที่วันละ 20,000 คนต่อวัน ในระดับที่สามารถดูแลได้ เพราะยังต้องคง Character ไว้ คนดูยังนั่ง นอนดูได้ งานระดับ Java ใหญ่ในเรื่องของจำนวน เรื่องของภาพ แต่คนเข้าร่วมงานต้องเข้าไปเบียด กัน มีแนวเพลงแดนซ์ อิเล็กทรอนิกส์ ผิดจากวัตถุประสงค์ของงานแจ๊สไป แต่ไม่ได้ผิดอะไรและยังคงเป็นงานแจ๊สที่ใหญ่ระดับโลก นั่นไม่ใช่แนวของผู้จัดของเชียงใหม่ ไม่ได้คิดกำไร ไม่ได้ตั้งไว้ว่าต้องจัดงานใหญ่กว่างานอื่น แต่ต้องมีสไตล์เป็นของตนเอง มีความต่างชัดเจน ตัวตนงานเทศกาลชัดเจนบุคลิกของผู้ชมคือคนที่มางานของต้องเป็นระดับไฮเอนไม่ยอมมาเบียดกับใคร ต่อไปในอนาคตต้องหาสถานที่ที่รองรับเรื่องนี้ในเชียงใหม่ ทุกคนได้ดื่มกินอย่างมีสไตล์ ดื่มไวน์สังสรรค์ ไม่เหมือนงานบางกอกแจ๊สเมื่อก่อนที่นั่งห้อยมีเสื้อและหมอนสามเหลี่ยมไว้ให้ หาสถานที่ที่ดี มีหญ้า มีสีเขียว ทำให้เข้ากับอากาศของเชียงใหม่

กลยุทธ์การแข่งขันของงานเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล เกี่ยวกับเมืองที่ได้พูดถึงเชียงใหม่ เปรียบเทียบระหว่างจาการ์ตา (Jakarta) กับเชียงใหม่ เชียงใหม่ดีที่สุด ซึ่งในงาน Java Jazz คนซื้อเบียร์ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งคนอินโดนีเซียไม่ดื่มแอลกอฮอล์ การซื้อเบียร์ดื่มเปรียบได้กับการซื้อของขวัญที่นั่น ตอนขายในงานทำกันไม่ได้เต็มที่ เพราะส่วนใหญ่คนนับถืออิสลาม ตอบโจทย์ยาก เปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยมหิดล ที่มีคาแร็คเตอร์ (Character) เกี่ยวกับการศึกษา มีการขายแอลกอฮอล์นิดหน่อย ไลฟ์สไตล์มากไปไม่ได้ สู้บูหรี่ไม่ได้ เพราะไม่ดีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา ส่วนเน้นเรื่องการศึกษา



นิตหน้อย มีการทำอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) นิตหน้อย แต่ไม่มีค่าย (Camp) เน้นเรื่องการท่องเที่ยว ดนตรี Jazz ดี และความสนุกสนาน ทุกที่ต่างไปของเป็นแบบนี้ เชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยว อาหารมีตลอดทั้งวันทั้งคืน รวมกับอากาศเย็นของเชียงใหม่ ซึ่งตอนนี้เชียงใหม่เป็นจุดมุ่งหมายของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น เกาหลี แต่แทบไม่ต้องวิเคราะห์ตลาด เพราะข้อมูลพวกนี้อยู่รอบตัว เจอนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตามห้าง ต้องสร้างฐานข้อมูลจากกลุ่มคนเหล่านี้ และในอนาคตต่อยอดให้เกิดการท่องเที่ยวทางการเดินทาง คนเชียงใหม่ยังบินไปดูจาวาได้ ทำไม่คนที่อื่นมาไม่ได้ เต็มไปด้วยอิสระ คนมาปลดปล่อย คนต้องการความสุขมาที่นี่ได้ ที่เชียงใหม่กับกรุงเทพต่างกัน ที่นี้บัตรถูกไม่แพง ถ้าคนเชียงใหม่ไปดู Martin Teller ค่าบัตรสองถึงสามพัน รวมค่าเครื่องบินเป็นหมื่น บัตรที่เชียงใหม่ ราคา 750 บาท ได้ดูงานระดับเดียวกันแถมยังได้ดูคนอื่นด้วย เงินส่วนต่างเอาไว้นักเที่ยวในงานดีกว่า อยากให้คนเสพศิลปะดี ในราคาที่จับต้องได้ แต่ต้องอยู่ได้ ต้องดูเรื่องธุรกิจด้วย ซึ่งคิดว่าเป็นธุรกิจที่ดี

รายละเอียดของผู้เข้าชมในการจัดงานเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล ทำแบบสอบถามแบบง่าย บางครั้งสำรวจด้วยสายตา แต่คิดว่าแบบสอบถามไม่ได้ผล เพราะคนที่มาเที่ยวลักษณะนี้ไม่ได้มาด้วยเพราะต้องกรอกข้อมูล แถมของรางวัลให้ก็ไม่สนใจ ทำให้เป็นที่รำคาญ กลุ่มลูกค้าหลักเป็นฝรั่งสูงอายุ ต่อไปต้องสร้างกลุ่มลูกค้าที่เป็นวัยรุ่น ที่เพิ่งทำงาน ทำยังไงให้จ่ายได้ อีกหน่อยเป็นลูกค้ามาอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Workshop) กับศิลปินระดับโลก ปัจจุบันเป็นกลุ่มหมอบ สถาปนิก กลุ่มครูสายการบิน กลุ่มคนดังของเชียงใหม่

กิจกรรมความรู้ในเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล มีการทำเวิร์คชอปเกี่ยวกับการอิมโพรไวส์ ดนตรีแจ๊ส โดยวิทยาลัยดนตรี มหาวิทยาลัยรังสิต ดังภาพประกอบ 73



ภาพประกอบ 73 การทำเวิร์คชอปเกี่ยวกับการอิมโพรไวส์ ดนตรีแจ๊ส โดยวิทยาลัยดนตรี มหาวิทยาลัยรังสิต



การประชุมหลังเสร็จสิ้นงาน เชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล โดยหลังจากเสร็จงานทำการพักก่อน แต่ยังคงทำงานเพราะงาน Jazz และงาน Rock คาบเกี่ยวกัน แต่ถ้าพักจริง เป็นช่วงหลังงาน Rock เป็นช่วงคาบเกี่ยวกัน อยากรให้อยู่ในช่วงหน้าหนาว หากหลุดไปหน้าร้อนบรรยากาศไม่ค่อยดี

2. การบริหารจัดการเทศกาลไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์จากการศึกษา กระบวนการบริหารจัดการงานเทศกาลพบว่า

ด้านกฎหมายของเทศกาลไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์คณะกรรมการจัดงานเทศกาลมีผู้รับผิดชอบด้านกฎหมายมีแต่ไม่ค่อยสนใจเท่าไร ก็คือไม่มี แล้วก็ ซัพพลายเออร์ที่ติดต่อก็มีการทำสัญญาตามระบบราชการ

การทำสัญญาของงานเทศกาลกับซัพพลายเออร์ไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ ซัพพลายเออร์ที่ติดต่อก็มีการทำสัญญาตามระบบราชการ

การดำเนินออร์แกไนเซชันชาร์ต (Organization Chart) ไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ มีการทำมาสเตอร์สเก็ทขึ้นมา มาสเตอร์สเก็ทมีรายละเอียดทุกอย่างของงาน ทั้งตารางของศิลปิน ตารางการทำงานทุกเวที กำหนดการของทีมฝ่ายการผลิต โดยแจกให้กับทุกฝ่าย ดังภาพประกอบ 74-82

<b>Piano Check &amp; Tuning</b>			
<b>Saturday, January 25, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
04:00pm.	Tuning Piano	Tuning at A = 440 / Fazioli	MACM Hall
<b>Thursday, January 30, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
09:00am.	Move Piano	Move Yamaha piano R-407 to Main Stage	Room 407
10:00am.	Move Piano	Move Kawai piano R.301 to Oval Stage	Room 301
11:00am.	Tuning Piano	Tuning at A = 440 / Kawai	Oval Stage
01:00pm.	Tuning Piano	Tuning at A = 440 / Yamaha	Main Stage
03:00pm.	Tuning Piano	Tuning at A = 440 / Fazioli	MACM Hall
<b>Friday, January 31, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
09:40pm.-09:55pm.	Chk.&Tuning Piano	Check & Tuning at A = 440 / Yamaha	Main Stage
<b>Sunday, February 2, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
03:50pm.-04:10pm.	Chk.&Tuning Piano	Check & Tuning at A = 440 / Fazioli for Competition	MACM Hall
06:30pm.	Move Piano Back	Move Kawai piano Oval Stage to R.301	Oval Stage
09:40pm.-09:55pm.	Chk.&Tuning Piano	Check & Tuning at A = 440 / Yamaha	Main Stage
11:00pm.	Move Piano Back	Move Yamaha piano Main Stage to R.407	Main Stage

ภาพประกอบ 74 มาสเตอร์สเก็ทการจูนเสียงและตรวจเช็คเปียโน



<b>Light &amp; Sound Set Up</b>			
<b>Wednesday, January 29, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
10:00am.	Set Up	Lighting and Roof Top Set Up	Main Stage
06:00pm.	Lighting Check	Lighting Check (Big Band And Small Ensemble Test)	Main Stage
<b>Thursday, January 30, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
10:00am.	Set Up	Sound Set Up	Main Stage
10:00am.	Set Up	All Staff Meeting and Set up (At Main Stage)	MU.
10:00am.-05:00pm.	Set Up	Set up MACM Hall	MACM Hall

ภาพประกอบ 75 มาสเตอร์สเกิดการติดตั้งอุปกรณ์ทางแสงและเสียง

<b>MACM Hall</b>			
<b>Monday, January 27, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
09:00am.-09:45am.	TIJC Camp Orientation	TIJC Jazz Camp Orientation (By Darin Pantoomkomol)	MACM Hall
10:00am.-11:00am.	Class	Foundation of Jazz Saxophone Performance (Seamus Blake)	MACM Hall
11:00am.-12:00pm.	Class	Jazz Ensemble Workshop (Nate Smith)	MACM Hall
02:00pm.-03:00pm.	Class	The Foundation of Jazz Bass Accompaniment (Matt Clohesy)	MACM Hall
03:00pm.-04:00pm.	Jam Session	Jam Session (Hosted By Sarute Wijitwechakarn)	MACM Hall
<b>Tuesday, January 28, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
10:00am.-11:00am.	Class	Learning Jazz Improvisation Seamus Blake's Way (Seamus Blake)	MACM Hall
11:00am.-12:00pm.	Class	Jazz Rhythm Section Workshop (Seamus Blake)	MACM Hall
02:00pm.-03:00pm.	Class	Jazz Bass Improvisation (Matt Clohesy)	MACM Hall
03:00pm.-04:00pm.	Jam Session	Jam Session (Hosted By Sarute Wijitwechakarn)	MACM Hall
04:00pm.-05:00pm.	Class	Besides the Drums (Nate Smith)	MACM Hall
<b>Wednesday, January 29, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
10:00am.-11:00am.	Class	Jazz Masterclass with Matt Clohesy (Matt Clohesy)	MACM Hall
11:00am.-12:00pm.	Class	Jazz Ensemble Workshop (Matt Clohesy)	MACM Hall
02:00pm.-03:00pm.	Class	Jazz Masterclass with Nate Smith (Nate Smith)	MACM Hall
03:00pm.-04:00pm.	Jam Session	Jam Session (Hosted By Sarute Wijitwechakarn)	MACM Hall
04:00pm.-05:00pm.	Class	Jazz Masterclass with Seamus Blake (Seamus Blake)	MACM Hall
05:00pm.	Ceremony	Dr. Sugree Ch. present souvenir for Semus Blake Trio	MACM Hall

ภาพประกอบ 76 มาสเตอร์สเกิดของเอ็มเอซีเอ็มฮอลล์



<b>Oval Stage</b>			
<b>Thursday, January 30, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
10:00am.	Move Piano	Move Kawai piano R.301 to Oval Stage	Room 301
11:00am.	Tuning Piano	Tuning at A = 440 / Kawai	Oval Stage
04:00am.-06:00pm.	Sound Check	Mahidol Jazz Stage Band Sound Check (Check for All Big Bands perform at Oval Stage)	Oval Stage
<b>Friday, January 31, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
11:50am.-12:20pm.	Performance	Ramkhamhaeng University Jazz Big Band	Oval Stage
12:30pm.-01:00pm.	Performance	KU Band	Oval Stage
03:00pm.-03:50pm.	Performance	The Vintage Jazz Octet	Oval Stage
04:00pm.-05:40pm.	Performance	The Bangkok Big Band (BBB)	Oval Stage
05:40pm.-06:20pm.	Performance	JRP little Big Band	Oval Stage
<b>Saturday, February 1, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
11:50 a.m. - 12:20 p.m.	Performance	Ratwinit Bangkako Big Band	Oval Stage
12:30pm.-01:00pm.	Performance	Mahidol University Jazz Stage Band	Oval Stage
04:10 p.m. - 05:30 p.m.	Performance	CU Band	Oval Stage
05:40pm.-06:20pm.	Performance	Kasetsart University Jazz Orchestra	Oval Stage

ภาพประกอบ 77 มาสเตอร์สเก็ตซ์ของโอวัลสแตจ

<b>Main Stage</b>			
<b>Wednesday, January 29, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
10:00am.	Set Up	Lighting and Roof Top Set Up	Main Stage
06:00pm.	Lighting Check	Lighting Check (Big Band And Small Ensemble Test)	Main Stage
<b>Thursday, January 30, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
09:00am.	Move Piano	Move Yamaha piano R.407 to Main Stage	Room 407
10:00am.	Set Up	Sound Set Up	Main Stage
01:00pm.	Tuning Piano	Tuning at A = 440 / Yamaha	Main Stage
<b>Friday, January 31, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
10:30am.-12:00pm.	Sound Check	Stranahan/Zaleski/Rosato Sound Check	Main Stage
12:00pm.-01:30pm.	Sound Check	Silpakorn Faculty Jazz Ensemble Sound Check	Main Stage
01:30pm.-03:00pm.	Sound Check	toP dOgs by Jazz Happen Sound Check	Main Stage
04:00pm.-05:30pm.	Sound Check	Silpakorn Jazz Orchestra Sound Check	Main Stage
06:30pm.-07:20pm.	Performance	Silpakorn University Jazz Orchestra	Main Stage
07:40pm.-08:30pm.	Performance	toP dOgs by Jazz Happen	Main Stage
08:50pm.-09:40pm.	Performance	Silpakorn University Faculty Jazz Ensemble	Main Stage
09:40pm.-09:55pm.	Chk.&Tuning Piano	Check & Tuning at A = 440 / Yamaha	Main Stage
10:00pm.-11:00pm.	Performance	Stranahan/Zaleski/Rosato	Main Stage

ภาพประกอบ 78 มาสเตอร์สเก็ตซ์ของเมนสแตจ





<b>Colin Stranahan Trio</b>			
<b>Thursday, January 30, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
00:25am.	Arrival/1 Van or 2 Cars	Pick up Colin Stranahan/Glenn Z./ Rick R. at Suvarnabhumi to S. Pavilion Hotel/DL 283	Suvarnabhumi AP.
06:30am.-10:00am.	Breakfast	Breakfast for International Artists Group at S. Pavilion Hotel	Salaya Pavilion Hotel
11:00am.	1 Cars (Student)	Pick up Colin Stranahan/Glenn Z./ Rick R Group from S.Pavilion to Music Square for lunch	Salaya Pavilion Hotel
11:00am.-02:00pm.	Lunch	Lunch for International Artist group at Music Square	Music Square
06:00pm.	1 Cars (Student)	Pick up Colin Stranahan/Glenn Z./ Rick R Group from S.Pavilion to Music Square for Dinner	Salaya Pavilion Hotel
06:00pm.-09:00pm.	Dinner	Dinner for International Artist group at Music Square	Music Square
<b>Friday, January 31, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
06:30am.-10:00am.	Breakfast	Breakfast for International Artists Group at S. Pavilion Hotel	Salaya Pavilion Hotel
10:15am.	1 Car (Student)	Pick up Stranahan/Zaleski/Rosato Group from S.Pavilion to Main Stage for Sound Check and Lunch	Salaya Pavilion Hotel
10:30am.-12:00pm.	Sound Check	Stranahan/Zaleski/Rosato Sound Check	Main Stage
06:00pm.-09:00pm.	Dinner	Dinner for International Artists group at Music Square	Music Square
08:00pm.	1 Car (Student)	Pick up Stranahan/Zaleski/Rosato Group from S.Pavilion to Main Stage for Dinner/Stand By	Salaya Pavilion Hotel
10:00pm.-11:00pm.	Performance	Stranahan/Zaleski/Rosato	Main Stage
<b>Saturday, February 1, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
06:30am.-10:00am.	Breakfast	Breakfast for International Artists Group at S. Pavilion Hotel	Salaya Pavilion Hotel
10:15am.	1 Car (Student)	Pick up Stranahan/Zaleski/Rosato Group from S.Pavilion to Music Square for Lunch	Salaya Pavilion Hotel
11:00am.-02:00pm.	Lunch	Lunch for International Artist group at Music Square	Music Square
06:00pm.	1 Cars (Student)	Pick up Colin Stranahan/Glenn Z./ Rick R Group from S.Pavilion to Music Square for Dinner	Salaya Pavilion Hotel
06:00pm.-09:00pm.	Dinner	Dinner for International Artists group at Music Square	Music Square

ภาพประกอบ 79 มาสเตอร์สเกิดวงโคลิน สตรานาฮาน ทรีโอ

<b>Seamus Blake Trio</b>			
<b>Sunday, January 26, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
00:25am.	Arrival/1 Van or 2 Cars	Pick up Seamus B./Matt C./Nate S. Suvarnabhumi to S. Pavilion Hotel/DL 283	Suvarnabhumi AP.
<b>Monday, January 27, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
06:30am.-10:00am.	Breakfast	Breakfast for International Artists Group at S. Pavilion Hotel	Salaya Pavilion Hotel
09:30am.	1 Car (Student)	Pick up Seamus Blake Group from S. Pavilion H. to MACM Hall for Jazz Camp	Salaya Pavilion Hotel
10:00am.-11:00am.	Class	Foundation of Jazz Saxophone Performance (Seamus Blake)	MACM Hall
11:00am.-12:00pm.	Class	Jazz Ensemble Workshop (Nate Smith)	MACM Hall
12:00pm.-02:00pm.	Lunch	Lunch for International Artists Group at Music Square	Music Square
02:00pm.-03:00pm.	Class	The Foundation of Jazz Bass Accompaniment (Matt Clohesy)	MACM Hall
03:00pm.-04:00pm.	Jam Session	Jam Session (Hosted By Sarute Wijitwechakarn)	MACM Hall
04:00pm.-05:00pm.	Class	Jazz Drums: Swing and Beyond (Nate Smith)	MACM Hall
05:30pm.-07:00pm.	Dinner	Dinner for International Artists Group at Music Square	Music Square
<b>Tuesday, January 28, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
06:30am.-10:00am.	Breakfast	Breakfast for International Artists Group at S. Pavilion Hotel	Salaya Pavilion Hotel
09:30am.	1 Car (Student)	Pick up Seamus Blake Group from S. Pavilion H. to MACM Hall for Jazz Camp	Salaya Pavilion Hotel
10:00am.-11:00am.	Class	Learning Jazz Improvisation Seamus Blake's Way (Seamus Blake)	MACM Hall
11:00am.-12:00pm.	Class	Jazz Rhythm Section Workshop (Seamus Blake)	MACM Hall
12:00pm.-02:00pm.	Lunch	Lunch for International Artists Group at Music Square	Music Square
02:00pm.-03:00pm.	Class	Jazz Bass Improvisation (Matt Clohesy)	MACM Hall
03:00pm.-04:00pm.	Jam Session	Jam Session (Hosted By Sarute Wijitwechakarn)	MACM Hall
04:00pm.-05:00pm.	Class	Besides the Drums (Nate Smith)	MACM Hall
05:30pm.-07:00pm.	Dinner	Dinner for International Artists Group at Music Square	Music Square

ภาพประกอบ 80 มาสเตอร์สเกิดวงการปฏิบัติงานของวงซีมูส แบลค ทรีโอ



<b>Aaron Parks Trio</b>			
<b>Thursday, January 30, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
11:10pm.	Arrival/1 Van or 2 Cars	Pick up Aaron Parks/Ben S./Bill H. at Suvarnabhumi to S. Pavilion Hotel/ALL NIPPON 915	Suvarnabhumi AP.
<b>Friday, January 31, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
06:30am.-10:00am.	Breakfast	Breakfast for International Artists Group at S. Pavilion Hotel	Salaya Pavilion Hotel
11:45am.	1 Car (Student)	Pick up Aaron Group from S.Pavilion to Music Square for Lunch	Salaya Pavilion Hotel
11:00am.-02:00pm.	Lunch	Lunch for International Artist group at Music Square	Music Square
03:40pm.	1 Car (Student)	Pick up Aaron Group from S.Pavilion to Music Square for Competition Type:B and Dinner	Salaya Pavilion Hotel
04:20pm.-06:00pm.	Competition	TJJC 2013 Solo Competition Type B: Junior Division	MACM Hall
06:00pm.-09:00pm.	Dinner	Dinner for International Artists group at Music Square	Music Square
<b>Saturday, February 1, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
06:30am.-10:00am.	Breakfast	Breakfast for International Artists Group at S. Pavilion Hotel	Salaya Pavilion Hotel
11:00am.-02:00pm.	Lunch	Lunch for International Artist group at Music Square	Music Square
11:30am.	1 Car (Student)	Pick up Aaron Group from S.Pavilion to Music Square for Lunch/Workshop	Salaya Pavilion Hotel
01:00pm.-01:50pm.	Workshop	Ben Street: Bass	MACM Hall
02:00pm.-02:50pm.	Workshop	Billy Hart: Drums	MACM Hall
03:00pm.-03:50pm.	Workshop	Aaron Parks: Piano	MACM Hall
06:00pm.	1 Car (Student)	Pick up Aaron Group from S.Pavilion to Music Square for Dinner	Salaya Pavilion Hotel
06:00pm.-09:00pm.	Dinner	Dinner for International Artists group at Music Square	Music Square

ภาพประกอบ 81 มาสเตอร์สเกิดการปฏิบัติงานวง แอรอน พาร์คส ทริโอ

<b>Mainstage Sound Check &amp; Performance</b>			
<b>Friday, January 31, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
10:30am.-12:00pm.	Sound Check	Stranahan/Zaleski/Rosato Sound Check	Main Stage
12:00pm.-01:30pm.	Sound Check	Silpakorn Faculty Jazz Ensemble Sound Check	Main Stage
01:30pm.-03:00pm.	Sound Check	toP dOgs by Jazz Happen Sound Check	Main Stage
04:00pm.-05:30pm.	Sound Check	Silpakorn Jazz Orchestra Sound Check	Main Stage
06:30pm.-07:20pm.	Performance	Silpakorn University Jazz Orchestra	Main Stage
07:40pm.-08:30pm.	Performance	toP dOgs by Jazz Happen	Main Stage
08:50pm.-09:40pm.	Performance	Silpakorn University Faculty Jazz Ensemble	Main Stage
10:00pm.-11:00pm.	Performance	Stranahan/Zaleski/Rosato	Main Stage

ภาพประกอบ 82 มาสเตอร์สเกิดการปฏิบัติงานซาวด์เช็คและแสดงบริเวณเมนสแตจ

โครงสร้างองค์การและวิธีการดำเนินงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ โดยจำนวนสมาชิกของทีมงานและคณะกรรมการมีอาจารย์สุกรี เจริญสุข เป็นประธาน อาจารย์ในสาขาวิชาดนตรีแจ๊สทำส่วนออแกไนเซอร์และก็เป็นผู้กำกับและไดเรกเตอร์ ส่วนทีมงานก็มีพนักงานของวิทยาลัยและนิสิตเอกดนตรีแจ๊สทุกคน มีการจัดเรียบร้อย ทุกอย่างอยู่ในส่วนงานวิทยาลัย นักการเงินของวิทยาลัย

เจ้าหน้าที่และสมาชิกสามัญมีเวลาทำงานอีกนานแค่ไหนก่อนเกษียณสำหรับงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์อายุเกษียณตามราชกาลส่วนทีมงานที่เป็นนิสิตก็มีอายุทำงานตามชั้นปีที่ศึกษา สูงสุดที่ 4 ปี



บทบาทและหน้าที่ของทีมงานและกรรมการย่อยไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ โดยภาพรวมๆ แล้ว อาจารย์นพดลและอาจารย์ดารินทำไปทั้งปี ทำไปเรื่อยๆ จนถึงใกล้งาน 3-4 เดือน ก็เริ่มประชุมอาจารย์แบ่งหน้าที่ อื่นๆ เพราะทำงานในช่วงแรก ก็เป็นเรื่องของการคัดเลือก ศิลปิน ติดต่อวง คอนเสิร์ต ส่งสัญญา เช่นสัญญา ตรงนี้ อาจารย์นพดลและอาจารย์ดารินทำ แล้วก็เรื่อง อื่นเกือบ 100% ตัดสินใจหมด แล้วก็ก็มีเฉพาะเรื่องของเงินที่ต้องทำ แล้วก็ส่งขึ้นไปให้หัวหน้างาน ก็คือ อาจารย์สุกรี เป็นคนเซ็นอนุมัติ และที่เหลือก็แจกงานให้กับนิสิตสาขาดนตรีแจ๊ส

ขั้นตอนสำหรับการประชุมทีมงานและคณะกรรมการไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ มีพนักงานกิจการฯ เป็นเหมือนเลขานุการของงานทุกปี ประชุมจรรยาบรรณข้อตกลงในกลุ่มของอาจารย์สาขาวิชาดนตรีแจ๊ส

แผนธุรกิจสำหรับเทศกาลไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ ไม่มีแผนธุรกิจ เพราะมีงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานและผู้สนับสนุนกิจกรรมของวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล

วิสัยทัศน์สำหรับเทศกาลไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ เรื่องของการศึกษา เพราะว่าไม่ใช่แบบงานแจ๊สเฟสติวัลทั่วไป เป็นงานดีหัวเข้าบ้าน แต่ถ้าเป็นอย่างนี้ สังคมระยะยาวจริงๆ พัฒนารสนิยม ทำอะไรทุกอย่างไปด้วยกัน ผู้ชม ผู้จัด และผู้แสดงเป็นหนึ่งเดียวกัน บางทีก็ ตามใจผู้ชม เคนนี่จี ก็ดูอยู่นั่น เคนนี่ จี สไปโร ลาลีคาคตัน มาเมืองไทย ดูหลายรอบ แล้วคนก็ไม่รู้ดูอะไร ก็ดูแต่ลาลีคาคตัน ทางเทศกาลต้องเป็นผู้นำสังคม ไม่ใช่ผู้ชมมานำสังคมดนตรีแจ๊ส

ด้านพันธกิจในการจัดงานเทศกาลไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ ได้จาก บุคคลากรจากสถาบันการศึกษาด้านดนตรีทั่วประเทศที่ได้มาร่วมกิจกรรมและศิลปินต่างชาติที่เป็นที่รู้จัก กับคณาจารย์ของวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ ที่กำลังได้ศึกษาต่อที่ต่างประเทศเป็นหลัก

การกำหนดวัตถุประสงค์ของไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ เพื่อ การศึกษาและสร้างสังคมแลกเปลี่ยนความรู้ของกลุ่มการศึกษาทางด้านดนตรีแจ๊สในประเทศไทย เพื่อนำเสนอแนวทางของดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

กลยุทธ์การแข่งขันของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ โดยงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ถือได้ว่าเป็นงานที่ใหญ่ที่สุดในประเทศแข็งแกร่งที่สุด มีวงร่วมแสดงมากที่สุด มีวงที่มีคุณภาพมากที่สุด มีการเชิญวงบิ๊กแบนด์มาร่วมบรรเลงจากทั่วประเทศและมีการ ทำกิจกรรมความรู้ที่ดีเป็นที่น่าสนใจต่อผู้ที่ศึกษาด้านดนตรีงานที่ใหญ่ที่สุดในประเทศแข็งแกร่งที่สุด มีวงร่วมแสดงมากที่สุด มีวงที่มีคุณภาพมากที่สุด มีการเชิญวงบิ๊กแบนด์มาร่วมบรรเลงจากทั่วประเทศและมีการ ทำกิจกรรมความรู้ที่ดีเป็นที่น่าสนใจต่อผู้ที่ศึกษาด้านดนตรี

รายละเอียดของผู้เข้าชมในการจัดงานเทศกาล จากการจัดงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์หลายๆปีที่ผ่านมา แต่ไม่เป็นระบบ ปีนี้เป็นปีแรกที่ได้ทำแบบสอบถามโดย อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจดนตรีเป็นผู้สร้าง

กิจกรรมความรู้ในงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ มีการอบรมเชิงปฏิบัติการและการบรรยายเกี่ยวกับดนตรีแจ๊สและจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมความรู้ทางด้านดนตรีแจ๊ส ตลอดระยะเวลาในการจัดงาน ดังภาพประกอบ 83



<b>MACM Hall</b>			
<b>Monday, January 27, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
09:00am.-09:45am.	TIJC Camp Orientation	TIJC Jazz Camp Orientation (By Darin Pantoomkomol)	MACM Hall
10:00am.-11:00am.	Class	Foundation of Jazz Saxophone Performance (Seamus Blake)	MACM Hall
11:00am.-12:00pm.	Class	Jazz Ensemble Workshop (Nate Smith)	MACM Hall
02:00pm.-03:00pm.	Class	The Foundation of Jazz Bass Accompaniment (Matt Clohesy)	MACM Hall
03:00pm.-04:00pm.	Jam Session	Jam Session (Hosted By Sarute Wijitwechakarn)	MACM Hall
<b>Tuesday, January 28, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
10:00am.-11:00am.	Class	Learning Jazz Improvisation Seamus Blake's Way (Seamus Blake)	MACM Hall
11:00am.-12:00pm.	Class	Jazz Rhythm Section Workshop (Seamus Blake)	MACM Hall
02:00pm.-03:00pm.	Class	Jazz Bass Improvisation (Matt Clohesy)	MACM Hall
03:00pm.-04:00pm.	Jam Session	Jam Session (Hosted By Sarute Wijitwechakarn)	MACM Hall
04:00pm.-05:00pm.	Class	Besides the Drums (Nate Smith)	MACM Hall
<b>Wednesday, January 29, 2014</b>			
Time	Type	Event	Venue
10:00am.-11:00am.	Class	Jazz Masterclass with Matt Clohesy (Matt Clohesy)	MACM Hall
11:00am.-12:00pm.	Class	Jazz Ensemble Workshop (Matt Clohesy)	MACM Hall
02:00pm.-03:00pm.	Class	Jazz Masterclass with Nate Smith (Nate Smith)	MACM Hall
03:00pm.-04:00pm.	Jam Session	Jam Session (Hosted By Sarute Wijitwechakarn)	MACM Hall
04:00pm.-05:00pm.	Class	Jazz Masterclass with Seamus Blake (Seamus Blake)	MACM Hall
05:00pm.	Ceremony	Dr. Sugree Ch. present souvenir for Seamus Blake Trio	MACM Hall

ภาพประกอบ 83 มาสเตอร์สเก็ตการอบรมการอบรมเชิงปฏิบัติการและการบรรยายเกี่ยวกับดนตรีแจ๊ส

การประชุมหลังเสร็จสิ้นงานของไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ ตามปกติประชุมสรุปตัดสินใจกันอยู่ 2 คนคืออาจารย์ดาริและอาจารย์นภดล ถ้าตกลงกันไม่ได้ก็บอกว่าเอาเพราะว่าแบ่งส่วนการทำงาน เพราะงานส่วนใหญ่มีหน้าที่ที่ตรวจเช็คตามแผนที่วางไว้อย่างดี

### 3. การบริหารจัดการเทศกาลหัวหินแจ๊สเฟสติวัล

ด้านกฎหมายของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวัล มีฝ่ายกฎหมายที่ดูแลในส่วนนี้อยู่แล้วเป็นฝ่ายกฎหมายของบริษัท ผู้รับผิดชอบในเรื่องกฎหมายมีความสำคัญในการดูแลเรื่องสัญญาและข้อการทำสัญญาในขั้นตอนต่างๆ ทั้งเรื่องของสัญญากับซัพพลายเออร์และศิลปินแต่ในการจัดเทศกาลที่ผ่านมายังไม่เคยเกิดเหตุการณ์ฟ้องร้องกันในด้านกฎหมาย

การทำสัญญาของงานเทศกาลกับซัพพลายเออร์ของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวัลนั้นไม่มีการทำสัญญาแต่ใช้วิธีการเสนอบประมาณจากผู้จัดเทศกาลแล้วให้ซัพพลายเออร์เสนอรายละเอียดอุปกรณ์

การดำเนินออร์แกนไเซชันชาร์ต (Organization Chart) ของหัวหินแจ๊สเฟสติวัลมีการจัดทำกำหนดการเพื่อทำให้เกิดความชัดเจนของการปฏิบัติงานและเป็นการบริหารจัดการเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพแต่ไม่ได้ทำเป็นเอกสารอย่างละเอียด

โครงสร้างองค์กรและวิธีการดำเนินงานหัวหินแจ๊สเฟสติวัลมีจำนวนสมาชิกของทีมงานและคณะกรรมการทีมงานและคณะกรรมการพบได้สองรูปแบบคือ เป็นพนักงานประจำและแบบพนักงานแบบไม่ประจำองค์กร โดยเจ้าหน้าที่และสมาชิกสามัญมีเวลาทำงานก่อนเกษียณตามบุคลากรในองค์กรที่อยู่ในส่วนของบริษัทพีพีพี อายุการทำงานไม่มีกำหนดตายตัวแต่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานแบบต่อเนื่องเพราะสามารถทำงานตามระบบที่จัดตั้งไว้ได้



บทบาทและหน้าที่ของทีมงานและกรรมการย่อยของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัลแต่ละส่วน แต่ละพาร์ทของงาน มีหัวหน้าของแต่ละคน วางแต่ละคน ไว้ให้ความสำคัญทุกด้าน ให้ความสำคัญ การประชาสัมพันธ์ ให้ความสำคัญต่อโปรดักชั่น บางคนเป็นฟรีแลนซ์ เพราะว่า บางคนไม่ถนัดแจ๊ส คุณนิ เป็นการตลาด มี ทีมงานที่เชี่ยวชาญของแต่ละด้าน คุณกล้าดูแลเรื่องการประชาสัมพันธ์ ให้เลือก สื่อให้มีความสำคัญ

แนวนโยบายของเทศกาลหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล ต้องการจัดกิจกรรมในรูปแบบใหม่ ทั้งสถานที่ใหม่ และผู้ชมที่ชื่นชอบดนตรีแจ๊สจริง และคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจในเสียงดนตรีแจ๊ส โดยในครั้งนี้ได้ เพิ่มความพิเศษ ด้วยการเลือกศิลปินชื่อดัง ทั้งรุ่นใหญ่ที่เป็นที่ยอมรับอยู่แล้ว และรุ่นใหม่ที่มีใจรักด้าน ดนตรีแจ๊สจากเวทีการประกวดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เดอะวอยซ์เดอะสตาร์เดอะ วินเนอร์ อีส และไทยแลนด์ แจ๊สคอมเพทิชัน (Thailand Jazz Competition (TJC) มาร่วมประชันสร้างสีสันบนเวทีแห่งนี้เป็นที่ แรก พร้อมด้วยระบบแสง สี เสียง ที่ได้คุณภาพ

ขั้นตอนสำหรับการประชุมทีมงานและคณะกรรมการ หัวหินแจ๊สเฟสตีวัลใช้วิธีการเบรน สตอมกัน 4-5 รอบ (ในบุคคลากรของบริษัท) จ้างครีเอทีฟ ครีเอทีฟเฮ้าส์ มาประชุมกันนานเป็นเดือน การตัดสินใจสิ้นสุดที่ผู้จัดการเทศกาล

แผนธุรกิจสำหรับเทศกาลหัวหินแจ๊ส เฟสตีวัลได้มีการวางแผนงบประมาณไว้ แต่สุดท้ายแล้ว วางเป้าหมายไว้ที่ทำให้ดีคุณเด่นกล่าวว่า “ต้องไม่ชี้เหนียวในบางจุดเล็กน้อยอย่างเช่น ป้าย เป็นต้น ตอนแรก วางไว้ 40 ป้าย” จนสุดท้ายผู้ถือหุ้นบางคนบอกว่ายังไม่หนำตาทำเพิ่มอีก

วิสัยทัศน์สำหรับเทศกาลหัวหินแจ๊ส เฟสตีวัลมีความจำเป็นที่หัวหินแจ๊สเฟสตีวัล 2014 (Hua Hin Jazz Festival 2014) ต้องนำเสนอประสบการณ์ใหม่ๆ ทางดนตรี เพื่อเปลี่ยนแปลง ภาพลักษณ์ที่เคยสับสนให้มีความชัดเจนขึ้น โดยกิจกรรมทั้งหลายมุ่งตอบสนองและสร้างผู้ชมกลุ่ม คุณภาพ ที่ให้ความสำคัญแก่ดนตรีเป็นหลัก เชื่อกันว่า มีปริมาณมากเพียงพอ (Mass of Niche) โดย ผู้ชมกลุ่มนี้ เคยเป็นผู้ชมกลุ่มดั้งเดิมของเทศกาลดนตรีแจ๊สหัวหินในยุคแรกๆ มาแล้ว แต่ได้ห่างหายจาก งานเทศกาลนี้ไปในช่วงปีหลังๆ เนื่องจากถูกแทนที่ด้วยกลุ่มผู้ชมทั่วไป (Mass of Mass) ที่มุ่งมาใช้พื้นที่ นี้เพื่อการสังสรรค์เฮฮามากกว่ามาเสพฟังดนตรี จนทำให้เทศกาลดนตรีแจ๊สหัวหิน กลายเป็นเทศกาล ดนตรีที่มีผู้คนพูดคุยกันเสียงดังที่สุดในโลก การนำเสนอประสบการณ์ใหม่ๆ ทางดนตรี ประกอบด้วยการ ค้นหาและสร้างสรรค์แนวคิดในการแสดงดนตรีแต่ละการแสดงอย่างพิถีพิถัน การไล่เรียง แนวดนตรี (line-up) ของศิลปินให้มีความหลากหลาย การเลือกสรรทีมงาน เพื่อควบคุมคุณภาพกระบวนการผลิต การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อมุ่งตรงถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนฟังเพลงคุณภาพ และ การปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์โดยทั่วไปให้ได้บรรยากาศแบบแจ๊สในระยะยาว หัวหิน สถานที่ท่องเที่ยวชื่อดัง ของโลก พึงมีข้อตกลงเพื่อความร่วมมือทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะแจ๊ส กับเมืองที่เป็น “บ้านพี่เมืองน้อง” สักแห่งหนึ่งในต่างแดน เช่นใน ญี่ปุ่นหรือเกาหลี เป็นต้น เพื่อสถาปนาเทศกาลดนตรีแจ๊สนี้ ให้ได้รับการ ยอมรับจากประชาคมโลกอย่างแท้จริงและถึงเวลาแล้ว ที่พื้นที่การแสดงดนตรีคุณภาพของเทศกาล ดนตรีแจ๊สหัวหิน มีไว้สำหรับคนฟังดนตรีคุณภาพโดยเฉพาะ

ด้านพันธกิจในการจัดงานเทศกาลหัวหินแจ๊ส เฟสตีวัลมีโรงแรม 5 ดาว โค้ก อีออน เดอะเนชั่นมหาชน เป็นพาทเนอร์กับ เป็นสื่อยักษ์ใหญ่ มี โชนเบนโพ เป็นแจ๊สบาร์ บล็อกเอ (Block A) ช่องของทรูคุณสรรเสริญ สส.ในพื้นที่ ทุกคนมองว่า ทำหัวหินแจ๊สให้เป็นเหมือนระดับโลก ให้หัวหินแจ๊ส



อยู่ในสแตนดาร์ดโลกให้ได้ ปีนี้มีสื่อมวลชนจากต่างประเทศมาเยอะ บินมาเองมี สื่อมวลชนอินเตอร์เนช  
 ชาแนลมีเดียที่อยู่ในเมืองไทย บางกอก ฟรีทีวี ช่อง 3 ช่อง 9 ให้ความสนใจ นายมนตรี ชูภู รอง  
 นายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน นายจิรวุฒิ พรหมณี รองปลัดเทศบาล นายไพฑูริย์ สุทธิบริบาล  
 ผู้อำนวยการส่วนการโยธา และเจ้าหน้าที่งานส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจน พ.ต.ท.สถาพร สงวนสุข  
 สว.ส.ทท.7 กก.2 กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว

การกำหนดวัตถุประสงค์หัวหินแจ๊สเฟสตีวัลต้องการทำให้เทศกาลดนตรีแจ๊สหัวหินกลับคืน  
 สู่พื้นฐานความเป็นเทศกาลดนตรีแจ๊ส (Jazz Festival) อย่างแท้จริง เหมือนกับเทศกาลดนตรีแจ๊สชั้นนำ  
 ในต่างประเทศเสียที่ นั่นคือ การนำเสนอเสียงดนตรีจากศิลปินตัวจริง ที่ถ่ายทอดสาระดี (Essence)  
 ของแจ๊ส ให้ปรากฏเป็นที่ยอมรับ หลังจากที่เราปล่อยปะให้เทศกาลนี้กลายเป็นพื้นที่การแสดงออกของ  
 ดนตรีรูปแบบอื่นๆ หลากหลายแนว โดยเฉพาะดนตรีเชิงพาณิชย์จนสร้างความสับสนแก่ผู้ชมมาแล้ว  
 หลายครั้งหลายครา

กลยุทธ์การแข่งขันของงานเทศกาล หัวหินแจ๊สเฟสตีวัลเป็นเทศกาลที่วางแข็งแรงอยู่แล้ว  
 ก่อนที่นำมาทำ ช่วงที่โชนกันทำ มี 3- 4 เวที ใช้เวลา 2 วัน 3 วัน ช่วงนั้น ใช้ประมาณ 20 ล้านบาท ปีหน้า  
 วางแผนไว้ว่า ให้พัฒนาขึ้นไป ขายอาหารด้วยโรงแรม จากลานจอดรถ ไม่มีรถเข็น ไม่เป็นงานวัด บริหาร  
 จัดการความสะอาด รถห้องน้ำ รถพยาบาล ทำมาตรฐานคอนเสิร์ตใหญ่

รายละเอียดของผู้เข้าชมในการจัดงานเทศกาลเป็นผู้ที่ชื่นชอบดนตรีและติดตามผลงาน  
 ของหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล เป็นประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ และพื้นที่ใกล้เคียงเดินทางมาร่วมงานเปรียบได้เป็น  
 งานประจำปีของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กิจกรรมความรู้ หัวหินแจ๊สเฟสตีวัลร่วมมือกับตำรวจท่องเที่ยวหัวหินร่วมกับศิลปินนักร้อง  
 และผู้จัดงานดนตรีแจ๊สหัวหิน 2014 เพื่อพบปะพูดคุยถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ที่เป็น  
 ประโยชน์ให้แก่เด็กนักเรียนโรงเรียนเทศบาลเมืองหัวหิน ตามโครงการศิลปินสร้างแรงบันดาลใจให้ยุวชน  
 ตำรวจ เพื่อหวังให้เด็กได้มีแรงบันดาลใจที่จะมุ่งมั่นพัฒนา และหลีกเลี่ยงจากยาเสพติดเพื่อเติบโตเป็น  
 ผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพในอนาคตได้ถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ต่างๆ ให้แก่เยาวชนได้รับรู้ เพื่อเป็นแรง  
 บันดาลใจให้เยาวชนได้เติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพต่อไปในอนาคต และสิ่งสำคัญยังจะเป็นการลด  
 ปัญหาอาชญากรรมในอนาคตอีกด้วย

การประชุมหลังเสร็จสิ้นงาน หัวหินแจ๊สเฟสตีวัล มีประชุมเพื่อสรุปงานภายในหนึ่งอาทิตย์  
 การประชุมหลังจากเสร็จงานไม่เกินหนึ่งอาทิตย์เพื่อป้องกันการหลงลืมประเด็นของปัญหาที่พบในการ  
 ปฏิบัติงาน แต่ถ้างานมีการวางแผนแล้วจดบันทึกไว้สามารถนำมาวิเคราะห์และแก้ไขในการทำงานครั้ง  
 ต่อไปได้ในช่วงก่อนจะจัดเทศกาล 3-4 เดือนก่อนงานเทศกาล

จากการศึกษาการบริหารจัดการเทศกาลของทั้งสามเทศกาลผู้วิจัยพบว่า ผู้รับผิดชอบใน  
 เรื่องกฎหมายมีความสำคัญในการดูแลเรื่องสัญญาและข้อกำหนดสัญญาในขั้นตอนต่างๆ ทั้งเรื่องของ  
 สัญญากับซัพพลายเออร์และศิลปินแต่ในการจัดเทศกาลที่ผ่านมายังไม่เคยเกิดเหตุการณ์ฟ้องร้องกัน  
 ด้านกฎหมาย การจัดทำกำหนดการเพื่อทำให้เกิดความชัดเจนของการปฏิบัติงานและการบริหาร  
 จัดการเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทีมงานและคณะกรรมการพบได้สองรูปแบบคือ เป็นพนักงาน  
 ประจำและแบบพนักงานแบบไม่ประจำองค์กร อายุการทำงานไม่มีกำหนดตายตัวแต่ไม่เป็นอุปสรรคต่อ  
 การทำงานแบบต่อเนื่องเพราะสามารถทำงานตามระบบที่จัดตั้งไว้ได้ บทบาทหน้าที่ของทีมงานถูก  
 กำหนดตามหน้าที่ในส่วนงานเช่น ผู้จัดการเทศกาลมีหน้าที่ออกแบบเทศกาลและดูแลตารางการทำงาน



ส่วนการเงินทำหน้าที่จัดการเรื่องการเงิน การตลาดมีหน้าที่ดูแลการทำตลาด และฝ่ายประชาสัมพันธ์

นโยบายของการจัดเทศกาลมุ่งเน้นไปในรูปแบบของการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การประชุมไม่มีกำหนดวันเวลาที่แน่นอน โดยใช้วิธีการพูดคุยกับคณะกรรมการบริหารงานแล้วจึงแจ้งทีมงานเพื่อปฏิบัติ โดยการตัดสินใจอยู่ที่ผู้จัดการเทศกาล โดยแผนธุรกิจในเทศกาลนั้นไม่ได้หวังผลกำไรจากการจัดเทศกาล มุ่งเน้นที่การจัดงานให้มีคุณภาพและเป็นการสร้างหมึการสนับสนุนจากผู้สนับสนุนให้มากขึ้น วิสัยทัศน์ของการจัดเทศกาลดนตรีแจ๊ส มุ่งหวังให้การจัดเทศกาลดนตรีแจ๊ส มีคุณภาพมากขึ้นด้วยวิธีการนำเสนอศิลปินที่มีความน่าสนใจและกลุ่มผู้ชมที่มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เป็นเทศกาลที่พัฒนาไปสู่ระดับภูมิภาคเอเชีย พันธกิจของงานเทศกาลสามารถแบ่งเป็นปัจจัยภายในเทศกาลและปัจจัยภายนอกเทศกาลนั้นคือปัจจัยภายในได้แก่ ศิลปินนักดนตรีแจ๊สในพื้นที่หรือศิลปินนักดนตรีแจ๊สภายในประเทศ พันธกิจกลุ่มปัจจัยภายนอกคือหน่วยงานรัฐและเอกชนที่อยู่ในพื้นที่การจัดเทศกาล ถ้าหากได้รับการตอบรับพันธกิจที่ดีจากทั้งสองส่วนนั้น สามารถทำให้การจัดงานเทศกาลมีความสะดวกและประหยัดงบประมาณการจัดการเทศกาลได้มาก

การกำหนดวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนทำให้สามารถกำหนดแนวทางในการจัดเทศกาลให้มีแนวทางที่ชัดเจนขึ้นได้ เมื่อวางแผนได้อย่างต่อเนื่องและมุ่งหวังให้แนวทางที่วางไว้นั้นมีความชัดเจนเพิ่มมากขึ้นทุกปี และพัฒนาการจัดเทศกาลในประเทศให้ดีขึ้นกว่าในอดีต กลยุทธ์ที่เทศกาลนำมาใช้คือการสร้างสิ่งแวดล้อมให้มีความเป็นธรรมชาติ และหาวิธีให้มีผู้ร่วมงานให้มาก จากการที่เลือกศิลปินที่คิดว่ามีความน่าสนใจ โปรแกรมน่าสนใจ และให้อยู่ในแนวเพลงแจ๊สโดยไม่แฝงแนวเพลงอื่น เพื่อเป็นการดึงกลุ่มผู้ชมที่ชื่นชอบเพลงแจ๊สจริงๆ ในการจัดเก็บรายละเอียดผู้ชมของเทศกาลนั้น เทศกาลไม่ได้เล็งเห็นเป็นประเด็นสำคัญด้วยความเกรงใจต่อผู้มาชมที่ต้องการเพื่อความบันเทิง กิจกรรมความรู้เพื่อให้เป็นกิจกรรมเพื่อสังคมและเป็นการมอบกิจกรรมที่เป็นลักษณะทางการศึกษาไม่ว่าจะเป็นเรื่องดนตรีหรือองค์ความรู้ต่างๆสำหรับพื้นที่นั้นๆ การประชุมหลังจากเสร็จงาน ไม่เกินหนึ่งอาทิตย์เพื่อป้องกันการหลงลืมประเด็นของปัญหาที่พบในการปฏิบัติงาน แต่ถ้างานมีการวางแผนแล้วจัดบันทึกไว้สามารถนำมาวิเคราะห์และแก้ไขในการทำงานครั้งต่อไปได้ในช่วงก่อนจะจัดเทศกาล 3-4 เดือนก่อนงานเทศกาล

สรุปผลการศึกษาดูงานการจัดการเทศกาล





แผนภาพประกอบ 84 การบริหารจัดการเทศกาล

ผู้รับผิดชอบในเรื่องกฎหมายมีความสำคัญในการดูแลเรื่องสัญญาและข้อการทำสัญญาในขั้นตอนต่างๆ มีการทำสัญญาจัดซื้อจัดจ้างสำหรับซัพพลายเออร์โดยเสนอจากซัพพลายเออร์และให้ซัพพลายเออร์แจ้งรายละเอียดของอุปกรณ์ เพื่อการจัดทำกำหนดการเพื่อทำให้เกิดความชัดเจนของการปฏิบัติงานและเป็นการบริหารจัดการเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทีมงานและคณะกรรมการเป็นพนักงานประจำและแบบพนักงานแบบไม่ประจำองค์กรมีอายุการทำงานไม่มีกำหนดตายตัว บทบาทหน้าที่ของทีมงานถูกกำหนดตามหน้าที่ในส่วนงาน การวางนโยบายของการจัดเทศกาลมุ่งเน้นไปในรูปแบบของการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ประชุมวันเวลาโดยการ



ตัดสินใจอยู่ที่ผู้จัดการเทศกาล แผนธุรกิจเทศกาลนั้นไม่ได้หวังผลกำไรจากการจัดเทศกาล มุ่งเน้นที่การจัดงานให้มีคุณภาพและเป็นการสร้างให้มีการสนับสนุนจากผู้สนับสนุนให้มากขึ้น

วิสัยทัศน์ของการจัดเทศกาลดนตรีแจ๊ส มุ่งหวังให้การจัดเทศกาลดนตรีแจ๊ส มีคุณภาพมากขึ้น พัฒนาไปสู่ระดับภูมิภาคเอเชีย พันธกิจของงานเทศกาล ศิลปินนักดนตรีแจ๊สในพื้นที่หรือศิลปินแจ๊สภายในประเทศ หน่วยงานรัฐและเอกชนที่อยู่ในพื้นที่การจัดเทศกาล การกำหนดวัตถุประสงค์ชัดเจนทำให้สามารถกำหนดแนวทางในการจัดเทศกาลให้มีแนวทางที่ชัดเจนขึ้นได้ เมื่อวางแผนได้อย่างต่อเนื่องและมุ่งหวังให้แนวทางที่วางไว้นั้นมีความชัดเจนเพิ่มมากขึ้นทุกปี และพัฒนาการจัดเทศกาลในประเทศให้ดีขึ้นกว่าในอดีต กลยุทธ์ที่เทศกาลนำมาใช้คือการสร้างสิ่งแวดล้อมให้มีความเป็นธรรมชาติ ศิลปินมีความน่าสนใจโปรแกรมน่าสนใจไม่แฝงแนวเพลงอื่น รายละเอียดผู้ชมของเทศกาลผู้มาชมต้องการมาเพื่อความบันเทิง กิจกรรมความรู้เพื่อให้เป็นกิจกรรมเพื่อสังคมและเป็นการมอบกิจกรรมที่เป็นลักษณะทางการศึกษาไม่ว่าจะเป็นเรื่องดนตรีหรือองค์ความรู้ต่างๆ สำหรับพื้นที่นั้นๆ การประชุมหลังจากเสร็จงานไม่เกินหนึ่งอาทิตย์

## การจัดการด้านการเงิน

### 1. การจัดการด้านการเงินเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล

รายละเอียดงบประมาณประจำปีเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัลมีการทำงานงบประมาณประจำปี แต่มีการจ้างบริษัททำบัญชี เป็นบริษัทในเครือของบริษัทช่วยพัฒนาดูแลจัดการในรายละเอียดงบประมาณประจำปี

นโยบายงบประมาณงานเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัลมองจากผลประโยชน์ที่จะได้จากสปอนเซอร์ก่อน แต่มันก็มีสูตรอยู่แล้ว อันดับแรกต้องดูจากศิลปิน โปรดักชั่น และประชาสัมพันธ์ไม่ได้ไกลจากการจัดงานของคนอื่นเท่าไร แต่ในส่วนของเฟสมาสเตอร์ (Fest Master) ถ้ามีคอนเนกชัน ก็จะสามารถบริหารต้นทุนได้ดี การใช้โปรโมเตอร์ต่างๆ ก็จะได้ราคาที่ดี ไม่แพง จ้างศิลปินที่ตีมาได้ในราคาไม่แพง ถ้าอยู่ในเชียงใหม่สามารถลดต้นทุนได้มากเลย ถ้าไม่ได้อยู่ในเชียงใหม่ก็คงยาก สร้างมิตรภาพใหม่ทุกปี สปอนเซอร์รายไหนที่ไม่ดีก็เลิกกันไป รายที่เบียดเงินก็ไม่มีการมาฟ้องกัน เช่น ลินปิง ที่ของมาทำพ็อดให้ ถ้าเป็นพวกห้างจะซื้อสื่อหนักมาก มีไปปลิวเดือนละห้าหมื่นบาท ในนั้นก็จะมีเชียงใหม่แจ๊สอยู่ จะช่วยลดต้นทุนได้มาก ต้องหาพันธมิตรที่ตรงกัน มันมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เพราะเห็นทำงานจริงจังกันมานาน

มาตรการในการควบคุมงบประมาณของเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัลมีการตั้งรายรับรายจ่าย โดยให้รายจ่ายนั้นมากกว่ารายรับ ส่วนรายรับคิดตามแนวคิดคุ้มค่ามาให้คุ้มค่าไป (worth come to worth) แต่รายจ่ายต้องตั้งให้เกิน อย่ามองโลกในแง่ดีมาก สิ่งที่ตั้งเป้าไว้ไม่เคยจริง แต่ต้องได้ เพราะฉะนั้นต้องตั้งเผื่อ สิ่งการบริหารต้นทุนของเฟสมาสเตอร์ คือมิตรภาพ หากขาดทุนก็ไม่เป็นไร สปอนเซอร์ไม่ชอบ หากเขาเห็นเขาจะช่วยไม่ใช้ทุกคนที่พาดพิงหัวกัน โชคดีที่ได้อยู่ตรงนั้น

แยกพิจารณาต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ของเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัลต้นทุนคงที่อยู่ที่สินค้า ราคา สถานที่ บางที่ได้ศิลปินที่ใหญ่มาก ต้องใช้ต้นทุนหนัก แต่หากได้พันธมิตร อาจทำให้ต้นทุนต่ำลงก็ได้ เพราะคนที่บริหารต้นทุนได้ดี และมีมิตรภาพที่ดี บางทีก็ทำให้ต้นทุนตรงนี้ต่ำได้ ตัวอย่าง เช่น



โซล อาฟเตอร์ซิก (Soul after Six) ขอบงาน ถ้ามาในงานคนอื่นก็คงราคาประมาณสามแสน เพราะรวมลูกทีมอีก แต่ โซลอาฟเตอร์ซิก มาเพราะชอบ ในราคาแสนห้าอยากมาร่วมงาน เพราะดีก็บังด้วย

การควบคุมใบเสร็จรับเงินและการชำระเงินของเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัลเป็นบิลเงินสดทุกอย่าง เพื่อเป็นหลักฐานการเบิกจ่ายใช้เพื่อควบคุมใบเสร็จรับเงินและการชำระเงินเพราะเป็นสิ่งจำเป็นต้องถูกต้องและครบถ้วนเพื่อนำมาประกอบหลักฐานในการทำบัญชีงบประมาณได้อย่างถูกต้อง

การเสนอราคาจากซัพพลายเออร์ของเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล ไม่มีการเสนอราคาจากซัพพลายเออร์ ใช้วิธีการจ้างตรงโดยผู้จัดการเทศกาลเพราะเป็นการจ้างโดยผู้จัดการเทศกาลเป็นผู้ระบุซัพพลายเออร์ โดยเลือกจากซัพพลายเออร์ที่ร่วมงานกันมาตั้งแต่จัดเทศกาลครั้งที่ 1

การจำหน่ายตั๋วของเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล โดยราคาบัตรมีราคาที่ถูกไม่แพง เพราะหถ้าคนเชียงใหม่ไปดูมาร์ติน เทลเลอร์ (Martin Teller) ต้องจ่ายค่าบัตรเป็นจำนวนสองถึงสามพันบาท รวมค่าเครื่องบิน ก็เป็นหมื่น บัตรที่เชียงใหม่ ราคา 750 บาท ได้ดูงานระดับเดียวกันแถมยังได้ดูคนอื่นด้วย เก็บเงินส่วนต่างเอาไว้กินเที่ยวในงานดีกว่า โดยเทศกาลมีความต้องการให้ผู้ชมได้เสพศิลปะดี ๆ ในราคาที่จับต้องได้ แต่เทศกาลก็ต้องอยู่ได้และต้องดูเรื่องธุรกิจด้วย ดังภาพประกอบ 85



ภาพประกอบ 85 ตั๋วเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล

การหาการสนับสนุนของเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล การหาสปอนเซอร์ ตอนนี้อยู่ที่ผลเป็นวิธีการไม่ได้ แต่ตอนนี้มีเออี ที่กรุงเทพในการหาสปอนเซอร์ แล้วมีการแบ่งเปอร์เซ็นต์กัน แต่เนื่องจากปีที่ผ่านมา มีการปฏิบัติ เงินเกิดการฟริช ก็หาเออีที่กรุงเทพไม่ได้ทำให้เกิดการยากในการหา สรุปเป็นแบบแผนที่แน่นอนไม่ได้ แต่มีการวางแผน 1 แผน 2 ในสถานการณ์แบบนี้ เป็นการขายแบบแพ็คเกจ เพื่อให้อยู่รอดไว้ก่อน จะไม่มีการเบรคอีเวนท์ (Break Event) หน่วยงาน แต่ก็พรีเซลล์ (Pre-sale) ไว้ก่อน

สิ่งที่เทศกาลนำเสนอต่อสปอนเซอร์ของเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล การตอบแทนสปอนเซอร์ก็ คือมีเดีย ค่ามีอะไรก็พยายามทำให้สมเหตุผล และพยายามทำให้กลมที่สุด อย่าไปแยกย่อยแล้ว เวลาเคลมลำบาก เรื่องนี้เป็นเรื่องละเอียดอ่อน ช่องทางที่เป็นหลักๆ ของเชียงใหม่แจ๊ส อย่างทางทีวีก็จะ เป็นทราเวลแชนแนล (Travel Channel) จะมีมีเดียแวลู (Media Value) มาหมด ทุกคนสนับสนุนหมด มีเป็นสิบห้าล้าน อย่างสายการบินที่บินไปกรุงเทพก็เป็นหมื่น ทุกคนสนับสนุนหมด ก็เข้าใจ แต่ถ้ามันมา



จากสถาบันค้าเลย ก็ส่งต่อไปในมีเดียแพ็คเกจ ของ ว่าเป็นมูลค่าโน่นนี้ ว่าออนแอร์ในรายการอะไร รีรัน ก็ครั้ง แนนอนว่าไปจับฟรีทีวีไม่ได้เพราะมูลค่าสูง

การพิจารณาและการประเมินที่มีศักยภาพของสปอนเซอร์ว่าเหมาะสมกับเทศกาลของ เชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล อันดับแรกคือ เงินมาก่อน แล้วมาดูความต้องการของเขา ถ้าไกลจากนโยบาย เทศกาลก็ไม่เอา สินค้ามีความสอดคล้องกับเทศกาล ดูแบรนด์ดูว่าเป็นอะไร

โอกาสที่ชุมชนได้รับประโยชน์ของเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัลศิลปินแจ๊สและซัพพลายเออร์ในพื้นที่ได้รับการสนับสนุนจากงานเทศกาลอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของศิลปินในพื้นที่ และซัพพลายเออร์ในพื้นที่

## 2. การจัดการด้านการเงินไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์

รายละเอียดงบประมาณประจำปีของไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ เรื่อง งบประมาณทั้งหมด เป็นอาจารย์นพดลเป็นผู้ระบุทุกอย่าง แล้วก็ให้ฝ่ายการเงินทำให้เป็นระบบราชการ หมวดวัสดุ อุปกรณ์ หมวดค่าจ้าง การตัดสินใจของทั้งหมด ก็ต่อรองเรียกว่า เกือบมาฟรี ทีไอเจซี ใช้เงิน เท่าเดิมเกือบทุกปีแต่สังเกตว่าศิลปินใหญ่ขึ้น

นโยบายงบประมาณงานเทศกาลของไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ โดย เงินเกือบทั้งหมดก็เป็นเรื่องของอุปกรณ์ เครื่องเสียง ไฟ แล้วก็ศิลปิน ศิลปินมีทุกระดับ ทั้งระดับมือสมัครเล่น นิสิตนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาดนตรีทั่วประเทศที่สนใจเข้าร่วมงาน ศิลปินที่มีชื่อเสียง ระดับประเทศ และศิลปินต่างชาติที่มีชื่อเสียงระดับโลกพร้อมกับค่าตัวเครื่องบินศิลปินต่างชาติพร้อมทั้ง ค่าที่พัก และค่าอาหารเครื่องดื่มสำหรับศิลปินต่างชาติ ตลอดการร่วมเทศกาล

มาตรการในการควบคุมงบประมาณของไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ มีการปฏิบัติตามการเงินระบบของราชการ บริหารจัดการไม่ให้เกิน การเงินต้องทำทุกอย่างละเอียด แม้กระทั่งซื้อตั๋วขบวนหนึ่ง ต้องมีเอกสารรองรับว่า ซื้อตั๋วขบวนหนึ่งจากไหนที่ไหนและผ่านโดยระบบ การเงินที่เป็นราชการ

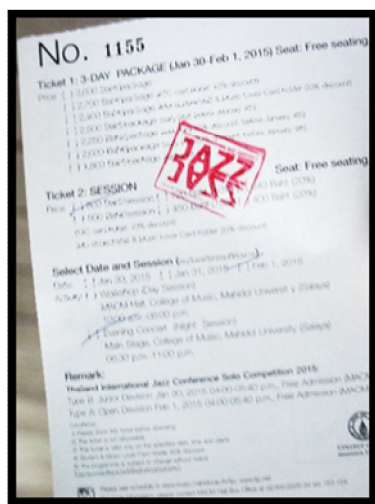
แยกพิจารณาต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ของไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ ใช้วิธีประมาณการ เพราะว่าถ้ากำหนดทำให้ไม่กล้าทำอะไร แต่ถ้าเป็นลักษณะกะๆ เกินไปบ้าง ต่ำไปบ้าง กล้าที่ต่อรอง กล้าที่เข้าไปข้างหน้าดีกว่า ที่ผ่านมาก็ประมาณนี้ ยกเว้นว่าอีกหนอยงานเป็นเรื่อง ของมหาชน มือแก็นเซอร์หลายชุด ต้องมีการแบ่งผลประโยชน์ นั่นก็อีกเรื่องหนึ่ง

การควบคุมใบเสร็จรับเงินและการชำระเงินของไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ ทุกอย่างเป็นระบบราชการ ซื่อน้ำมันก๊าซจุดไต้ยังต้องมีใบเสร็จ ถ้าเป็นบริษัทเครื่องเสียงที่ ต้อง ใช้เงินเป็นหลักหลายแสน ก็ต้องมีการทำวางบิล มีเอกสารเป็นจำนวนมาก

การเสนอราคาจากซัพพลายเออร์ของไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ เลือกโดยผู้จัดการเทศกาลโดยให้ยื่นใบเสนอราคาและรายละเอียดอุปกรณ์ ต้องมีตามระบบราชการ ซื่อว่า เอาบริษัทนี้ คนทำต้องเป็นคนนี้ ต้องไม่ใช่คนอื่น ไฟก็ต้องเป็นอย่างนี้ เพราะว่า เป็นเรื่องของคุณภาพ คุณภาพกับราคาที่มืออยู่ ณ วันนี้ เชื่อว่าถูกที่สุดดีที่สุด ดูจากผลงาน การจ้างในเชิงคุณภาพ ประกอบไปด้วย อุปกรณ์ เครื่องมือที่อยู่ในมาตรฐานที่ดี ต้องเป็นคนที่มีจิตใจเปิดกว้างที่ร่วมกันสร้าง สามารถ ปรึกษาหารือกันได้ เรียนรู้จากศิลปินที่มา การทำงานที่พัฒนา มีอะไรบกพร่องต้องแก้ไข



การจำหน่ายตัวของไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ใช้วิธีคิดตามความรู้สึกว่าเท่าไรถึงทำให้คนรู้สึกมา แล้วไม่อึดอัดไม่ให้ถูกเกินไป ไม่ให้แพงเกินไป คอนเสิร์ต 800 เวิร์คช็อป 500 เหม่า 3 วัน วันละ 1000 จากสถาบันลดให้ครึ่งหนึ่ง เหลือ 1800 วันนั่งตกอยู่ 1300 สามวันคือ 3900 3900หาร 2 เฉลี่ยๆ ประมาณ 1800 1900ใช้มัย เลยคิดว่า ถ้าเป็นสถาบันให้เหม่า 1800 ดูได้ทุกอย่าง ดังภาพประกอบ 86



ภาพประกอบ 86 ตัวของไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์

การหาการสนับสนุนของไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ แต่หลักการทำสปอนเซอร์คือ รองศาสตราจารย์ ดร.สุกรี เจริญสุข ที่ไอเจซีไม่เคยไปหาสปอนเซอร์อย่างเป็นทางการเลย ไม่มีเวลาที่ต้องหา ทั้งทำงานแล้วหาเงินด้วย อาจารย์สุกรีบอก “อย่าคิดเรื่องนี้ เงินเดียวหาให้ ถ้ามีสปอนเซอร์มาดี ไม่มีสปอนเซอร์ไม่เป็นไร” สำหรับสปอนเซอร์เจ้าใหญ่ที่เคยมีให้ เช่น เมอซิเดสเบนซ์ขอมาเป็นสปอนเซอร์ โดยมาเสนอเองเพราะว่าเจ้าของซีอีโอเบนซ์ชอบเทศกาล และอีกส่วนเป็นผู้สนับสนุนสปอนเซอร์ให้วิทยาลัยดุริยางคศิลป์เป็นเงินก้อนที่ใช้ทุกกิจกรรม เป็นสปอนเซอร์รวมทุกงานให้เงินมาเป็นก้อน อีกส่วนหนึ่งเป็นมีเดียพาทเนอร์ อย่างเช่นหนังสือพูล ลงสัมภาษณ์ให้ฟรี คิดเป็นมูลค่าประมาณหนึ่งล้านบาท

สิ่งที่เทศกาลเสนอต่อสปอนเซอร์ของไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ ดำเนินการติดแบรนด์ของผู้สนับสนุนที่บริเวณเวที ติดที่โปสเตอร์ อยู่ในเว็บไซต์ ประชาสัมพันธ์หน้างาน แกลงข่าว แต่ปัญหาคือไม่สามารถโฆษณาจนเกินเหตุ ยกตัวอย่างเช่นว่า ศิลปินที่มานี้จ้างมาในราคาที่ยกข้ออ้างถูกมาก สังเกตว่าเวลาออกอากาศจะไม่มีโลโก้สปอนเซอร์ เพราะไม่ทำในเชิงธุรกิจ ศิลปินเหล่านี้เมื่อเข้าใจว่าไม่ได้ทำในเชิงธุรกิจจึงยอมมาในงบประมาณที่ต่ำ ดังภาพประกอบ 87





ภาพประกอบ 87 การติดแบรน์บนเวทีไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์

การพิจารณาและการประเมินที่มีศักยภาพของสปอนเซอร์ว่าเหมาะสมกับเทศกาลของไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ โดยทีไอเจซี (TJC) มีตัวแทนจำหน่ายรถเมอซิเดสเบนซ์ และก็มีผู้สนับสนุนอื่นๆ ให้มาบ้าง จำนวนบางครั้งก็อยู่ที่ 5 หมื่นถึงหนึ่งแสนบาท เช่น ในกรณีเรื่องทำเสื้อขาดอีก 5 หมื่น ก็โอนเงินไปให้ 5 หมื่น งบประมาณหลักก็คืองบประมาณจากวิทยาลัย เป็นงบประมาณเกี่ยวกับกิจกรรม ประมาณ 3 ล้านบาท แต่ทำจริงประมาณ 4 ล้าน (รวมสปอนเซอร์ด้วย) และขายบัตรได้เกินหนึ่งล้านบาท

โอกาสที่ชุมชนการได้รับประโยชน์ของไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์เมื่อก่อนเคยทำช่วง ไปวิ่งแสดงดนตรี เพื่อขายตั๋วในสถานที่ต่างๆ สุดท้ายก็เหนื่อย แล้วไม่ค่อยได้อะไร จึงเลิกทำไป

### 3. การจัดการด้านการเงินหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล

รายละเอียดงบประมาณประจำปีของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล ใช้ส่วนงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องการทำบัญชีมาดูแลจัดการในรายละเอียดงบประมาณประจำปี

นโยบายงบประมาณงานเทศกาลของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล ให้ความสำคัญกับการผลิตเทศกาลและการประชาสัมพันธ์ เมื่อมีการดำเนินการทำประชาสัมพันธ์แล้วได้รับการเสนอแนะจากผู้สนับสนุนให้เพิ่มเติม ก็จัดทำเพิ่มเติมการประชาสัมพันธ์ทันที แต่อยู่ภายในงบประมาณที่ตั้งใจไว้



มาตรการในการควบคุมงบประมาณของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล ใช้วิธีการกำหนดงบประมาณตายตัวแก่ซัพพลายเออร์แล้วให้ซัพพลายเออร์เสนอรายละเอียดของอุปกรณ์ โดยเลือกทำงานกับซัพพลายเออร์ที่ทำงานร่วมกันอยู่เป็นประจำ

การแยกพิจารณาต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล ต้นทุนมีสองประเภทคือแบบแปรผันและแบบคงที่ แบบคงที่นั้นเป็นส่วนของการผลิตเช่นศิลปิน แสง เสียง เวที เป็นส่วนที่ตกลงกับซัพพลายเออร์สามารถควบคุมได้ง่ายกว่าแบบแปรผัน การจัดเทศกาลนั้นมีส่วนที่ต้องดูแลบุคลากรในส่วนต่างๆ ทำให้งบประมาณในการดูแลสวัสดิการไม่สามารถควบคุมได้ตามงบประมาณที่แน่นอน

การควบคุมใบเสร็จรับเงินและการชำระเงินของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล ใช้การเสนอใบราคาและการชำระเงินตามระบบการเงินของบริษัท

การเสนอราคาจากซัพพลายเออร์ของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล ถูกเลือกโดยผู้จัดการเทศกาลโดยให้ยื่นใบเสนอราคาและรายละเอียดอุปกรณ์ จากการตั้งงบประมาณแก่ซัพพลายเออร์เพียงอย่างละหนึ่งบริษัท ไม่มีการประกวดราคาใดๆ

การจำหน่ายตัวของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล เทศกาล มีการจำหน่ายตั๋วผ่านช่องทางของไทยทิคเกตเมเจอร์ โดยผู้ที่ชำระค่าบัตรได้อยู่ในบริเวณที่นั่งหน้าเวทีพร้อมกับได้รับเบาะรองนั่ง ตามจริงเทศกาลเป็นเทศกาลเข้าชมฟรีแต่ทางผู้จัดเสียงบประมาณในการปรับปรุงสถานที่ด้านหน้าเวทีจึงขอการสนับสนุนจากผู้อุดหนุนบัตร ดังภาพประกอบ 88



ภาพประกอบ 88 เบาะรองนั่งงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล

การหาการสนับสนุนของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล งบประมาณได้จากหน่วยงานราชการท้องถิ่น คือเทศบาลเมืองหัวหิน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและมีการหาสปอนเซอร์เพิ่มจากโรงแรมต่างๆในพื้นที่หัวหิน อีกทั้งบริษัทเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ที่ให้เข้ามาใช้พื้นที่ในการจำหน่าย



ภาพประกอบ 89 บริษัทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ให้เข้ามาใช้พื้นที่ในการจำหน่าย

สิ่งที่เทศกาลนำเสนอต่อสปอนเซอร์ของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล ติดที่โปสเตอร์และในเว็บไซต์ ติดป้ายแบนด์ในบริเวณงาน มีการทำประชาสัมพันธ์หน้างานแถลงข่าว ให้เปิดร้านขายอาหารและเครื่องดื่มในงานเทศกาล ดังภาพประกอบ



ภาพประกอบ 90 ติดป้ายแบนด์ในบริเวณงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล

การพิจารณาและการประเมินที่มีศักยภาพของสปอนเซอร์ว่าเหมาะสมกับเทศกาลของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล ส่วนใหญ่เป็นโรงแรมระดับห้าดาวที่ประกอบธุรกิจอยู่ในอำเภอหัวหิน และกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ในหัวหิน ดังภาพประกอบ 91





ภาพประกอบ 91 โรงแรมระดับห้าดาวที่ประกอบธุรกิจอยู่ในอำเภอหัวหิน

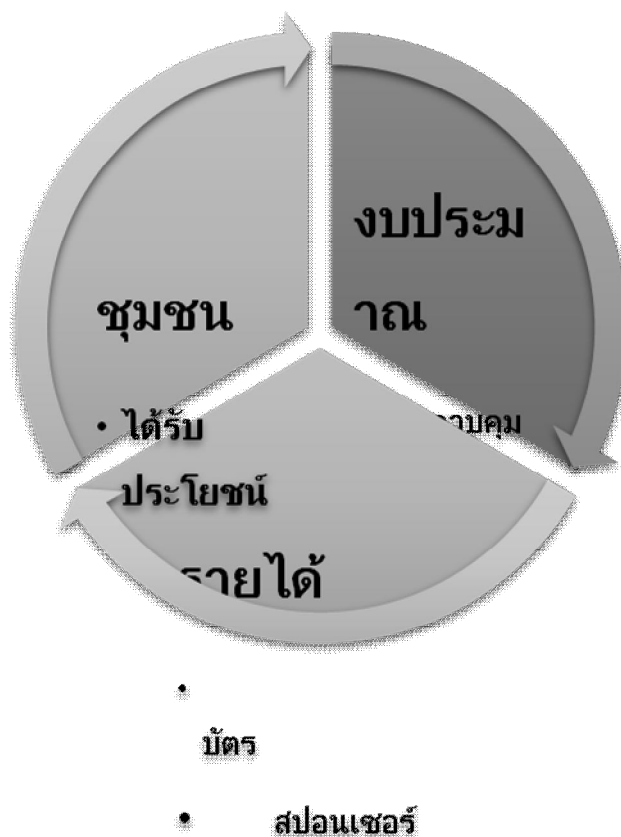
โอกาสที่ชุมชนได้รับประโยชน์ของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล เป็นการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวของเทศบาลหัวหิน ทำให้กิจการเกี่ยวกับที่พัก โรงแรม และเศรษฐกิจของจังหวัดที่ไม่ใช่ช่วงเวลาการท่องเที่ยว ตื่นตัวและสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

จากการศึกษาการจัดการด้านการเงินของเทศบาล พบว่าผู้ดูแลรายละเอียดงบประมาณประจำปี ใช้ส่วนงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องการทำบัญชีมาดูแลจัดการในรายละเอียดงบประมาณประจำปี นโยบายงบประมาณงานเทศบาลงบประมาณเทศบาลให้ความสำคัญการผลิตเทศบาลได้แก่ เรื่องศิลปิน ประชาสัมพันธ์และอุปกรณ์ เวที แสง เสียง มาตรการในการควบคุมงบประมาณโดยบริหารจัดการไม่ให้เกิน มีการวางแผนการเงินไว้เป็นอย่างดีตามองค์ประกอบที่ต้องจ่าย การแยกพิจารณาต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่พบต้นทุนมีสองประเภทคือแบบแปรผันและแบบคงที่ แบบคงที่นั้นเป็นส่วนของการผลิตเช่นศิลปิน แสง เสียง เวที เป็นส่วนที่ตกลงกับซัพพลายเออร์สามารถควบคุมได้ง่ายกว่าแบบแปรผัน การจัดการเทศกานั้นมีส่วนที่ต้องดูแลบุคลากรในส่วนต่างๆ ทำให้งบประมาณในการดูแลสวัสดิการไม่สามารถควบคุมได้ตามงบประมาณที่แน่นอน สำหรับการควบคุมใบเสร็จรับเงินและการชำระเงิน มีการควบคุมใบเสร็จรับเงินและการชำระเงินเป็นสิ่งจำเป็นต้องถูกต้องและครบถ้วนเพื่อนำมาประกอบหลักฐานในการทำบัญชีงบประมาณได้อย่างถูกต้อง ส่วนการเสนอราคาจากซัพพลายเออร์นั้นทั้งสามเทศบาลในการจัดการเทศกาล ผู้จัดใช้วิธีการเลือกซัพพลายเออร์แบบเจาะจงจึงไม่มีการเสนอราคามากกว่าหนึ่งบริษัท

การจำหน่ายตั๋วมีนโยบายในการที่ตัดสินใจเรียกเก็บค่าบริการสำหรับการเข้าหรือตั๋วที่ราคาไม่แพง และอยู่ในระดับใกล้เคียงกันคือ 750 - 800 บาทต่อวัน หัวหินขายตั๋วราคา 1800 บาทแต่เป็นการเสนอเป็นการสนับสนุนเทศบาล โดยมีการจัดบริเวณด้านหน้าเวที มอบเสื้อ เบาะรองนั่งและเครื่องดื่ม และมีการหาการสนับสนุนจากผู้ที่สนใจและชอบกิจกรรมเทศกาลดนตรีแจ๊สและคัดเลือกผู้สนับสนุนที่ไม่ซี้นำการทำงานของเทศกาล โดยสิ่งที่เทศกาลนำเสนอต่อสปอนเซอร์คือการติดแบรนดี้ให้บนโปสเตอร์ ป้ายประชาสัมพันธ์ การให้พื้นที่ในการขายสินค้าของสปอนเซอร์ ก่อนหน้านั้นมีการพิจารณาและการประเมินที่มีศักยภาพของสปอนเซอร์ว่าเหมาะสมกับเทศกาลจากการพิจารณาสปอนเซอร์ที่มีศักยภาพและเหมาะสมกับเทศกาล โดยการสนับสนุนนั้นให้พื้นที่สปอนเซอร์เข้ามาร่วมกิจกรรมในพื้นที่ของเทศกาล จึงให้ความสำคัญต่อการจัดพื้นที่เหล่านี้โดยให้จัดพื้นที่เป็นร้านค้าจากโรงแรมเพื่อจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มภายในเทศกาลมีการจัดตกแต่งร้านค้าได้อย่างสวยงาม สำหรับโอกาสที่ชุมชนได้รับประโยชน์นั้นเทศกาลสามารถดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาเพื่อสร้างรายได้ของพื้นที่และกลุ่มธุรกิจรายย่อยของชุมชนได้เป็นอย่างดี



### การจัดการด้านการเงิน



ภาพประกอบ 92 การจัดการด้านการเงิน

การทำบัญชีต้องมีความละเอียดและแม่นยำ เพื่อดูแลจัดการในรายละเอียดงบประมาณประจำปี งบประมาณเทศบาลให้ความสำคัญการผลิตเทศบาลได้แก่เรื่องศิลปิน ประชาสัมพันธ์และอุปกรณ์ เวที แสง เสียง มีมาตรการในการควบคุมงบประมาณโดยบริหารจัดการไม่ให้เกิน มีการวางแผนการเงินไว้เป็นอย่างดีตามองค์ประกอบที่ต้องจ่ายแต่ต้นทุนมีสองประเภทคือแบบแปรผันและแบบคงที่แบบคงที่นั้นเป็นส่วนของการผลิตเช่นศิลปิน แสง เสียง เวที เป็นส่วนที่ตกลงกับซัพพลายเออร์สามารถควบคุมได้ง่ายกว่าแบบแปรผัน การจัดการเทศบาลนั้นมีส่วนที่ต้องดูแลบุคลากรในส่วนต่างๆ ทำให้งบประมาณในการดูแลสวัสดิการไม่สามารถควบคุมได้ตามงบประมาณที่แน่นอน การควบคุมใบเสร็จรับเงินและการชำระเงินเป็นสิ่งจำเป็นต้องถูกต้องและครบถ้วนเพื่อนำมาประกอบหลักฐานในการทำบัญชีงบประมาณได้อย่างถูกต้อง ในการจัดเทศกาล ผู้จัดใช้วิธีการเลือกซัพพลายเออร์แบบเจาะจงจึงไม่มีการเสนอราคามากกว่าหนึ่งบริษัท

นโยบายในการที่ตัดสินใจเรียกเก็บค่าบริการสำหรับการเช่าหรือตัวที่ราคาไม่แพง และอยู่ในระดับใกล้เคียงกันคือ 750 - 800 บาทต่อวัน หัวหินขายตัวราคา 1800 บาทแต่เป็นการเสนอเป็นการสนับสนุนเทศบาล โดยมีการจัดบริเวณด้านหน้าเวที มอบเสื้อ เบาะรองนั่งและเครื่องดื่ม ในการหาการ



สนับสนุนจากผู้สนใจและชอบกิจกรรมเทศกาลดนตรีแจ๊สและคัดเลือกผู้สนับสนุนที่ไม่ขึ้นการทำงาน  
ของเทศกาล โดยสิ่งที่เทศกาลนำเสนอต่อสปอนเซอร์ได้แก่การติดแบรนดิ้งบนโปสเตอร์ ป้าย  
ประชาสัมพันธ์ การให้พื้นที่ในการขายสินค้าของสปอนเซอร์ การพิจารณาสปอนเซอร์ที่มีศักยภาพ  
เหมาะสมกับเทศกาล เพราะให้สปอนเซอร์เข้ามาร่วมกิจกรรมในพื้นที่ของเทศกาลจัดเป็นร้านค้าจาก  
โรงแรมเพื่อจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มภายในเทศกาลมีการจัดตกแต่งร้านค้าได้อย่างสวยงาม ทำให้  
โอกาสที่ชุมชนได้รับประโยชน์อย่างมากเพราะเทศกาลสามารถดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาเพื่อสร้างรายได้  
ของพื้นที่และกลุ่มธุรกิจรายย่อยของชุมชนได้เป็นอย่างดี

## การผลิตเทศกาล

### 1. การผลิตเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวัล

ตารางการผลิตเทศกาลของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวัล การทำงานโปรดักชั่น ตอนนี้มีงาน  
แจ๊สในเดือนธันวาคม กับเทศกาลร็อคในเดือนมีนาคม ก็จะมีเป็นตารางเลยว่า เดือนนี้ทำอะไรบ้าง  
เหมือนกับทุกๆ ไป ก็มีตารางก็มีการกำหนดไว้หลวมๆ เพียงแค่การติดต่อศิลปิน หาสถานที่ และการดำเนิน  
ประชาสัมพันธ์

การกำหนดวันของเทศกาลของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวัล ดูจาก Season ที่พีคๆ ของ  
เชียงใหม่ และสอง หลีกเลียงจากสภาวะความแปรปรวนของอากาศ ถ้าเป็นปลาย พฤศจิกายน อากาศก็  
ยังไม่นิ่ง แต่ช่วงกลาง ธันวาคม จะปลอดภัย แต่ก็มีฝนตกได้เหมือนกัน โดยการประเมินจากเหตุการณ์ที่  
เกิดขึ้นจริง ให้มันเสี่ยงน้อยที่สุด โดยเลือกจัดในวันศุกร์และวันเสาร์ และในอนาคตวางแผนไว้เพิ่มเป็น 3  
วันก็จะเป็นวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ การจัดงาน ตามประสบการณ์ เสนอวันศุกร์ เสาร์ วันอาทิตย์เป็นช่วง  
สุดท้ายของงาน คนจะอยากกลับบ้าน เพราะวันจันทร์ทำงาน พักผ่อนไม่เต็มที่ เต็มที่วันอาทิตย์ก็นอน  
ตายไป และวันศุกร์ โชว์แรกก็ยังไม่ค่อยมีคนมา โชว์แรกจะต้องเป็นเหมือนมวยคั้นเวลา ไม่ได้ดูถูกเค้า  
แต่จะเป็นมวยหลักไม่ได้ มันไม่มีสูตรตายตัว แต่กรุงเทพฯ กับเชียงใหม่ ก็เหมือนกัน วันทำงาน

วิธีการสรรหาอาสาสมัครของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวัล มีการทำงานที่ไม่ใช้อาสาสมัครเลย  
เพราะผู้จัดไม่ชอบใช้งานฟรีๆ แต่ใช้วิธีจ้าง มีนิสิตฝึกงานมาทำงานแต่ให้ค่าแรง ยิ่งนักศึกษาที่เรียนธุรกิจ  
ดนตรี (Music Business) ก็มาฝึกงาน ให้เบี่ยเลี้ยงเพราะไม่ชอบใช้คนฟรี หากยังต้องการมาช่วยงาน ยิ่ง  
ต้องให้ค่าตอบแทน มีการแจกแจงการทำงาน เพราะมีหัวหน้าของแต่ละฝ่ายอยู่แล้ว คนนี้อยู่ส่วนหน้าคน  
นี้อยู่แผนกตั๋ว (Ticket) ถ้ามีตรงนี้ก็อยากให้นักศึกษาที่เรียนธุรกิจด้านดนตรี (Music Business) มีตัวใน  
ราคาต้นทุนให้ไปคิดกลยุทธ์ในการทำการตลาดว่าขายได้เท่าไร ตัดที่ต้นทุน ให้ได้ทำงานจริง ฝึกคิด  
และได้ค่าตอบแทน แล้วยังได้การประเมินผลการศึกษาด้วย

การระบุและการติดต่อประสานงานกับแหล่งของอาสาสมัครที่มีศักยภาพของงานเชียงใหม่  
แจ๊สเฟสติวัล นิสิตฝึกงานให้ค่าแรง นักศึกษาที่เรียนธุรกิจดนตรีก็มาฝึกงานกับ ให้เบี่ยเลี้ยงไม่ใช่ฟรีหาก  
เขาต้องการมาช่วยงานต้องให้ค่าตอบแทน มีการแจกแจงการทำงาน เพราะมีหัวหน้าฝ่ายของแต่ละฝ่าย  
อยู่แล้ว

การบรรยายสรุปให้อาสาสมัครหรือวางแผนการฝึกอบรมของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวัล  
การแจกแจงการทำงานโดยมีหัวหน้าฝ่ายของแต่ละฝ่ายอยู่ทั้ง ฝ่ายภาคสนาม ฝ่ายบัตรถ้ามีตรงนี้ ก็อยาก



ให้นักศึกษาที่เรียนธุรกิจดนตรี (Music Business) มีตัวในราคาต้นทุนให้เขาไปคิด กลยุทธ์ในการทำ การตลาดขายได้เท่าไร ตัดที่ต้นทุน ให้ทำงานจริง ฝึกคิด และได้คำตอบแทน

การดำเนินการประเมินความเสี่ยงในการตรวจสอบความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับอาสาสมัคร และพนักงานของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล โดยการมีการเตรียมจุดพยาบาลและรถฉุกเฉินภายใน บริเวณการจัดเทศกาล โดยขอความร่วมมือจากสถานพยาบาล

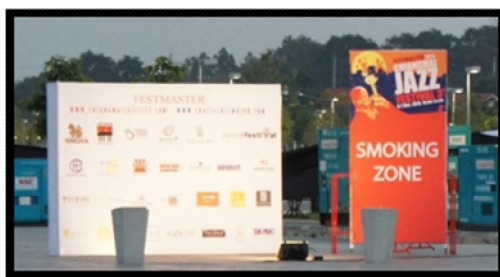
การทำประกันการบริหารความเสี่ยงและงบบสุขภาพความปลอดภัยของงานเชียงใหม่แจ๊ส เฟสตีวัล โดยทางทีมงานนั้นไม่มีการทำประกันให้ แต่จะมีการทำประกันสังคมให้ ส่วนใหญ่จะเป็นการ จ้าง ไม่ใช่คนของผู้จัดเทศกาล ซัพพลายเออร์ก็ต้องดูแลคนของตนเองไป

ใบอนุญาตการใช้สถานที่ส่วนต่างๆ ของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล ได้จากหน่วยงาน เจ้าของสถานที่เพราะเป็นการเช่าสถานที่ของศูนย์ประชุมนานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล การจัดเตรียมถังขยะและบริเวณ สูบบุหรี่พร้อมกับที่เขี่ยบุหรี่ เพื่อไม่ให้เกิดมลภาวะรบกวนผู้ร่วมงานเทศกาล ดังภาพประกอบ 93-94



ภาพประกอบ 93 ถังขยะงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล



ภาพประกอบ 94 บริเวณสูบบุหรี่พร้อมกับที่เขี่ยบุหรี่งานเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล

วีไอพีและผู้ให้การสนับสนุนของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล ในแนวคิดคือ ทุกคนเป็นวีไอพี หมด สปอนเซอร์ใหญ่อย่างผู้สนับสนุนจากบริษัทสิงห์ ไม่ได้ขออะไรเลย ขอโต๊ะแค่ 5 ตัว นักการเมืองมา ทางเทศกาลก็ไม่ได้จัดให้ เพราะมาทำให้ลูกค้าอื่นๆ อึดอัด ทางเทศกาลก็ไม่เอา จากประสบการณ์ในการ จัดงานไม่มีพิธีการ ไม่มีการเปิดงานหรือตัดริบบิ้น ตามแนวคิดสมัยใหม่สไตล์ของงานแจ๊สไม่ต้องเป็นทางการมากและสปอนเซอร์และผู้สนับสนุนก็มีแนวคิดแบบเดียวกัน

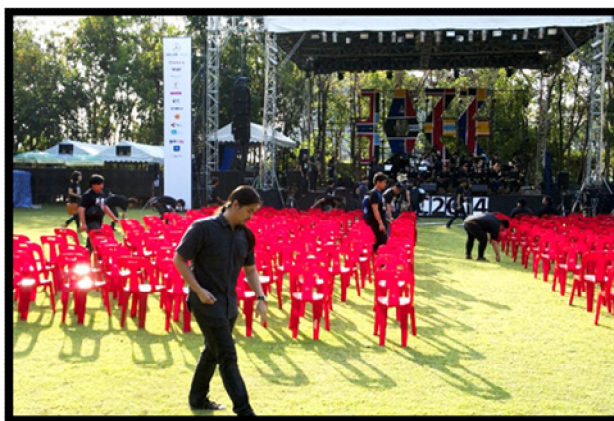


## 2. การผลิตเทศกาลไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์

ตารางการผลิตเทศกาลของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ ไม่เคยเขียนเป็นเอกสารใช้วิธีกะเกณฑ์เอาหมด เพราะรู้ว่าจังหวัดไหน ประมาณไหน ตอนนี้อย่าเพิ่งโปรโมตรออีก แล้วค่อยโปรโมตพอโปรโมตให้หยุดนิดนึงแล้วเดี๋ยวค่อยไปเริ่มใหม่ มาสเตอร์สก็ถูกแบ่งเป็น 4 สี เป็นวัน เป็นเวลา พอถึงเวลาประชุมก็แตกมาสเตอร์สก็ตอกมาเหมือนกับจากสกอร์มาเป็นพาท แล้วก็แจกให้ทุกคน ในแต่ละส่วนของตนเองที่เป็นสีของตนเอง

การกำหนดวันของเทศกาลงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ ทำหลังจากช่วงวันปีใหม่ไปแล้ว เพราะอากาศยังไม่ร้อนจนเกินเหตุ เลือกเอาสัปดาห์สุดท้ายของเดือนมกราคม ต้นเดือนกุมภาพันธ์ ช่วงวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ วันเด็ก เมื่อก่อนมีงานแค่ 3 วัน ตอนนี้นานถึง 7 วัน

การระบุและการติดต่อประสานงานกับแหล่งของอาสาสมัครที่มีศักยภาพของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ ใช้วิธีที่เรียนเอกดนตรีแจ๊สทุกคน โดยการบังคับให้มีส่วนรับผิดชอบ หน้าที่ ทุกคนต้องมีหน้าที่ แล้วก็มินิสิตจากสาขาอื่นสมัครเข้ามาทำด้วย คือใครอยากมีประสบการณ์สามารถเข้ามาร่วมทำงานในเทศกาลได้ ดังภาพประกอบ 95



ภาพประกอบ 95 การทำงานอาสาสมัครงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์

วิธีการในการจัดการอาสาสมัครในงานเทศกาลของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ สมัยก่อนเมื่อ 2 ปี 3 ปีแรก มีเวิร์คช็อปประจำกลุ่ม คือกลุ่มนี้ เรียกมาเวิร์คช็อป แล้วก็เดินทำงาน จำลองสถานการณ์จริงต่างๆ ทำอย่างนี้ เป็นเดือนเลย ก็เรียกมาที่ละกลุ่มตอนที่ไม่ได้สอนหนังสือ หลังจากนั้นกลายเป็นความรู้ที่สืบทอดๆมา เด็กๆที่เป็นหัวหน้า ก็สืบทอดความรู้เหล่านี้กับรุ่นน้อง หลังจากนั้นไม่ต้องสอน ถึงเวลาแบ่งกลุ่ม ตั้งหัวหน้าก็สามารถเริ่มปฏิบัติงานได้ วิธีการเตรียมเกี่ยวกับเรื่องความเสี่ยงต่างๆ ในการทำงานมี แต่ 2 ปีที่ผ่านมาไม่มีเครื่องปั่นไฟสำรอง เหตุเนื่องมาจากว่าไม่มีตังค์ ถึงมีตังค์ ก็ไม่ใช่ เพราะว่า ต้องเอาเงิน ไปใช้อย่างอื่น ที่สำคัญกว่า ถ้าไฟดับก็ดับด้วยกัน ไฟมาก็มาด้วยกัน



การดำเนินการประเมินความเสี่ยงในการตรวจสอบความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับอาสาสมัคร และพนักงานของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ หากงานที่เป็นงานเสี่ยงมากๆ ไม่ให้นิสิตทำเลย ยกตัวอย่าง เช่น การติดตั้งเวที ขึ้นโครงหลังคาไม่ให้ทำเลย ลดความเสี่ยงไปได้เยอะมาก เป็นเรื่องของบริษัท เวลาเรื่องของ เวลาอะไรจัดเก็บ บริษัทเป็นคนทำเพราะอันตรายมาก เตรียมการสำหรับอุบัติเหตุก็มีพยาบาล มี โรงพยาบาลอยู่แถวนี้

ใบอนุญาตการใช้สถานที่ส่วนต่างๆของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ ใช้สถานที่ภายในสถานศึกษาของสถาบัน โดยมีคณบดีฯ เป็นผู้อนุมัติในการใช้สถานที่ต่างภายในวิทยาลัย ดุริยางคศิลป์

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ โดยพื้นที่เป็นสนามหญ้า และมีผู้ชมเป็นชนชั้นระดับกลางที่มีการศึกษา ไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องความสกปรก มีการเก็บขยะทุกคืนจำนวนไม่มาก ส่วนที่เก็บเยอะที่สุด คือ ใบไม้ สำหรับห้องน้ำมีห้องน้ำให้ใช้ อย่างพอเพียงแล้วก็มีแม่บ้านดูแลห้องน้ำอยู่ตลอดเวลา มีนิสิตเดินตรวจการ เช่น คนสูบบุหรี่ในที่ไม่ควรสูบบุหรี่ ในบริเวณที่เป็นสิ่งก่อสร้างเป็นไม้ ก็มีคนคอยสั่งห้ามสูบบุหรี่ทันที

การสรุปงานโดยย่อต่อส่วนงานของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ มีการประชุมทีมงานในแต่ละฝ่ายเพื่อความเข้าใจในตารางกำหนดการที่ได้ออกแบบและกำหนดไว้อย่างละเอียดที่เรียกว่า ตารางการทำงานสเก็ท

ป้ายไปสถานที่งานเทศกาลของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ ข้างหน้ามหาวิทยาลัยนี้ติด เป็นธงญี่ปุ่น ยาวจนถึงวิทยาลัย หน้าวิทยาลัยมีป้ายใหญ่ 10 คูณ 10 เมตร เพื่อความชัดเจนของการมองเห็น ดังภาพประกอบ 96



ภาพประกอบ 96 ธงญี่ปุ่นงาน ไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์



ป้ายภายในเทศกาลของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ มีการติดตั้งไว้หมดเลยเช่น ป้ายสูบบุหรี่ ป้ายห้องน้ำ อาหาร (ศิลปิน) ในห้องมีป้ายแม้กระทั่งว่าห้องนี้ใครอยู่แล้วใครนี้มีสิทธิ์อยู่ห้องนี้ ตั้งแต่กี่โมงถึงกี่โมง พอหมดเวลา ป้ายก็ถูกเปลี่ยน แล้วก็ต้องเปลี่ยน ป้ายบอกเลยว่าให้คนเข้า-ออกได้แค่นั้น ห้องนี้เข้าได้ ห้องนี้เข้าไม่ได้และใครอยู่ห้องไหนบ้าง

การจัดการคิวของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์

ฝ่ายรักษาความปลอดภัยดูแล วันที่มีปัญหาที่สุด คือ วันศุกร์ เพราะว่าเป็นวันที่มีการเรียน การสอน ก็คือกันที่ให้ศิลปินจำนวนหนึ่งเท่านั้นเอง เท่าที่จำเป็น เพราะว่าต้องมาจอด แล้วต้องลงรถ แล้วก็เตรียมพื้นที่ไว้ให้ คือลานข้างหลังและบริเวณโดยรอบ ถ้าเป็นเสาร์-อาทิตย์มีพื้นที่จอดรถเยอะมาก วิธีซื้อตั๋วก็มีซื้อตั๋วจากวิทยาลัย แล้วก็ซื้อตั๋วจากไทยทิคเก็ตเมเจอร์ แล้วก็มีการเคาเตอร์ตั้งอยู่หน้างาน คนมีคนขายตั๋วประมาณ 3-4 ชุด ที่สามารถระบายคนได้อย่างรวดเร็ว ในช่วงที่มีคนจำนวนมาก เช่น ช่วง 5 โมงครึ่งถึงหนึ่งทุ่ม ไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องการจราจรเท่าไร เพราะว่าขายก่อนงาน กระจายขายตอนเช้าแล้วก็ขายไปตามสถาบัน ดังภาพประกอบ 97



ภาพประกอบ 97 เคาเตอร์ขายตั๋วหน้างานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์

วีไอพีและผู้ให้การสนับสนุนของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ ไม่มีการดูแลเป็นพิเศษ เวลาไม่ได้มีสิทธิมากกว่าผู้ชมท่านอื่นๆ ส่วนผู้บริหารระดับสูงบริษัทเมอซิเดส เบนซ์เอง ก็เข้ามาดูฟรีแต่ไม่มีการจัดตั้งโซฟาพิเศษแต่อย่างใด

พิธีการเปิดเทศกาลของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ ให้พิธีกรพูดคุยกับผู้ชม เกี่ยวกับความเป็นมาของงานเทศกาลสั้นๆ เล่าให้งานน่าสนใจ หลังจากนั้นเรียนเชิญอธิการบดีมหาวิทยาลัยมหิดลกล่าวเปิดงานโดยมีคำแถลงมาวางให้เพื่อเปิดงานใช้เวลาอ่าน 5 นาที จากนั้นพิธีกรก็ทำการขอบคุณท่านอธิการบดีมหาวิทยาลัยมหิดลเป็นอันเสร็จสิ้น

### 3. การผลิตเทศกาลหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล

ตารางการผลิตเทศกาลของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล ตารางการผลิตทำให้ทราบสิ่งที่จะต้องปฏิบัติได้อย่างชัดเจนและมีความเข้าใจตรงกันภายในองค์กรถึงกำหนดเวลาและวิธีการการปฏิบัติ

การกำหนดวันของเทศกาลของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล จัดในช่วงโลว์ซีซั่นคือช่วงเดือนกรกฎาคมหรือช่วงฤดูฝน เพื่อให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวและพักผ่อนในจังหวัดและ



อำเภอหัวหิน โดยได้จัดเทศกาลเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในเมืองเกิดขึ้น ทำให้ก่อเกิดผลประโยชน์ทั้งเมือง

วิธีการสรรหาอาสาสมัครของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล รับจากวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นนิสิตเอกธุรกิจด้านดนตรี จำนวน 15 คน ขอมาช่วยทำงาน หน่วยงานเมืองหัวหิน ตำรวจ สารวัตรทหาร เทศกิจและอภปร. ในการดูแลเรื่องการจัดจราจร รักษาความปลอดภัยและความสะอาดของงานเทศกาล ดังภาพประกอบ 98



ภาพประกอบ 98 เจ้าหน้าที่เทศกิจและอภปร.งานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล

การระบุและการติดต่อประสานงานกับแหล่งของอาสาสมัครที่มีศักยภาพของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล เป็นนิสิตเอกธุรกิจด้านดนตรี วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล เทศบาลเมืองหัวหิน เทศกิจ อภปร.เมืองหัวหิน และหน่วยงานราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินการประเมินความเสี่ยงในการตรวจสอบความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับอาสาสมัครและพนักงานของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล ได้มีการจัดเตรียมจุดพยาบาลและรถฉุกเฉินสำหรับเทศกาล ดังภาพประกอบ 99



ภาพประกอบ 99 จุดพยาบาลและรถฉุกเฉินสำหรับเทศกาลงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล



ใบอนุญาตการใช้สถานที่ส่วนต่างๆ ของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล ได้รับการอนุมัติจากเทศบาลหัวหินเนื่องจากเป็นสถานที่ในการดูแลของเทศบาลเมืองหัวหิน ผู้จัดไม่ต้องทำเอกสารขออนุญาตใช้สถานที่เพราะอนุมัติจากนายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน

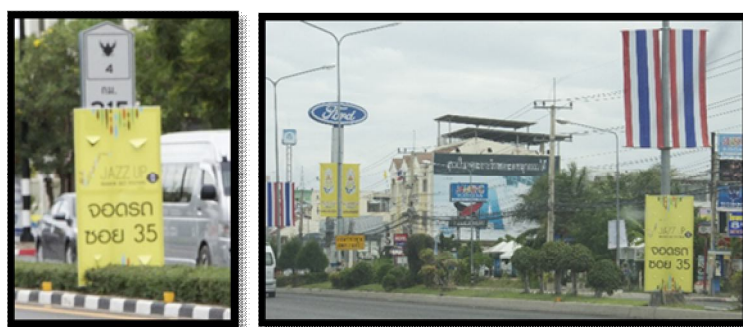
นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล ดูแลรักษาเรื่องความสะดวก ห้องน้ำบริการโดยรถสุขาเคลื่อนที่มีสถานที่เพื่อสูบบุหรี่ ดังภาพประกอบ 100



ภาพประกอบ 100 รถสุขาเคลื่อนที่และบริเวณสูบบุหรี่งานหัวหินแจ๊สเฟสติวล

การสรุปงานโดยย่อต่อส่วนงานของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล ได้มีประชุมกับหน่วยงานราชการหลักของเทศบาล จังหวัด และหน่วยงานรักษาความปลอดภัย จำนวนหลายครั้งเพื่อการจัดเตรียมการจัดงานเทศกาลหัวหินแจ๊สเฟสติวล

ป้ายไปสถานที่งานเทศกาลของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล เป็นบิลบอร์ดทางเข้าเมือง เว้นระยะประมาณ 1 - 2 กิโลเมตร ดังภาพประกอบ 101



ภาพประกอบ 101 ป้ายไปสถานที่งานเทศกาลของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล

วีไอพีและผู้ให้การสนับสนุนของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล มีการจัดสถานที่จอดรถและบริเวณที่นั่งสำหรับบุคคลวีไอพีและผู้ติดตาม

พิธีการเปิดเทศกาลของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล กล่าวรายงานจากผู้จัดการเทศบาลแล้ว กล่าวเปิดงานเทศกาลโดยนายกเทศบาลเมืองหัวหิน ดังภาพประกอบ 102





ภาพประกอบ 102 นายนพพร วุฒิกุล นายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน

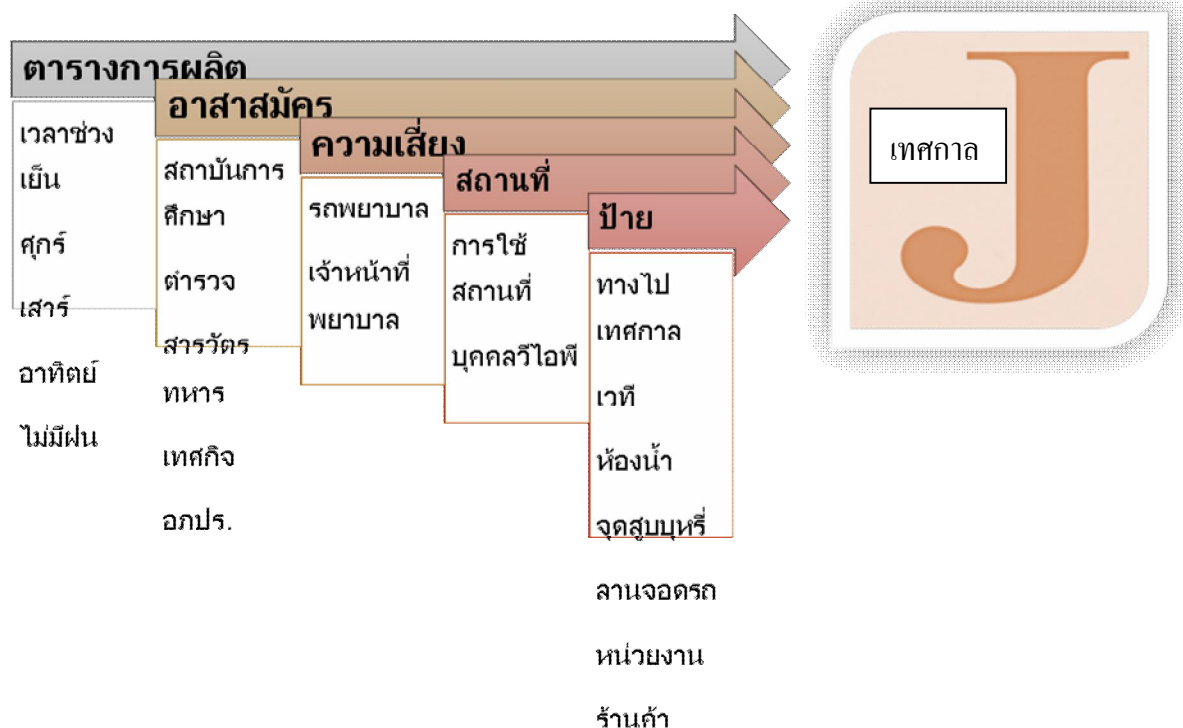
จากการศึกษาการผลิตเทศกาลของเทศกาลทั้งสามผู้วิจัยพบว่า การมีตารางการผลิตทำให้ทราบสิ่งที่ต้องปฏิบัติได้อย่างชัดเจนและมีความเข้าใจตรงกันภายในองค์กรถึงกำหนดเวลาและวิธีการปฏิบัติ แนวคิดในการกำหนดวันของเทศกาลเลือกวันหยุดสุดสัปดาห์คือ วันศุกร์เย็น เสาร์และอาทิตย์ ช่วงเดือนพิจารณาฤดูกาลที่ไม่มีฝน อากาศไม่ร้อน อยู่ในช่วงฤดูหนาว ตั้งแต่เดือนธันวาคมจนถึงกุมภาพันธ์ แต่ของหัวหินนั้นจุดประสงค์เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเวลาที่มีการท่องเที่ยวชบเซา คือช่วงฤดูฝน เดือนกรกฎาคมและสิงหาคม โดยดูจากการพยากรณ์อากาศในวันที่ไม่มีฝน วิธีการสรรหาอาสาสมัครมีการสรรหาอาสาสมัครสามารถติดต่อหน่วยงานของราชการเพื่อขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถและอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานเช่น ตำรวจ สารวัตรทหาร เทศกิจ อภปร. การระบุและการติดต่อประสานงานกับแหล่งของอาสาสมัครที่มีศักยภาพจากเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานของราชการ มีการบรรยายสรุปให้อาสาสมัครเพื่อวางแผนในการฝึกอบรมทำความเข้าใจในการปฏิบัติงานในส่วนต่างๆ โดยใช้วิธีการในการจัดการอาสาสมัครในงานเทศกาล โดยการประชุมอบรมอาสาสมัคร เพื่อให้เกิดความรู้และความเตรียมพร้อม เทศกาลมีการจัดเตรียมจุดพยาบาลและความพร้อมของรถพยาบาลเพื่อเตรียมรับเหตุการณ์ฉุกเฉินเมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉินเกิดขึ้น แต่การทำประกันการบริหารความเสี่ยงและงบบสุขภาพความปลอดภัยนั้น ทางเทศกาลไม่มีการประกันกลุ่มสำหรับทีมงานอาสา เพราะอาสาสมัครคัดเลือกจากหน่วยงานราชการที่มีการประกันสุขภาพและสวัสดิการอยู่แล้ว พร้อมทั้งทีมงานของซัพพลายเออร์ที่ดูแลทีมงานของบริษัท

สำหรับใบอนุญาตการใช้สถานที่ส่วนต่างๆ การจัดเทศกาลมีเจ้าของหรือผู้ดูแลสถานที่นั้นเป็นคณะกรรมการบริหารโครงการทำให้การใช้สถานที่ในการจัดเทศกาลไม่ต้องขอใบอนุญาต นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมให้ความสำคัญต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมโดยให้ความสำคัญต่อเรื่องความสะอาดและขยะรวมทั้งระบบสุขาที่ต้องให้เพียงพอต่อผู้เข้าร่วมเทศกาล การสรุปงานโดยย่อต่อส่วนงาน เพื่อขอความร่วมมือและแนวทางปฏิบัติ ในช่วงการจัดเทศกาล เพื่อการแบ่งหน้าที่ตามส่วนต่างๆของสถานที่

ป้ายไปสถานที่งานเทศกาล มีการจัดทำเพื่อนำทางไปสู่สถานที่งานเทศกาลเพราะเป็นสิ่งที่สำคัญ สำหรับผู้ชมที่เข้ามาร่วมงานเทศกาลส่วนมากเป็นประชากรที่อยู่นอกพื้นที่หรือเป็นนักท่องเที่ยวทำให้ไม่ทราบเส้นทางที่ชัดเจน และป้ายภายในเทศกาลเพื่อความสะดวกสำหรับผู้ร่วมงานเทศกาล มีป้ายในเทศกาลสามารถแบ่งออกเป็นสองส่วนคือ ป้ายเพื่อให้ทีมงานใช้ทำงานเช่นป้ายระบุรายละเอียด

การใช้สถานที่ เป็นการระบุตำแหน่งของทีมงาน หน่วยงาน และป้ายสำหรับผู้ชมในการหาสถานที่ต่างๆ เช่น ห้องน้ำ เวทีแสดง ร้านค้า อาหาร

การจัดการคิวในส่วนต่างๆ ในสถานที่จอดรถที่มีความเพียงพอทำให้ลดปัญหาได้ การจำหน่ายตั๋วสามารถดำเนินการจำหน่ายช่องทางอื่นก่อนงานทำให้ลดภาวะความคับคั่งของการซื้อตั๋วสำหรับวีไอพีและผู้ให้การสนับสนุน พบแนวคิดสองแบบ แนวคิดแรกคือให้งานเทศกาลเป็นรูปแบบกันเองไม่มีพิธีการเป็นการลดขั้นตอนการชมงานต่อผู้ร่วมงาน แนวคิดที่สองคือให้ความสำคัญต่อผู้สนับสนุนและบุคคลวีไอพีเพื่อการสนับสนุนในการจัดเทศกาลครั้งต่อไป หากมีพิธีการเปิดเทศกาล ดำเนินให้กล่าวรายงานจากผู้มีอำนาจสูงสุดของสถานที่



ภาพประกอบ 103 การผลิตเทศกาล

ตารางการผลิตทำให้ทราบสิ่งที่ต้องปฏิบัติได้อย่างชัดเจนและมีความเข้าใจตรงกันภายในองค์กรถึงกำหนดเวลาและวิธีการการปฏิบัติ มีการกำหนดวันของเทศกาลเลือกวันหยุดสุดสัปดาห์คือ วันศุกร์เย็น เสาร์และอาทิตย์ ช่วงเดือนพิจารณาฤดูกาลที่ไม่มีฝน อากาศไม่ร้อน อยู่ในช่วงฤดูหนาว ตั้งแต่เดือนธันวาคมจนถึงกุมภาพันธ์ แต่ของหัวหินนั้นจุดประสงค์เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเวลาที่การท่องเที่ยวชบเซาคือช่วงฤดูฝน เดือนกรกฎาคมและสิงหาคม โดยดูจากการพยากรณ์อากาศในวันที่ไม่มีฝน

การสรรหาอาสาสมัครสามารถติดต่อหน่วยงานของราชการเพื่อขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถและอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานเช่น ตำรวจ สารวัตรทหาร เทศกิจ อภปร. การระบุและการติดต่อประสานงานกับแหล่งของอาสาสมัครที่มีศักยภาพจากหน่วยงานของราชการ ตำรวจ สารวัตรทหาร เทศกิจ อภปร. จัดการประชุมบรรยายสรุปให้อาสาสมัครเพื่อวางแผนในการฝึกอบรมทำความเข้าใจในการปฏิบัติงานในส่วนต่างๆ วิธีการในการจัดการอาสาสมัครในงานเทศกาล โดยการประชุมอบรมอาสาสมัคร เพื่อให้เกิดความรู้และความเตรียมพร้อม

การเตรียมพร้อมการความเสี่ยง เทศกาลมีการจัดเตรียมจุดพยาบาลและความพร้อมของรถพยาบาลเพื่อเตรียมรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน การทำประกันการบริหารความเสี่ยงและงบบสุขภาพความปลอดภัย เทศกาลไม่มีการประกันกลุ่มสำหรับทีมงานอาสา เพราะอาสาสมัครคัดเลือกจากหน่วยงานราชการที่มีการประกันสุขภาพและสวัสดิการอยู่แล้ว พร้อมทั้งทีมงานของซัพพลายเออร์ที่ดูแลทีมงานของบริษัท

ในด้านสถานที่การจัดเทศกาลมีเจ้าของหรือผู้ดูแลสถานที่นั้นเป็นคณะกรรมการบริหารโครงการทำให้การใช้สถานที่ในการจัดเทศกาลไม่ต้องขอใบอนุญาต ให้ความสำคัญต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมเรื่องความสะอาดและขยะ รวมทั้งระบบสุขาที่ต้องให้เพียงพอต่อผู้เข้าร่วมเทศกาล จัดประชุมเพื่อขอความร่วมมือและแนวทางปฏิบัติ ในช่วงการจัดเทศกาล เพื่อการแบ่งหน้าที่ตามส่วนต่างๆ ของสถานที่

จัดทำและติดตั้งป้ายเพื่อนำทางไปสู่สถานที่งานเทศกาลเป็นสิ่งที่สำคัญเพราะ ผู้ชมที่เข้าร่วมงานเทศกาลส่วนมากเป็นประชากรที่อยู่นอกพื้นที่หรือเป็นนักท่องเที่ยว ทำให้ไม่ทราบเส้นทางที่ชัดเจนพร้อมจัดทำและติดตั้งป้ายในเทศกาลสามารถแบ่งออกเป็นสองส่วนคือ ป้ายเพื่อให้ทีมงานใช้ทำงานเช่นป้ายระบุรายละเอียดการใช้สถานที่ เป็นการระบุตำแหน่งของทีมงาน หน่วยงาน และป้ายสำหรับผู้ชมในการหาสถานที่ต่างๆ เช่น ห้องน้ำ เวทีแสดง ร้านค้า อาหาร ที่จอดรถ สถานที่จอดรถที่เพียงพอทำให้ลดปัญหาได้ การจำหน่ายตั๋วสามารถดำเนินการจำหน่ายช่องทางอื่นก่อนงานทำให้ลดภาวะความคับคั่งของการซื้อตั๋ว

การจัดการกับบุคคลวิโอพีและผู้ให้การสนับสนุนในระหว่างเทศกาล ให้แนวคิดสองแบบ แนวคิดแรกคือให้งานเทศกาลเป็นรูปแบบกันเองไม่มีพิธีการเป็นการลดขั้นตอนการขมงานต่อผู้ร่วมงาน แนวคิดที่สองคือให้ความสำคัญต่อผู้สนับสนุนและบุคคลวิโอพีเพื่อความปลอดภัยของบุคคลเหล่านั้นและเพื่อการสนับสนุนในการจัดเทศกาลครั้งต่อไป

## การจัดการการตลาดสำหรับเทศกาล

### 1. การจัดการการตลาดสำหรับเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล

การวางแผนการตลาดของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล มีการวางแผนตามนโยบายของเทศกาลที่ต้องการให้ผู้ชมได้รับชมดนตรีแจ๊สที่มีความหลากหลายและมีอาหารเครื่องดื่มพร้อมบรรยากาศที่ดีแบบเชียงใหม่

การส่งเสริมตลาดของเทศกาลของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล การส่งเสริมการตลาดก็คือพรีเซลล์ (Pre-sale) ตามกลุ่มเป้าหมาย ส่วนลด ลดได้แต่ต้องไม่มีข้อขัดแย้งเช่น คนมาในงานจะได้ส่วนลด



ก็ต้องเล่นตามเกมส์ ที่วางไว้ มันก็ไม่มีข้อขัดแย้ง บู้หลักทุกบู้ ต้องทำตามเงื่อนไขราคาตามที่วางไว้ ส่วนอันอื่น เป็นพรีเซล (Pre-sale) ก็ให้จัดการเอง เรื่องของแต่บู้ บู้ใหญ่ต้องขายตามที่กำหนด

กลยุทธ์การตลาดของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล กลุ่มเป้าหมายของ มันเป็นกลุ่มหรรษา (Niche Market) กลุ่มคนประมาณพันถึงสองพันห้า ทำยังไงถึงจะเข้าถึงได้ คล้ายเป็นลักษณะขายตรง ต้องเจาะหาเขาโดยตรง วิธีการคือ ทำเอง หาพันธมิตรดีๆ ไม่เหวี่ยงมั่ว กลุ่มที่ตรงๆ เลย ก็คือริมปีง ลูกค้าริมปีงขายดีมาก เพราะผู้ชมเห็นคุณค่าของงานเทศกาล เป็นกลุ่มที่ผ่านรสนิยมเมืองนอกมา ผ่านการฟังเพลงที่มีคุณภาพ ที่ริมปีงเปิดโมสาร์ท เปิดแจ๊ส คนเดินริมปีงชอบเพลงแจ๊สเหมือนกัน ส่วนมากเป็นคนกรุงเทพฯ ที่มาอยู่เชียงใหม่ แต่อีกหน่อยจะสร้างนักดนตรีรุ่นใหม่เป็นลูกค้า คนพวกนี้จะโตและเสพศิลปะที่หลากหลาย และให้การศึกษาคนเชียงใหม่ ยิ่งคนเชียงใหม่ก็ต้องเป็นโจทย์ ในฐานะ โปรโมเตอร์ ต้องสร้างเป็นไลฟ์สไตล์ เพราะคนเชียงใหม่เป็นคนที่มีสังคมเช่น ถ้ามีเพื่อนห้าคน มีคนหนึ่ง ฟังเพลงแจ๊ส แต่ที่เหลือเฉยๆ แต่สามารถไปด้วยกันได้ โดยที่ไม่รู้สึกแย 5 ชั่วโมง เข้ามาโดยที่ไม่รู้สึก เกรียด ว่าดนตรีแจ๊สไม่ได้ยากอยู่ที่การผสมผสานของคนจัดงาน บางคนอาจเริ่มชอบก็ไปชวนเพื่อนมาอีก สามารถกินดื่มสังสรรค์ได้และงานต้องไม่มีเรื่องการเมืองเจือปน ศิลปินที่มาจากค่ายใดก็ตาม ศิลปิน ถูกกำหนดใน 5 ชั่วโมงต้องมีแจ๊สเท่ขั้นสูงปิดท้ายในแต่ละวัน

วัตถุประสงค์การตลาดของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล ทำให้ 5 ชั่วโมงของเทศกาล ผู้ชมเข้ามาโดยที่ไม่รู้สึกเกรียด ว่าดนตรีแจ๊สยาก สามารถกินดื่มสังสรรค์ได้และงานต้องไม่มีเรื่องการเมืองเจือปน ศิลปินที่มาจากค่ายใดก็ตาม ศิลปินถูกกำหนดใน 5 ชั่วโมงต้องมีแจ๊สเท่ขั้นสูงปิดท้าย

ตราสัญลักษณ์งานเทศกาลของงาน เชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล เป็นตัวอักษรเขียนว่า “Festmaster Chiangmai Jazz Festival” ดังภาพประกอบ 104



ภาพประกอบ 104 ตราสัญลักษณ์งานเทศกาลของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล

การวางแผนการใช้สื่อของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล แผนของสื่อมีเดีย (Media) ในจังหวัด เชียงใหม่ สิ่งที่เหมาะสม (Fest Master) เลือกใช้อันดับแรกคือ บิลบอร์ด ที่จุดที่ตีมาๆ เป็นคนสร้าง ป้ายที่สื่อหาที่สุด ถ้าทำงานในงบประมาณที่มีไม่มาก เลือกใช้คอนเนคชั่นก่อน เพื่อให้จ่ายน้อยที่สุด บาง โรงแรมมีพื้นที่ที่ดี ตัวอย่างเช่นโรงแรมอโนมา ที่ตั้งกลางเมือง ไม่เคยมีคนใช้ป้ายตรงนั้น เมื่อไปเสนอทาง โรงแรมก็เห็นด้วย แต่ขึ้นป้ายไม่ได้เพราะโครงสร้างโรงแรมทำไม่ได้ ก็ยึดความปลอดภัยของทีมงานก่อน

การโฆษณาของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสติวล ใช้ป้ายเยอะที่สุด เคยทำโบรชัวร์ ไม่คุ้มและ ราคาสูง แต่ตอนนี้ห้างทำให้ ฉบับละห้าหมื่น สถานีวิทยุ ห้างก็จ่ายไปแล้ว ไม่มีการส่งจดหมาย ส่งข่าว



โดยจดหมายส่งตรง (direct mail) แต่จะส่งข่าวผ่านทางเฟสบุ๊คเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล ข้อมูลในนั้น จำนวนพันกว่าคน ไม่มีการปั่นให้ยอดสูงๆ ที่เป็นข้อมูลเท็จ

เว็บไซต์ของงานเทศกาลของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล มีเว็บไซต์ที่ใช้ชื่อ [www.chiangmaijazzfestival.com](http://www.chiangmaijazzfestival.com) ระบุรายละเอียดต่างๆ ทั้ง ผลงานที่ผ่านมา ศิลปิน ตัว ที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โลโก้เทศกาล แปรต์ของผู้สนับสนุน และมีการใช้ช่องทางเฟซบุ๊ก เพื่อการทำประชาสัมพันธ์อีกหนึ่งช่องทาง ดังภาพประกอบ 105



ภาพประกอบ 105 เว็บไซต์ของงานเทศกาลของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล

การร่วมการโปรโมชันของผู้บริโภคและการค้าระหว่างหน่วยงานของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล โรงแรมให้สถานที่เพื่อการแถลงข่าว มีการลดราคาค่าที่พักให้แก่ผู้ร่วมงานเป็นแพ็คเกจ ชาวประชาสัมพันธ์ของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล ทำเท่าที่งบประมาณไปถึง โดยใช้เฟซบุ๊ก บิลบอร์ด วิทยู ทราเวลแชนแนล ในแนวคิดเคเบิลไม่ค่อยตรง ส่วนมากฟรีทีวีจะเข้ามาถ่ายคอนเทนต์ แต่ไม่ถ่ายสปอนเซอร์จึงนำไปเคลมไม่ได้

การเก็บบันทึกการรายงานข่าวของสื่อของงานเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัล ข้อมูลกิจกรรมไว้บนเฟซบุ๊ก โดยข้อมูลภาพถ่ายงานเทศกาลเชียงใหม่แจ๊สเฟสตีวัลนั้นเก็บหมด บางที ดนตรีสีสัน เค้จะส่งมาสเตอร์มาให้ ทราวเวล แชนนอล ก็เก็บมาสเตอร์ไว้หมด แต่บางคนเห็นมีอยู่ในยูทูป ก็เก็บไว้ ให้อูเป็นเรฟเฟอร์เร้นในการทำงานปีหน้า ให้คนที่อยากดูงานที่เคยทำมา การเก็บข้อมูลเป็นดาต้า ไม่ได้เก็บในเซิร์ฟเวอร์ เพราะใช้เฉพาะบางภาพสวย คัดเฉพาะภาพสวยๆ ที่ต้องการ ไม่ได้ใช้ทั้งหมด

## 2. การจัดการการตลาดสำหรับเทศกาลไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์

การวางแผนการตลาดของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ ใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ แต่สิ่งหนึ่งที่เชื่อว่าช่วยได้มากๆ ก็คือเรื่องปากต่อปาก





การแพร่กระจายข้อมูลของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ โบรชัวร์ ใบปลิว เป็นใบ A4 โปสเตอร์มีขนาดเอ 4 พิมพ์เป็นหมื่นเลย ให้นิสิตไปแจกตามที่ต่างๆ ไปเดินแจกตามสยามบ้างอะไรบ้าง (ใช้เพื่อไว้ดูในงานว่ามีกิจกรรมอะไรบ้าง) และตามร้านอาหารและผับดนตรีแจ๊ส

เว็บไซต์ของงานเทศกาลของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ (<http://www.tijc.net>)ทุกอย่างออกแบบเอง ตารางเป็นคนทำเอง แต่มีโปรแกรมเมอร์ช่วยทำให้ โดยในเว็บไซต์มีรายละเอียดทุกอย่าง ตารางกิจกรรม ศิลปิน ตัว การเดินทาง

การร่วมการโปรโมชันของผู้บริโภคและการค้าระหว่างหน่วยงานของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ บริษัทพอร์ดี้ช่วยกระจายให้ สิ่งที่ยพยายามทำก็คือเฟซบุ๊ก รัปเพื่อนเยอะ โฆษณาผ่านเฟซบุ๊ก ก่อนงานที่โอเจซีประมาณ 2 เดือน นิสิตเอกดนตรีแจ๊สทุกคนถูกเชิญชวนให้เปลี่ยนรูปโปรไฟล์ตนเองให้เป็นโลโก้ของงาน

หนังสือแนะนำเที่ยวของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ มีเหมือนกัน ลงเหมือนกัน ส่งข่าวเหมือนกัน หนังสือท่องเที่ยวเครื่องบิน ก็มี แต่บางที ก็ได้ลงบ้าง ไม่ได้ลงบ้าง แล้วแต่คิวหรือแล้วแต่เครือข่าย

การตลาดแบบพันธมิตรของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ มีเดียพาร์ทเนอร์ โปรไฟล์เหล่านี้ โฆษณาให้มากเลย เคทซีเองงานที่โอเจซีไปโฆษณาในบัตรเครดิต แจกเป็นจำนวนล้านแผ่นทั้งปี ครั้งเดียวหลายล้านแผ่น ในหนังสือมีงานที่โอเจซีครึ่งหน้า ศิลปินพักที่ตีคมหิตลคุณภาพดีราคาไม่แพง

ข่าวประชาสัมพันธ์ของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ เดินทางไปสัมภาษณ์ตามสถานีทีวี วิทยุ หนังสือนิตยสารพูลงให้หน้า 4 สี จำนวน 4-5 หน้า

การเก็บบันทึกการรายงานข่าวของสื่อของงานไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์ ข้อมูลกิจกรรมไว้บนเฟซบุ๊ก โดยอัปโหลดลงไว้ในเฟซบุ๊กของงานเทศกาล สามารถเข้าไปดูได้ตลอด และมีในเว็บไซต์ของเทศกาลอีกด้วย

### 3. การจัดการการตลาดสำหรับเทศกาลหัวหินแจ๊สเฟสติวล

การวางแผนการตลาดของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล กิจกรรมในรูปแบบใหม่ สถานที่ใหม่ และผู้ชมที่ชื่นชอบดนตรีแจ๊สจริงๆ และคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจในเสียงดนตรีแจ๊ส โดยในครั้งนี้ได้เพิ่มความพิเศษ ด้วยการเลือกศิลปินชื่อดัง ทั้งรุ่นใหญ่ที่เป็นที่ยอมรับอยู่แล้ว และรุ่นใหม่ที่มีใจรักด้านดนตรีแจ๊สจากเวทีการประกวดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เดอะวอยซ์เดอะสตาร์เดอะ วินเนอร์ อีส และไทยแลนด์แจ๊สคอมเพทิชัน (Thailand Jazz Competition (TJC) ) มาร่วมประชันสร้างสีสันบนเวทีแห่งนี้เป็นที่แรกพร้อมด้วยระบบแสง สี เสียง ที่ได้คุณภาพ

การส่งเสริมตลาดของเทศกาลของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล ได้มีการจัดรางวัลสำหรับผู้ชมให้ 10 คนแรก แจก ห้องพักโรงแรม หรืออาจเป็น ตัวเครื่องบิน

กลยุทธ์การตลาดของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล คัดเลือกศิลปินที่เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในประเทศไทยจากเวทีประกวดทางสถานีโทรทัศน์ และดนตรีแจ๊สที่ฟังง่ายมีความสนุกเข้าถึงง่าย บัตรวีไอพีทีกเก็ตโซน (VIP ticket zone) จำหน่ายที่ไทยทิกเก็ตเมเจอร์ (Thaiticketmajor) จำนวน 200 ที่นั่งเท่านั้น ราคา 1,800 บาท บัตรไม่มีขายหน้างาน ถ้าซื้อบัตร 1 ใบ ทางผู้จัดเตรียมที่นั่งบริเวณปีตรวไอพี (Zone VIP Ticket) และเสื้อแจ๊สอัป (Jazz up) 1 ตัว พร้อมทั้งไวน์1แก้วจากเพนฟอลด์ส (Penfolds) และเครื่องดื่มจากโค้ก ดังภาพประกอบ 108





ภาพประกอบ 108 เสื้อแจ๊สอัพ

ตราสัญลักษณ์งานเทศกาลของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล ใช้โลโก้ของบริษัทว่า Jazz up Huahin Jazz Fest เป็นรูปแซ็กโซโฟนลายสี ดังภาพประกอบ 109



ภาพประกอบ 109 ตราสัญลักษณ์งานเทศกาลของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล

การวางแผนการใช้สื่อของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวลสื่อมวลชนอินเทอร์เน็ตเนชชาแนลมีเดียที่อยู่ในเมืองไทย เดอะเนชั่น บางกอกโพสต์ ฟรีทีวี ช่อง 3 ช่อง 9 ก็ให้ความสนใจ คือมีรถตู้รับส่ง มีการดูแลตั้งแต่ต้นจนจบ ให้งบประมาณในการเลี้ยงดู ปูเสื่ออย่างดี คือให้ความสำคัญ นอนโรงแรม 5 ดาว ขอบโตโยต้ามอเตอร์ไทยแลนด์ได้รถเล็กซ์สเป็นมีเดียโมบาย วิ่งทั่วเมือง วิ่งใช้รับส่งศิลปิน หนังสือพิมพ์บ้านเมือง เดอะภูเก็ตนิวส์ (The Phuket News) หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ รายการไนเอนเตอร์เทน รายการดาวกระจาย ช่องทรู (TRUE) รายการทรูอินไซด์ (True Inside)

การโฆษณาของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล ได้ทำการซื้อสื่อเช่น สื่อของบริษัททรู ทีวี หนังสือพิมพ์ วิทยุ แต่ใช้วิธีการแลกสื่อกับมีเดียพาร์ทเนอร์ ถ้าตีมูลค่าประมาณสิบหลักล้านบาท

เว็บไซต์ของงานเทศกาลของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล เฟซบุ๊กของเทศกาลชื่อว่าแจ๊สอัพหัวหินแจ๊สเฟสติวล (Jazz Up Huahin Jazz Festival) เป็นการรายงานข่าวของเทศกาลและประชาสัมพันธ์งานเทศกาล





การร่วมการโปรโมชันของผู้บริโภคและการค้าระหว่างหน่วยงานของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล ได้แก่โรงแรม โฟร์ซีซั่นโฮเทลแบงค็อก (Fourseasons Hotel Bangkok) และ อินเตอร์คอนทิเนนทอลหัวหินรีสอร์ท (Intercontinental Hua Hin Resort) เอื้อเฟื้อสถานที่ในการแถลงข่าว และโรงแรมต่างๆ ในเทศบาลเมืองหัวหินยังให้ส่วนลดและมอบเป็นรางวัลแก่ผู้ร่วมงาน

การตลาดแบบพันธมิตรของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล มีการแลกเปลี่ยนสื่อมีเดียระหว่างผู้จัดและสื่อโฆษณา ได้รับความร่วมมือด้านการตลาดจากสื่อพาร์ทเนอร์ต่างๆสามารถประหยัดงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ลงได้มากและมีประสิทธิภาพในระดับหนึ่ง ดังภาพประกอบ 110 -111



ภาพประกอบ 110 สื่อโฆษณาด้วยรถเล็กซ์



ภาพประกอบ 111 สื่อโฆษณาด้วยรถเวสป้า

ข่าวประชาสัมพันธ์ของงานหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล โตโยต้ามอเตอร์ไทยแลนด์ให้รถเล็กซ์เป็นมีเดียโมบาย วังหัวเมือง วังใช้รับส่งศิลปิน หนังสือพิมพ์บ้านเมือง เดอะภูเก็ตนิวส์ (The Phuket News) หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ รายการไนเอนเตอร์เทน รายการดาวกระจาย ช่องทรู (TRUE) รายการทรูอินไซด์ (True Inside) ป้ายประชาสัมพันธ์ที่ติดตั้งหัวเมืองหัวหิน ดังภาพประกอบ 112



ภาพประกอบ 112 ป้ายประชาสัมพันธ์งานหัวหินแจ๊สเฟสติวล

การเก็บบันทึกการรายงานข่าวของสื่อของงานหัวหินแจ๊สเฟสติวล อพโหลดข้อมูลกิจกรรมไว้บนเฟซบุ๊กของงานเทศกาล โดยสามารถเข้าไปดูได้ตลอดเวลา

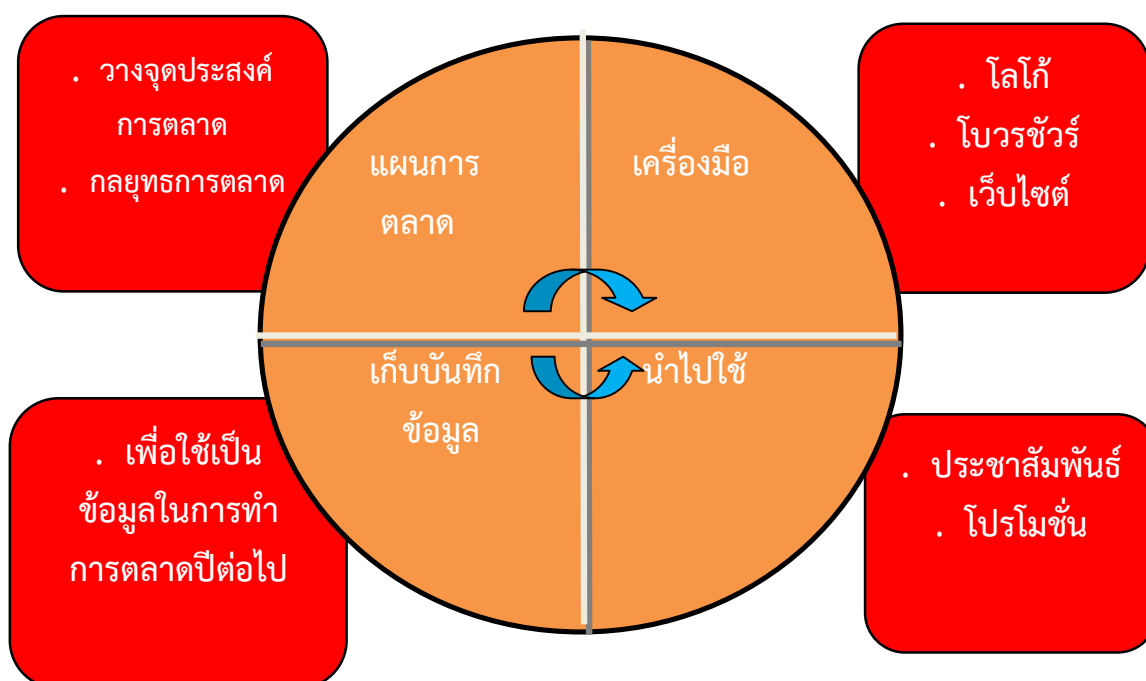
จากการศึกษาการจัดการการตลาดสำหรับเทศกาลของเทศกาลทั้งสามเทศกาล ผู้วิจัยพบว่า การจัดการการตลาดสำหรับเทศกาลมีการวางแผนการตลาดโดยวางการตลาดที่จากการประชาสัมพันธ์ ศิลปินและสถานที่พร้อมกับบรรยากาศ คุณภาพของเทศกาลที่เชิญชวนให้มาเทศกาล การส่งเสริมการตลาดนั้นมีรางวัลสำหรับผู้ชมที่มาเทศกาลและสิทธิพิเศษเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ สำหรับกลยุทธ์การตลาดนั้นเลือกขายผลิตภัณฑ์คือ ศิลปินที่มีชื่อเสียง และความพิเศษที่จะได้รับเมื่อมาสนับสนุนงานเทศกาลเพื่อที่จะได้ใกล้ชิดกับศิลปิน พร้อมทั้งความสนุกสนานในงานเทศกาล ความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ของเทศกาล มีการวางวัตถุประสงค์ของการตลาดเพื่อทำให้บรรลุเป้าหมายนั้นพบว่า ผู้จัดต้องการนำเสนอสิ่งที่ผู้ฟังจะได้รับเมื่อเข้ามาในเทศกาล ด้วยผู้จัดมีความมั่นใจในสินค้าที่เทศกาลมีเพื่อให้ผู้ชมได้รับชม

ตราสัญลักษณ์งานเทศกาลของทั้งสามเทศกาล ใช้โลโก้ของเทศกาลมีคำว่า “Jazz” (แจ๊ส) และชื่อของงานระบุอยู่บนโลโก้ เพื่อเป็นการระบุอย่างชัดเจนในประเภทของเทศกาลและตราสินค้าที่กลุ่มลูกค้าสามารถรับรู้ได้ การวางแผนการใช้สื่อแผนสื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลมีการวางแผนใช้สื่อทุกช่องทางทั้งสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ และการจัดการแกลงข่าวเทศกาล โดยเลือกใช้เครือข่ายที่ตนเองมีให้มากที่สุด การโฆษณาจัดสรรงบประมาณเพื่อการจ่ายค่าโฆษณาสำหรับส่งเสริมเทศกาล ค่าโฆษณาเพื่อส่งเสริมเทศกาลนั้นทางเทศกาลมียอดรายจ่ายจริงไม่มากนักแต่เป็นการร่วมมือของสื่อโฆษณาและจากผู้สนับสนุนที่เป็นสื่อเอง กระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์โดยการทำโบรชัวร์ไม่นิยมมากนักแต่เป็นสื่อที่สามารถทำให้ผู้ชมได้รับรายละเอียดได้เป็นอย่างดีเพราะสามารถอ่านได้อย่างละเอียด ใช้การแพร่กระจายข้อมูลจากการแจกโบรชัวร์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด โดยเลือกสถานที่และบริการที่กลุ่มผู้ฟังดนตรีแจ๊สไปใช้บริการ มีการสร้างเว็บไซต์ของงานเทศกาลเว็บไซต์เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลของเทศกาล เป็นช่องทางการเผยแพร่เทศกาลอีกทั้งยังมีการใช้เฟซบุ๊กเพื่อเป็นการทำประชาสัมพันธ์เทศกาลได้อย่างรวดเร็วและตรงกลุ่มเป้าหมายได้ จัดหาความร่วมมือในการทำโปรโมชั่น



ของผู้บริโภคและการค้าระหว่างหน่วยงานเพื่อเป็นการนำเสนอความน่าสนใจมาร่วมงานเทศกาล สำหรับหนังสือแนะนำยวนั้นเทศกาลไม่ได้รับการตอบรับที่ดีนักจากหนังสือท่องเที่ยว

การตลาดแบบพันธมิตรของเทศกาลได้ความร่วมมือด้านการตลาดจากสื่อพาร์ทเนอร์ต่างๆ สามารถประหยัดงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ลงได้มากและมีประสิทธิภาพในระดับหนึ่ง การส่งข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อการทำประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรมที่ทำให้ข้อมูลไปถึงผู้บริโภคได้ โดยรูปแบบการประชาสัมพันธ์สามารถเป็นในลักษณะที่แตกต่างกัน ตามลักษณะของสื่อที่นำไปเสนอเช่นสื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์ สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค และสื่อวิทยุโทรทัศน์ ข้อมูลด้านการรายงานข่าวมีการเก็บบันทึกการรายงานข่าวของสื่อ ไว้ใน ฐานแหล่งข้อมูลที่ผู้จัดเลือกที่นำข้อมูลข่าวต่างๆไปเก็บไว้คือ เฟซบุ๊ก และยังมี การจัดเก็บคลังภาพของเทศกาลมีการเก็บในรูปแบบข้อมูลที่บรรจุอยู่ในอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ฮาร์ดดิส แผ่นดิส นอกจากการอัปโหลดไว้บนเฟซบุ๊กแล้วยังมีอยู่บนเว็บไซต์ของงานเทศกาล



ภาพประกอบ 113 การจัดการการตลาดสำหรับเทศกาล

การวางแผนการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ ศิลปินและสถานที่พร้อมกับบรรยากาศคุณภาพของเทศกาลที่เชิญชวนให้มาเทศกาล มีการส่งเสริมการตลาดโดยมอบรางวัลสำหรับผู้ชมและสิทธิพิเศษเพื่อให้มีความน่าสนใจ ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ในการเสนอศิลปินที่มีชื่อเสียง ความสนุกสนาน

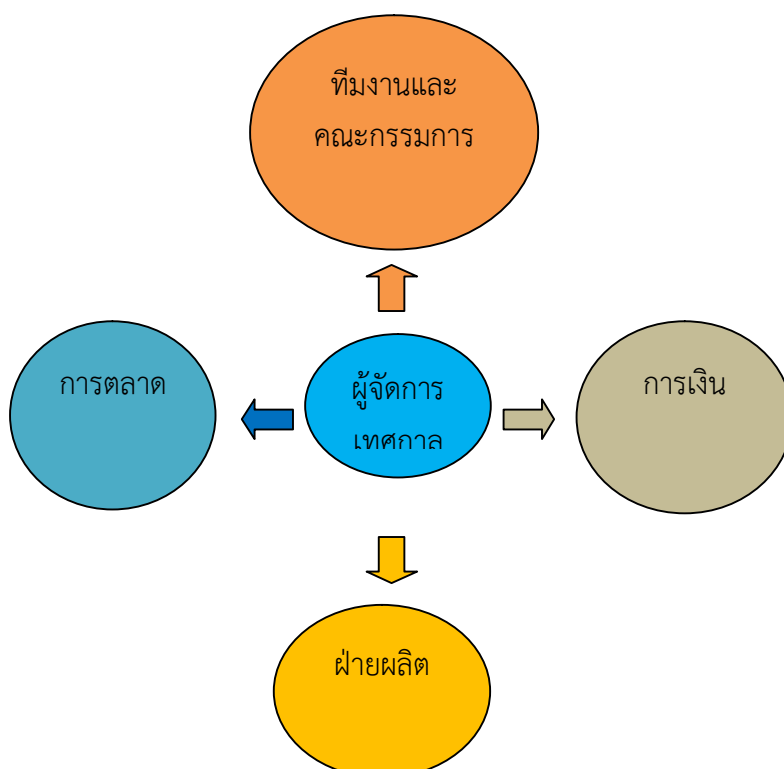


ในงาน ความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ของเทศกาล กำหนดวัตถุประสงค์การตลาดทำให้บรรลุเป้าหมาย ผู้จัดการต้องนำเสนอสิ่งที่ผู้ฟังจะได้รับเมื่อเข้ามาในเทศกาล ด้วยสินค้าของเทศกาล

โลโก้ของเทศกาลมีคำว่า “Jazz” (แจ๊ส) และชื่อของงานระบุอยู่บนโลโก้ เพื่อเป็นการระบุอย่างชัดเจนในประเภทของเทศกาลและตัวสินค้าที่กลุ่มลูกค้าสามารถรับรู้ได้ การวางแผนใช้สื่อทุกช่องทางทั้งสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ และการจัดการแถลงข่าวเทศกาล โดยเลือกใช้เครือข่ายที่ตนเองมีให้มากที่สุด เพื่อลดค่าโฆษณาเพื่อส่งเสริมเทศกาล ต้องมีการร่วมมือของสื่อโฆษณา และจากผู้สนับสนุนที่เป็นสื่อเอง การทำโบรชัวร์ทำให้ผู้ชมได้รับรายละเอียดได้เป็นอย่างดีเพราะสามารถอ่านได้อย่างละเอียด สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด

เว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลของเทศกาลเพื่อเป็นช่องทางการเผยแพร่เทศกาล ใช้เฟซบุ๊กเป็นการทำประชาสัมพันธ์เทศกาล การท่องเที่ยวในพื้นที่ร่วมจัดโปรโมชั่นสำหรับผู้เข้าร่วมงานเทศกาล ได้รับความร่วมมือด้านการตลาดจากสื่อพาร์ทเนอร์ต่างๆ ลดงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ลงและมีประสิทธิภาพโดยการประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรมที่ทำให้ข้อมูลไปถึงผู้บริโภคได้ สื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์ สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค และสื่อวิทยุโทรทัศน์ การจัดเก็บคลังภาพของเทศกาลมีการเก็บในรูปแบบข้อมูลที่บรรจุอยู่ในอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ฮาร์ดดิส แผ่นดิส อพโหลดไว้บนเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ การใช้นวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งที่ไม่น่าสนใจสำหรับผู้จัดการเทศกาล

การบริหารจัดการเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย



ภาพประกอบ 114 การบริหารจัดการเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย



การบริหารจัดการเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยสามารถแบ่งประเด็นศึกษาได้สี่ประเด็นได้แก่ การบริหารจัดการเทศกาล การบริหารการเงินงบประมาณ การผลิตเทศกาล การวางแผนการตลาด ผู้วิจัยพบว่า การบริหารจัดการเทศกาล มีการทำสัญญาจัดซื้อจัดจ้างที่ถูกต้อง จัดทำกำหนดการ กำหนดบทบาทหน้าที่ของทีมงานและคณะกรรมการ มีการประชุมก่อนและหลังการจัดเทศกาล วางแผนธุรกิจเพื่อไม่ใช้ขาดทุน มุ่งพัฒนาไปสู่ระดับภูมิภาคเอเชีย การบริหารการเงินงบประมาณมีมาตรการในการควบคุมงบประมาณมีการวางแผนการเงินตามองค์ประกอบต้นทุนการผลิต เลือกซัพพลายเออร์แบบเจาะจง ค่าตัวที่ไม่แพง เลือกผู้สนับสนุนที่เหมาะสม โดยติดแบรนดี้ให้ อีกทั้งชุมชนได้รับประโยชน์จากเทศกาล การผลิตเทศกาลมีการกำหนดวันของเทศกาลเลือกวันหยุดสุดสัปดาห์ ฤดูหนาว หรือช่วงที่ไม่มีฝน ขออาสาสมัครจากหน่วยงานของราชการที่มีความสามารถและอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานเช่น ตำรวจ สารวัตรทหาร เทศกิจ อภปร. การเตรียมพร้อมจุดพยาบาลและรถพยาบาล จัดทำและติดตั้งป้ายเพื่อนำทางไปสู่สถานที่งานเทศกาล ป้ายในเทศกาลของหน่วยงานและป้ายสำหรับห้องน้ำ เวทีแสดง ร้านค้า อาหาร ที่จอดรถ บุคคลวิไอพีและผู้ให้การสนับสนุนเป็นกันเอง การวางแผนการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ มีการส่งเสริมการตลาด การออกแบบโลโก้ของเทศกาล มีคำว่า “Jazz” (แจ๊ส) และชื่อของงานระบุอยู่บนโลโก้ วางแผนใช้สื่อทุกช่องทางทั้งสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์และการจัดการแถลงข่าวเทศกาล ใช้โบรชัวร์เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด เว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลของเทศกาลเพื่อเป็นช่องทางการเผยแพร่เทศกาล ใช้เฟซบุ๊กเป็นการทำประชาสัมพันธ์เทศกาล การจัดเก็บคลังภาพของเทศกาลมีการเก็บในรูปแบบข้อมูลที่บรรจุอยู่ในอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ฮาร์ดดิส แผ่นดิส อพท์โหลดไว้บนเฟซบุ๊กและเว็บไซต์



## บทที่ 6

### การบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

การศึกษาวิจัยการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยสามารถกำหนดแนวทางและองค์ประกอบหลักของเทศกาล โดยมีการเตรียมการอย่างถูกต้องและดำเนินการตามแผนที่วางไว้ได้ดี โดยผู้วิจัยได้วางแนวทางปฏิบัติและขั้นตอนจากการศึกษาเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยทั้ง 3 พื้นที่การศึกษา สามารถกำหนดแนวทางพัฒนาการจัดการงานเทศกาลดนตรีได้ดังนี้

1. การจัดการเทศกาล
2. การจัดการด้านการเงิน
3. การผลิตเทศกาล
4. การตลาดสำหรับเทศกาล

#### การจัดการเทศกาล

แนวคิดและแนวทางในการจัดโครงสร้างองค์การและวิธีการดำเนินงานอย่างชัดเจน ทั้งจำนวนสมาชิกของทีมงานและคณะกรรมการ บทบาทและหน้าที่ของทีมงานและกรรมการย่อย แผนนโยบายของเทศกาลขั้นตอนสำหรับการประชุมทีมงานและคณะกรรมการ

โครงสร้างองค์การที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนโดยการกำหนดตำแหน่งที่ขึ้นพื้นฐานเช่น ประธาน รองประธานกรรมการเลขาธิการเหรัญญิกประชาสัมพันธ์ การตลาดเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับความปลอดภัย สมาชิกในทีมและคณะกรรมการประสานงาน มีการจัดหาทีมงานและคณะกรรมการอย่างเฉพาะเช่น นักการเงิน นักการตลาด ประชาสัมพันธ์ ผู้มีความรู้เกี่ยวกับการค้าปลีก นักการจัดการ

การจัดเก็บรายงานการประชุมของแต่ละการประชุมทั้งหมดและหมุนเวียนที่มีวาระการประชุมที่จะเกิดขึ้น ควรเก็บไว้ในรายงานการประชุม มีความเคารพในคะแนนเสียงข้างมากในการพิจารณาถือว่าเป็นเสียงข้างมากในที่ประชุมประธานสามารถออกเสียงชี้ขาดหรือออกเสียงเพิ่มขึ้นเพื่อให้การประชุมเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เสียงของสปอนเซอร์ไม่มีผลกระทบต่อรูปแบบของการจัดเทศกาล

แผนธุรกิจสำหรับเทศกาลทำหน้าที่เป็นแนวทางปัจจุบันไปสู่การพัฒนาที่ต้องการในอนาคต โดยทั่วไปแผนธุรกิจควรให้เป็นบทสรุปของทีมและกรรมการ

วิสัยทัศน์สำหรับเทศกาล อธิบายถึงสิ่งที่พยายามให้บรรลุในระยะยาว เป็นช่วงสั้น ๆ ได้อย่างแม่นยำและสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนา เช่นเดียวกับงานเทศกาลดนตรีแจ๊ส “จาวาแจ๊ส” ของประเทศอินโดนีเซีย

พันธกิจของเทศกาลที่จะประสบความสำเร็จและเป้าหมายคือผู้ชมและความพึงพอใจของผู้ชมต่อการนำเสนอการแสดง

การกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและความเหมาะสมต้องมีการระบุไว้อย่างชัดเจนและกระชับ สามารถประเมินความสำเร็จของแต่ละวัตถุประสงค์เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เหล่านั้นได้อย่างแท้จริง เช่น สามารถเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมงานเทศกาลในแต่ละปี



งานเทศกาลมีกลยุทธ์อย่างชัดเจนของวิสัยทัศน์และพันธกิจที่จะตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์สำหรับอนาคตเช่น ความต่อเนื่องของเทศกาลการเติบโตของตัวเลขลดปัญหาเกี่ยวกับรถที่จอดรถหรือการสูญเสียสปอนเซอร์หลัก และสามารถสร้างกำไรต่อไป

รายละเอียดของผู้เข้าชมในการจัดงานเทศกาลเป็นสิ่งสำคัญมากที่ เพราะข้อมูลบางอย่างเกี่ยวกับประเภทของผู้ที่เข้าร่วมงานเทศกาล ทำให้การตลาดสามารถประสบความสำเร็จจากความเข้าใจต่อผู้เข้าชม ในรายละเอียดดังนี้

1. อายุ
2. ขนาดของกลุ่มผู้เข้าชม
3. กลุ่มครอบครัวผู้เข้าชมด้วยตัวเอง
4. ภูมิลำเนา
5. การเดินทางมาเทศกาล
6. ช่วงเวลาที่ผู้เข้าชมเลือกที่ร่วมเทศกาล

รูปแบบหลักของการจัดงานเทศกาลที่ชัดเจนในแนวดนตรีและแนวดนตรีใกล้เคียงเพื่อรักษา รูปแบบเทศกาลหลักให้ถูกต้องตามกลุ่มผู้เข้าร่วมเทศกาล มีกิจกรรมความรู้เกี่ยวข้องอย่างชัดเจนกับรูปแบบมีการสัมมนาเชิงดำเนินกิจกรรมเพื่อสวัสดิการให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของเทศกาล (นพดล ธีรธราดล, 2557: สัมภาษณ์)

การสำรวจผู้เข้าร่วมประชุมในงานเทศกาลสามารถให้ข้อมูลที่สำคัญที่สามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงการจัดงานเทศกาลในอนาคตโดยมีเงื่อนไขจะดำเนินการอย่างถูกต้อง การสำรวจควรดำเนินการทุกสามปี เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจต้องถูกสร้างขึ้นอย่างรอบคอบเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด ประเมินผลการจัดงานประเมินผลการจัดงานสามารถวัดผลลัพธ์ของงานที่สอดคล้องต่อวัตถุประสงค์และเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ข้อมูลในการตัดสินใจที่ทำให้การวางแผนมีประสิทธิภาพมากขึ้นและช่วยเพิ่มผลการจัดกิจกรรมและสปอนเซอร์ที่มีศักยภาพมากที่สุด

การประชุมหลังเสร็จสิ้นงานควรทำภายในหนึ่งสัปดาห์ของการสิ้นสุดของเทศกาลโดยสอบถามการดำเนินการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด เพื่อหารือเกี่ยวกับแง่มุมของงานเทศกาลที่ในรายละเอียดกับมุมมองที่จะแนะนำต่อการปรับปรุงในปีต่อไป และควรบันทึกเพื่อให้เรียกใช้ล่วงหน้าในปีต่อไป ข้อผิดพลาดเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ใช้หารือในรายละเอียด

### การจัดการด้านการเงิน

การวางแผนทางการเงินที่เป็นรากฐานที่สำคัญของทีมงานและคณะกรรมการ เป็นเรื่องดีที่ ทบทวนงบประมาณในแต่ละการประชุมซึ่งรายได้และค่าใช้จ่ายจะถูกตรวจสอบอย่างละเอียด

รายละเอียดงบประมาณต้องเป็นจริงและตัวเลขที่ใช้ในงบประมาณที่ต้องมีการทำงานอย่างถูกต้อง ประสบการณ์จากปีที่ผ่านมาช่วยในการตัดสินใจรายการงบประมาณของแต่ละบุคคล ในท้ายที่สุดต้องมีตรรกะที่แท้จริงสำหรับงบประมาณในการตัดสินใจตามนโยบายงบประมาณของงานเทศกาล ต้องมีนโยบายที่ตกลงอย่างเป็นทางการโดยทีมงานและคณะกรรมการที่จัดงานเทศกาลต้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่ทางการเงินกำหนด มีมาตรการในการควบคุมงบประมาณ



งบประมาณต้องมีการควบคุมมีการจัดสรรให้กับแต่ละหัวข้อมงบประมาณเมื่องบประมาณที่ถูกตั้งมาต้องมีพื้นฐานตัวเลขงบประมาณทั้งค่าใช้จ่ายและรายได้สะท้อนให้เห็นในบัญชีรายได้และค่าใช้จ่ายตามที่คาดการณ์ไว้

แยกพิจารณาต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ต้นทุนคงที่เช่นการประกันและการตลาดที่ต้องยังคงเหมือนเดิมโดยไม่คำนึงถึงจำนวนคนที่เข้าร่วม มีแบบฟอร์มการรายงานทางการเงินอย่างเป็นทางการสำหรับการใช้ในการประชุมที่ทีมงานและคณะกรรมการเหรียญหรือประธานคณะกรรมการการเงินต้องรายงานอย่างชัดเจนในแง่สถานการณ์ปัจจุบันในเรื่องรายได้และค่าใช้จ่ายในการประชุมข้อตกลงของทีมงานและคณะกรรมการที่เกิดจากการรายงานทางการเงิน

การควบคุมใบเสร็จรับเงินและการชำระหนี้ การบันทึกรายการ ควบคุมที่รายละเอียดของใบเสร็จรับเงินทั้งหมดและการชำระหนี้สิ่งเหล่านี้ควรได้รับการปรับปรุงบ่อยที่สุดในกรณีที่มีรายได้เงินสดเช่นตัวสามารถให้ตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าทุกใบเสร็จรับเงินดังกล่าว ยื่นไปยังบัญชี (เช่นจำนวนบัตรตรงกับจำนวนเงินที่เก็บได้) ค่าใช้จ่ายทั้งหมดควรเห็นได้จากเอกสารที่ (เช่นใบแจ้งหนี้) และชำระหนี้ด้วยเช็คหรือโอนเงินผ่านธนาคาร สำหรับการชำระหนี้ให้เป็นอำนาจลงนามภายใต้กฎระเบียบ

ความสำคัญของใบเสนอราคาจากซัพพลายเออร์สามารถทำให้เทศกาลพิจารณาความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายต่อคุณภาพที่ต้องการได้ จากการเลือกซัพพลายเออร์ที่เทศกาลพิจารณาในความเหมาะสมต่อคุณภาพในการจัดเทศกาล

นโยบายตัวเพื่อการตัดสินใจเรียกเก็บค่าบริการสำหรับการเข้าชม โดยมีวิธีการที่โดยทั่วไปในการกำหนดค่าใช้จ่าย ให้เหมาะสมกับค่าใช้จ่ายเทศกาลและเพิ่มไปในระดับความต้องการของกำไรรูปแบบนี้ใช้ทุนขั้นต้นหารด้วยจำนวนคนที่คาดว่าจะซื้อตั๋ว หรือหารราคาค่าเข้าชมจากการกำหนดตัวเลขจากเทศกาลที่คล้ายกัน แต่ตัวเลขนี้จะไม่สะท้อนการเงินที่แท้จริงในงบประมาณของเทศกาล ข้อควรระวังในการกำหนดราคา ถ้าเป็นราคาที่ต่ำมากก็สามารถเพิ่มความน่าสนใจของผู้เข้าชมและมีศักยภาพกว่าการกำหนดราคาที่สามารถสร้างความคาดหวังที่ไม่สมจริงสำหรับผู้เข้าชม

การหาผู้สนับสนุนสิ่งแรกที่ทีมงานและคณะกรรมการ ควรให้ความสำคัญคือการให้การสนับสนุน โดยทั่วไปผู้ให้การสนับสนุนคาดว่าจะได้รับผลประโยชน์บางอย่างในการตอบแทนสำหรับการสนับสนุนโดยทั่วไปสปอนเซอร์ต้องพิจารณาว่าการมีส่วนร่วมในเทศกาลสามารถให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าการใช้จ่ายเงินจำนวนเดียวกันในการโฆษณา เทศกาลมีข้อเสนอต่อสปอนเซอร์ที่เหมาะสมสำหรับการให้การสนับสนุน เช่น สถานที่ที่ดีสำหรับป้ายการแพร่กระจายของโบรชัวร์เทศกาลในพื้นที่ตลาดเป้าหมายที่กำหนดไว้ต่อสปอนเซอร์อย่างมีประสิทธิภาพเทศกาลมีชื่อเสียงแพร่หลายในระดับชาติ มีการรายงานข่าวของการเปิดตัวของเทศกาลทางโทรทัศน์และวิทยุ

ความเหมาะสมในการเสนอการให้การสนับสนุน ตรวจสอบชื่อที่ต้องการในการขอการสนับสนุนทั้งหมด ตรวจสอบให้แน่ชัดว่ามีการสะกดคำที่ถูกต้องของชื่อโดยมีข้อมูลและข้อเสนอแนะรายละเอียดข้างต้น จดหมายควรครอบคลุมไม่เกินหนึ่งหน้า ย่อหน้าแรกควรเป็นที่น่าสนใจของผู้สนับสนุนอาจมีข้อเสนออื่น ๆ เนื้อหาของเอกสารข้อเสนอควรระบุภูมิหลังที่สั้นมากของเทศกาลวัตถุประสงค์ของการจัดงานเทศกาลและวิธีการการดำรงอยู่มาได้หลายปีจำนวนผู้เข้าชมในปีก่อนหน้า รายละเอียดของผู้เข้าชมรายละเอียดผู้เข้าชมกับรายละเอียดการตลาดที่มีประสิทธิภาพสำหรับสปอนเซอร์นำเสนอสปอนเซอร์ในแง่ที่ชัดเจนถึงเงินทุนที่กำลังมองหาหรือผลประโยชน์ในรูปแบบที่ต้องการ โดยผ่านที่ประชุมก่อนที่นำเสนอ





## การผลิตเทศกาล

ส่วนที่สำคัญในการบริหารความเสี่ยงโดยการประกันสุขภาพเพื่อความปลอดภัยของกิจกรรมการดำเนินงาน ได้มีการเตรียมความพร้อมที่มีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยงอันเนื่องมาจากปัญหาการดำเนินงานที่ผิดพลาด

ส่วนสำคัญมากคือตารางการผลิตเทศกาลควรใส่ตารางเวลา สถานที่ของทุกช่วงเวลาที่คุณคิดว่าถูกต้องออกมาให้กับทีมและกรรมการ ช่วยให้ได้รับลำดับที่ถูกต้องต่อความต้องการที่หลากหลายสำหรับเทศกาลในสถานที่และในเวลาที่เหมาะสม สำหรับรายละเอียดรายการของงานกับเวลาเริ่มและหยุดในการตั้งค่าของอุปกรณ์ การโหลดเข้ารายละเอียดโหลดออก ให้นำเสนอในรูปแบบของแผนภูมิแกนต์ที่แสดงเวลากิจกรรมสถานที่และความรับผิดชอบ โดยข้อดีของการใช้แผนภูมิแกนต์คือ สามารถสรุปโครงการหรือตารางกิจกรรม เป็นสื่อสารและเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการควบคุม (โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับอาสาสมัคร)

การกำหนดวันของเทศกาลนั้น เป็นวันสำคัญในระหว่างปีโดยที่ช่วงเวลาการดำเนินการที่สำคัญบางอย่างต้องได้รับการดำเนินการ ความล่าช้าและบกพร่องของการกำหนดวันที่เหล่านี้อาจทำให้ขาดความสำเร็จในการจัดงานเทศกาล เช่น การให้การสนับสนุนในสถานที่ การเพิ่มกองทุน การจองฮอลล์สำหรับคอนเสิร์ตการใช้งานแกรนท์หรือกำลังอยู่ระหว่างการทำการตลาด วงดนตรีที่จอง การพิมพ์โบรชัวร์รูปแบบรายการ

ฐานข้อมูลรายชื่อเป็นสิ่งสำคัญมากในแง่ของตลาดในแง่ทั่วไปทั้งนี้ ฐานข้อมูลควรมีชื่อและที่อยู่สำหรับกลุ่มต่อไปรายชื่อองค์กรท้องถิ่นที่เป็นประโยชน์สปอนเซอร์ที่มีศักยภาพผู้เข้าชมเทศกาลก่อนหน้าบริการท้องถิ่นและสื่อที่ติดต่อสำหรับทุกคน แต่ฐานข้อมูลผู้เข้าชมเทศกาลก่อนหน้าควรมีรายละเอียดในเรื่องที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์มือถือและอีเมล

กลยุทธ์ในการสรรหาอาสาสมัครอาสาสมัครมีบทบาทสำคัญในการทำงานเทศกาลและกิจกรรมมากมาย ในหลายกรณีที่อาสาสมัครเป็นกลุ่มที่ติดต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน ทีมงานและคณะกรรมการต้องมองงานเทศกาลเพื่อระบุช่วงของงานที่ต้องทำและวางแผนเพื่อให้ตรงกับอาสาสมัครที่มี การวางแผนที่เหมาะสมเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนการคัดเลือก ควรทำแบบฟอร์มใบสมัครอาสาสมัครโดยระบุรูปแบบที่ต้องการจะมีส่วนร่วมความสามารถและทักษะที่มี การเลือกอาสาสมัครต้องเลือกอย่างระมัดระวัง ต้องได้รับการฝึกอบรมที่เหมาะสม ได้รับแนวทางในสิ่งที่จะประสบความสำเร็จและวิธีการที่ความพยายามมีส่วนร่วมในงานเทศกาลผลตอบแทนที่ได้รับที่เหมาะสมได้รับการกระตุ้นอย่างเหมาะสมและได้รับการปฏิบัติตามกฎหมายที่เหมาะสม

การระบุและการติดต่อประสานงานกับแหล่งของอาสาสมัครที่มีศักยภาพอาสาสมัครที่รวบรวมจากความหลากหลายแหล่งที่มาเห็นได้ชัดว่าประเภทของงานเทศกาลส่งผลกระทบต่อประเภทแหล่งที่มาของอาสาสมัคร เช่นอาสาสมัครที่เกี่ยวข้องกับองค์กรเพื่อนญาติ หรือคนรู้จักนักเรียนจากมหาวิทยาลัยที่อยู่ในหลักสูตรการบริหารจัดการหรือการท่องเที่ยว สามารถได้รับประสบการณ์ในการทำงานเทศกาลและกิจกรรมโดยเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอน ข้อได้เปรียบที่ดีของการทำงานร่วมกับกลุ่มที่มีโครงสร้างและความสัมพันธ์ที่ดีภายในกลุ่มเช่น กลุ่มสโมสรไลออนส์กลุ่มหอการค้าสโมสรกีฬาท้องถิ่นหรือองค์กรชุมชน ส่วนหนึ่งของผู้ให้การสนับสนุนที่สำคัญ เป็นข้อตกลงการให้การสนับสนุน



จากสปอนเซอร์ โดยการตกลงที่เทศบาลมีพนักงานชั่วคราวที่มีความหลากหลายของทักษะรวมทั้งการบริหารจัดการทางการเงินและการตลาด

วางแผนการฝึกอบรมบรรยายสรุปให้อาสาสมัครระยะเวลาสั้น ๆ ของกิจกรรมการฝึกอบรมอาสาสมัคร โดยจัดกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในการทำงานภายใต้การดูแลของผู้จัดการ หรือผู้บังคับบัญชา สิ่งสำคัญให้ทำการบรรยายสรุปการจัดงานในการเป็นอาสาสมัครการบรรยายสรุปทำให้เกิดความกระตือรือร้นต่ออาสาสมัคร อาสาสมัครควรได้รับรายละเอียดงานเพื่อให้เข้าใจในสิ่งที่คาดหวังเป็นประสบการณ์ที่คุ้มค่า โดยการบรรยายสรุปเพื่ออาสาสมัครต้องเป็นพื้นฐานเกี่ยวกับเทศบาล ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาชิกในทีมงานที่สำคัญและอาสาสมัครอื่น ๆ ให้สรุปความรับผิดชอบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของผู้เข้าชมและผู้เข้าร่วมงานและกลไกการปฏิบัติสำหรับปัญหาเร่งด่วนวิธีการช่วยเหลือและลำดับของผู้รับผิดชอบในกรณีฉุกเฉิน ให้ทราบข้อมูลรายละเอียดโดยเน้นทางออกฉุกเฉินจุดสูชาอาหารและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ การเข้าถึงสำหรับผู้พิการและยานพาหนะฉุกเฉินปัญหาการจัดการฝูงชนการดำเนินการเปิดและปิดของทางออกเพื่อให้มั่นใจว่าทางออกฉุกเฉินเปิดตลอดการจัดงาน วิธีการช่วยเหลือดูแลประชาชนผู้ชมหรือผู้เข้าร่วมมีอัตราภัยดีถ้าเป็นไปได้ควรเตรียมการเขียนบรรยายสรุปตั้งข้อสังเกตสำหรับอาสาสมัครสามารถนำมาใช้ได้

ดำเนินการบรรยายสรุปการประชุมสำหรับการให้บริการที่สำคัญและหน่วยงานสำคัญที่สุดในการจัดงานเทศบาล คือ ตำรวจ ผู้มีอำนาจในท้องถิ่น ผู้บริการไฟฟ้า โรงพยาบาลท้องถิ่นและบริการรถพยาบาลกู้ภัย

ป้ายบอกทางไปงานเทศกาลหรือเว็บไซต์ของสถานที่ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อประชาชนในท้องถิ่นได้รับการบอกรับน้อยที่สุดการจราจรในท้องถิ่น ความแข็งแรงของป้ายที่การได้รับอนุญาตตามเขตเทศบาล ให้ใช้วันทีวันเดือนครั้งชื่อแบรนด์หรือโลโก้บนป้าย ในบางกรณีอาจขออนุญาตจากเทศบาลที่วางป้ายบอกทาง

ป้ายภายในเทศบาลมีความง่ายในการอ่านรายละเอียดของเทศกาล สำหรับผู้เข้าชมทุกคน เพื่อหาเส้นทางโดยรอบงาน โดยทำระบบป้ายเป็นส่วนงานสำหรับ จุดประสานงาน จุดคณะกรรมการ เป็นพลาสติกแผ่นแข็งต้องพิจารณาป้ายสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในงานเทศกาลเช่น ออกจากที่จอดรถไปงานเทศกาลหลัก ไปพื้นที่จัดกิจกรรมเส้นทางกลับไปยังที่จอดรถทั้งหมดบุธต์ค่าเข้าชมบุธต์ข้อมูลสำนักงานจัดงานการปฐมพยาบาล ห้องน้ำ อาหารและเครื่องดื่มจุดน้ำดื่มตู้เอทีเอ็มจุดนัดพบ

การจัดการกับบุคคลวีไอพีและผู้ให้การสนับสนุนในระหว่างเทศกาลวีไอพีมักได้รับเชิญไปเปิดงานเทศกาลต้องได้รับการปฏิบัติด้วยความเคารพที่จอดรถเฉพาะรถช่างทางเข้าเวทีเทศกาล เป็นที่แนะนำสำหรับวีไอพีและผู้สนับสนุนให้จัดผู้ดูแลสำหรับวีไอพีให้สำเนาของโปรแกรมของเทศกาลจากนั้นพาไปยังแผนกต้อนรับส่วนหน้าให้ทำการแนะนำผู้เกี่ยวข้องในเทศกาล ประธานการจัดงานและวีไอพีอื่น ๆ และรับเครื่องดื่ม พาไปที่ที่จะเปิดอย่างเป็นทางการ (เจษฎา ดวงแก้ว, 2557: สัมภาษณ์)

ผู้ให้การสนับสนุนควรได้รับการอำนวยความสะดวกต้องได้รับการต้อนรับโดยประธานเทศบาลเมื่อเดินทางมาถึงตระหนักถึงความต้องการของผู้ให้การสนับสนุนการประชาสัมพันธ์และไม่ลืมที่มีการถ่ายภาพถ้าเป็นไปได้จัดให้ผู้ให้การสนับสนุนที่จะกลับไปพบกับศิลปิน

ในการจัดการพิธีเปิดแบบเป็นทางการ ให้ตั้งความคาดหวังที่ดีของผู้เข้าร่วมงานทั้งหมด ต้องสร้างความประทับใจการนำเสนออย่างมืออาชีพโดยพิธีกร



ลักษณะขั้นตอนสำคัญของรูปแบบคือ ปัญหาด้านความปลอดภัยต้องเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่นึ่งทุกคนต้องมีบัตรชื่อวีไอพีทั้งหมดผู้สนับสนุนและคนอื่นๆ ที่อยู่บนเวทีสำหรับการเปิดอย่างเป็นทางการ แสงในสถานที่ที่เพียงพอ แทนที่เหมาะสมกับไมโครโฟนพื้นเวทีควรมีความครอบคลุมที่เหมาะสม ติดตั้งแบนเนอร์สำหรับสปอนเซอร์หลักอย่างเรียบร้อย บันไดชุดที่สองควรให้ออกทางด้านหลังของเวทีเพื่อกรณีฉุกเฉินดังนั้นต้องมีผู้จัดการเวทีที่ครอบคลุมเวที การกล่าวสุนทรพจน์และเปิดอย่างเป็นทางการรวมสูงสุด 30 นาที

### การตลาดสำหรับเทศกาล

ความสำคัญที่ไม่ควรมองข้ามของประสิทธิภาพการตลาดของงานเทศกาล การตลาดที่ไม่ประสบความสำเร็จ ไม่สามารถคาดหวังจำนวนที่เพียงพอของผู้เข้าชมที่สนใจเทศกาลดังนั้นเป็นเรื่องสำคัญที่งานเทศกาลควรมีการวางแผนการตลาด

การวางแผนการตลาดเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ที่มีการวางแผนการตลาดขั้นพื้นฐานสำหรับงานเทศกาล การปรับปรุงประจำปีของแผนการตลาดทำให้ปีต่อไปสามารถทำงานได้ง่ายขึ้นและตัวแปรสี่ตัวที่ใช้ในการวางแผนการตลาดมีดังนี้

1. สินค้าคือ เทศกาลหรือกิจกรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ตั้งคนที่เกี่ยวข้องและประสบการณ์ที่ผู้เข้าชมได้รับ
  2. ราคาคือ สิ่งที่คุณคิดค่าบริการที่จอดรถโปรแกรมอาหารและเครื่องดื่ม
  3. โปรโมชันคือ การกระทำที่ใช้ในการดึงดูดผู้เข้าชมงานเทศกาล
  4. สถานที่ ที่ทำอะไรให้ผู้ที่มีความสนใจจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับงานเทศกาลโบรชัวร์
- บริการข้อมูลการท่องเที่ยว

จุดมุ่งหมายของส่วนประสมทางการตลาดของ "4Ps" คือเข้ามาร่วมงานเทศกาล ในแต่ละตัวแปรเหล่านี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ สามารถเพิ่มราคาของตัวหรือเปลี่ยนสินค้าโดยการขยายงานเทศกาลโดยหนึ่งในวันพิเศษ สามารถเปลี่ยนวิธีการที่ส่งเสริมเทศกาลโดยการโฆษณาในวิทยุท้องถิ่น สามารถเปลี่ยน 'สถานที่' ด้วยส่งอีเมลไปยังผู้ที่เข้าร่วมงานเทศกาลในปีที่แล้ว แต่การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ที่ระบุไว้ข้างต้นสามารถมีผลในการจัดงานเทศกาลและการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบก่อนที่ทำการเปลี่ยนแปลง

รายละเอียดของผู้เข้าชมที่มีอยู่เพื่อการจัดงานเทศกาลสิ่งสำคัญคือข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของผู้ที่เข้าร่วมงานเทศกาล การตลาดที่ประสบความสำเร็จเกิดจากความเข้าใจที่ถูกต้องของผู้เข้าชม เป็นที่ที่อยู่อาศัยและการพักผ่อนที่มีความต้องการ ความพยายามตอบสนองจากการประเมินผลในการจัดงาน

สมมติฐานในการสนับสนุนตลาดของเทศกาลแผนการตลาดสำหรับเทศกาลต้องอยู่บนพื้นฐานสมมติฐานที่ดีเช่น ผู้ให้การสนับสนุนทุกคนให้การสนับสนุนที่ดี มีโรงแรมท้องถิ่นร่วมมือกับเทศกาลในแคมเปญโฆษณาาร่วมกันเทศกาลมีสื่อพันธมิตร

กลยุทธ์การตลาดที่จำเป็นคือแผนการตลาดรายละเอียดของผู้เข้าชมที่มีการวิเคราะห์สถานการณ์สมมติฐานของการทำงานกลยุทธ์การตลาดควรพิจารณาในประเด็นต่อไปนี้การวางตำแหน่งของเทศกาล อาจเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่เป็นเกมการแข่งขันมีตลาดเป้าหมายสำคัญ มีนโยบายการกำหนดราคา การหาพันธมิตรกิจการเทศกาลกำหนดวัตถุประสงค์การตลาด



โลโก้ของเทศกาลเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างตราสินค้าของเทศกาลและการพัฒนาโลโก้ต้องถูกต้องเพราะการเปลี่ยนแปลงหลังจากที่เริ่มต้นเป็นเรื่องที่ยากโลโก้ควรแสดงเกี่ยวกับงานเทศกาลและต้องมีความสัมพันธ์เชื่อมต่อกับทีมคณะกรรมการหรือองค์กรของเทศกาลสามารถทำสำเนาบนวัสดุที่แตกต่างกันได้เช่นการพิมพ์เสื้อยืดหมวกป้าย ฯลฯ ใช้ในทุกส่วนประกอบทั้งการโฆษณาแบนเนอร์โปสเตอร์

การตลาดและการประชาสัมพันธ์การวางแผนใช้สื่อแผนสื่อเป็นแผนโฆษณาที่ต้องซื้อทั้งหมดแสดงให้เห็นชัดเจนของการกระจายของสื่อแผนสื่อให้ภาพรวมของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ จำนวนค่าใช้จ่ายประเภทและความเข้มข้นของการโฆษณาและกิจกรรมการตลาด

การจ่ายค่าโฆษณาเพื่อส่งเสริมเทศกาลจำเป็นต้องพิจารณาว่าการโฆษณาควรวางโดยทีมคณะกรรมการ มีการใช้งานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในความเป็นไปได้ของเวลาและโอกาสในการโฆษณา สำหรับงานเทศกาลเช่น วิทยุระดับชาติวิทยุท้องถิ่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สิ่งสำคัญที่สุดในการโฆษณาคือ ข้อความที่ชัดเจนและสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับวิทยุหรือการโฆษณาทางทีวีที่必须有ความชัดเจนคือ รายละเอียดเกี่ยวกับงานเทศกาล สถานที่ เวลา ค่าใช้จ่ายหรือราคาตัว

โบรชัวร์งานเทศกาลส่วนใหญ่ มีการพิมพ์สองลักษณะคือโบรชัวร์ล่วงหน้าทั่วไปหรือไปปลิว และแผ่นพับรายละเอียดเกี่ยวกับโปรแกรมในสองสัปดาห์ล่วงหน้าของเทศกาล จุดที่มีความสำคัญคือโบรชัวร์หรือแผ่นพับต้องเขียนกับจุดประสงค์ของงานเทศกาลที่มีศักยภาพต่อผู้เข้าชม และข้อมูลที่สำคัญต่อผู้ร่วมงานเช่น สถานที่จอดรถ เว็บไซต์ สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกสภาพอากาศเปียก

การแจกโบรชัวร์นั้น สำนักงานบริการข้อมูลการท่องเที่ยวสามารถกระจายได้หลายพันเล่ม การเริ่มต้นกระจายโบรชัวร์ควรให้สำคัญและควรพิจารณาอย่างจริงจัง การออกโบรชัวร์สำหรับเทศกาลสองครั้ง โบรชัวร์ล่วงหน้าให้รายละเอียดโปรแกรมและออกแบบเพื่อสร้างความสนใจล่วงหน้า โบรชัวร์นี้ควรออกกระจายในพื้นที่ 4-6 สัปดาห์ล่วงหน้า โบรชัวร์รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดโปรแกรมควรออกไม่เกินสองสัปดาห์ล่วงหน้า ควรไหลเวียนโบรชัวร์ผ่านสำนักงานบริการข้อมูลการท่องเที่ยวและสถานที่ต่างๆ ภายในรัศมี 30 กิโลเมตรจากสถานที่จัดงาน

ฉะนั้นการหาใบเสนอราคาสำหรับโบรชัวร์และไปปลิวที่เหมาะสมสามารถทำให้งบประมาณจัดสรรได้อย่างมีประสิทธิภาพ แผ่นพับโบรชัวร์เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้รับจำนวนมากมีการตัดสินใจว่ามีความต้องการเข้าร่วมงานเทศกาลหรือไม่ โบรชัวร์ต้องมีความน่าสนใจมีการเชิญชวนอย่างชัดเจนและต้องมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดการออกแบบที่ดีเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญคือนักออกแบบลิขสิทธิ์ภาพที่ใช้ในโบรชัวร์ทั้งหมดต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของเพื่อใช้ในการทำสำเนาสำหรับงานเทศกาลการออกแบบมีความน่าชวนเชิญแก่ผู้รับที่จะเปิดดู การออกแบบมาไม่ดีเช่นปกหน้าเบื่อกับรูปถ่ายที่ไม่ดีไม่เป็นผลดีสำหรับงานเทศกาลชื่องานสถานที่เขตและวันที่ต้องปรากฏอย่างชัดเจนบนหน้าปก โบรชัวร์สำหรับการจัดจำหน่ายในต่างประเทศจะต้องมีคำว่า Thailand (ไทยแลนด์)

การเผยแพร่โบรชัวร์งานเทศกาลในการจัดงานสิ่งที่เหมาะสมโดยทั่วไปของโบรชัวร์แผ่นพับควรมีสมาชิกที่พกภายในรัศมี 30 กม ศูนย์หรือสำนักงานบริการข้อมูลการท่องเที่ยว ผู้ให้การสนับสนุนรายชื่อสื่อ เรือข้ามฟากที่ท่าเรือและสนามบินหอการค้า



เว็บไซต์งานเทศกาลกลายเป็นหนึ่งในวิธีที่สำคัญของการตลาดสำหรับสินค้าและบริการ การท่องเที่ยว เพราะกิจกรรมที่นิยมมากที่สุดในอินเทอร์เน็ตเกี่ยวข้องกับการค้นหาข้อมูลและบริการออนไลน์เช่น การหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการการเดินทางและที่พัก

เว็บไซต์ที่ดีกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญเพื่อส่งเสริมการขายสำหรับเทศกาลและกิจกรรมมากมาย ประเด็นสำคัญที่ควรพิจารณา สิ่งที่กำลังพยายามจะประสบความสำเร็จกับเว็บไซต์และใครเป็นเป้าหมายผู้ใช้งาน โดยจุดที่สำคัญในเรื่องการออกแบบเว็บไซต์คือ ใช้งานง่าย จำนวนเพียง 4 ส่วน 5 หน้า ของเว็บไซต์พอสำหรับความต้องการ โดยใช้พื้นสีขาวเพราะทำให้ข้อมูลที่อ่านได้ง่ายให้หลีกเลี่ยงป้ายกล่องไฟกระพริบมีระบบนำทางที่ตรงไปตรงมาจากหน้าหนึ่งไปยังอีกหน้าหนึ่ง สำหรับเมนูหลักต้องมองเห็นได้ในทุกหน้าทำให้การนำไปสู่ข้อมูลค่อนข้างง่ายสำหรับผู้ใช้งานเพราะในเวลาประมาณเพียง 15 วินาทีที่ผู้เข้าชมเว็บไซต์เป็นครั้งแรกจะตัดสินใจว่าจะอยู่กับเว็บไซต์หรือย้ายไปยังอีกที่หนึ่งลักษณะตัวอย่างที่ดีของชื่อที่อยู่เว็บไซต์ “chiangmaijazzfestival.com” และให้มีการตรวจสอบเว็บไซต์ให้แน่ใจว่ามีการปรับปรุงก่อนเผยแพร่แคมเปญการตลาด (อัครพงษ์ ธนกุลกิจ, 2557: สัมภาษณ์)

การออกแบบเว็บไซต์ เว็บไซต์ต้องลงทะเบียกับเครื่องมือค้นหาต่างๆ สำหรับเว็บอื่น ๆ ที่มีความต้องการสามารถหางานเทศกาลหรือเว็บไซต์งานในการออกแบบควรออกแบบเว็บไซต์สิ่งสำคัญคือ การตรวจสอบเป็นประจำว่าเครื่องมือค้นหาที่ลงทะเบียนยังสามารถค้นหาเว็บไซต์ได้มีการส่งเสริมเว็บไซต์ของเทศกาลโดยวางที่อยู่เว็บไซต์ในทุกเทศกาลบริเวณที่โดดเด่นมีการพิมพ์ในนามบัตรเพราะสามารถแจกจ่ายได้อย่างแพร่หลาย

การเสนอในหนังสือท่องเที่ยวควรส่งรายละเอียดงานเทศกาลและคำแนะนำเพื่อการท่องเที่ยวประจำปีสำหรับผู้สนใจเข้าร่วมงาน อาจใช้พื้นที่ในร้านหนังสือ ร้านกาแฟ ร้านอาหารหรือผับดนตรีแจ๊ส สามารถขอความร่วมมือด้านการตลาดโดยพัฒนาความร่วมมือทางการตลาดกับโรงแรมท้องถิ่นหรือเกสต์เฮาส์ที่มีการโฆษณาทางวิทยุสำหรับเทศกาลวันหยุดสุดสัปดาห์ในช่วงเวลาของการจัดงานเทศกาล บางทีอาจเห็นด้วยกับการเพิ่มบรรทัดในตอนท้ายของการโฆษณาของเทศกาลและเยี่ยมชมชุมชนหรือสถานที่ที่มีการแสดงในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ถัดไป

การเชื่อมโยงเว็บไซต์และประชาสัมพันธ์กับเทศกาลอื่นที่เกิดขึ้นเป็นวิธีที่มีประโยชน์ในการขยายกิจกรรมส่งเสริมการขายการเสนอข่าวเป็นวิธีปกติของการสื่อสารรายละเอียดกับสื่อทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค จุดที่มีความสำคัญในการนำเสนอข่าว โดยข่าวควรเป็นเพียงหนึ่งหน้าที่มีข้อมูลหลักในวรรคแรก ระบุวันที่ออกจำหน่ายและเวลาควรมีรายละเอียดตอนเริ่มต้นของข่าว ในตอนจบของข่าวควรเพิ่มรายชื่อผู้ติดต่อเพื่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม แล้วทำการเก็บบันทึกการรายงานข่าวของสื่อเพื่อเก็บสำเนาของรายงานข่าวจากสื่อ

มีการจัดการกับภาพบันทึกในคลังห้องสมุดภาพจากงานเทศกาลก่อนหน้านี้สำหรับภาพจากสื่อภาพควรได้รับอนุญาตเพื่อรวบรวมภาพเหล่านั้น และได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรในการทำซ้ำภาพทั้งหมดในการเก็บบันทึกภาพในห้องสมุด

ประเด็นของนวัตกรรม ถ้าหากเทศกาลและกิจกรรมไม่มีการเปลี่ยนแปลงและไม่มีการเติบโต อาจทำให้ลดความน่าสนใจจากผู้เข้าร่วมงาน ดังนั้นเป็นเรื่องสำคัญที่ควรมีนวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่อง

การหาแนวคิดใหม่และการจัดงานเทศกาลให้น่าสนใจให้ได้รับผลสัมฤทธิ์ที่ดี ต้องหลีกเลี่ยงปัญหาของความรู้สึกรู้สึกต่อผู้มาร่วมชมเทศกาล ในความเปลี่ยนแปลงจากของเมื่อปีที่ผ่านมาและต้องให้เกิดความรู้สึกต้องการกลับมาเทศกาลอีกครั้งในปีต่อไป



## บทที่ 7

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์กระบวนการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย 3) เพื่อเสนอการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย โดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ ทฤษฎีการบริหารจัดการ การบริหารโครงการ การจัดการด้านการเงิน ทฤษฎีการจัดการกิจกรรม ทฤษฎีการตลาด ในการจัดกิจกรรมเก็บข้อมูลจากเอกสาร (Document Analasis) และการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Study) โดยการสำรวจ การสังเกต การสัมภาษณ์ แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์และนำเสนอเชิงพรรณนาวิเคราะห์ สรุปผลการศึกษาดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

#### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์กระบวนการจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย
3. เพื่อเสนอการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

#### สรุปผล

สภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

สภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยพบการจัดเทศกาลดนตรีแจ๊ส 3 เทศกาลได้แก่ เชียงใหม่แจ๊สเฟสติวัล ไทยแลนด์อินเตอร์เนชันนอลแจ๊สคอนเฟอร์เรนซ์และหัวหินแจ๊สเฟสติวัล สถานที่จัดการพื้นที่ในเทศกาลสามารถแบ่งพื้นที่ออกเป็นหลายส่วน ได้แก่ ลานจอดรถส่วนของผู้ชม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนนักแสดงมีการจัดตั้งที่อยู่ทางด้านหลังของเวที และจัดเตรียมห้องน้ำ

ลักษณะของเวทีมีทั้งแบบในหอแสดงและแบบกลางแจ้งอุปกรณ์ทุกชิ้นเน้น เรื่องของความปลอดภัย ระบบเสียงมีความชำนาญในการจัดการระบบเสียงดนตรีแจ๊สศิลปินที่แสดงในเทศกาลดนตรีแจ๊สมีลักษณะประเภทวงแบบขนาดเล็ก วงบิ๊กแบนด์ วงสมัครเล่น วงจากอาจารย์ในสถาบัน การศึกษาด้านดนตรี และนิสิตนักศึกษา สำหรับวงที่สำคัญที่สุดของเทศกาลเป็นศิลปินต่างชาติจาก ยุโรป อเมริกา และเอเชีย จำนวน 2 วงขึ้นไปกิจกรรมเทศกาลการอบรมเชิงปฏิบัติการ และการประกวดการบรรเลงดนตรีแจ๊ส



## กระบวนการจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

### 1. การบริหารจัดการเทศกาล

ผู้รับผิดชอบในเรื่องกฎหมายมีความสำคัญในการดูแลเรื่องสัญญาและข้อการทำสัญญาในขั้นตอนต่างๆ มีการทำสัญญาจัดซื้อจัดจ้างสำหรับซัพพลายเออร์โดยเสนอจากซัพพลายเออร์และให้ซัพพลายเออร์แจ้งรายละเอียดของอุปกรณ์ เพื่อการจัดทำกำหนดการเพื่อทำให้เกิดความชัดเจนของการปฏิบัติงานและเป็นการบริหารจัดการเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทีมงานและคณะกรรมการเป็นพนักงานประจำและแบบพนักงานแบบไม่ประจำองค์กรมีอายุการทำงานไม่มีกำหนดตายตัว บทบาทหน้าที่ของทีมงานถูกกำหนดตามหน้าที่ในส่วนงาน การวางนโยบายของการจัดเทศกาลมุ่งเน้นไปในรูปแบบของการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ประชุมวันเวลาโดยการตัดสินใจอยู่ที่ผู้จัดการเทศกาล แผนธุรกิจเทศกาลนั้นไม่ได้หวังผลกำไรจากการจัดเทศกาล มุ่งเน้นที่การจัดงานให้มีคุณภาพและเป็นการสร้างให้มีการสนับสนุนจากผู้สนับสนุนให้มากขึ้น

### 2. การจัดการด้านการเงิน

การทำบัญชีต้องมีความละเอียดและแม่นยำ เพื่อดูแลจัดการในรายละเอียดงบประมาณประจำปี งบประมาณเทศกาลให้ความสำคัญการผลิตเทศกาลได้แก่เรื่องศิลปิน ประชาสัมพันธ์และอุปกรณ์ เวที แสง เสียง มีมาตรการในการควบคุมงบประมาณโดยบริหารจัดการไม่ให้เกิน มีการวางแผนการเงินไว้เป็นอย่างดีตามองค์ประกอบที่ต้องจ่ายแต่ต้นทุนมีสองประเภทคือแบบแปรผันและแบบคงที่ แบบคงที่นั้นเป็นส่วนของการผลิตเช่นศิลปิน แสง เสียง เวที เป็นส่วนที่ตกลงกับซัพพลายเออร์สามารถควบคุมได้ง่ายกว่าแบบแปรผัน การจัดการเทศกาลนั้นมีส่วนที่ต้องดูแลบุคลากรในส่วนต่างๆทำให้งบประมาณในการดูแลสวัสดิการไม่สามารถควบคุมได้ตามงบประมาณที่แน่นอน การควบคุมใบเสร็จรับเงินและการชำระเงินเป็นสิ่งจำเป็นต้องถูกต้องและครบถ้วนเพื่อนำมาประกอบหลักฐานในการทำบัญชีงบประมาณได้อย่างถูกต้อง ในการจัดเทศกาล ผู้จัดการใช้วิธีการเลือกซัพพลายเออร์แบบเจาะจงจึงไม่มีการเสนอราคามากกว่าหนึ่งบริษัท

### 3. การผลิตเทศกาล

ตารางการผลิตมีการกำหนดวันของเทศกาลเลือกวันหยุดสุดสัปดาห์การสรรหาอาสาสมัครสามารถติดต่อหน่วยงานของราชการเพื่อขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถและอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานมีการจัดเตรียมจุดพยาบาลและความพร้อมของรถพยาบาลให้มีความสำคัญต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมเรื่องความสะอาดและขยะ รวมทั้งระบบสุขาที่ต้องให้เพียงพอต่อผู้เข้าร่วมเทศกาลจัดทำป้ายเพื่อนำทางไปสู่สถานทำงานเทศกาลแบ่งออกเป็นสองส่วนคือ ป้ายเพื่อให้ทีมงานใช้ทำงานเช่นป้ายระบุรายละเอียดการใช้สถานที่ และป้ายสำหรับผู้ชมในการหาสถานที่ต่างๆ เช่น ห้องน้ำ เวทีแสดงร้านค้า อาหาร ที่จอดรถ สถานที่จอดรถที่เพียงพอทำให้ลดปัญหาได้ การจำหน่ายตั๋วสามารถดำเนินการจำหน่ายช่องทางอื่นก่อนงานการจัดการกับบุคคลวิโอพีและผู้ให้การสนับสนุนในระหว่างเทศกาล แนวคิดแรกคือให้งานเทศกาลเป็นรูปแบบกันเองไม่มีพิธีการเป็นการลดขั้นตอนการชมงานต่อผู้ร่วมงาน แนวคิดที่สองคือให้ความสำคัญต่อผู้สนับสนุนและบุคคลวิโอพีเพื่อความปลอดภัยของบุคคลเหล่านั้นและเพื่อการสนับสนุนในการจัดเทศกาลครั้งต่อไป



#### 4. การจัดการการตลาดสำหรับเทศกาล

การวางแผนการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ ศิลปินและสถานที่พร้อมกับบรรยากาศคุณภาพของเทศกาลที่เชิญชวนให้มาเทศกาล มีการส่งเสริมการตลาดโดยมอบรางวัลสำหรับผู้ชมและสิทธิพิเศษเพื่อให้มีความน่าสนใจ ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ในการเสนอศิลปินที่มีชื่อเสียง ความสนุกสนานในงาน ความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ของเทศกาล กำหนดวัตถุประสงค์การตลาดทำให้บรรลุเป้าหมาย ผู้จัดต้องการนำเสนอสิ่งที่ผู้ฟังจะได้รับเมื่อเข้ามาในเทศกาล ด้วยสินค้าของเทศกาล

โลโก้ของเทศกาลมีคำว่า “Jazz” (แจ๊ส) และชื่อของงานระบอบอยู่บนโลโก้ เพื่อเป็นการระบอบอย่างชัดเจนในประเภทของเทศกาลและตัวสินค้าที่กลุ่มลูกค้าสามารถรับรู้ได้ การวางแผนใช้สื่อทุกช่องทางทั้งสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ และการจัดการแถวเทศกาล โดยเลือกใช้เครือข่ายที่ตนเองมีให้มากที่สุด เพื่อลดค่าใช้จ่ายเพื่อส่งเสริมเทศกาล ต้องมีการร่วมมือของสื่อโฆษณา และจากผู้สนับสนุนที่เป็นสื่อเอง การทำโบรชัวร์ทำให้ผู้ชมได้รับรายละเอียดได้เป็นอย่างดีเพราะสามารถอ่านได้อย่างละเอียด สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด เว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลของเทศกาลเพื่อเป็นช่องทางการเผยแพร่เทศกาล ใช้เฟซบุ๊กเป็นการทำประชาสัมพันธ์เทศกาล การท่องเที่ยวในพื้นที่ร่วมจัดโปรโมชั่นสำหรับผู้เข้าร่วมงานเทศกาล รับความร่วมมือด้านการตลาดจากสื่อพาร์ทเนอร์ต่างๆ ลดงบประมาณในการประชาสัมพันธ์และมีประสิทธิภาพโดยการประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรมที่ทำให้ข้อมูลไปถึงผู้บริโภคได้ สื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์ สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค และสื่อวิทยุโทรทัศน์ การจัดการเก็บคลังภาพของเทศกาลมีการเก็บในรูปแบบข้อมูลที่บรรจุอยู่ในอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ฮาร์ดดิสก์ แผ่นดิสก์ อพโหลดไว้บนเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ การใช้นวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งที่ไม่น่าสนใจสำหรับผู้จัดการเทศกาล

การบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย

การบริหารจัดการ การจัดโครงสร้างองค์การและวิธีการดำเนินงานอย่างชัดเจน ทั้งจำนวนสมาชิกของทีมงานและคณะกรรมการ บทบาทและหน้าที่ของทีมงานและกรรมการย่อย แผนนโยบายของเทศกาล ขั้นตอนสำหรับการประชุมทีมงานและคณะกรรมการ โครงสร้างองค์การที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนโดยการกำหนดตำแหน่งที่ขึ้นพื้นฐานเช่น ประธาน รองประธานกรรมการ เลขานุการ เภรฎุญิก ประชาสัมพันธ์ การตลาด เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย สมาชิกในทีมและคณะกรรมการประสานงาน มีการจัดหาทีมงานและคณะกรรมการอย่างเฉพาะเช่น นักการเงิน นักการตลาด ประชาสัมพันธ์ ผู้มีความรู้เกี่ยวกับการค้าปลีก นักการจัดการ ประธานสามารถออกเสียงชี้ขาดหรือออกเสียงเพิ่มขึ้นเพื่อให้การประชุมเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เสียงของสปอนเซอร์ไม่มีผลกระทบต่อรูปแบบของการจัดเทศกาล การกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและความเหมาะสมต้องมีการระบุไว้อย่างชัดเจนและกระชับ สามารถประเมินความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่สามารถเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมงานเทศกาลในแต่ละปี มีความต่อเนื่องของเทศกาล การเติบโตของตัวเลข ลดปัญหาเกี่ยวกับบรรทัดที่จอดรถหรือการสูญเสียสปอนเซอร์หลัก สามารถสร้างกำไรต่อปี รูปแบบหลักของการจัดงานเทศกาลที่ชัดเจนในแนวคิด เพื่อรักษารูปแบบเทศกาลให้ถูกต้องตามกลุ่มผู้เข้าร่วมเทศกาล มีกิจกรรมความรู้เกี่ยวข้องอย่างชัดเจนกับรูปแบบ มีการสัมมนาเชิงดำเนินกิจกรรม มีประชุมหลังเสร็จสิ้นงานภายในหนึ่งสัปดาห์ของการสิ้นสุดของเทศกาลในรายละเอียดกับมุมมองที่แนะนำการปรับปรุงในปีต่อไป





การวางแผนทางการเงิน เป็นรากฐานที่สำคัญของทีมงานและคณะกรรมการ มีการทบทวนงบประมาณในการประชุม ในรายได้และค่าใช้จ่ายรายละเอียดงบประมาณต้องเป็นจริงและตัวเลขที่ใช้ในงบประมาณมีการทำงานอย่างถูกต้อง มีตรรกะที่แท้จริงสำหรับงบประมาณ มีนโยบายที่ตกลงตามเกณฑ์ที่ทางการเงินกำหนดอย่างเป็นทางการโดยทีมงานและคณะกรรมการที่จัดงานเทศกาล มีมาตรการในการควบคุมงบประมาณมีการจัดสรรให้กับแต่ละหัวข้อ โดยแยกพิจารณาต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ บันทึกรายละเอียดของใบเสร็จรับเงินทั้งหมดและการชำระนโยบายตัวให้เหมาะสมกับค่าใช้จ่ายเทศกาลการหาผู้สนับสนุนโดยทั่วไป สปอนเซอร์ต้องพิจารณาว่าสามารถให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าการใช้จ่ายเงินจำนวนเดียวกันในการโฆษณา

การผลิตเทศกาลการเตรียมความพร้อมที่มีประสิทธิภาพเพื่อลดความของปัญหาในการดำเนินงานที่ผิดพลาดส่วนสำคัญคือตารางการผลิตเทศกาล ระบุตารางเวลา สถานที่ ของทุกช่วงเวลาให้กับทีมและกรรมการ ในเรื่องสถานที่และเวลาที่เหมาะสม รายละเอียดในการติดตั้งอุปกรณ์ การโหลดเข้าและโหลดออก ในรูปแบบของแผนภูมิแกนต์โดยแสดงเวลา สถานที่และความรับผิดชอบ ข้อมูลรายชื่อของ องค์กรท้องถิ่น สปอนเซอร์ ผู้เข้าชมเทศกาล ส่วนบริการท้องถิ่นและสื่อที่ติดต่อในกลยุทธ์การสรรหาอาสาสมัคร ต้องระบุช่วงของงานที่ต้องทำและวางแผนสำหรับอาสาสมัคร ให้ได้รับการฝึกอบรมที่เหมาะสม อาสาสมัครรวบรวมจากความหลากหลายแหล่งที่มา ทั้งอาสาสมัครที่เกี่ยวข้องกับองค์กร เพื่อน ญาติ หรือคนรู้จักนักเรียนจากมหาวิทยาลัยที่อยู่ในหลักสูตรการบริหารจัดการหรือการท่องเที่ยว กลุ่มสโมสรไลออนส์กลุ่มหอการค้าสโมสรกีฬาท้องถิ่นหรือองค์กรชุมชน หน่วยงานที่สำคัญสุดในการจัดงานเทศกาลได้แก่ ตำรวจ ผู้มีอำนาจในท้องถิ่น ผู้ให้บริการไฟฟ้า โรงพยาบาลท้องถิ่นและบริการรถพยาบาล ภัยการติดตั้งป้ายบอกทางไปงานเทศกาล เพื่อการจราจรในท้องถิ่น ป้ายควรมีความแข็งแรงและชัดเจนครอบคลุมทุกหน่วยงานการจัดการกับบุคคลวีไอพีและผู้ให้การสนับสนุนในระหว่างเทศกาล วีไอพีที่ได้รับเชิญไปจัดงานเทศกาลต้องได้รับการปฏิบัติด้วยความเคารพ ให้มีผู้ดูแลสำหรับวีไอพีผู้ให้การสนับสนุนควรได้รับการอำนวยความสะดวก ในการจัดการพิธีเปิดแบบเป็นทางการ ต้องสร้างความประทับใจพิธีกรมีกรนำเสนอมืออาชีพ ปัญหาด้านความปลอดภัยต้องเป็นสิ่งสำคัญที่สุดติดตั้งแบนเนอร์ของสปอนเซอร์หลักอย่างเรียบร้อย การกล่าวสุนทรพจน์และเปิดอย่างเป็นทางการใช้เวลาสูงสุดประมาณ 30 นาที

การจัดการการตลาดสำหรับเทศกาลการวางแผนการตลาดเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่มีการวางแผนการตลาดขั้นพื้นฐานสำหรับงานเทศกาล การปรับปรุงประจำปีของแผนการตลาดทำให้ปีต่อไปสามารถทำงานได้ง่ายขึ้นและตัวแปรสี่ตัวที่ใช้ในการวางแผนการตลาดคือ สินค้าราคา โปรโมชั่น

สถานที่ จุดมุ่งหมายของส่วนประสมทางการตลาดของ "4Ps" ในแต่ละตัวแปรสามารถเปลี่ยนแปลงได้ สามารถเพิ่มราคาของตัวหรือเปลี่ยนสินค้าโดยการขยายงานเทศกาล การตลาดที่ประสบความสำเร็จเกิดจากความเข้าใจที่ถูกต้องของผู้เข้าชม แผนการตลาดสำหรับเทศกาลต้องอยู่บนพื้นฐานสมมติฐานที่ดีจากการมีผู้ให้การสนับสนุนที่ดี มีโรงแรมท้องถิ่นร่วมมือกับเทศกาลในแคมเปญโฆษณา ร่วมกัน เทศกาลมีสื่อที่เป็นพันธมิตร กลยุทธ์การตลาดที่จำเป็นคือแผนการตลาด รายละเอียดของผู้เข้าชมที่มี สมมติฐานของการทำงานในการวิเคราะห์สถานการณ์ มีตลาดเป้าหมายสำคัญ มีนโยบายการกำหนดราคา การหาพันธมิตรของเทศกาล โลโก้ของเทศกาลเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างตราสินค้าของ



เทศกาล สามารถทำสำเนาของบนวัสดุที่แตกต่างกัน ทั้งการพิมพ์เสื่อยัด หมวกป้าย การวางแผนสื่อโดยให้ภาพรวมของข้อมูลสถานที่ จำนวนค่าใช้จ่าย ในสื่อวิทยุระดับชาติ วิทยุท้องถิ่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น การใช้โบรชัวร์หรือแผ่นพับต้องเขียนกับจุดประสงค์ของงานเทศกาลที่มีศักยภาพต่อผู้เข้าชม ข้อมูลสถานที่จอดรถ เว็บไซต์ สิ่งอำนวยความสะดวก มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ การเดินทางและที่พัก การใช้เว็บไซต์ที่ตีกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญเพื่อส่งเสริมการขายสำหรับเทศกาล และกิจกรรมมากมาย การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีคือ ใช้งานง่าย จำนวนเพียง ให้ข้อมูลที่อ่านได้ง่ายให้หลีกเลี่ยงป้ายกล่องไฟกระพริบ เมนูหลักต้องมองเห็นได้ในทุกหน้ามีการปรับปรุงข้อมูลก่อนเผยแพร่แคมเปญการตลาด การนำเสนอในหนังสือท่องเที่ยวควรส่งรายละเอียดงานเทศกาลและคำแนะนำเพื่อการท่องเที่ยวประจำปีสำหรับผู้สนใจเข้าร่วมงาน อาจใช้พื้นที่ในร้านหนังสือ ร้านกาแฟ ร้านอาหาร หรือผับดนตรีแจ๊ส พัฒนาความร่วมมือทางการตลาดกับโรงแรมท้องถิ่นหรือเกสต์เฮาส์ที่มีการโฆษณาทางวิทยุสำหรับเทศกาลวันหยุดสุดสัปดาห์ ในช่วงเวลาของการจัดงานเทศกาล การนำเสนอข่าวควรเป็นเพียงหนึ่งหน้าข้อมูลหลักในบรรดาแรก ระบุวันที่ออกจำหน่ายและเวลาควรมีรายละเอียดตอนเริ่มต้นของข่าว ในตอนจบของข่าวเพิ่มรายชื่อผู้ติดต่อเพื่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม ทำการเก็บบันทึกการรายงานข่าวของสื่อ ภาพจากสื่อควรได้รับอนุญาตเพื่อรวบรวมภาพและได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรในการทำซ้ำภาพทั้งหมด ควรมีนวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่อง หาแนวคิดใหม่และการจัดงานเทศกาลให้น่าสนใจให้ได้รับผลสัมฤทธิ์ที่ดี ต้องหลีกเลี่ยงปัญหาต่อความรู้สึกของผู้มาร่วมชมเทศกาลให้เกิดความรู้สึกต้องการกลับมาเทศกาลอีกครั้งในปีต่อไป

## อภิปรายผล

การศึกษาเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาการบริหารจัดการเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารวบรวมข้อมูลจากการจัดงานเทศกาลที่จัดขึ้นในประเทศไทย 3 งาน ได้แก่ เชียงใหม่แจ๊ส เฟสติวล หัวหินแจ๊สเฟสติวล ไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลแจ๊สคอนเฟอเรนซ์พบจุดประสงค์และระยะเวลาในการจัดงานเทศกาลที่แตกต่างกัน

การบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทย ต้องมีการวางแผนการดำเนินโครงการ เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการจัดเทศกาล โดยต้องมีหลักการ 4 ด้าน คือ 1) การบริหารจัดการเทศกาล 2) การบริหารการเงินงบประมาณ 3) การผลิตเทศกาล 4) การวางแผนการตลาดเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของเทศกาลดังเช่น Stephanie L. Stettler (2011) ได้ศึกษาการบริหารจัดการเทศกาลดนตรีอย่างยั่งยืนกิจกรรม มุมมอง ผลการวิจัยพบว่าความจำเป็นที่ต้องทำความเข้าใจถึงอุปสรรคและปัจจัยความสำเร็จในการจัดงาน ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการกิจกรรมของเทศกาลดนตรีเพื่อปรับปรุงกับผลการวิจัยกลยุทธ์เหล่านี้ เพื่อนำไปช่วยจัดการงานเทศกาลโดยใช้ปรับปรุงการบริหารจัดการเทศกาลดนตรีได้อย่างยั่งยืน

สภาพการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรีแจ๊ส มีสถานที่เป็นปัจจัยหลัก โดย กนกวรรณ วงศ์เกียรติขจร (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจุบันประเทศไทยเป็นสถานที่ยอดนิยมในการจัดงานต่างๆ มากมายของต่างชาติอาทิเช่น คอนเสิร์ตศิลปินไทย คอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี คอนเสิร์ตศิลปินต่างชาติอื่นๆ ฟุตซอลโลก เทนนิสไทยแลนด์โอเพ่น คีไทยไฟต์ และอื่นๆ อีกมากมาย การจัดงานต่างๆ ขึ้นในประเทศไทย ณ ปัจจุบัน กำลังเพิ่มจำนวนมากขึ้น มีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคตข้างหน้า



แต่ในประเทศไทยกลับประสบปัญหาที่สถานการณ์ที่ใช้ในการจัดงานเหล่านี้ในหลายๆ ด้าน เช่น ปัญหาด้าน การจราจรที่ติดขัด การคมนาคมขนส่งที่ไม่สะดวกสบาย แม้กระทั่งปัญหา ด้านความจุรองรับของสนาม ในปัจจุบันที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ในปัจจุบันถ้าต้องการ ความจุสนามที่มากต้องย้ายงานไปจัดใน สนามกีฬากลางแจ้ง ก็เป็นปัญหาสำหรับการ จัดคอนเสิร์ตที่มีผลกระทบเรื่องระบบเสียง และการ ซ่อมแซมปรับปรุงสถานที่หลังการจัดงาน เข้ามาเกี่ยวข้องโครงการ สุวรรณภูมิ ซุปเปอร์ อารีน่า จึงออกแบบขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ดังกล่าว ด้วยจำนวนความจุที่ 21,000 ที่นั่ง โดยสร้างขึ้นที่ หัวหมาก กรุงเทพมหานคร เพื่อรองรับการจัดกีฬา คอนเสิร์ต และงานแสดงสินค้าในประเทศไทย ให้กับ กลุ่มแฟนกีฬา แฟนเพลง ที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในประเทศไทยและในต่างประเทศเพื่อให้การบริหาร จัดการเทศกาลดนตรีอย่างยั่งยืนนั้น Stephanie (2011) ได้ศึกษากิจกรรม มุมมอง การจัดการเทศกาล ดนตรีอย่างยั่งยืน พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการกิจกรรมที่ยั่งยืนของเทศกาลดนตรี ควรนำ ความสำคัญทางวิชาการมาใช้และปรับปรุงการบริหารจัดการเทศกาลดนตรีที่ยั่งยืน

ในการศึกษาการบริหารจัดการงานเทศกาล June Calvo Soraluze (2011) ได้ศึกษา เทศกาลดนตรีที่เพิ่มขึ้นทั้งปริมาณและคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในประเทศยุโรปที่มีความจำเป็น พื้นฐานที่ความพึงพอใจและอื่น ๆ เช่น ความจำเป็นทางสังคมและการพักผ่อนที่กลายเป็นความสำคัญ มากขึ้น โดยผู้บริหารที่ทำงานในองค์กรดังกล่าวได้มีการเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเองและ ข้อผิดพลาด จากการจัดการงานเทศกาลดนตรีที่มีความซับซ้อน ผู้จัดการ ขององค์กรนี้ต้องการมากกว่า ทักษะการจัดการเพียงคนเดียวที่สามารถเผชิญหน้ากับกิจกรรมประจำวัน และต้องใช้เวลาในการจด บันทึกละเอียดที่ผิดปกติอื่น ๆ อีกด้วยทำให้พบสิ่งที่เป็นประโยชน์ 2 ประการ ประการแรก เทศกาลดนตรีต้อง มีการวิเคราะห์เพิ่มเติมในเชิงลึกในสังคมปัจจุบันจากมุมมองของผู้บริหารและยุทธศาสตร์เนื่องจากการ เจริญเติบโตและซับซ้อนของโครงสร้างและลักษณะเฉพาะ โรงเรียนธุรกิจอาจให้ความสำคัญกับองค์กร เหล่านี้ของผู้บริหารในอนาคตที่มากขึ้น ความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรในการเรียนรู้วิธีที่มี ประสิทธิภาพมากขึ้นจากความรู้และข้อผิดพลาดที่มีอยู่ในอดีต ประการที่สอง การวิเคราะห์นี้เป็นวิธีที่ ดีกว่าที่เข้าใจประเด็นขัดแย้งที่มีอยู่ของการเป็นผู้นำในองค์กรเช่น ภาวะที่เป็นปัญหาไม่เข้ากันของทักษะ การจัดการกับทักษะทางศิลปะ ภาวะปัญหาของการจัดการในปัจจุบันเมื่อเทียบกับการจัดการในอนาคต และวิธีการที่ผู้บริหารต้องรู้ลักษณะทั้งสองที่กำหนดวิธีการเชิงกลยุทธ์ในระยะยาวเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ที่ได้ตั้งไว้ การบริหารจัดการของ 3 เทศกาลนั้นมีจุดประสงค์เพื่อต้องการจัดการแสดงดนตรีแจ๊สที่มี คุณภาพในเรื่องของศิลปินที่มาแสดงเป็นหลัก เทศกาลให้ความสำคัญต่อระบบเสียงโดยนี้ถึงกิจกรรม บนเวทีแสดงที่มีความคาดหวังต่อผู้เข้าชมได้มีความประทับใจจากศิลปิน แต่ปัญหาที่พบจากการศึกษา นั้นก็ยังคงเป็นปัญหาที่พบมานานนั่นคือ ผลกำไรจากการจัดเทศกาล เช่นเดียวกับการศึกษาของ ศิริมา ลิมวิริยะเลิศ (2540) ศึกษาเรื่องพัฒนาการการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า พัฒนาการการจัดคอนเสิร์ตขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจเป็นสำคัญ บริษัทผู้จัด คอนเสิร์ตในประเทศไทยมีจำนวนจำกัด เนื่องจากผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจนี้ต้องมีสายสัมพันธ์กับตัวแทน ของศิลปินต่างประเทศ โดยในการดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ต ได้นำกลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามา ประยุกต์ใช้เพื่อให้คอนเสิร์ตกลายเป็นสินค้าที่ต้องการของตลาดและสามารถทำกำไรให้แก่ผู้จัดคอนเสิร์ต



การบริหารจัดการด้านการเงิน พีระพล พิภวาร (2552) ได้ศึกษาโครงสร้างตลาด และ พฤติกรรมการแข่งขัน ของธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตศิลปินแจ๊สต่างประเทศในประเทศไทยพบว่า ผู้จัดคอนเสิร์ต มีพฤติกรรมการ แข่งขันทั้งทางด้านราคาและที่ไม่ใช่ราคา โดยในกลยุทธ์ของการกำหนดราคาของการจำหน่าย บัตรนั้น พบว่าในธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตมีกลยุทธ์ที่หลากหลาย การตั้งราคาบัตรขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นกลุ่มใด การแสดงแต่ละงานมีลักษณะคุณค่าและภาพลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไปในสายตาของผู้บริโภค โดยมีรูปแบบของการตั้งราคาอยู่ 5 ลักษณะคือ การตั้ง ราคาแบบราคาเดียว (Flat Rate), การตั้งราคาแบบขั้นบันได (Steps Rate or Ladder Rate), การตั้ง ราคาแบบมีเงื่อนไขพิเศษ (Special Condition Rate), การตั้งราคาแบบขายพ่วง (Bundle Rate) และการตั้งราคาสำหรับการจำหน่ายบัตรล่วงหน้า (Early Bird Rate) โดยปัญหาลักษณะนี้ได้เกิดขึ้นกับเทศกาลเชียงใหม่ แจ๊สเฟสตีวัลที่ อัครพงษ์ ธนกุลกิจ (2557) เป็นผู้จัด พบว่าการจำหน่ายตั๋วได้ไม่มากและรายได้จากผู้สนับสนุนไม่เพียงพอต่อรายจ่ายจึงทำให้เกิดภาวะขาดทุน มีสองเทศกาลสามารถมีรายได้จากผู้สนับสนุนเป็นหลักคือหัวหินแจ๊สเฟสตีวัลและไทยแลนด์อินเตอร์เนชั่นแนลคอนเฟอเรนซ์ประสบความสำเร็จจากการจำหน่ายตั๋ว

นอกจากพฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคาแล้ว ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตแจ๊สนั้น มีกลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันในด้านที่ไม่ใช่ราคาในหลายวิธี เช่น การ สร้างความแตกต่างให้ (Product Differentiation) กับสินค้าและบริการของตนโดยวิธีการต่างๆกัน ซึ่งจะประกอบไปด้วยการสร้างภาพลักษณ์ การสร้างคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ รวมไปถึงการใช้วิธีการสื่อสารที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับงาน นอกจากนี้ ช่องทางการจัดจำหน่าย และบุคลากรก็ ยังเป็นปัจจัยในการสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจได้เช่นกันการให้การสนับสนุน (Sponsorship) ส่งเสริมการตลาด (Promotion) การบริหารต้นทุน (Cost) การสร้างพันธมิตรทาง ธุรกิจ (Business Alliance) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution), การสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร (Corporate Brand Image), การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation Management: CRM), การขยายธุรกิจในแนวตั้งและแนวนอน (Vertical & Horizontal Integration) ล้วนแล้วแต่เป็นกลยุทธ์ที่ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมนำมาใช้ในการบริหารต้นทุน เพื่อพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันขององค์กร โดยการจัดจำหน่ายบัตรของทุกเทศกาลนั้นได้ใช้บริการของซัพพลายเออร์ในการจัดจำหน่ายคือบริษัทไทยทิกเก็ตเมเจอร์เป็นช่องทางในการจัดจำหน่าย ในระบบอินเทอร์เน็ต และมีการจัดจำหน่ายบริเวณด้านหน้าของงานอีกด้วย

กลุ่มของผู้ฟังที่สามารถจำแนกออกมาได้นั้น กลุ่มที่มีจำนวนมากที่ให้ความสำคัญและสนใจคือกลุ่มนักดนตรีแจ๊สและนักศึกษาที่สนใจในการบรรเลงเพลงแจ๊ส เข้ามาชมเพื่อหาความรู้เพิ่มจากปัจจุบัน กลุ่มผู้ฟังที่เป็นกลุ่มของผู้สนใจฟังเพื่อความบันเทิงอย่างเดียวเริ่มลดน้อยลง ด้วยตลาดของผู้ที่ฟังเพลงแจ๊สได้เปลี่ยนจากผู้ฟังโดยทั่วกลายเป็นเป็นกลุ่มเฉพาะ ศิลปินที่เป็นกลุ่มใหญ่มีลักษณะการฟังในแนว Smooth Jazz จากการศึกษาของนันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย (2547) เรื่อง Saxophone Pub & Restaurant: รสชาติทางดนตรีกับตัวตนและพื้นที่ทางวัฒนธรรมของคนเมืองผลของการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ฟังและ ผู้บริโภคดนตรีแจ๊สพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายวัยรุ่นจนถึงวันทำงาน มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีสถานะทางการเงินระดับปานกลางรวมทั้งเป็นนักดนตรี นิสิตนักศึกษาทางด้านดนตรี หรือ ผู้ที่บริโภคดนตรีแจ๊ส อย่างจริงจัง โดยมีปัจจัย 2 ด้านที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคดนตรี



แจ๊ส คือ 1) อารมณ์และความรู้สึกทางด้านดนตรีแจ๊สมีลักษณะเฉพาะทางโดยมักเกิดขึ้นเมื่อบรรเลงดนตรี แจ๊สโดยใช้คีตปฏิภาณ (Improvisation) 2) การบริโภคนตรีแจ๊สเพื่อเปลี่ยนสุนทรีย์ภาพทางดนตรี นอกเหนือจากแนวดนตรีในกระแสหลักในปัจจุบัน พรารธนา พันธูชา เรื่อง วัฒนธรรมสมัยนิยมดนตรีแจ๊ส กรณีศึกษา ร้าน บราวน์ ชูการ์ ทั้งนี้งานศึกษาของ พรารธนา พันธูชา มีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษาโดยมุ่งเน้นศึกษาในเรื่องของวัฒนธรรมสมัยนิยมดนตรีแจ๊ส รวมทั้งปัจจัยหลักที่ทำให้คนไทยในกลุ่มที่มารับชมดนตรีแจ๊สที่ร้านบราวน์ชูการ์ รวมทั้งทิศทางการฟัง ดนตรีแจ๊สของกลุ่มผู้ฟังชาวไทยและการแสดงออกตัวตนของกลุ่มผู้ฟังดนตรีแจ๊สในปัจจุบัน

การผลิตเทศกาล มีการนำศิลปินที่มีชื่อเสียงมากมาร่วมงาน ระบบเวที แสง เสียง ที่เน้นคุณภาพ Jack Carlsen(2010) ศึกษาไว้ในเรื่องนวัตกรรมการจัดการเทศกาลและความล้มเหลวพบว่าผู้บริหารการจัดงานเทศกาลต้องมีการร่วมมือกับองค์กรการจัดการสถานที่ มีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม และสังคม การเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนโดยการสนับสนุนนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ในงานเทศกาล มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับหลายแง่มุมของงานเทศกาล

การวางแผนการตลาดของการจัดเทศกาลนั้นผู้จัดเทศกาลได้ใช้วิธีการเจาะหากลุ่มเป้าหมายเลือกกลุ่มเป้าหมาย เพราะผู้ชมการแสดงดนตรีแจ๊สนั้นมีหลายลักษณะจากการศึกษาของ Steve Oakes (2010) เรื่อง “Profiling the Jazz Festival Audience,” International Journal of Event and Festival Management (การศึกษาลักษณะของผู้ฟัง ดนตรีแจ๊สในงานเทศกาล) งานวิจัยของ Steve Oakes นั้นได้ให้ความสนใจเรื่องของกลุ่มผู้ฟังดนตรีแจ๊ส จากเทศกาลในด้านของ เพศ อายุ การศึกษา ที่อยู่ การอ่านหนังสือพิมพ์ ความถี่ในการรับชมงาน เทศกาลดนตรีแจ๊ส รวมทั้งพฤติกรรมการซื้อซีดีเพลง ในส่วนของการเก็บข้อมูลนั้นได้ใช้วิธีการเก็บ ข้อมูลจากผู้ชมการแสดงดนตรีแจ๊สที่ Cheltenham International Jazz Festival สามารถแยก กลุ่มผู้ฟังดนตรีแจ๊สได้เป็น 2 กลุ่มคือ Modern และ Hybrid โดยที่กลุ่ม Hybrid jazz fans หมายถึง กลุ่มที่ซื้อซีดีประเภท Traditional/Mainstream Jazz ในขณะที่กลุ่ม Modern Jazz Fans ไม่ซื้อซีดีประเภท Traditional/Mainstream Jazz เป็นต้น ผลการศึกษาพบว่าผู้เข้าชมการแสดงดนตรีแจ๊สทั้ง 2 กลุ่มมีความแตกต่างกันในด้านเพศลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ พฤติกรรมการเลือกซื้อซีดี และความสนใจต่อการชมการแสดงดนตรีแจ๊สในเทศกาลอื่นๆ ผลของการศึกษาสามารถนำไปสู่การจัดการประเภทของกลุ่มผู้บริโภคนตรีแจ๊สนั้นเป็นประโยชน์ต่อแนวทางการจัดการแสดงโดยที่สามารถจัดงานให้สอดคล้องกับความต้องการได้มากขึ้น เลือกสินค้าที่นำมาจำหน่ายได้เหมาะสม และทำให้จัดหาสปอนเซอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสามารถแบ่งกลุ่มผู้ฟังดนตรีแจ๊ส ออกได้เป็น 3 กลุ่มคือ Highbrow Middlebrow or Lowbrow กลุ่ม Middlebrow และ Lowbrow สามารถส่งเสริมผ่านสื่อได้ ในขณะที่กลุ่ม Highbrow ต้องใช้การสื่อสารผ่านระบบการศึกษาการศึกษาของ Steve Oakes ให้มุมมองทางด้านกลุ่มผู้รับฟังดนตรีแจ๊สในประเทอังกฤษ รวมทั้งสังคมที่เกี่ยวข้องกับดนตรีแจ๊สในส่วนของเทศกาลดนตรีแจ๊ส มุมมองทางการแยกกลุ่มผู้ฟังดนตรีแจ๊ส เป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับการจัดการเทศกาลดนตรีแจ๊สในอนาคต



## ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาประเด็นอื่นๆอีกเช่นการเลือกศิลปินและแนวเพลงแจ๊สที่คาดว่าจะมีคนสนใจเพื่อเดินทางมาร่วมเทศกาลของประเทศไทย การพัฒนาการจัดการเทศกาลดนตรีแจ๊สในประเทศไทยสามารถศึกษาตัวอย่างจากการจัดเทศกาลแจ๊สของประเทศอินโดนีเซีย ชื่อเทศกาลดนตรีแจ๊ส “จาวาแจ๊ส” เป็นเทศกาลดนตรีแจ๊สที่จัดในเอเชียและได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้ชมทั่วโลกเพราะในเอเชียมีประเทศที่จัดเทศกาลดนตรีแจ๊สเพียงไม่กี่ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศสิงคโปร์ เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางพัฒนาการจัดการดนตรีแจ๊สในประเทศไทยให้มีมาตรฐานและเป็นการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย และควรมีการศึกษาการบริหารจัดการเทศกาลดนตรีในกลุ่มของดนตรีประเภทอื่นๆ เช่นเทศกาลดนตรีไทย เทศกาลดนตรีพื้นบ้าน เพื่อสามารถหาแนวพัฒนาการบริหารจัดการและเป็นแนวทางในการสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นของไทย



บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กนกวรรณ วงศ์เกียรติขจร. (2556). *สุวรรณภูมิ ชูเปอร์ อาร์น่ากรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต.
- กิตติชัย สำเภาทอง. (2555). *พัฒนาการของไทยแลนด์แจ๊สคอมแพททิซึ่มและผลกระทบต่อสังคมดนตรีแจ๊สในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- คมสันต์ วงศ์วรรณ. (2551). *ประวัติและความเป็นมาของดนตรีแจ๊ส*. กรุงเทพฯ: สามัญชน.
- ณรุทธ์ สุทธจิตต์. (2535). *สังคีตนิยม: ความซาบซึ้งในดนตรีตะวันตก*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2538). *กลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์ และชัยยศ สันติวงษ์. (2522). *พฤติกรรมบุคคลในองค์การ*. กรุงเทพฯ: เจริญพัฒนา.
- นริศรา สนเอี่ยม. (2552). *โครงสร้างและพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจการให้บริการจัดอีเว้นท์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นันทวัฒน์ นัตรอุทัย. (2547). *Saxophone Pub & Restaurant: รสชาติทางดนตรีกับตัวตนและพื้นที่ทางวัฒนธรรมของคนเมือง*. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประทีกษ์ ใฝ่ศุภการ. (2554). *ภาวะร้อนรุ่มเท่าแจ๊ส สามัญชน*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สามัญชน.
- . *ภาวะอ่อนหวานปานแจ๊ส สามัญชน*. กรุงเทพฯ: สามัญชน.
- ปรารธนา พันธูชา. (2549). *เรื่องวัฒนธรรมสมัยนิยมดนตรีแจ๊ส?: กรณีศึกษาร้านบราวน์ชูการ์ ถนนสารสิน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พีระพล พิภวากร. (2552). *การศึกษาโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขัน ของธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตศิลปินแจ๊สต่างประเทศในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เพชรพงษ์ เทพสมาน. (2557). *ธุรกิจการจัดคอนเสิร์ต ศิลปินแจ๊สต่างประเทศในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิทยา ภูบัว. (2542). *อิทธิพลของดนตรีอเมริกันที่มีต่อเพลงไทยสมัยนิยม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วีรพจน์ ลือประสิทธิ์กุล. (2545). *การบริหารแผนยุทธศาสตร์*. กรุงเทพฯ: บีพีอาร์ แอนด์ ทีคิวเอ็ม คอนซัลแทนท์.
- วีรวัฒน์ กนกนุเคราะห์. (2552). *ดนตรีแจ๊ส*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริพร พงษ์ศรีโรจน์. (2540). *ความหมายขององค์การ*. 132-133; Richard, 1988: 189-200
- ศิริมา ลีมีวิริยะเลิศ. (2540). *พัฒนาการการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมคิด บางโม. (2541). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒนา.
- สมชัย ศรีสุทธิยากร. (2527). *การบริหาร*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.





- สมพงษ์ เกษมนลิน. (2546). *การบริหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สมพงษ์ ทองคำ. (2544). *แจ๊สในประเทศไทย : กรณีศึกษาทำนองอิมโพรไวเซชัน ของ เทวัญ ทรัพย์แสนยากร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สमान นาคทัต. (2553). *การบริหารจัดการวงโยชวาทิตที่ได้รับรางวัลชนะเลิศแห่งประเทศไทย และระดับโลก ปี 2550 : กรณีศึกษาโรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2544). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545-2549*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สุกรี เจริญสุข. (2532). *จะฟังดนตรีอย่างไรให้ไพเราะ*. กรุงเทพฯ: แก้วการพิมพ์.
- สุภรณ์ ศรีพหล. (2519). *ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- สุรินทร์ เลิศวุฒินันต์. (2546). *การศึกษารูขี้อย่างไรให้ปัง* กรณีศึกษา “บริษัท โอเพน-มายด์ จำกัด” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- สุวกิจ ศรีปัดดา. (2533). *หน้าที่ของการบริหาร*. มหาสารคาม: วิทยาลัยครูมหาสารคาม.
- เสนาะ ตีเยาว์. (2537). *การบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- . (2543). *หลักการบริหาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสถียร ดวงจันทร์ทิพย์. (2549). *วงแจ๊สของคนไทย ก่อนสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง*. เอกสารประกอบการสอนวิชาสัมมนาดนตรีวิทยา (Seminar in Musicology) สำหรับนักศึกษาในระดับปริญญาเอกของวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ใหญ่ นายน. (ม.ป.ป. ก.). *กำเนิดวง แจ๊ส ที่มาจากวงจูลๆ*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- . (ม.ป.ป. ข.). *ผู้นำการบรรเลงเพลง แจ๊ส สู่สยาม*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- อนันต์ ลือประดิษฐ์. (2545 ก.). *แจ๊ส: อีสระภาพทางดนตรีของมนุษยชาติ*. กรุงเทพฯ: เนชั่น.
- . (2545 ข.). *100 Jazz Albums Review*. กรุงเทพฯ: เนชั่น.
- อรุณ รักธรรม. (2522). *หลักมนุษยสัมพันธ์กับการบริหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- อุทัย หิรัญโต. (2531). *หลักการบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- Asta, Beloviene. (2008). *Event Management Handbook*. Sapienza: Sapienza University.
- Baruch, Shimoni. (2010). *It Really Works Like This''- Hybrid forms of Management Culture in Thailand and Israel*. Israel: Department of Sociology and Anthropology Bar-Ilan University.
- Barry, Shore. (2004). *Exploring the Role of National Culture in the Management of Large-scale International Science Projects*. USA: School of Business and Economics University of New Hampshire Durham.
- Bennis, W.G. (1966). *Changing Organizations*. New York: McGraw-Hill.
- Bennis, W. G. and Slater, P. (1968). *The Temporary Society*. New York: Harper and Row.



- Carlton, Perloff. (1994). *Modern Industrial Organization* (2<sup>nd</sup> ed.) USA: Harer Collins College.
- Chung, Kae H. and Megginson, Leon C. (1981). *Organization Behavior : Developing Managerial Skill*. New York: Harpers & Row.
- Cynthia, P. Schneider. (2003). *Diplomacy that Works : ‘Best Practices’ in Cultural Diplomacy*. Georgetown: Georgetown University.
- Denver, E. Severt. (2011). “Understanding leadership in Music Festivals The Analysis of Management Dilemmas by June Atherine Curtis Human Resources Management and a Service Culture,” *International Entrepreneurship and Management Journal*. 4(1): 63-78; SPRINGER VERLAG GERMANY.
- Erik, Hitters. (2011). *The Music Industries: Changing Practices and New Research Directions*. Netherlands: IASPM Benelux conference.
- George, PoonkhinKhut. (2011). “The BrightHeartsProject : A new Approach to the Management of Procedure-Related Paediatric Anxiety,” In *OZCHI 2011 Workshops Programme*. p. 28-29. Australia: Canberra, Australia.
- Helen, Ashdown. *How Can New Policy Instruments and Voluntary Guidance Tools Help Music Festivals Become More Sustainable?*. The Master’s Thesis, Sweden: Master of Science in Environmental Management and Policy Lund, Sweden.
- Hypén, KarlJoel. (2009). *Project Management Theory in the Finnish Music Industry*. Bachelor’s thesis of Music Management, Finnish Universities of Applied Sciences.
- Jack, Carlsen. (2010). Festival Management Innovation and Failure. In *International Journal of Event and Festival Management*. p. 45-46. Australia: Curtin University.
- Jacqueline, de Bony. (2010). Project management and national culture: A Dutch–French case Study. In *Sociologie Economique, Centre National de la Recherche Scientifique & Conservatoire des Arts et Me´ tiers, LISE (CNRS/CNAM)*. p.55. Sapienza: Sapienza University.
- June, Calvo Soraluze. (2011). *Understanding Leadership in Music Festivals*. The Master’s Thesis, Denmark: Aarhus University, Denmark.
- Karl Joel Hypén. (2009). *Project Management Theory in The Finnish Music Industry*. Denmark: Degree Programme in Music Management.
- Koontz, Harold D. and Cyril O’Donnell. (1972). *Principles of Management : An Analysis of Managerial Functions*. New York: McGraw-Hill.



- Leonard, H. and Hoyle CAE, CMP. (2002). *Event Marketing*. New York: John Wiley & Sons.
- Mohsen, Allameh. (2013). *The Relationship between Organizational Culture and Knowledge Management (A Case Study: Isfahan University)*. Iran: Management Department, University of Isfahan, Isfahan, Iran.
- Mark, Laver. (2011). *Jazzvertising: Music, Marketing, and Meaning*. The Doctor's Thesis. Toronto: Philosophy in Ethnomusicology Faculty of Music University of Toronto.
- Maxine, Barlow and Simon Shibli. (2007). *Audience Development in the Arts: A Case Study of Chamber Music*. Sheffield: Sheffield Hallam University, Sheffield.
- Paul, Allen. (2011). *Artist Management for the Music Business Second Edition*. Oxford: The Boulevard, Langford Lane, Kidlington, Oxford.
- Peter, Navarro. (1988). *Why do Corporation Give to Charity?*. Chicago: The university of Chicago Press.
- Ray, Waddell, Rich Barnet and Jake Berry. (2007). *This Business of Concert Promotion and Touring: A Practical Guide to Creating, Selling, Organizing, and Staging Concerts*. New York: Billboard Books.
- Rose, X. Y. Chen. (2012). "A Review of the literature on Culture in Hotel Management Research- What is the Future?," *International Journal of Hospitality Management.- Amsterdam*. U.A.: Elsevier.
- Rensis, Likert. (1963). *New Pattern of Management*. Cornell: Sage Publications Johnson Graduate School of Management, Cornell University.
- . (1967). *The Human Organization : Its Management and Value*. New York: McGraw-Hill.
- Ronald, E. Milliman. (1986). *The Influence of Background Music on the Behavior of Restaurant Patrons*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Schneier, C. E. and R. E. Beatty. (1994). *Reading in Organizations, Price College of Business*. Oklahoma: University of Oklahoma.
- Schroeder, R. G., Linderman, K. and D. L. Zhang. (2005). *Evolution of Quality: First fifty issues of Production and Operations Management. Production and Operations Management*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Stephanie, L. Stettler. (2011). *Sustainable Event Management of Music Festivals: An Event Organizer Perspective*. The Master's Thesis Portland: Portland State University.



- Steve, Oakes. (2010). *Profiling the Jazz Festival Audience*. Liverpool: University of Liverpool International Journal of Event and Festival Management.
- Smiljkal, Saković. (2012). *Does Gender Matter in Performing Arts Management Leadership? Case Study of Belgrade Music Festival (BEMUS)*. Belgrade: Graduate School of Culture and Media, Megatrend University, Belgrade.
- Thomas, J. Kull. (2010). *Quality Management Effectiveness in Asia: The influence of Culture, Department of Supply Chain Management WP Carey School of Business*. Arizona: Arizona State University, Tempe.



ภาคผนวก



## แบบสัมภาษณ์ เรื่อง “การบริหารจัดการงานเทศกาลแจ๊สในประเทศไทย”

ชื่อ.....นามสกุล.....  
 ตำแหน่งปัจจุบัน.....  
 สถานที่ทำงาน.....  
 วันที่สัมภาษณ์.....  
 สถานที่ทำงาน.....

### แนวทางการสัมภาษณ์

#### 1. การบริหารจัดการเทศกาล

- 1.1 คณะกรรมการจัดงานเทศกาลมีผู้รับผิดชอบด้านกฎหมายหรือไม่
- 1.2 การทำสัญญาของงานเทศกาลกับซัพพลายเออร์
- 1.3 ทีมงานของคุณมีข้อกำหนดที่เป็นลายลักษณ์อักษรหรือชุดของกฎการดำเนินงานหรือไม่
- 1.4 มีแนวคิดและแนวทางในการจัดโครงสร้างองค์การและวิธีการดำเนินงานอย่างไร
  - 1.4.1 จำนวนสมาชิกของทีมงานและคณะกรรมการ
  - 1.4.2 เจ้าหน้าที่และสมาชิกสามัญมีเวลาทำงานอีกนานแค่ไหนก่อนเกษียณ
  - 1.4.4 บทบาทและหน้าที่ของทีมงานและกรรมการย่อย
  - 1.4.5 แผนนโยบายของเทศกาล
  - 1.4.6 ขั้นตอนสำหรับการประชุมทีมงาน / คณะกรรมการ
- 1.5 คุณมีโครงสร้างองค์การที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนโดยการกำหนดตำแหน่งที่ขึ้นพื้นฐานอย่างไรเช่น ประธาน - ทำหน้าที่สองปีและกลายเป็นสมาชิกทีมงาน / คณะกรรมการสามัญไปอีกสองปี
  - รองประธานกรรมการ – ทำหน้าที่สองปีและก็จะกลายเป็นประธาน
  - เลขานุการ – ทำหน้าที่เป็นเวลาสามปี
  - เหรียญกษาปณ์ - รับผิดชอบเรื่องการเงินทั้งหมดโดยทั่วไปทำหน้าที่สองปีหรือมากกว่า
 บางทีม / คณะกรรมการมีสองชุดที่แบ่งความรับผิดชอบระหว่างเหรียญกษาปณ์
  - ประชาสัมพันธ์ – ทำหน้าที่เป็นระยะเวลาสองปี
  - การตลาดที่ทำหน้าที่อย่างน้อยสองปี
  - เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย – ทำหน้าที่เป็นเวลาอย่างน้อยสองปี
  - สมาชิกสามัญในทีมและคณะกรรมการมีจำนวนมากกว่าหกคน
- 1.6 มีการจัดหาทีมงานและคณะกรรมการอย่างไร
  - เช่น นักการเงิน
  - นักการตลาด
  - ประชาสัมพันธ์
  - ผู้มีความรู้เกี่ยวกับการค้าปลีกในประเทศ
  - ประสบการณ์การทำงานของคนในองค์กร
  - ผู้ที่เป็นนักทำและไม่ใช่แค่ นักพูด
  - นักการจัดการ



- 1.7 มีการจัดเก็บรายงานการประชุมของแต่ละการประชุมหรือไม่
- 1.8 มีจำนวนของการประชุมในแต่ละปีอย่างไร
- 1.9 มีความเคารพในคะแนนเสียงข้างมากในการพิจารณาหรือไม่
- 1.10 ประธานสามารถออกเสียงชี้ขาดหรือไม่
- 1.11 ทีมงานและคณะกรรมการมีอำนาจเลือกสมาชิกใหม่หรือไม่ เช่นสปอนเซอร์ที่มีศักยภาพมากต้องการที่นั่งในทีมคณะกรรมการเพื่อส่วนหนึ่งของข้อตกลงสปอนเซอร์
- 1.12 การประชุมสามัญประจำปี
- 1.13 มีบทบัญญัติเพื่อการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นอย่างไร
- 1.14 คุณเห็นด้วยกับความรับผิดชอบของโครงสร้างของคณะกรรมการ เช่น การเงิน การตลาด การผลิต โครงการ ประชาสัมพันธ์
- 1.15 เทศกาลมีแผนธุรกิจดังนี้หรือไม่
  - 1) สถานะทางกฎหมายของทีม / คณะกรรมการ
  - 2) ประวัติความเป็นมาของเทศกาล
  - 3) วิสัยทัศน์
  - 4) พันธกิจ
  - 5) เป้าหมาย
  - 6) วัตถุประสงค์และกลยุทธ์
  - 7) การวิเคราะห์ตลาด
  - 8) การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาส / สถานการณ์
  - 9) โครงการกิจกรรม
  - 10) โครงสร้างทีมงาน / คณะกรรมการ
  - 11) คณะกรรมการจัดงาน
  - 12) การปฏิบัติงาน / แผนยุทธวิธี
  - 13) ระบบควบคุม
  - 14) การประเมินผลงานและคำติชม
- 1.16 แผนธุรกิจมีเรื่องที่เกี่ยวข้องภายในสิบสองเดือนที่ผ่านมา?
- 1.17 มีวิสัยทัศน์สำหรับเทศกาลอย่างไร
- 1.18 ด้านพันธกิจมีเหตุผลในการจัดงานเทศกาลอย่างไร
  - ผู้เข้าชม
  - สิ่งที่ต้องการความบันเทิงของพวกเขา
  - สิ่งที่เป็นกิจกรรมหลักของทีม / คณะกรรมการของเราและทำไมกิจกรรมเหล่านี้มีความสำคัญอย่างไร
  - วิธีการที่เราสามารถใช้งาน / เหตุการณ์ที่จะส่งเสริมพื้นที่ของเราหรือไม่
- 1.19 มีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนอย่างไร
- 1.20 งานเทศกาลมีกลยุทธ์การแข่งขันที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนหรือไม่
- 1.21 มีรายละเอียดของผู้เข้าชมในการจัดงานเทศกาลหรือไม่
- 1.22 ทีมงานและคณะกรรมการมีการดำเนินการวิเคราะห์สถานการณ์เทศกาลอย่างไร



- 1.23 คุณเห็นด้วยกับรูปแบบหลักหรือรูปแบบของการจัดงานเทศกาล
- 1.24 งานเทศกาลของคุณมีกิจกรรมความรู้หรือไม่
- 1.25 การสำรวจผู้เข้าร่วมประชุมในงานเทศกาลภายในสองปีที่ผ่านมา
- 1.26 มีการประชุมหลังเสร็จสิ้นงานอย่างไร

## 2. การจัดการด้านการเงิน

- 2.1 คุณมีรายละเอียดงบประมาณประจำปีอย่างไร
- 2.2 คุณมีนโยบายงบประมาณงานเทศกาลอย่างไร
- 2.3 คุณมีมาตรการในการควบคุมงบประมาณในสถานที่อย่างไร
- 2.4 คุณแยกพิจารณาต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่อย่างไร
- 2.5 คุณมีแบบฟอร์มการรายงานทางการเงินอย่างเป็นทางการสำหรับใช้ในการประชุม

ทีมงานและคณะกรรมการ

- 2.6 การควบคุมที่เพียงพอในสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับใบเสร็จรับเงินและการชำระเงิน
- 2.7 คุณได้รับใบเสนอราคาหนึ่งใบต่อหนึ่งบริการหรือไม่
- 2.8 คุณมีนโยบายในการที่ตัดสินใจว่าจะเรียกเก็บค่าบริการสำหรับการเช่าหรือตัวอย่างไร
- 2.9 คุณมีความตระหนักถึงแบบแผนในการจัดงานเทศกาลที่มีอยู่อย่างไร
- 2.10 คุณมีการหาการสนับสนุนอย่างไร
- 2.11 เทศกาลมีบางสิ่งบางอย่างที่น่าเสนอต่อสปอนเซอร์อย่างไร
- 2.12 มีการพิจารณาและการประเมินที่มีศักยภาพในสปอนเซอร์ว่าเหมาะสมกับเทศกาล

หรือไม่

- 2.13 ความเหมาะสมในการเสนอราคาการให้การสนับสนุนอย่างไร
- 2.14 ชุมชนมีโอกาสได้รับประโยชน์อย่างไร
- 2.15 คุณมีการเตรียมบัญชีการเงินปลายปี

## 3. การผลิตเทศกาล

- 3.1 คุณมีตารางการผลิตเทศกาลหรือไม่
- 3.2 การกำหนดวันของเทศกาล
- 3.3 คุณมีฐานข้อมูลรายชื่อหรือไม่
- 3.4 คุณมีกลยุทธ์สำหรับการสรรหาอาสาสมัครอย่างไร
- 3.5 คุณรู้วิธีการระบุและการติดต่อประสานงานกับแหล่งของอาสาสมัครที่มีศักยภาพ
- 3.6 คุณมีการบรรยายสรุปให้อาสาสมัครหรือวางแผนการฝึกอบรม
- 3.7 คุณมีการบรรยายสรุปเพื่ออาสาสมัครอย่างไร
- 3.8 คุณมีกลยุทธ์ในการจัดการอาสาสมัครในงานเทศกาลอย่างไร
- 3.9 คุณได้มีการดำเนินการประเมินความเสี่ยงในการตรวจสอบความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใน

การที่สมาชิกของประชาชนอาสาสมัครและพนักงานอาจได้รับอย่างไร

- 3.10 คุณมีเอกสารการบริหารความเสี่ยงและงบบุขภาพและความปลอดภัยอย่างไร
- 3.11 คุณมีเอกสารขั้นตอนเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินในสถานที่หรือไม่
- 3.12 คุณมีใบอนุญาตการใช้สถานที่ส่วนต่างๆอย่างไร
- 3.13 คุณมีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมหรือไม่





อย่างไร

3.14 คุณดำเนินการบรรยายสรุปการประชุมสำหรับการให้บริการที่สำคัญและหน่วยงาน

3.15 คุณมีป้ายไปทำงานเทศกาลสำหรับสถานที่ของคุณหรือไม่

3.16 คุณมีป้ายภายในเทศกาลของคุณหรือไม่

3.17 คุณมีกลยุทธ์การจัดการคิวที่มีประสิทธิภาพ

3.18 คุณมีการจัดการกับบุคคลวิเอพีและผู้ให้การสนับสนุนในระหว่างเทศกาล

3.19 การจัดการพิธีเปิดแบบเป็นทางการ

3.20 ผู้เปิดงานอย่างเป็นทางการสำหรับงานเทศกาล

#### 4. การจัดการการตลาดสำหรับเทศกาล

4.1 คุณมีการวางแผนการตลาดหรือไม่

4.2 คุณมีรายละเอียดของผู้เข้าชมที่มีอยู่เพื่อการจัดงานเทศกาลหรือไม่

4.3 สมมติฐานในการสนับสนุนตลาดของเทศกาล

4.4 กลยุทธ์การตลาดเป็นอย่างไร

4.5 คุณได้กำหนดวัตถุประสงค์การตลาดอย่างไร

4.6 เทศกาลของคุณมีโลโก้หรือไม่

4.7 คุณมีแผนสื่อหรือไม่

4.8 คุณมีการจ่ายค่าโฆษณาเพื่อส่งเสริมเทศกาลอย่างไร

4.9 โบรชัวร์งานเทศกาลมีลักษณะอย่างไร

4.10 การเผยแพร่โบรชัวร์งานเทศกาล

4.11 คุณใช้จดหมายตรงเพื่อส่งเสริมการตลาดหรือไม่

4.12 เว็บไซต์งานเทศกาลเป็นอย่างไร

4.13 มีการส่งเสริมเว็บไซต์ของเทศกาลอย่างไร

4.14 มีการร่วมการโปรโมชันของผู้บริโภคและการค้าระหว่างหน่วยงาน

4.15 คุณมีการเสนอในหนังสือท่องเที่ยวอย่างไร

4.16 คุณพิจารณาเพื่อความร่วมมือด้านการตลาดอย่างไร

4.17 มีการประชาสัมพันธ์อย่างไร

4.18 คุณมีการเก็บบันทึกการรายงานข่าวของสื่อที่ได้รับอย่างไร

4.19 คุณมีคลังห้องสมุดภาพอย่างไร

4.20 คุณมีประเด็นของนวัตกรรมอย่างไร



ประวัติย่อของผู้วิจัย



## ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ นายธนระริชต์ อนุกุล  
วันเกิด วันที่ 5 ตุลาคม พ.ศ. 2519  
สถานที่เกิด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี  
สถานที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่ 99/98 ตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20130  
ตำแหน่งหน้าที่การงาน อาจารย์  
สถานที่ทำงานปัจจุบัน คณะดนตรีและการแสดง มหาวิทยาลัยบูรพา เลขที่ 169 ตำบลแสนสุข  
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

### ประวัติการศึกษา

- พ.ศ. 2534 มัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่  
พ.ศ. 2537 มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่  
พ.ศ. 2541 ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาวิชาดุริยางคศิลป์  
มหาวิทยาลัยพายัพ  
พ.ศ. 2543 ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) วิชาเอกดนตรีวิทยา  
มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2559 ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาดุริยางคศิลป์  
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

