



สารนิพนธ์

เรื่อง ความหลากหลายของระบบวง NCT สู่การเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม

โดย

นางสาวสรณ์สิริ เจริญศรี

รหัสนักศึกษา 05590768

สารนิพนธ์เล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลิขสิทธิ์ของอักษรศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

สารนิพนธ์	ความหลากหลายของระบบวง NCT สู่การเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม
ผู้เขียน	นางสาวสรณ์สิริ เจริญศรี
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาตยา อยู่คง
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง ความหลากหลายของระบบวง NCT สู่การเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างการจัดระบบวง NCT และศึกษาอัตลักษณ์ของศิลปินวง NCT โดยศึกษาจากการรวบรวมเนื้อหาเกี่ยวกับโครงสร้างระบบวงผ่านทางช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ได้แก่ Twitter, Youtube, Facebook, www.billboard.com และ www.Melon.com โดยใช้แนวความคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และแนวความคิดอัตลักษณ์เป็นกรอบในการวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมดนตรี มีการจัดโครงสร้างระบบวงที่หลากหลาย โดยสำหรับวง NCT ได้มีการแบ่งออกเป็น 5 ยูนิตภายใต้ชื่อวง NCT ซึ่งศิลปินในแต่ละยูนิตมีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติ มากกว่า 10 เชื้อชาติ ทำให้สมาชิกในวงมีทักษะทางด้านภาษาที่หลากหลาย คือ เกาหลี, จีน, ญี่ปุ่น, อังกฤษ, ไทย และเยอรมัน นอกจากนี้สมาชิกวง NCT ยังมีทักษะความสามารถที่หลากหลายในด้านอื่น คือ การร้อง, การแร็ป, การเต้น, และการแต่งเพลง หากมีการเปลี่ยนแปลงยูนิต สมาชิกยังคงทำหน้าที่ตามความเหมาะสมของตน

วง NCT มีอัตลักษณ์ของวงที่มีลักษณะเฉพาะตัว คือ ความลื่นไหลที่ไม่หยุดนิ่งตามเพลงและมิวสิกวิดีโอ โดยเพลงจะมีหลากหลายเวอร์ชัน คือ เกาหลี, จีน, ญี่ปุ่น และอังกฤษ ซึ่งแต่ละยูนิตจะมีอัตลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างกัน รวมทั้งการลื่นไหลตามการจัดการแสดงคอนเสิร์ต คือ เอเชีย, อเมริกา และยุโรป ซึ่งแต่ละประเทศจะมีอัตลักษณ์ร่วมกันและอัตลักษณ์เฉพาะ ที่ทำให้แต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน เช่น เวที, การแต่งกายในบางบทเพลง และการแสดง เนื่องด้วย ระบบวงที่มีความหลากหลาย ทำให้วงมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว อีกทั้งเป็นการรวมวัฒนธรรมเป็นหนึ่งเดียวของศิลปินหลากหลายเชื้อชาติ ทำให้เกิดเป็นกระแสนิยมสมัยใหม่ และเป็นวงเดียวในกระแส K-POP ที่มีจำนวนสมาชิกมากที่สุด ซึ่งสมาชิกสามารถโปรโมทและมีผลงานเพลงพร้อมกันในหลายประเทศ จนสามารถเรียกความสนใจได้จากสาธารณชนด้วยอัตลักษณ์ของวง

คำสำคัญ: การจัดการทรัพยากรมนุษย์, อัตลักษณ์, ยูนิต, วงNCT

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “ความหลากหลายของระบบวง NCT สู่การเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม” เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450112 การศึกษาเอกเทศ (INDEPENDENT STUDY)

งานวิจัยชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการกรุณาอย่างสูงจากผู้ช่วยศาสตราจารย์นายตา อยู่คง อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี จนทำให้งานวิจัยครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณ ครอบครัวที่คอยรับฟังทุกเรื่องราวและสนับสนุนในสิ่งที่ข้าพเจ้ารักมาโดยตลอด ขอขอบคุณแม่ พี่มิ่ง พี่รองซ์ มายด์ ที่คอยให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำวิจัยเล่มนี้ ขอขอบคุณแต้ม ขนบปัง แป้ง แพรว พี่รอง มี้ม ส้ม วันจัน เพื่อน ๆ ทุกคนทั้งในและนอกรั้วมหาวิทยาลัย รวมถึงเพื่อน ๆ ทุกคนในทวิตเตอร์ ที่คอยเป็นกำลังใจให้เสมอมา ซึ่งทั้งหมดเป็นแรงผลักดันให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณ แจชยอน วินวิน แทยง เขียวจวิน โดยอง เตนล์ จงอู ลูคัส มาร์ค ยูตะ จอห์นนี่ แทฮิล หยางหยาง เฮนเดอร์รี่ คุณ แจมมิน เจโน่ เทรินจวิน จีซอง ฉินเล่อ และแฮชาน บุคคลที่เป็นกำลังใจและรอยยิ้มในทุกวันของข้าพเจ้า ขอขอบคุณที่ฝึกฝนตัวเองอย่างหนัก และพยายามเพื่อสิ่งที่ตนรักเสมอมา อีกทั้งเป็นเหตุผลที่ทำให้เกิดวิจัยชิ้นนี้ขึ้นมา

ขอขอบคุณตัวเองที่ดูแลสุขภาพให้แข็งแรงและมีความมุ่งมั่น ศึกษาค้นคว้าจากสิ่งของตัวเองเลือกและรัก จนสามารถออกมาเป็นผลงานชิ้นสำคัญที่ข้าพเจ้าภูมิใจมากที่สุด

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณทุกคน ทุกสิ่ง ทุกอย่าง ทุกประสบการณ์ ตลอดการใช้ชีวิตในรั้วมหาวิทยาลัย จนทำให้ข้าพเจ้าได้เรียนรู้เป็นบทเรียน เพื่อให้ตัวเองเติบโตขึ้นในสังคมผู้ใหญ่ต่อไป

ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าขออภัยไว้ ณ ที่นี้

สรณศิริ เจริญศรี

สารบัญ

บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตการศึกษาวิจัย.....	5
1.5 วิธีการศึกษาวิจัย.....	5
1.6 นิยามศัพท์.....	5
1.7 ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	5
1.8 แผนการเขียนเนื้อหา.....	7
บทที่ 2 ทบทวนแนวความคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย.....	9
2.1 แนวความคิดทางสังคมศาสตร์.....	9
2.1.1 แนวความคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์.....	9
2.1.2 แนวความคิดอัตลักษณ์.....	12
2.1.3 แนวความคิดวัฒนธรรมกระแสนิยม.....	16
2.2 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย.....	18
2.3 กรอบการศึกษาและการวิเคราะห์.....	24
บทที่ 3 โครงสร้างและการจัดการระบบวง NCT.....	27
3.1 ข้อมูลทั่วไปของวง.....	27
3.2 โครงสร้างและการจัดการของระบบวง NCT.....	48
3.2.1 การบริหารงานแบบองค์การข้ามชาติ.....	48
3.2.2 แรงงานมีความหลากหลายทางเชื้อชาติ.....	49
3.2.3 แรงงานมีความหลากหลายทางด้านทักษะ.....	49
3.3 สรุปท้ายบท.....	51

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4	อัตลักษณ์ของศิลปินวง NCT.....	52
4.1	เพลงและมิวสิกวิดีโอแบบสั้นไหล.....	52
4.2	การจัดการแสดงคอนเสิร์ต.....	66
4.2.1	ทวีปอเมริกาเหนือและยุโรป.....	67
4.2.2	ทวีปเอเชีย.....	73
4.2.3	เพลงที่สั้นไหลตามพื้นที่การจัดแสดงคอนเสิร์ต.....	77
4.2.4	ประเทศจีน.....	79
4.3	สรุปท้ายบท.....	83
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	85
5.1	สรุปผลการศึกษา.....	85
5.2	อภิปรายผลการวิจัย.....	87
5.3	ข้อเสนอแนะของผลการวิจัย.....	90
	บรรณานุกรม.....	92
	ประวัติผู้วิจัย.....	96
	แบบโอนลิขสิทธิ์ภาคนิพนธ์.....	97

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 แผนผังกรอบแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1.....	25
ภาพที่ 2 แผนผังกรอบแนวความคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2.....	26
ภาพที่ 3 มุนแทอิล.....	27
ภาพที่ 4 จอห์นนี่.....	28
ภาพที่ 5 อีแทยอง.....	28
ภาพที่ 6 นากาโมโตะ ยูตะ.....	29
ภาพที่ 7 เฉียนคุน.....	29
ภาพที่ 8 คิมโดยอง.....	30
ภาพที่ 9 เตนล์.....	30
ภาพที่ 10 จองแจฮยอน.....	31
ภาพที่ 11 วินวิน.....	31
ภาพที่ 12 คิมจองอู.....	32
ภาพที่ 13 ลูคัส.....	32
ภาพที่ 14 มาร์ค.....	33
ภาพที่ 15 เซียวเต๋อจวิน.....	33
ภาพที่ 16 เฮนเดอรี.....	34
ภาพที่ 17 เทรินจวิน.....	34
ภาพที่ 18 อีเจโน่.....	35
ภาพที่ 19 แฮซาน.....	35
ภาพที่ 20 นาแจมิน.....	36
ภาพที่ 21 หยางหยาง.....	36
ภาพที่ 22 เฉินเล่อ.....	37
ภาพที่ 23 ปาร์คจีซอง.....	37
ภาพที่ 24 NCT U - The 7th Sense.....	40
ภาพที่ 25 NCT U - Without you.....	40
ภาพที่ 26 NCT 127 - Regular English ver.....	41
ภาพที่ 27 NCT 127 - Regular Korea ver.....	42
ภาพที่ 28 NCT 127 - Superhuman.....	42
ภาพที่ 29 NCT 127 - Wakey-Wakey.....	43

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ 30 NCT Dream - My First and Last..... 44

ภาพที่ 31 NCT U - Boss..... 45

ภาพที่ 32 NCT U - Baby Don't Stop..... 45

ภาพที่ 33 NCT Dream - Go..... 46

ภาพที่ 34 NCT 127 - Touch..... 46

ภาพที่ 35 NCT 2018 - Black on Black..... 47

ภาพที่ 36 WayV - Regular..... 48

ภาพที่ 37 WayV - Take Off..... 48

ภาพที่ 38 โพรโมทเพลง Boss..... 53

ภาพที่ 39 โพรโมทเพลง Baby Don't Stop..... 54

ภาพที่ 40 ฉากในมิวสิกวิดีโอส่วนใหญ่จะเน้นโรงละคร..... 54

ภาพที่ 41 โพรโมทเพลง Go ของ NCT Dream ภายใต้การโปรเจค NCT 2018..... 55

ภาพที่ 42 โพรโมทเพลง Touch NCT 127..... 56

ภาพที่ 43 ฉากมิวสิกวิดีโอเพลง Touch ทำเป็นรูปแบบบล็อกสี..... 56

ภาพที่ 44 โพรโมทเพลง Yestoday NCT U..... 57

ภาพที่ 45 การเล่นสีภาพวาด-ขาวดำในมิวสิกวิดีโอเพลง..... 57

ภาพที่ 46 โพรโมทเพลง Without you เวอร์ชันภาษาเกาหลี..... 58

ภาพที่ 47 ส่วนหนึ่งในมิวสิกวิดีโอเพลง Without you เวอร์ชันภาษาจีน..... 58

ภาพที่ 48 โพรโมทเพลง The 7th Sense (สัมผัสที่ 7)..... 59

ภาพที่ 49 ส่วนหนึ่งของมิวสิกวิดีโอเพลง Timeless..... 59

ภาพที่ 50 ท่าเต้นส่วนหนึ่งในมิวสิกวิดีโอเพลง Dream In Dream..... 60

ภาพที่ 51 วิดีโอจะเน้นสีภาพที่มัวเหมือนอยู่ในความฝัน..... 60

ภาพที่ 52 การเดินฟรีสไตล์ผ่านทางมิวสิกวิดีโอ..... 61

ภาพที่ 53 โพรโมทเพลง New Heroes..... 61

ภาพที่ 54 เปิดตัวโปรเจค NCT 2018..... 62

ภาพที่ 55 ส่วนหนึ่งในมิวสิกวิดีโอเพลง Black on Black..... 62

ภาพที่ 56 รูปแบบเวทีในพื้นที่ของทวีอเมริกา..... 67

ภาพที่ 57 เวทีที่ค่อนข้างเล็กทำให้เห็นศิลปินได้ชัดขึ้น..... 67

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ 58 การแสดงคอนเสิร์ตที่ Mexico..... 68

ภาพที่ 59 การแสดงคอนเสิร์ตที่ New York..... 68

ภาพที่ 60 การแสดงเพลง Superhuman ชุดสูทปกสีให้สะท้อนกับแสง..... 69

ภาพที่ 61 การแสดงเพลง Good Thing, Replay ที่ Chicago..... 69

ภาพที่ 62 สนามบินอินซอน เดินทางไปแสดงคอนเสิร์ตที่อเมริกา..... 69

ภาพที่ 63 การแสดงคอนเสิร์ตที่ Miami..... 69

ภาพที่ 64 งาน MTV EMA 2019 ประเทศสเปน..... 70

ภาพที่ 65 งาน Global Citizen Festival NYC..... 70

ภาพที่ 66 รายการ The Last Last Show..... 71

ภาพที่ 67 รายการ Good Morning America..... 71

ภาพที่ 68 รายการ NCT 127 Hit The States ระหว่างทัวร์คอนเสิร์ตที่อเมริกา..... 72

ภาพที่ 69 รถบัสโปรโมทคอนเสิร์ตในพื้นที่ของอเมริกาเหนือ..... 72

ภาพที่ 70 ระหว่างการแสดงเวทีที่มีการยกระดับขึ้น ที่ประเทศเกาหลีใต้..... 73

ภาพที่ 71 ระหว่างการแสดงเวทีที่มีการยกระดับขึ้น ที่ประเทศญี่ปุ่น..... 74

ภาพที่ 72 การแต่งกายของเพลง 0 mile ที่ประเทศเกาหลีใต้..... 74

ภาพที่ 73 การแต่งกายของเพลง summer127 ที่ญี่ปุ่น..... 74

ภาพที่ 74 การแต่งกายเพลง Welcome to my Playground ประเทศเกาหลีใต้..... 75

ภาพที่ 75 การแต่งกายเพลง Welcome to my Playground ประเทศญี่ปุ่น..... 75

ภาพที่ 76 การแสดงเพลง wakey-wakey ประเทศญี่ปุ่น..... 76

ภาพที่ 77 การถ่ายทอดสดผ่าน Ameba TV..... 76

ภาพที่ 78 การแสดงที่ใช้รถเลื่อน เพื่อความใกล้ชิดกับแฟนคลับ..... 76

ภาพที่ 79 ระหว่างการแสดงมีกิจกรรมแจกบอลลายเซนต์..... 76

ภาพที่ 80 แท่งไฟประจำวง ที่ใช้ประกอบเมื่อมีการแสดง..... 77

ภาพที่ 81 แท่งไฟเฉพาะของประเทศญี่ปุ่น..... 77

ภาพที่ 82 สถานที่จัดมีรูปแบบเวทีขนาดเล็ก..... 79

ภาพที่ 83 การแสดง Take Off งาน Global Press Conference..... 80

ภาพที่ 84 งานแสดงประกาศรางวัล MAMA 2019..... 80

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ 85 กิจกรรมเล่นเกมระหว่างการจัด Fan meeting.....	81
ภาพที่ 86 กิจกรรมช่วงพูดคุย โดยมีพิธีกรดำเนินการ.....	81
ภาพที่ 87 มิวสิควิดีโอเพลง Take Off ภาษาจีน.....	81

สารบัญตาราง

ตาราง 1 สมาชิกวง NCT.....	38
ตาราง 2 ความหลากหลายของระบบวง NCT ทั้งสัญชาติ ทักษะภาษา และความสามารถ.....	50
ตาราง 3 ผลงานเพลงของวง NCT แต่ละยุค.....	63
ตาราง 4 การแสดงคอนเสิร์ต NCT 127 ในแต่ละประเทศ.....	77
ตาราง 5 การแสดงงาน Fan Meeting WayV ในประเทศจีน.....	82

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ตั้งแต่พ.ศ. 2551 ประเทศเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จอย่างมากในการขับเคลื่อนความมั่งคั่งผ่านทาง “สินค้าทางวัฒนธรรม” ไม่ว่าจะเป็นวรรณกรรม ดนตรี ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ รวมถึงการศึกษา การท่องเที่ยว และแม้แต่การทำศัลยกรรมรูปแบบเกาหลี จะเห็นได้ว่ากระแส Korea Wave หรือกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลีได้เปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจและสังคมของเกาหลีใต้แบบก้าวกระโดด จนเป็นที่จับตามองของหลายประเทศทั่วโลก กระนั้น ความสำเร็จของกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลี หรือ เกาหลีฟีเวอร์นี้ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงชั่วข้ามคืน หากแต่เป็นความพยายามที่ผ่านกระบวนการคิดจากรัฐบาลมาตั้งแต่แรกเริ่ม และได้รับการสนับสนุนจากอุตสาหกรรม นักลงทุน และคนในประเทศ ขณะเดียวกัน เกาหลีใต้ก็มีกระบวนการสร้างสรรค์สินค้าของตนเองแบบเลียนแบบและพัฒนาต่อ (Copy and Develop) อาจารย์ปิติตั้งข้อสังเกตไว้ว่า สินค้าวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จไปทั่วโลกของเกาหลีใต้ เช่น โทรศัพท์มือถือซัมซุง และนักร้องวงไอดอลเกาหลีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวนั้น มักจะเริ่มต้นจากการเลียนแบบลักษณะเด่นจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่นิยมกันทั่วโลก หรือนักร้องดังของเอเชีย หลังจากนั้น จะทุ่มเทพัฒนา เพื่อสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ตนเอง จนสามารถสร้างจุดเปลี่ยนที่ทำให้สินค้าตนเองมีความโดดเด่น แต่ยังคงไว้ด้วยความงามแบบเกาหลี (ปิติ ศรีแสงนาม, 2561) กระแสเคป๊อป ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ระดับโลกได้อย่างแท้จริง เนื่องจากการผสมผสานที่โดดเด่น เช่น ทำนองเพลงเป็นที่นิยม การออกแบบท่าเต้นที่สอดคล้องกับบทเพลง รวมถึงเสน่ห์ของภาพลักษณ์ในการดึงดูดใจของเหล่าศิลปินที่มีอย่างมากมาย พวกเขาต้องใช้เวลาหลายปีไปกับระบบฝึกฝน เพื่อเรียนรู้การร้องและการเต้นให้สมบูรณ์แบบ และเป็นไปอย่างพร้อมเพรียง และกลุ่มศิลปินที่กำลังได้รับความนิยมคือ วง NCT

NCT (Neo Culture Technology) เป็นกลุ่มศิลปินชายของประเทศเกาหลีใต้ ก่อตั้งโดยบริษัทค่ายเพลง S.M.Entertainment ชื่อของพวกเขามาจากโครงการเผยแพร่กระแสเกาหลีในหลายภาษา โดยแนวคิดและแผนการเปิดตัวต่อสาธารณชนของวงจะมุ่งเน้นไปที่การเปิดกว้างและขยายขอบข่ายออกไปเรื่อยๆไม่มีการกำหนดจำนวนสมาชิกที่แน่นอน และต่อไปจะมีการเปิดตัวเพิ่มขึ้นเป็นระบบวงแบบย่อยตามประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ณ ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 21 คน ได้แก่ มุนแทฮิล จอห์นนี่ อีแทยง ยูตะ เฉียนคุน คิมโดยอง เตนล์ จองแจฮยอน วินวิน คิมจองอู ลูคัส มาร์ค เซียวจวิน เฮนเดอรี เทรินจวิน ลีเจโน่ แอซซาน นาแจมิน หยางหยาง เฉินเล่อ ปาร์คจีซอง

กระแสของวง NCT ในเกาหลีใต้ ซึ่งอ้างอิงมาจากผลอันดับการสตรีมเพลง ในเว็บไซต์ Melon ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่จัดอันดับเพลง ตามความนิยมของประชากรเกาหลีใต้ ช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2559 วง NCT เปิดตัวด้วยเพลง The 7th Sense ภายใต้ยูนิต NCT U ย่อมาจาก NCT United เป็น Rotational Unit คือ สมาชิกสามารถปรับเปลี่ยนได้ ขึ้นอยู่กับแต่ละเพลงที่ค่าย จะเลือกสมาชิกตามแนวเพลง ซึ่งยูนิต NCT U แนวเพลงจะค่อนข้างหลากหลาย ซึ่งมีสมาชิกดังนี้ แทยง, แจฮยอน, มาร์ค, เตนล, แทฮิล, โดยอง โดยเพลงที่เปิดตัวอยู่ในอันดับ 44 จากทั้งหมด 100 อันดับเพลงยอดนิยมหลังจากชั่วโมงแรกของการเปิดตัวเพลง (TaeyongFanbase, 2559) ซึ่งเว็บไซต์นี้มีการจัดอันดับเพลงตามเวลาจริง ภายในปีเดียวกันช่วงวันที่ 7 กรกฎาคม ได้เปิดตัวยูนิต NCT127 ซึ่งเป็นละครจุดองศาของโซลประเทศเกาหลีใต้ เป็นการเปิดตัวสมาชิกใหม่ คือ สมาชิกชาวญี่ปุ่น ยูตะ, สมาชิกชาวจีน วินวิน, และสมาชิกเกาหลี แฮซาน ภายใต้เพลงโปรโมท Fire truck ซึ่งไม่ได้รับความนิยมมากนัก ทำให้เพลงเปิดตัวอยู่ในอันดับที่ 60 เนื่องจากวงรุ่นพี่ที่มีฐานแฟนคลับมากกว่าและมีแนวเพลงได้รับความนิยมชื่นชอบจากคนเกาหลีใต้ทั่วไป เห็นได้จากวง EXO, BTS, TWICE เป็นต้น ซึ่งเปิดตัวเพลงในไตรมาสเดียวกัน ในช่วงเวลานั้น มีการเปิดตัวสมาชิกใหม่ คือ จอห์นนี่ และ โดยอง ภายใต้เพลง limitless วง NCT อยู่ในอันดับTop10 เป็นเวลานานบนเว็บไซต์ Melon (Melon chart, 2016)

หลังจากกระแสตอบรับของวงไปในทิศทางที่ดี ช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559 ได้เปิดตัวยูนิต NCT Dream เป็นการรวมตัวของเด็กหนุ่ม ที่มีอายุระหว่าง 14-17 ปี โดยมีค่าเฉลี่ยอายุทั้งวง อยู่ที่ 15.6ปี แสดงให้เห็นถึงพลังแห่งความสดใส อันมีชีวิตชีวาของเด็กหนุ่มวัยแรกรุ่น ประกอบไปด้วยสมาชิก ได้แก่ จีซอง, เจโน่, แฮซาน, มาร์ค, แจมิน สมาชิกชาวจีน เฉินเล่อ และเหรินจวิน ซึ่งพวกเขาปล่อยผลงานแรกแนวทีนป๊อป แคนซ์ จังหวะสนุกสนาน ที่มีชื่อว่า Chewing Gum ออกมาทั้งเวอร์ชันภาษาเกาหลีและภาษาจีน

ในปี พ.ศ.2562 จากการโปรโมทในประเทศจีนของวงรุ่นพี่ที่เคยประสบความสำเร็จ บริษัทจึงมีแผนการขยายวง NCT สู่ตลาดจีนโดยมีการจัดยูนิตภายใต้ชื่อ WayV คือ "NCT Vision" หรือ "NCT China" แต่เนื่องจากมีความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างประเทศเกาหลีและจีน จึงต้องใช้ชื่อ WayV เพราะชื่อ NCT อยู่ภายใต้การดูแลของบริษัทเกาหลี หากใช้ชื่อ NCT Vision ค่ายเพลงจะโปรโมทได้ไม่เต็มที่ จึงจัดการแก้ปัญหาโดยการให้ WayV อยู่ภายใต้สังกัดใหม่ (Label V : ค่ายหุ้นส่วนของSM) มีสมาชิกดังนี้ เฉียนคุน, เตนล, วินวิน, ลูคัส, เซียวจวิน, เฮนเดอร์รี่ และหยางหยาง ซึ่งวันแรกของการเปิดตัวอัลบั้ม Take off เพลงได้รับอันดับ 1 บนชาร์ตเพลง QQ Music แอปพลิเคชันสตรีมเพลงและมิวสิควิดีโอที่ได้รับความนิยมที่สุดในจีน อีกทั้งยังติดอันดับ 1 ภายใน 30 ประเทศ บนชาร์ตเพลง iTunes แอปพลิเคชันดาวน์โหลดเพลงบนโทรศัพท์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด (SMmakesitLive, 2562 ; Tenzenter, 2562)

ในช่วงเวลาเดียวกันยูนิต NCT127 ได้มีการโปรโมทเข้าสู่ตลาดอเมริกา ผ่านการแสดงดนตรี NCT127 WORLD TOUR NEO CITY The Origin ซึ่งเป็นการสร้างสถิติของศิลปินกลุ่มชายเกาหลีใต้ ที่เปิดการแสดงในเมืองต่าง ๆ ของอเมริกาเหนือได้มากที่สุดถึง 11 เมือง (SMTrueThailand, 2562) หลังจากกระแสตอบรับที่ดีของ NCT127 ในอเมริกา อีกด้านในเกาหลีใต้ ได้มีการเปิดตัวอัลบั้มใหม่ของอีกยูนิตอย่าง NCT Dream ซึ่งการเปิดตัวเพลง Boom เป็นเพลงที่ทำลายสถิติการสตรีมเพลงทั้งหมดของวง NCT บนชาร์ตเพลง Melon ซึ่งขึ้นอันดับสูงไปถึงที่ 16 จากทั้งหมด 100 อันดับ (nctzenunion, 2562 ; 0701xhty, 2562 ; jaemisluv, 2562 ; NCTMelOn, 2562)

กระแสของวง NCT เริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้นหลังจากการรวมตัวของ NCT 2018 เปิดตัวด้วยเพลง Boss ในนามของ NCT U ซึ่งมีสมาชิกดังนี้ แทยง, แจชยอง, วินวิน, โดยอง, มาร์ค, จองอู, ลูคัส ซึ่งเป็นการเปิดตัวสมาชิกใหม่อย่าง จองอูและลูคัส ทำให้ชื่อของวง NCT เริ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้าง จากปรากฏการณ์ที่กล่าวมาข้างต้น ด้วยการสร้างระบบวงแบบหลากหลาย ซึ่งแบ่งย่อยออกเป็นยูนิตจึงกลายเป็นอัตลักษณ์ของวง ที่ทำให้เกิดความแปลกใหม่และสิ้นไหลออกสู่ตลาดต่างประเทศ ได้แก่ จีน การเปิดตัวของ WayV เป็นยูนิตที่ 4 ของ วง NCT ก่อนหน้านี้สมาชิก 4 คนใน WayV ได้แก่ วินวิน, เตนล์, เจียนคุน และ ลูคัส ได้เดบิวต์ภายใต้ยูนิต NCT ที่แตกต่างกัน หลังจากการเปิดตัวมินิอัลบั้มในประเทศจีน ในวันที่ 9 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 ได้รับการเข้าชมมากกว่า 4.5 ล้านครั้งบน YouTube และเป็นสถิติใหม่จำนวนสูงสุดของกลุ่มชาวจีน ในชาร์ตระดับภูมิภาคของ iTunes ข้อดีอีกด้านของ WayV คือ เปิดตัวในช่วงเวลาที่ความตึงเครียดทางการเมือง ระหว่างจีนและเกาหลีใต้ผ่อนคลาย ซึ่งการประชุมของรัฐบาลจีน ในหัวข้อการเสวนาเรื่องอารยธรรมเอเชียที่เริ่มขึ้นในกรุงปักกิ่ง แสดงให้เห็นถึงความปรารถนาอย่างจริงจังของจีน เป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย รวมถึงประเทศเกาหลีใต้

ทัศนคตินี้ เป็นการเพิ่มโอกาสของ WayV ที่จะประสบความสำเร็จในตลาดจีน และในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2562 WayV ปรากฏตัวในรายการ Happy Camp รายการเรียลลิตี้โชว์ยอดนิยมของจีน นอกจากนี้ สมาชิกในวงได้ปรากฏตัวในรายการทีวี เช่น Keep Running และ My Brilliant Masters ถือเป็นสัญญาณที่ดีของ WayV ที่ได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่ ซึ่งเป็นการสร้างชื่อเสียงภายในตลาดจีน (Liu Zhongyin Source, 2019) นอกเหนือจากที่อื่น ๆ ในเอเชีย อีกหนึ่งประเทศที่วง NCT มีการโปรโมท และได้รับกระแสตอบรับอย่างดี คือ ญี่ปุ่น เป็นการเปิดตัวอัลบั้ม Awaken ซึ่งเพลงในอัลบั้มเป็นเวอร์ชันภาษาญี่ปุ่น ขับร้องโดยสมาชิกภายในวง ซึ่งในสัปดาห์แรกของการจำหน่ายได้ 53,042 แผ่น อันดับที่ 14 ของชาร์ตอัลบั้ม Oricon Weekly Digital Week ที่มีการดาวน์โหลด 978 ครั้ง และได้เริ่มทัวร์การแสดงคอนเสิร์ตครั้งแรกที่ญี่ปุ่น Neo City Japan The Origin ทั้งหมด 14 รอบ ได้แก่ เมืองฮิโรชิมา, คานาซาว่า, ซัปโปโร, ฟุโกโอกะ, นาโกยา, ไซตามะ และโอซากา

นอกจากนี้ ประเทศสหรัฐอเมริกา ถือเป็นตลาดใหม่ ที่ค่ายได้มีแผนการโปรโมทวง NCT เป็นครั้งแรก หลังจากเสร็จสิ้นการทัวร์คอนเสิร์ต NEO CITY–The Origin ของ NCT127 ในอเมริกาเหนือครั้งแรก รวมทั้งหมด 12 รอบการแสดง พร้อมสร้างสถิติเป็นศิลปินกลุ่มชายเกาหลี ที่เปิดการแสดงในเมืองต่าง ๆ ของอเมริกาเหนือได้มากที่สุดถึง 11 เมือง ในขณะเดียวกันได้เปิดตัวมินิอัลบั้มชื่อว่า WE ARE SUPERHUMAN และความพิเศษของอัลบั้มนี้ คือ ได้รับความร่วมมือ จากทีมผู้ผลิตของศิลปินชื่อดังอย่าง Ariana Grande ซึ่งมีส่วนร่วมในเพลง Highway to Heaven อีกทั้ง NCT127 ได้เป็นแขกรับเชิญในรายการทอล์คโชว์ชื่อดัง ‘The Late Late Show with James Corden’ ช่อง CBS เป็นรายการทอล์คโชว์รอบดึกชื่อดัง ที่มีดารารายวัน และนักแสดงตลกอย่าง ‘James Corden’ เป็นผู้ดำเนินรายการ นับเป็นหนึ่งในรายการที่มีชื่อเสียง เนื่องจาก แขกรับเชิญเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงระดับโลก การเข้าร่วมรายการในครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า NCT127 กำลังได้รับความนิยมจากกลุ่มแฟนคลับในสหรัฐอเมริกาซึ่งจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้น การประสบความสำเร็จในการทัวร์คอนเสิร์ตอเมริกาเหนือครั้งแรก และการทำกิจกรรมโปรโมทเข้าร่วมรายการสำคัญต่าง ๆ ของสหรัฐอเมริกา ทั้ง ‘Good Morning America’ และ ‘Strahan & Sara’ ของ ABC รวมถึง ‘Good Day New York’ ของ FOX5 เป็นต้น (Billboard, 2019 ; SMtrue Thailand, 2019) จึงทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาโครงสร้างและการจัดการระบบของวง NCT ซึ่งมีความแตกต่างจากกลุ่มศิลปินอื่น จนทำให้เป็นที่น่าสนใจ และความหลากหลายที่ล้นหลาม ไม่ว่าจะเป็นอัตลักษณ์ของวง มิวสิควิดีโอ หรือการจัดแสดงคอนเสิร์ต ที่ทำให้วง NCT กลายเป็นวัฒนธรรมกระแสนิยมในเอเชีย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาโครงสร้างและการจัดการระบบวง NCT

1.2.2 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของศิลปินวง NCT

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการวิจัย

1.3.1 ได้ความรู้เกี่ยวกับแนวความคิดด้านอัตลักษณ์ และความหลากหลาย จนกลายเป็นสินค้าสู่ความเป็นวัฒนธรรมกระแสนิยม ในอุตสาหกรรมบันเทิงของเอเชีย

1.3.2 ได้ฝึกทักษะกระบวนการค้นคว้า การอ่าน และการคิดวิเคราะห์ข้อมูล

1.4 ขอบเขตการศึกษาวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ความหลากหลายของระบบวง NCT สู่การเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม” มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาข้อมูลของวง NCT ตั้งแต่เพลง The 7th Sense - เพลง Boom และอัตลักษณ์ของศิลปินที่ลิ้นไหลไปตามเพลง มิวสิควิดีโอ และการจัดแสดงคอนเสิร์ต ภายในเอเชีย, อเมริกา และยุโรป

1.5 วิธีการศึกษาวิจัย

ผู้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความหลากหลายของระบบวง NCT สู่การเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม” มีวิธีการศึกษา โดยการเก็บข้อมูล ดังนี้

1.5.1 ข้อมูลแบบปฐมภูมิ คือ ผ่านการสังเกตการณ์ของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เช่น มิวสิควิดีโอ การจัดแสดงคอนเสิร์ต เป็นต้น

1.5.2 ข้อมูลแบบทุติยภูมิ คือ ข้อมูลจากงานวิจัยเกี่ยวกับแนวความคิดและบทความบนเว็บไซต์ เช่น Twitter Melon Billboard เป็นต้น

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 สตรีมเพลง (Music Streaming) หมายถึง การฟังเพลงในรูปแบบออนไลน์ โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง ลักษณะเหมือนการเช่าเพลงฟัง ซึ่งเป็นที่นิยมในยุคนี้ การเกิดมาของ Music Streaming นั้น ช่วยลดการละเมิดลิขสิทธิ์ได้ในระดับหนึ่ง ถึงแม้จะดาวน์โหลดเก็บไว้ฟังได้ แต่ไม่อนุญาตให้แจกจ่ายไฟล์ เหมือนกับการส่งต่อ นับว่าเป็นช่องทางหนึ่งที่ช่วยสนับสนุนศิลปินได้เช่นกัน

1.6.2 ชาร์ตเพลง (Record chart) หมายถึง วิธีการจัดอันดับในเรื่องความนิยม ในระหว่างช่วงเวลา

1.6.3 ยูนิต (Unit) หมายถึง การแบ่งสมาชิกในวงออกเป็นระบบย่อย ๆ ตามแผนกิจกรรม

1.7 ขั้นตอนการดำเนินงาน

ผู้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความหลากหลายของระบบวง NCT สู่การเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม” มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1.7.1 กำหนดหัวข้อวิจัย “ความหลากหลายของระบบวง NCT สู่การเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม” ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับ ความหลากหลายของระบบโครงสร้างวง NCT และแนวคิดเพื่อนำไปสู่ที่มา และความสำคัญปัญหาของการวิจัย

1.7.2 รวบรวมข้อมูลที่มาและความสำคัญปัญหาของการวิจัย กำหนดวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

1.7.3 เชื่อมโยงข้อมูลกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ที่ตรงกับวัตถุประสงค์

1.7.4 วิเคราะห์ที่มาและความสำคัญปัญหาของโครงสร้างระบบวง NCT ที่มีความหลากหลาย และสิ้นไหล สู่การกลายเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม

1.7.5 สรุปผลการศึกษาตามกรอบความคิด และวิธีการศึกษาที่กำหนด เป็นรูปเล่มพร้อมนำเสนอ

กิจกรรม	ระยะเวลาการดำเนินงาน										
	ก.ค. 62	ส.ค. 62	ก.ย. 62	ต.ค. 62	พ.ย. 62	ธ.ค. 62	ม.ค. 63	ก.พ. 63	มี.ค. 63	เม.ย. 63	
1.ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	←————→										
2. เก็บรวบรวมข้อมูล					←————→						
3. วิเคราะห์ข้อมูล							←————→				
4. สรุปผลการวิจัย									←————→		
5. จัดทำรายงานการวิจัยสมบูรณ์										←————→	

1.8 แผนการเขียนเนื้อหา

งานวิจัยเรื่อง ความหลายของระบบวง NCT สู่การเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม มีการแบ่งเนื้อหา ออกเป็น 5 บทดังนี้

บทที่ 1 บทนำ

- 1.1 ที่มาและความสำคัญ
- 1.2 วัตถุประสงค์
- 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย
- 1.4 ขอบเขตการศึกษาวิจัย
- 1.5 วิธีการศึกษา
- 1.6 นิยามศัพท์
- 1.7 ขั้นตอนการดำเนินงาน
- 1.8 แผนการเขียนเนื้อหา

บทที่ 2 แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 2.1 แนวความคิดที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1.1 แนวความคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์
 - 2.1.2 แนวความคิดอัตลักษณ์
 - 2.1.3 แนวความคิดวัฒนธรรมกระแสนิยม
- 2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 2.2.1 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการจัดการทรัพยากรมนุษย์
 - 2.2.2 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการสร้างอัตลักษณ์
- 2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

บทที่ 3 โครงสร้างและการจัดการระบบวง NCT

- 3.1 ข้อมูลทั่วไปของวง NCT
- 3.2 โครงสร้างและการจัดการของระบบวง
 - 3.2.1 การบริหารงานแบบองค์การข้ามชาติ
 - 3.2.2 แร่งงานมีความหลากหลายทางเชื้อชาติ
 - 3.2.3 แร่งงานมีความหลากหลายทางด้านทักษะ
- 3.3 สรุปท้ายบท

บทที่ 4 อัตลักษณ์ของศิลปินวง NCT

- 4.1 เพลงและมิวสิควิดีโอแบบสิ้นไหล
- 4.2 การจัดการแสดงคอนเสิร์ต
 - 4.2.1 ทวีปอเมริกาเหนือและยุโรป
 - 4.2.2 ทวีปเอเชีย
 - 4.2.3 เพลงที่สิ้นไหลตามพื้นที่การจัดแสดงคอนเสิร์ต
 - 4.2.4 ประเทศจีน
- 4.3 สรุปท้ายบท

บทที่ 5 รูปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

- 5.1 สรุปผลการศึกษา
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะของผลการวิจัย

บทที่ 2

ทบทวนแนวความคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความหลากหลายของระบบวง NCT สู่การเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม” ผู้วิจัยได้ศึกษาโดยใช้บทความวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะกล่าวถึงแนวคิดหลัก คือ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการสร้างอัตลักษณ์ รวมถึงข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวกับศิลปินวง NCT เป็นเอกสารประกอบในการค้นคว้า จึงสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

2.1 แนวความคิดทางสังคมศาสตร์

- แนวความคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์
- แนวความคิดอัตลักษณ์
- แนวความคิดวัฒนธรรมกระแสนิยม (Pop Culture)

2.2 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องการวิจัย

- งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์
- งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดอัตลักษณ์

2.1 แนวความคิดทางสังคมศาสตร์

2.1.1 แนวความคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์

ภิราช รัตนันต์ (2560) เมื่อสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา องค์การต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กร ภาครัฐกิจ ราชการ รัฐวิสาหกิจ หรืออีกหลายองค์การที่มีการแข่งขันเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการดำเนินงาน ให้เป็นที่ประจักษ์กับสังคมและสร้างความสำเร็จ ให้กับการดำเนินงานตามเป้าหมาย จึงต้องปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการองค์การให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง และสิ่งหนึ่งที่องค์กรต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก คือ การจัดการ “คน” หรือ “ทรัพยากรมนุษย์” ซึ่งมนุษย์นั้นเป็นทรัพยากรที่มีค่าและมีความสำคัญอย่างยิ่งในองค์การ รวมทั้งเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารองค์การไปสู่ความสำเร็จได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมนุษย์มีความรู้ มีความสามารถ สติปัญญาและสามารถพัฒนาศักยภาพได้อย่างไม่มีข้อจำกัด และยังมีเครื่องมือ หรือ เทคโนโลยีใด ที่สามารถมาทดแทนมนุษย์ได้อย่างแท้จริง จากในอดีต การบริหารองค์การเน้นการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการบริหารด้านอื่น ๆ และเน้นความสำเร็จขององค์การผ่านกำไรเป็นหลัก แต่หลังจากได้เกิดความเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน ทำให้องค์การต้องตระหนักและทบทวนถึงเป้าหมาย และผลลัพธ์ขององค์การอีกครั้ง และเห็นว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในองค์การ ที่ต้องให้ความสำคัญ คือ

คน ในองค์การนั่นเอง สาเหตุหนึ่งที่องค์การให้ความสำคัญกับคนมากขึ้น เนื่องจากว่า คน เป็นทรัพยากรที่มีอยู่แล้ว เป็นสิ่งเดียวที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งต่างจากเครื่องมือและเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ยิ่งอยู่นานคุณค่ายิ่งหดหายไปหรือเสื่อมราคาลงเป็นอันมาก หรือด้านการเงินที่ยิ่งใช้ไปก็ยิ่งหดหายไปเช่นกัน โดยองค์การใดที่เห็นความสำคัญของคน องค์การนั้นมีแนวโน้มที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ดังที่ พารณ อิศรเสนา ณ อยุธยา อดีตกรรมการผู้จัดการใหญ่บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวถึง ความสำคัญของคน ว่า “คน เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญสูงสุด ที่ต้องเอาใจใส่ ดูแลหมั่นพัฒนา ให้เพิ่มพูนความรู้ ความสามารถตลอดเวลา การพัฒนาคนเป็นการลงทุน ไม่ใช่คนเป็นต้นทุน คนเป็นสมบัติที่มีค่าที่สุดขององค์การ”

แนวคิดในอดีตนั้น องค์การมองคน เป็นเครื่องมือ หรือ องค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการจัดการขององค์การเท่านั้น ซึ่งทรัพยากรในองค์การ ประกอบด้วย คน เงิน และวัสดุอุปกรณ์ ซึ่งการจัดการในการบริหารคนนั้น เป็นเพียงกระบวนการเกี่ยวกับบุคคล เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคคลที่มีสมรรถนะสูง เหมาะสมกับองค์การ โดยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และธำรงรักษาให้มีความสุขในการทำงาน เพื่อให้สามารถทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสรุปคือ ในอดีตเพียงแต่มีการสรรหาการพัฒนาการรักษาไว้ และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรมนุษย์ สำหรับในปัจจุบัน แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คือ คนเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดขององค์การ การให้ความสำคัญในเรื่องคน จะทำให้องค์การเกิดความเจริญก้าวหน้า และพัฒนาเหนือองค์การอื่น ๆ ได้ กิจกรรมทุกอย่างที่ผู้จัดการใช้ในการสรรหา และคัดเลือกบุคลากรที่เหมาะสม การพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร การกระตุ้นความสนใจ การรักษาบุคลากร การสร้างหลักประกันว่าบุคลากรจะปฏิบัติงานด้วยดี และสร้างผลงานเพื่อให้บรรลุความสำเร็จในเป้าหมายต่าง ๆ ขององค์การ โดยองค์การนั้น มีขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ กรอบกติกาต่าง ๆ ถูกตั้งขึ้นมาเพื่อเอื้อประโยชน์ในการทำงานร่วมกันของมนุษย์ ซึ่งโดยสรุป แนวคิดปัจจุบันในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คือ การพัฒนาสิ่งจูงใจ การพัฒนาขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ และการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานด้านทรัพยากรมนุษย์ เพื่อทำให้องค์การบรรลุสู่เป้าหมาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์การนั่นเอง ทั้งนี้ แนวคิดในอดีตและปัจจุบัน ตั้งอยู่บนพื้นฐานการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในสองระบบ คือ ระบบคุณธรรม และ ระบบอุปถัมภ์ โดยแนวคิดดังกล่าว สามารถนำมาเปรียบเทียบความแตกต่างได้ โดยสรุปได้ ดังนี้

1. พนักงานในองค์การควบคุมตนเองในการทำงาน
2. เน้นการป้องกัน ทำงานเชิงรุกมากกว่าการตั้งรับ
3. การวางแผนดำเนินงานเป็นการวางแผนระยะยาว

4. มีบทบาทหน้าที่การทำงานที่หลากหลายสายงาน
5. มีรูปแบบการบริหารที่กระชับ ชัดเจนเป็นสัดส่วน
6. คำนึงถึงสิทธิของพนักงานในองค์การ
7. การบริหารงานแบบองค์การข้ามชาติ
8. ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยดำเนินการ
9. สภาพแวดล้อมไม่คงที่ มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
10. แร่งงานมีความหลากหลายทั้งเพศ เชื้อชาติ ศาสนา
11. ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าให้มากที่สุด
12. เป็นหน่วยงานที่สร้างรายได้ให้กับองค์การ

ผู้วิจัยยกตัวอย่างแนวคิดในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ร่วมสมัยที่น่าสนใจซึ่งเป็นแนวคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสอดคล้องกับกระบวนการดำเนินงานภายในองค์การที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมขององค์การที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และเกิดปัญหากับงานทรัพยากรมนุษย์ตามมา เช่น แนวคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจข้ามชาติ ซึ่งในแนวคิดมีรายละเอียดสำคัญ ดังต่อไปนี้

แนวคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจข้ามชาติ (International Human Resource Management)

เนื่องจากปัจจุบันมีหลายองค์การที่เป็นองค์การข้ามชาติ มาประกอบกิจการในประเทศไทย และกิจการของประเทศไทยไปประกอบกิจการในต่างประเทศ มีการแข่งขันอย่างไร้พรมแดน ในยุคโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้องค์การต่าง ๆ ที่เคยดำเนินธุรกิจภายในประเทศ ได้ขยายธุรกิจของตนไปสู่ธุรกิจระหว่างประเทศมากขึ้น การดำเนินธุรกิจในต่างประเทศนั้น มีความยุ่งยาก และซับซ้อนมากกว่า เพราะนอกจากการแข่งขันเพื่อชิงความได้เปรียบทางการตลาดแล้ว ยังมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ ความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมภาษา ค่านิยม ความเชื่อ กฎหมาย และระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เป็นสิ่งที่องค์การต้องนำมาเพื่อพิจารณา ประกอบในการดำเนินงานการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจเหล่านี้ จึงเป็นการดำเนินนโยบาย และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่สอดคล้อง และสนับสนุนการดำเนินงานขององค์การธุรกิจระหว่างประเทศ การทำความเข้าใจกับปัจจัยที่กำหนดประสิทธิผลของกลยุทธ์ หรือ แนวปฏิบัติจัดการทรัพยากรมนุษย์ต่อไป นอกจากนั้น สิ่งที่ทำาหายุการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในบริษัทข้ามชาติ ความท้าทายกับทรัพยากรมนุษย์ ผู้บริหารระดับสูง

และผู้นำที่มีทักษะระดับสากลและสมรรถนะ ที่ทำให้องค์กรเหล่านี้ประสบความสำเร็จในตลาดระดับโลก จากการศึกษาพบว่า ประเด็นที่การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจข้ามชาติ ที่ต้องให้ความสำคัญ ได้แก่ การกำหนดเกี่ยวกับค่าใช้จ่าย การจัดการอาชีพ การค้นหาผู้สมัครที่เหมาะสม การฟ้องร้องด้วยกฎหมายท้องถิ่น การควบคุมนโยบายที่คาดหวัง การรักษาข้อกำหนด การไม่สามารถใช้ประสบการณ์เดิม ๆ การเคลื่อนไหวของทีมงาน การขาดแคลนเทคโนโลยีเคลื่อนที่ และความไม่เต็มใจโยกย้ายของพนักงาน เป็นต้น โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจข้ามชาติ คือ กลยุทธ์ธุรกิจระหว่างประเทศ แนวคิดการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ทุนมนุษย์กับการศึกษา และมีติทางวัฒนธรรม สำหรับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจข้ามชาตินี้จะประกอบด้วย การคัดเลือกผู้บริหาร พนักงาน ไปปฏิบัติงานในต่างประเทศ การเตรียมความพร้อม การฝึกอบรมการจูงใจ ด้วยระบบค่าตอบแทน และโอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ ซึ่งเป็นหน้าที่หลักของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ในบริษัทข้ามชาติเหล่านี้เป็นเพียงหลักเบื้องต้น ซึ่งมีรายละเอียดอีกมากมายที่ไม่ได้นำมากล่าวถึงในบทความนี้ (ภิราช รัตนันต์, 2560, หน้า 31-32)

จากแนวความคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้อธิบายถึงโครงสร้างระบบวง NCT ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในรูปแบบของธุรกิจข้ามชาติ ที่มีการแข่งขันกันมากขึ้น ส่งผลให้ค่ายเพลงในเกาหลีใต้ ที่เคยเน้นตลาดภายในประเทศ มีการพยายามขยายอุตสาหกรรมเพลงเกาหลีไปสู่ตลาดโลก และจากการแข่งขันเพื่อแย่งชิงพื้นที่ในอุตสาหกรรมเพลงระหว่างค่ายเพลงในประเทศเกาหลีใต้ ทำให้ค่ายเพลงต้องจัดการกับทรัพยากรมนุษย์ภายในบริษัท คือ ศิลปินฝึกหัด ซึ่งมีการจัดสร้างความพร้อมในด้านต่าง ๆ เช่น การแสดง การร้อง การเต้น การแต่งเพลง รวมทั้ง สอนให้เรียนรู้วัฒนธรรมภาษา ค่านิยม มารยาท การวางตัวในสังคม เป็นต้น โดยค่ายเพลงใช้เงินทุนเป็นจำนวนมาก ในการสร้างระบบโครงสร้างวง NCT เช่น NCT U, NCT 127, NCT Dream, NCT 2018 และ WayV ที่มีความหลากหลายในด้านภาษาและเชื้อชาติเพื่อโปรโมทวงสู่ตลาดต่างประเทศ เช่น จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เป็นต้น

2.1.2 แนวความคิดอัตลักษณ์

2.1.2.1 นิยามและความหมายอัตลักษณ์

สำหรับนิยามและความหมายของ “อัตลักษณ์” ว่า ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

อัตลักษณ์ สามารถจำแนกออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1) อัตลักษณ์บุคคล 2) อัตลักษณ์ทางสังคม 3) อัตลักษณ์กลุ่ม 4) อัตลักษณ์องค์กร และ 5) อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งได้มีนักทฤษฎีและนักวิชาการหลากหลายสาขาวิชา ได้ให้นิยามและความหมายของคำว่าอัตลักษณ์ไว้ในหลายมุมมอง

McCall (1987: 134 อ้างถึงใน ฤดี นิยมรัตน์, 2554: หน้า 4) ได้ให้ความหมายของ “อัตลักษณ์” ว่าเป็นลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งในตัวบุคคล หรือชนชาติใดชนชาติหนึ่งที่ทำให้บุคคลนั้นรู้ตัวว่า เขาเป็นบุคคล เป็นตัวเขาเองแตกต่างจากคนอื่นและทำให้คนอื่นรู้จักว่าเป็นใคร อัตลักษณ์ของตนเองจึงมีความสำคัญ เพราะเป็นเครื่องรักษาบุคคลแต่ละคนให้มีความเป็นตัวตนของตนเองโดยแท้จริง

ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2542: หน้า 1-2 อ้างอิงใน ฤดี นิยมรัตน์, 2554: หน้า 4) กล่าวว่า “อัตลักษณ์” หมายถึง สิ่งที่เราารู้สึกว่าเป็นเรา หรือพวกเราแตกต่างจากเขา พวกเขาหรือคนอื่น อัตลักษณ์ไม่จำเป็นต้องมีหนึ่งเดียว แต่อาจมีหลายอัตลักษณ์ที่ประกอบขึ้นเป็นตัวเราหรือพวกเรา เป็นคุณสมบัติเฉพาะทำให้สิ่งนั้นโดดเด่นจากสิ่งอื่น อัตลักษณ์ ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยสังคม (Social-Constructed) อัตลักษณ์ จึงจำเป็นต้องมีกระบวนการสร้างความเหมือน และความแตกต่างระหว่างพวกเราหรือคนอื่น

อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2546: หน้า 1-2) กล่าวว่า อัตลักษณ์ แปรเปลี่ยนตามบริบทของวัฒนธรรมยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้มิติเวลาเร่งเร็วขึ้นและมิติพื้นที่หดแคบเข้ามา เกิดการเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมอย่างรวดเร็ว หลากหลาย และซับซ้อน การเปลี่ยนแปลงนี้แสดงออกได้หลายลักษณะและหลายมิติ ในระดับจุลภาคจะพบการปรับเปลี่ยนแบบแผนชีวิตประจำวันของปัจเจกบุคคล ซึ่งเชื่อมโยงกับการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ในระดับมหภาคจะพบการเคลื่อนไหวทางศาสนา ชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมใหม่ ๆ มากมาย และมีกระบวนการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์จากการผสมผสานองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่ซับซ้อน

2.1.2.2 ประเภทอัตลักษณ์

จากการนิยามและความหมายเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ว่าเป็นสิ่งที่เชื่อมต่อกันระหว่างความเป็นตัวตนและการเข้าไปมีส่วนร่วมทางสังคม โดยการที่เรารับรู้ได้ว่าเราเป็นใครนั้น คือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล ในขณะที่ความคาดหวัง หรือความคิดเห็นของผู้อื่น คือ อัตลักษณ์ทางสังคม ดังนั้น จึงสามารถแบ่งอัตลักษณ์ได้เป็น 2 ระดับที่ชัดเจนคือ 1) อัตลักษณ์ระดับบุคคล (Personal Identity) และ 2) อัตลักษณ์ระดับสังคม (Social Identity) (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546, หน้า 5 - 6)

2.1.2.2.1 อัตลักษณ์ระดับบุคคล (Personal Identity)

อัตลักษณ์ระดับบุคคล หมายถึง ลักษณะทั้งหมดที่เป็นลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล โดยเกิดจากการที่บุคคลสามารถนิยามตนเอง คือ สามารถที่จะรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับตนเอง (Self Concept) ในมุมต่าง ๆ ฐานที่เป็นสมาชิกส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กัน

ระหว่างตนเองกับสังคม โดยผ่านการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) ที่เข้าใจร่วมกันในสังคม ณ ช่วงเวลาใด เวลาหนึ่งไม่แน่นอนตายตัว ซึ่งบางครั้งบุคคลหนึ่งอาจมีได้หลายอัตลักษณ์ เช่น การเป็นพ่อ แม่ ลูก หัวหน้าครอบครัว ผู้บริหารองค์กร บุคคลมีชื่อเสียง และคนไทย เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การรับรู้ตนเองนั้น (Self-Concept) ไม่ได้เกิดมาจากตัวเองเพียงอย่างเดียว แต่มีการพัฒนาขึ้นมาจากสิ่งที่อยู่รอบตัว จากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคม การที่คนอื่นมองเรา รวมถึงการรับรู้ตัวเราจากคนอื่น ทั้งนี้ การที่คนอื่นมองเรานั้นอาจจะไม่สอดคล้องกับการที่เรามองตนเองเสมอไป โดยสามารถพิจารณาองค์ประกอบของตนเองออกได้เป็นลักษณะภายในและภายนอก ดังนี้ ฟิตส์ (Fitts อังโน วุฒินันท์ สุนทรขจิต, 2551, หน้า 48)

ลักษณะภายใน 5 ด้านประกอบด้วย

- 1) ด้านร่างกาย หมายถึง ความรู้สึกต่อตนเอง เกี่ยวกับรูปร่าง ลักษณะทางกายภาพ สุขภาพ รวมถึงทักษะและความสามารถ
- 2) ด้านศีลธรรม หมายถึง ความรู้สึกต่อตนเอง เกี่ยวกับคุณค่าทางศีลธรรม ความรู้สึกเกี่ยวกับการเป็นคนดีหรือคนเลว เป็นต้น
- 3) ด้านส่วนตัว หมายถึง ความคิดเห็นของบุคคลต่อตนเอง เกี่ยวกับคุณค่าของตน ความมั่นใจ รวมถึงการประเมินค่าบุคลิกภาพของตนเอง
- 4) ด้านครอบครัว หมายถึง ความรู้สึกในคุณค่าและความพึงพอใจ ในฐานะที่เป็นสมาชิกในครอบครัว เป็นการแสดงถึงการรับรู้ตนเองว่า ใกล้ชิดหรือเหินห่างจากครอบครัว
- 5) ด้านสังคม หมายถึง ความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อตนเอง เกี่ยวกับความมั่นใจ และความเชื่อมั่นในการสร้างสัมพันธภาพกับผู้อื่นในสังคม

ลักษณะภายนอก 3 ด้านประกอบด้วย

- 1) ด้านความเป็นเอกลักษณ์ หมายถึง การเลือกให้สัญลักษณ์แก่ตนเอง ที่จะทำให้เราเกิดความรู้สึกแตกต่างจากคนอื่นซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคล และจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของบุคคลนั้นด้วย
- 2) ด้านพฤติกรรม หมายถึง การมองว่าฉันประพฤติอย่างไร โดยปกติบุคคลจะกระทำการต่างๆตามที่ยากทำ และจะมีการนำไปเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของตนเอง ซึ่งผลที่เกิดขึ้นจะเป็นตัวกำหนดว่าบุคคล ควรจะกระทำต่อสิ่งนั้นไปหรือไม่

3) ด้านการตัดสินใจ หมายถึง การที่บุคคลสังเกตเอกลักษณ์และพฤติกรรมของตนเอง และตัดสินใจชอบหรือไม่ชอบอะไร โดยจะเป็นการมองด้วยความพึงพอใจ ในระดับของตนเองซึ่งการยอมรับตนเองในลักษณะนี้ จะส่งผลให้เกิดความรู้สึกถึงการเห็นคุณค่าในตัวเอง

2.1.2.2.2 อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity)

เนื่องจากโครงสร้างของอัตลักษณ์ที่มีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวบุคคลและสังคมอย่างแยกกันไม่ออก อัตลักษณ์ทางสังคม จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดการก่อรูปอัตลักษณ์ของตัวบุคคล โดยอัตลักษณ์ทางสังคม ที่เราใช้แสดงตน เช่น การที่สังคมกำหนดบทบาทหน้าที่ และระบบคุณค่าที่ติดตัวมาความเป็นพ่อ ความเป็นแม่ ความเป็นเพื่อน การใช้ภาษา หรือบางครั้งอาจเห็นได้จากบุคลิก เสื้อผ้าที่สวมใส่ สัญลักษณ์ และการสร้างภาพแทนความจริง ทั้งหมดนี้ เป็นสิ่งสำคัญในการแสดง ให้เห็นว่าเรามีอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคลอื่น และมีการแยกแยะตัวเราจากบุคคลอื่น ด้วยการสร้างความต่างอย่างไร อีกทั้ง การมีอัตลักษณ์ทางสังคมที่เราใช้แสดงตนนั้น ควรเกิดมาจากการยอมรับในอัตลักษณ์ต่าง ๆ นั้นอย่างตั้งใจ ด้วยเหตุนี้ อัตลักษณ์ จึงถือเป็นผลผลิตที่สำคัญของสังคมที่เราอาศัยอยู่ และมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันระหว่างตัวเรากับคนอื่น หรือกล่าวได้ว่า อัตลักษณ์ เกิดจากการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับโลกที่เขาอาศัยอยู่ โดยผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในสถานที่ใดที่หนึ่งและช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง สามารถมีการเปลี่ยนแปลงและสิ้นไหลได้ตลอดเวลา

2.1.2.3 ภาพลักษณ์กับการสร้างอัตลักษณ์บนบุคคลยุคปัจจุบัน

เนื่องด้วยการใช้ชีวิตของบุคคล ต้องเผชิญกับรูปแบบและความสัมพันธ์ที่หลากหลาย จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพยายามเรียนรู้ พัฒนา ปรับปรุง รูปแบบความสัมพันธ์ในบริบทต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับสภาพการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และองค์ความรู้ใหม่ ๆ ตลอดจนจนสามารถที่จะสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ที่เหมาะสม เพราะการสื่อสารถือเป็นเรื่องสำคัญ สำหรับบุคคลที่จะสามารถทำให้ประสบความสำเร็จในอัตลักษณ์ของตนเองได้ ดังนั้น ภาษา การสื่อสาร และสังคม เป็นสิ่งที่มีสาระสำคัญต่อตัวบุคคล ที่เป็นคนกำหนดสร้าง และสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของตนเองได้ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับสถานการณ์ต่าง ๆ

จากแนวความคิดเรื่องอัตลักษณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้อธิบายถึง การสร้างอัตลักษณ์ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ว่าด้วยเรื่องความหลากหลายและสิ้นไหลของระบบวง NCT โดยการแบ่งยูนิตของวง เช่น NCT U, NCT 127, NCT Dream, NCT 2018 และ WayV ซึ่งแต่ละยูนิตจะมีสมาชิกที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของเพลงและการโปรโมทของ

วงในแต่ละประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอด และความหลากหลายของเชื้อชาติ เช่น เกาหลี จีน ญี่ปุ่น แคนาดา อเมริกัน มาเก๊า ไต้หวัน ฮองกง เยอรมัน และ ไทย อีกทั้งทักษะด้านภาษาที่สมาชิกสามารถสื่อสารได้ เช่น เกาหลี จีน ญี่ปุ่น อังกฤษ ไทย เป็นต้น ความหลากหลายด้านทักษะภาษาและเชื้อชาตินำไปสู่การลิ้นโหลในการจัดแสดงคอนเสิร์ตที่ต่างประเทศ ตามการโปรโมทของแต่ละวงที่แตกต่างกัน เช่น NCT U จัดแสดงที่เกาหลีใต้ เป็นหลัก NCT 127 จัดแสดงทั้งเกาหลีใต้ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ยุโรป เป็นต้น NCT Dream จัดแสดงที่เกาหลีใต้ และ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นส่วนใหญ่ NCT 2018 ยูนิตพิเศษจัดแสดงแค่ที่เกาหลีใต้ และ WayV จัดแสดงแค่ที่ประเทศจีนเท่านั้น จากการจัดแสดงคอนเสิร์ต ทักษะทางด้านภาษาและการโปรโมทของวงในหลายประเทศทำให้มีการเปิดตัวมิวสิกวิดีโอในหลายเวอร์ชัน เช่น เกาหลี จีน ญี่ปุ่น และอังกฤษ ซึ่งเวอร์ชันเพลงที่ร้องจะเปลี่ยนแปลงไปตามสถานที่ที่จัดคอนเสิร์ต แต่ส่วนใหญ่จะร้องเวอร์ชันเกาหลีเป็นหลัก และการแต่งกายของศิลปินจะขึ้นอยู่กับแนวเพลงของแต่ละยูนิต เช่น เพลง Boss และ Regular การแสดงจะใส่ชุดสูทเป็นหลัก เพื่อแสดงถึงความหรูหราและเป็นทางการ เป็นต้น แต่ไม่ว่าจะไปจัดแสดงที่ประเทศใดการแต่งกายจะไม่มีเปลี่ยนแปลง แต่จะขึ้นอยู่กับแนวเพลงที่แสดงเป็นหลัก

2.1.3 แนวความคิดวัฒนธรรมกระแสนิยม (Pop Culture)

เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams) ได้อธิบายถึงลักษณะสำคัญของ วัฒนธรรมกระแสนิยม (Popular Culture) ที่ถูกใช้ใน 4 ประการ (Williams, 1983 อ้างถึงใน Storey, 1993) ดังนี้

1. วัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมและชื่นชอบจากคนจำนวนมาก
2. สิ่งที่ถูกมองว่าเป็นผลงานชั้นกลางและไม่มีคุณค่า
3. เป็นสิ่งที่ถูกออกแบบมาอย่างแยบยลเพื่อเอาชนะใจคนจำนวนมาก
4. เป็นผลงานหรือวัฒนธรรมที่ถูกผลิตโดยประชาชนเพื่อประชาชน

พัฒนา กิติอาษา (2546อ้างถึงใน กลมเนตร,2551) ได้ให้ความหมายของคำว่าวัฒนธรรมประชานิยมว่าเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม โดยกล่าวถึงลักษณะสำคัญหรือเนื้อหาของวัฒนธรรมสมัยนิยมไว้ 10 ประการ ดังต่อไปนี้

1. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมแห่งความเป็นไปได้การเกิดขึ้นเปลี่ยนแปลงและเสื่อมสูญไปตาม กระแสนิยมของคนในสังคมและกาลเวลา

2. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันเป็นเรื่องธรรมดาในการดำรงชีวิตของมนุษย์
3. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมแห่งวัยรุ่น ซึ่งวัฒนธรรมสมัยนิยม อาจมีผลกระทบหรือเป็นที่ชื่นชอบโดยผู้คน ทุกเพศ ทุกวัย ทุกชนชั้นในสังคม แต่วัฒนธรรมสมัยนิยมส่วนใหญ่ จะเป็นเรื่องของคนหนุ่มสาว โดยเฉพาะวัยรุ่นและวัยทำงานคนกลุ่มนี้มีกำลังผลิต กำลังซื้อ กำลังบริโภค และกำลังในการติดตามแสวงหาความสนุกสนานรื่นรมย์ของชีวิต ที่ได้จากกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมรูปแบบต่างๆ
4. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางโลก
5. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมพันธุ์ผสมวัฒนธรรมสมัยนิยม เกิดขึ้นจากหลายแหล่งที่มา และเกิดจากการดัดแปลง หรือรวมเอาองค์ประกอบปลีกย่อย จากทั้งในและนอกวัฒนธรรมขึ้นมาแล้วนำเสนอเพื่อสร้างกระแสการยอมรับ
6. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากรวมกันเข้าของการแยกส่วนและแตกตัว ไม่อาจมองโดยการเน้นการทำความเข้าใจภาพรวมเนื้อหา ที่เป็นเอกลักษณ์ในขอบเขตที่ชัดเจนได้
7. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมแห่งการบริโภค หรือ เป็นวัฒนธรรมตลาด ซึ่งถูกผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรมในปริมาณมาก และกระจายผลผลิตออกไปสู่กลุ่มผู้บริโภคในวงกว้าง เพื่อที่จะสร้างกระแสในการบริโภคให้เกิดขึ้นในสังคม หรืออาจเรียกได้ว่า "วัฒนธรรมตลาด" เกิดขึ้นและเป็นไปตามกลไกของตลาด ขาดดี มีคนซื้อ มีคนนิยม ชมชอบมาก นอกจากนี้ ยังมีนิยแพร่ถึงทุกคน ทุกชนชั้น โดยเฉพาะชาวบ้าน คนธรรมดาสามัญ คนเล็ก คนน้อย เข้าถึงและมีส่วนร่วมในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมได้
8. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นผลผลิตของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การติดต่อสื่อสาร หรือวัฒนธรรมที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชน
9. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นเรื่องของแฟชั่นและกระแสความนิยม วัฒนธรรมสมัยนิยมจึงเกิดเร็ว ได้รับความนิยมเร็ว รวมทั้งหายไปเร็ว เพราะถูกแทนที่ด้วยกระแสอื่นที่ใหม่กว่า และเร้าความสนใจของผู้คนได้มากกว่า กระแสนิยม จึงเป็นเสมือนคลื่นลูกเก่าไล่หลังคลื่นลูกใหม่ แต่กระแสคลื่นเหล่านั้นก็ก่อตัวขึ้นเพิ่มพลังเรื่อยมา
10. วัฒนธรรมนิยมเป็นเรื่องของการสร้าง ค้นหา ต่อรอง และผลิตซ้ำตัวตน หรืออัตลักษณ์ ผู้คนในกระแสนิยม อยู่เพื่อค้นหา เลือกรับ ต่อรอง และหรือปฏิเสธสังกัดของตนเอง ไม่ว่าจะเป็ นสไตล์ชีวิต กลุ่มเพื่อน ครอบครัว ที่ทำงาน ชุมชน สามารถในการอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคม

เศรษฐกิจ และการเมือง หรืออาจทำความเข้าใจการต่อสู้เพื่อค้นหาตัวตนของคนที่แตกต่างกันชาติพันธุ์ ชนชั้น รุ่นอายุ และภูมิหลังต่างๆ

กล่าวโดยสรุป วัฒนธรรมกระแสนิยม เป็นวัฒนธรรมที่ไม่มี ความหมายตายตัว แต่เป็นแนวคิดที่มีการถ่ายทอดและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยมีสื่อเป็นตัวกลางในการเผยแพร่ วัฒนธรรมและช่วยในการสร้างค่านิยมใหม่จนกลายเป็นการซึมซับเข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คน

จากแนวความคิดอัตลักษณ์ของระบบวงที่มีการผสมผสานหลากหลายเชื้อชาติและ สัญชาติของสมาชิกในวง NCT เป็นการนำไปสู่การกลายเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ซึ่งเป็นการนำวัฒนธรรมต่าง ๆ เข้ามารวมเป็นหนึ่งเดียว และทำให้เกิดเป็นกระแสนิยมใหม่เกิดขึ้น เนื่องจากประเทศเกาหลีใต้มีความเป็นชาตินิยมสูง แต่ด้วยด้วยกระแสนิยมของ วง NCT สามารถทำให้เกิดผู้ที่สนใจวัฒนธรรมอื่นมากกว่าเมื่อก่อน เช่น การเรียนรู้ภาษาเพื่อที่จะสื่อสารกับ ศิลปิน และ เริ่มศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเทศบ้านเกิดของศิลปิน แสดงให้เห็นว่า วง NCT มีส่วนช่วยทำให้ผู้คนเข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่างจากตนมากขึ้น จึงทำให้วง NCT เป็นที่ยอมรับในวงกว้างด้วย ลักษณะเฉพาะของวงที่มีการแยกยูนิตออกมานั้น ทำให้วงมีลักษณะเฉพาะ และเป็นวงเดียวในกระแส K-POP ที่นอกจากสมาชิกจะมีจำนวนมากที่สุด และสมาชิกแต่ละยูนิต สามารถออกผลงานเพลงพร้อมกัน ในหลาย ๆ ประเทศได้ แม้ว่าระบบวงจะค่อนข้างซับซ้อนเกินไปสำหรับแฟนเพลงทั่วไปซึ่งอาจจะไม่สามารถเข้าใจและจำแนกได้ว่าสมาชิกคนไหนอยู่ในยูนิตใด แต่ทำให้วง NCT สามารถเรียกความสนใจได้จากสาธารณชนด้วยความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะวง

2.2 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องการวิจัย

บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ “ความหลากหลายของระบบวง NCT สู่การเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม” ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเป็นบทความและงานวิจัยดังต่อไปนี้ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์

2.2.1 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์

Margaret (2016) เขียนบทความเรื่อง “ SM Station: ดีหรือพัง (SM Station: Hit or Miss?)” โดยกล่าวว่า ในช่วงปลายเดือนมกราคมปีค.ศ. 2016 บริษัท เอสเอ็มเอนเตอร์เทนเมนต์ ประกาศว่า พวกเขาจะเริ่มดำเนินโครงการเพลงดิจิทัลที่ไม่เหมือนใคร พร้อมกับบอกรหัสเอสเอ็มสเตชัน หรือเพลงดิจิทัลรายสัปดาห์ เป็นช่องทางปล่อยเพลงดิจิทัล ซึ่งไม่ใช่เพียงศิลปินในบริษัทเท่านั้นที่สามารถทำได้ แต่ศิลปินผู้ผลิตภายนอก และแม้แต่บริษัทเพลงอื่น ๆ สามารถเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ New Culture Technology (NCT) ที่ลีซูมัน เสนอในระหว่างการแถลงข่าว โดย SM

Station จะมุ่งเน้นการส่งเสริมความหลากหลายทางดนตรี การพัฒนาศิลปิน การมีปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับ และการก้าวสู่ตลาดเพลงระดับโลก

จุดสำคัญของโครงการเอสเอ็มสเตชัน คือ การโปรโมทศิลปิน ผู้ผลิต และผู้แต่งเพลงในบริษัทต่าง ๆ เนื่องจากบริษัท เอสเอ็มเอนเตอร์เทนเมนต์ เป็นบริษัทขนาดใหญ่และมีศิลปินมากมาย จึงต้องการไม่ทำให้ศิลปินบางคนถูกมองข้ามไป เพราะด้วยจำนวนสมาชิกในกลุ่มที่มีจำนวนมาก ทำให้สมาชิกบางคนในกลุ่มควรได้รับโอกาสที่จะทำเพลง และเอสเอ็มสเตชัน คือ สิ่งที่จะเข้ามาช่วยยกตัวอย่างเช่น เวนดี้ วง Red Velvet เป็นที่รู้จักในฐานะนักร้องเสียงทรงพลังแต่จอยวง Red Velvet อาจถูกละเลย ดังนั้น เพลงคู่ของจอยกับซีลอนวง 2AM ใน SM Station เพลง Always In My Heart ซึ่งเป็นเพลงที่มีความกลมกลืนของเสียงร้อง ทำให้ผู้ฟังนึกถึงและจดจำเสียงร้องของจอยได้ ดังนั้นโครงการนี้จึงถูกนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับศิลปินของ SM Entertainment เพื่อแสดงความสามารถที่สำคัญของพวกเขา และศิลปินเหล่านั้นได้มีโอกาสที่จะเปล่งประกายจากที่พวกเขาอาจไม่สามารถทำได้ก่อนหน้านี้

อีกหนึ่งความสำคัญของเอสเอ็มสเตชัน คือ การร่วมทุนในรูปแบบต่าง ๆ เผยให้เห็นถึงรูปแบบที่หลากหลายของศิลปิน และแนวเพลงสำหรับบริษัท SM Entertainment จะสร้างความแข็งแกร่งให้กับภาพลักษณ์ของบริษัท ในฐานะค่ายเพลงที่ไม่จำกัด ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทและศิลปินของพวกเขาจะได้ทดลองกับความเสียง จากที่มีการปล่อยเพลงเป็นประจำ แต่การเผยแพร่แนวเพลงที่แตกต่างกัน สามารถมากขึ้นดึงดูดผู้ชมหลาย ๆ คนได้ ซึ่งอาจส่งผลให้วงการเพลงใหญ่ขึ้น เนื่องจากศิลปินมีการเผยแพร่สู่สาธารณะมากขึ้น

ตัวอย่าง คือ เพลง "ALL Mine" ของ fix) ซึ่งอยู่ในแนว เพลง EDM เพลงนี้มีผู้ชมจากตะวันตก ให้ความสนใจมาก รวมทั้งได้ทำให้ตัวศิลปินเป็นที่รู้จักในหมู่นักฟังเพลง EDM ซึ่งเป็นเรื่องที่เอสเอ็มกำลังวางแผนจะเข้าร่วม EDM ในฐานะส่วนหนึ่งของขบวนการ NCT ซึ่งการทำเพลงนี้ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และได้รับการจัดอันดับที่ 12 ในชาร์ต Gaon Digital ของเกาหลีและอันดับที่ 2 ในชาร์ต Billboard US World Digital พิสูจน์ให้เห็นถึงความนิยมในต่างประเทศ

เมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์โดยรวมของโครงการเอสเอ็มสเตชัน ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการผลิตเพลง และการส่งเสริมเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมการจัดแสดงรูปแบบของศิลปินแต่ละคน และการกระจายความหลากหลายของรูปแบบเพลง โดยการร่วมมือกับค่ายเพลงอื่น ๆ แต่การปล่อยเพลงต่อสัปดาห์ในระยะเวลา 1 ปี ซึ่งนับว่าบ่อยเกินไป และการเผยแพร่มิวสิกวิดีโอและการโปรโมตเพลงของศิลปินทำได้ในระยะเวลาสั้น อาจทำให้ไม่ได้รับความนิยมที่มากพอ

แม้ว่าแฟนเพลงบางคนอาจไม่พอใจกับการผลิตและการส่งเสริมการขายเพลงในลักษณะนี้ แต่จุดประสงค์ของเอสเอ็มสเตชัน คือ การให้ศิลปินแต่ละคนสร้าง และทดลองใช้สไตล์ดนตรีของตัวเอง อย่างไรก็ตาม เอสเอ็มสเตชันนั้นได้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก และการได้ผูกมิตรกับบริษัทอื่น ๆ และในขณะเดียวกัน ได้ขยายธุรกิจเพลงออกสู่วงกว้างตามเป้าหมายที่วางไว้

งานวิจัยของ วารุณี ลีลาพิสุทธิ์ (2561) เขียนวิจัยเรื่อง “การพัฒนาอุตสาหกรรมเพลงเกาหลีใต้ : กรณีศึกษา โครงการเอสเอ็มสเตชัน (SM Station)” กล่าวว่า หลังวิกฤตการณ์การเงินในเอเชีย เมื่อค.ศ.1997 Korean Wave หรือกระแสความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีใต้ ได้สร้างผลกำไรมหาศาลให้กับเศรษฐกิจเกาหลีใต้ และอุตสาหกรรมเพลงได้กลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีกำไรสูงในเกาหลีใต้ ด้วยกลุ่มศิลปิน ที่เป็นสินค้าหลักบริษัทต่าง ๆ สามารถเก็บเกี่ยวผลกำไรนับพันล้าน โดยการขาย อัลบั้ม รูปเพลงดิจิทัล และสินค้าอื่น ๆ พวกเขายังทำสัญญาหลายล้านเหรียญกับบริษัทข้ามชาติ รายได้ของอุตสาหกรรมเพลง ทำให้เศรษฐกิจของประเทศเกาหลีใต้เจริญเติบโตขึ้น ซึ่งในค.ศ. 2010 รายได้ทั้งหมดที่ได้จาก Korean Wave อยู่ที่ประมาณ 50 พันล้านเหรียญ นอกจากนี้ การส่งออกของอุตสาหกรรมเพลงยังเจริญเติบโตขึ้น และในปีค.ศ.2016 เอสเอ็มเอนเตอร์เทนเมนต์ เปิดตัวโครงการ New Culture Technology (NCT) ซึ่งระบบวงนี้พุดถึงกระแส Korean Wave ในขั้นที่สาม โดยในขั้นแรกของกระแสความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีใต้ถูกสร้างขึ้น เพื่อพัฒนาและส่งออกวัฒนธรรม ในขณะที่ขั้นที่สอง จะเห็นการเติบโตของบริษัทบันเทิงในประเทศ และขั้นที่สามจะร่วมมือกันระหว่างบริษัทในประเทศตามแนวคิดที่ตั้งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับกระแสการทำเพลง ในรูปแบบดิจิทัลของฝั่งตะวันตก (SMTOWN, 2016)

Annisa Pratamasari (2018) ทำการศึกษา เรื่อง “กลยุทธ์ของธุรกิจระหว่างประเทศในการขายเพลงป๊อปเกาหลี : กรณีศึกษาของ SM Entertainment (International Business Strategy in Setting Korean Pop Music: A Case Study of SM Entertainment)” กล่าวว่า Korean Wave หรือกระแสความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีใต้ ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา โดยจุดเริ่มต้นมากจากความนิยมของ K-drama และ K-pop สำหรับ K-drama คลื่นลูกแรกเริ่มต้นด้วยละครที่ได้รับความนิยมอย่างมากเรื่อง "Winter Sonata" ซึ่ง Bae Yong Jun ได้แสดงในภาพยนตร์เรื่องนี้ ซึ่งเกาenam เป็นที่ถ่ายทำละครเรื่องนี้ยังเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวหลักของเกาหลี ในขณะที่ K-pop หรือเพลงเคป๊อปคลื่นลูกแรกเริ่มขึ้นเมื่อ SM Entertainment ทำหน้าที่เป็นผู้บุกเบิก โดยการผลิต boygroup (ศิลปินกลุ่มชาย) ที่ชื่อว่า H.O.T ในปีค.ศ. 1996 นับแต่นั้นเป็นต้นมา มีบริษัทหลายร้อยแห่งที่ผลิตเพลงเกิดขึ้น ความนิยมทั่วโลกของพวกเขาได้เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่การสื่อสารไร้พรมแดน

เอสเอ็มเอนเตอร์เทนเมนต์ (SM Entertainment) เป็นบริษัทผลิตและจัดจำหน่ายเพลงของประเทศเกาหลีใต้หนึ่งในสามบริษัทอุตสาหกรรมบันเทิง ที่ทรงอิทธิพลที่สุดของเกาหลีใต้ ก่อตั้งโดย อีซูมัน ในอดีตชื่อต้นของบริษัท “SM” มาจากชื่อจริงของผู้ก่อตั้ง “Soo Man” แต่ในปัจจุบันทางบริษัท ได้ตั้งความหมายของชื่อบริษัทใหม่เป็น "ศูนย์รวมดาราร" (Star Museum) ในครั้งหนึ่ง เอสเอ็มเอนเตอร์เทนเมนต์เป็นต้นสังกัดของศิลปิน ที่มีชื่อเสียงจำนวนมากไม่น้อยเช่น H.O.T, S.E.S, Shinhwa และBoA ในปัจจุบัน TVXQ, Super Junior, Girls 'Generation, SHINee, f (x), EXO, Red Velvet และ NCT ในปี 2017 มีการเปิดเผยว่า เอสเอ็มเอนเตอร์เทนเมนต์มีมูลค่า ในตลาดหลักทรัพย์สูงถึง 350.3 ล้านบาท (ประมาณ 10 หมื่นล้านบาท) มากกว่าบริษัทค่ายเพลงอื่น ๆ

บริษัท เอสเอ็มเอนเตอร์เทนเมนต์ เริ่มจากบริษัทขนาดเล็ก ซึ่งก่อตั้งขึ้นโดย อดีตนักร้องเพลงป๊อป ลีซูมานและเด็บบโตซึนเรื่อย ๆ อีกทั้ง ได้นำเสนอรูปแบบของเพลงที่แตกต่างจากในวงการเพลงเกาหลี และกลุ่มศิลปินยังครองวงการเพลงด้วยเช่นกันจากจำนวนอัลบั้มที่ขายดี และส่วนแบ่งทางการตลาดของ SM Entertainment อยู่ที่ 60% ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เอสเอ็มเอนเตอร์เทนเมนต์ ได้กลายเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ ที่เป็นผู้นำกระแส Korean Wave นอกจากนี้ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของสื่ออินเทอร์เน็ต จึงได้ทำสัญญากับบริษัทข้ามชาติ เช่น Google หรือ Youtube เพื่อทำการตลาดผลิตภัณฑ์ของตน Youtubeให้ความสะดวกในการกระจายเนื้อหา เนื่องจาก ทุกคนที่ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้อย่างอิสระ สื่อสังคมออนไลน์ และ Youtube ทำให้ผู้ฟังรู้สึกเพลิดเพลินกับเพลง และกลุ่มผู้ฟังที่ไม่สามารถซื้อซีดีได้ และบนร้านค้าเพลงทางอินเทอร์เน็ต เช่น iTunes การขายเพลงแบบแยกเพลงจึงได้รับความนิยม สื่อออนไลน์ช่วยให้บริษัทและนักดนตรี สามารถขายเพลงได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ได้ทั่วโลก

จากงานวิจัยทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 กล่าวคือ ด้วยความหลายทางทักษะของศิลปินในค่าย SM จึงมีแนวคิดในการสร้างโครงการโปรโมทศิลปิน ยกตัวอย่างเช่น โครงการ SM station ซึ่งต้องการให้ศิลปินที่มีความสามารถที่หลากหลายได้แสดงศักยภาพอย่างเต็มที่ และศิลปินบางคนที่ยังไม่ได้รับความนิยม ค่ายจึงใช้โครงการนี้ในการโปรโมทศิลปิน รวมถึงได้เห็นรูปแบบที่หลากหลายของศิลปินและแนวเพลง อีกทั้งยังสร้างความแข็งแกร่งให้กับภาพลักษณ์ของบริษัท ซึ่งโครงการหรือระบบวง NCT ก็เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการของค่ายที่ต้องการโปรโมทระบบวงนี้ อีกทั้งความพิเศษของยูนิตนี ซึ่งเป็นยูนิตนที่มีจำนวนสมาชิกที่ไม่แน่นอน และมีความหลากหลายของด้านทักษะและเชื้อชาติทำให้ระบบวง NCT มีการเปลี่ยนแปลงอยู่บ่อยครั้งตามความเหมาะสมของศิลปินกับแนวเพลงอีกด้วย ซึ่งโครงการนี้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากเห็นได้จากการร่วมลงทุนกับบริษัทต่างชาติเพื่อโปรโมทวง NCT ในประเทศอื่น เช่น การร่วมลงทุน

ระหว่าง SM และ Label V เป็นค่ายหุ้นส่วนของ SM ในประเทศจีน เพื่อทำการสนับสนุนระบบวง NCT ภายใต้ยูนิต WayV เป็นต้น

2.2.2 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดอัตลักษณ์

งานวิจัยของ อัจฉรินทร์ ณรงค์ (2556) เรื่อง “การสร้างอัตลักษณ์ของวงดนตรี J-rock” กล่าวว่า การสร้างอัตลักษณ์ของวงดนตรี J-rock ขึ้นอยู่กับช่วงเวลา และบริบททางสังคมในขณะนั้น ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 ยุค ได้แก่

1. อัตลักษณ์ของวงดนตรี J-rock ในยุครุนแรงลอกเลียนแบบตะวันตก (ทศวรรษที่ 1960) อัตลักษณ์จะเน้นเรื่องแนวดนตรีที่มีความรุนแรง การแต่งกายด้วยชุดหนังสีดำ จะเห็นการสร้างอัตลักษณ์โดยผ่านตัวศิลปินเอง การแต่งกายที่สุดขั้วเกินความจริง เป็นการปรับเปลี่ยนแนวดนตรีร็อกที่ได้รับจากตะวันตกเข้ามาดัดแปลงให้เข้ากับของตนเอง

2. อัตลักษณ์ของวงดนตรี J-rock ในยุคเน้นภาพลักษณ์การแต่งกาย (ทศวรรษที่ 1980) อัตลักษณ์จะเน้นเรื่องการแต่งกาย ไม่เน้นแนวดนตรีมากนัก ซึ่งอัตลักษณ์ที่เด่น คือ การแต่งกายแบบข้ามเพศ โดยทรงผมมีการย้อมสีสีนูดูดาด เซ็ตให้ซีต้งฟูขึ้น และแต่งหน้าด้วยสีสีนูดูดาด ซึ่งในชีวิตประจำวันไม่สามารถแต่งได้ ซึ่งจะเห็นการสร้างอัตลักษณ์โดยผ่านตัวศิลปิน เป็นการสร้างอัตลักษณ์ที่สุดขั้วเกินความจริง ผ่านการแสดงบนเวที

3. อัตลักษณ์ของวงดนตรี J-rock ในยุคผสมผสานแนวดนตรี (ทศวรรษที่ 1990) อัตลักษณ์จะเน้นเรื่องแนวดนตรีที่มีการผสมผสานแนวอื่นเข้ามาด้วย ซึ่งจะเห็นการสร้างถึงอัตลักษณ์ในยุคนี้ผ่านค่ายเพลง โดยทางค่ายเพลงจะเป็นผู้กำหนดคอนเซ็ปต์และแนวดนตรีให้กับศิลปิน ดังนั้นวงดนตรีร็อกจะมีอัตลักษณ์ผ่านทางค่ายเพลง

4. อัตลักษณ์ของวงดนตรี J-rock ในยุคหลากหลายแบบคู่ตรงข้าม (ศตวรรษที่ 2000 ถึงปัจจุบัน) อัตลักษณ์จะเน้นแนวดนตรีที่แบ่งแยกชัดเจน โดยแนวขาวจะมีความสดใส เทียบกับแนวดำที่มีความรุนแรงของแนวเพลง และในยุคนี้มีวงร็อกที่เป็นผู้หญิงเข้ามาด้วย จะเห็นว่าสังคมมีการเปิดรับเรื่องเพศมากขึ้น

งานวิจัยของ พัชรากร ยาวิไชย และคณะ (2561) เรื่อง “ปูจ่าน ลองไมค์ กับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างศิลปินและแฟนคลับ” กล่าวว่า ในกรณีศิลปิน “ปูจ่าน ลองไมค์” การใช้สื่อออนไลน์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ ด้วยวิธีการ Upload เพลงไว้บน Youtube เพื่อนำเสนอความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ โดยใช้สื่อเป็นพื้นที่หลัก โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายทั้งผู้ที่ Upload วิดีโอ และผู้ที่

เข้ามาชม ซึ่งผลงานเพลงของศิลปินก็มีผู้เข้าชม และติดตามเป็นจำนวนมาก ด้วยการกดติดตาม กด Like กด Share ของแฟนคลับ กลุ่มผู้ฟัง และผู้บริโภคร่วม ส่งผลให้ศิลปินสามารถทำผลงานเพลงออกมา ในจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อตอบสนองต่อผู้ฟังและผู้บริโภคผ่านสื่อออนไลน์ ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย จนเกิดการแพร่กระจายผลงานเพลงของศิลปินไปสู่กลุ่มผู้ฟังที่มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งไม่จำกัดกลุ่มผู้ฟังเฉพาะอย่างในอดีตอีกต่อไป และผลงานเพลงดังกล่าวก็มีโอกาสที่จะเติบโตมากขึ้นอีกด้วย

ศิลปินใช้กระบวนการในการสร้างอัตลักษณ์ระดับปัจเจกบุคคล ด้วยการเลือกเอา คุณสมบัติที่เด่นชัดของตนเองมาประกอบสร้างความเป็นตัวตน เช่น ชื่อ AKA, บทเพลง, การแต่งกาย, Music Video และการแสดงคอนเสิร์ต ด้วยการนำเอาวัฒนธรรมความเป็นท้องถิ่นมาเป็นโครงสร้างหลัก ซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าวนี้ทำให้เห็นถึง วิถีชีวิต บุคลิกภาพ พฤติกรรมการดำรงอยู่ของชาวล้านนา ซึ่งเป็นถิ่นกำเนิดของปู่จ่าน และเป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้ศิลปินกลายเป็นบุคคลที่แฟนคลับจดจำได้ สิ่งเหล่านี้เป็นลักษณะที่เด่นชัดมากที่สุดที่แสดงออกมาให้เห็นผ่านกระบวนการสร้างตัวตนของความเป็นศิลปินดังกล่าวข้างต้น และในขณะเดียวกันก็แสดงให้เห็นถึง ความสั่นไหวของอัตลักษณ์ ในบริบทต่าง ๆ ซึ่งกล่าวได้ว่า แม้คนเราจะมีอัตลักษณ์ที่มีความเฉพาะตัว แต่อัตลักษณ์ดังกล่าว ไม่ใช่อัตลักษณ์ที่หยุดนิ่ง แต่จะสามารถปรับเปลี่ยนหรือเคลื่อนย้ายได้ไปตามบริบทของสังคม ปู่จ่าน ลองไม้ เป็นศิลปินโดยเริ่มจากความสนใจในการทำเพลง โดยรับแรงบันดาลใจมาจากศิลปินทั้งภายใน และภายนอกประเทศ จนเป็นศิลปินที่สามารถสร้างตัวตน หรืออัตลักษณ์ขึ้นมาเป็นของตนเอง ด้วยการเน้นความเป็นท้องถิ่นล้านนาทั้งในชีวิตส่วนตัวและผลงานเพลง ภายในเนื้อหาเพลงไม่มีคำหยาบคาย และยังคงความเป็นอัตลักษณ์ล้านนาเอาไว้ อีกทั้งสื่อออนไลน์ยังได้สร้างพื้นที่ทางสังคมให้เปิดกว้างมากขึ้น ซึ่งเป็นสื่อที่ช่วยเผยแพร่อัตลักษณ์ที่ถูกนำเสนอผ่านบทเพลงของศิลปินให้เข้าถึงกลุ่มคนฟังได้ง่ายมากขึ้น

จากงานวิจัยทั้งสองที่กล่าวไปข้างต้นซึ่งเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย โดยเฉพาะงานวิจัยของ พัชรากร ยาวิชัย และคณะ สามารถนำมาใช้ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ การสร้างอัตลักษณ์ของวง NCT ที่มีลักษณะเฉพาะตัวซึ่งมีความหลากหลายของระบบวงที่มีทั้งหมด 5 ยูนิต คือ NCT U, NCT 127, NCT Dream, NCT 2018 และ WayV อีกทั้งทักษะทางการร้อง การเต้น การแร็ป การใช้ภาษา และความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติ มีการสั่นไหวตามพื้นที่การจัดแสดงคอนเสิร์ต และมีวิถีชีวิตที่มีภาษาหลากหลายเวอร์ชัน อีกทั้งงานวิจัยของ อัจฉรินทร์ ฌรงค์ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการแต่งกายของมิวสิกวิดีโอเพลงของวง NCT ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปตามแนวเพลง เช่น เพลง Fire Truck ศิลปินสวมใส่เสื้อผ้าแบบชุดนักดับเพลิง โดยเนื้อหาของเพลงเปรียบเปรยพวกเขา เหมือนกับรถดับเพลิงที่ไม่ว่าจะเกิดเหตุไฟไหม้ที่ไหน จะรีบตามไปดับไฟเหล่านั้นโดยพลัน และ เพลง

Take off ศิลปินจะสวมใส่เสื้อผ้าแบบชุดนักบิน เพื่อที่จะสื่อว่าศิลปินเปรียนเสมือนนักบินที่จะพาแฟนคลับทะยานขึ้นสู่ท้องฟ้าไปด้วยกัน

2.3 กรอบการศึกษาและการวิเคราะห์

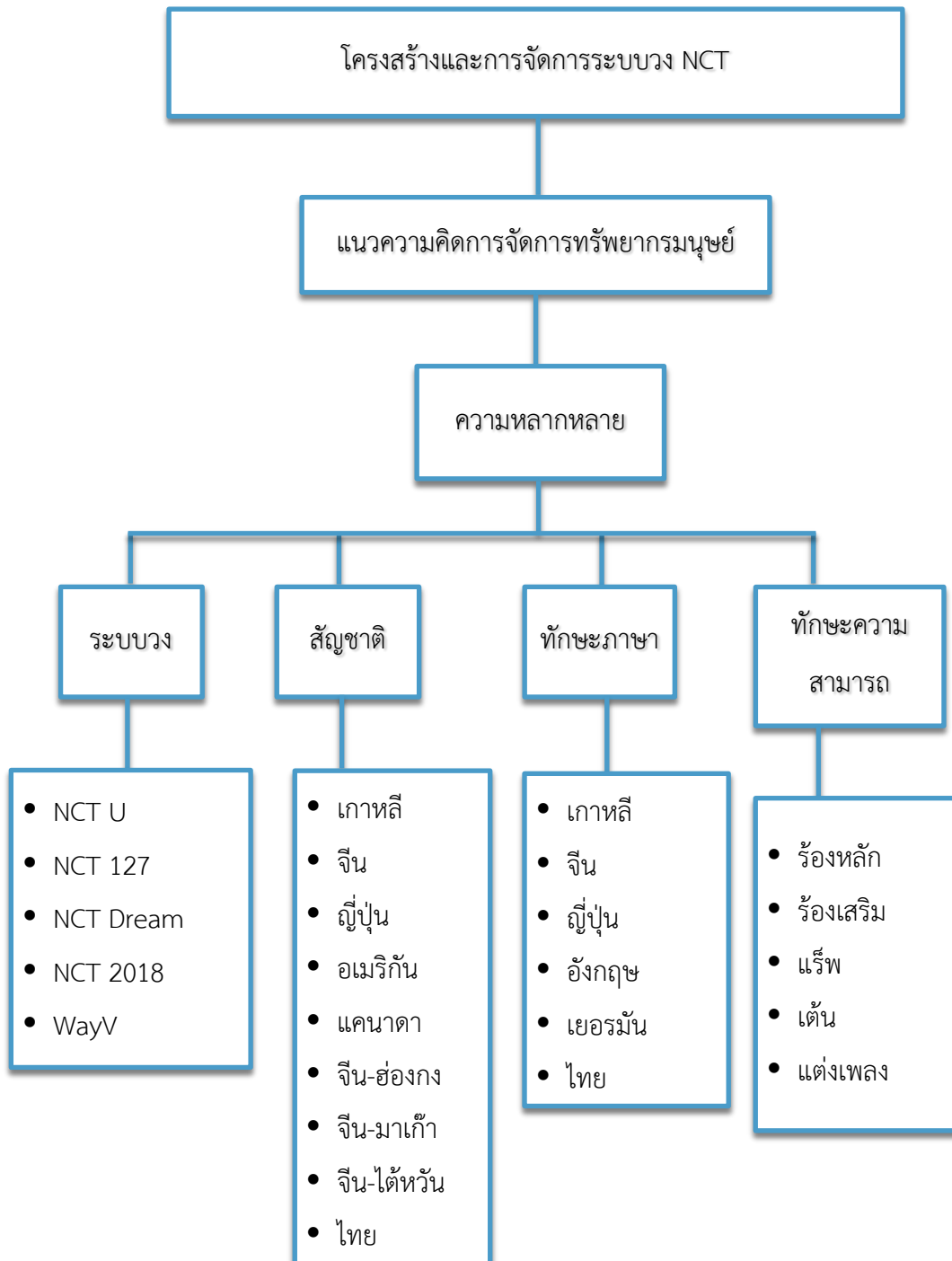
จากที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสามารถทำความเข้าใจและอธิบายเกี่ยวกับโครงสร้าง และการจัดการระบบวง NCT ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ ศึกษาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์การหรือค่ายเพลง ผู้วิจัยพบว่าค่ายเพลงจัดการระบบวงในรูปแบบธุรกิจข้ามชาติ โดยใช้โครงสร้างระบบวงที่แบ่งเป็นยูนิทย่อย คือ NCT U, NCT 127, NCT Dream, NCT 2018 และ WayV

เนื่องด้วยจำนวนสมาชิกในวงมีจำนวนมาก จึงทำให้วง NCT มีความหลากหลายทางด้านสัญชาติ เป็นสิ่งที่สร้างความแตกต่างกับศิลปินกลุ่มอื่น ได้แก่ เกาหลี, จีน, ญี่ปุ่น, แคนาดา, อเมริกัน, จีน-มาเก๊า, จีน-ไต้หวัน, จีน-ฮ่องกง และ ไทย รวมทั้งทักษะทางด้านภาษา เช่น เกาหลี, จีน, ญี่ปุ่น, อังกฤษ, เยอรมัน และไทย นอกจากนี้ยังมีทักษะความสามารถ เช่น การเต้น การร้อง การแร็ป การแต่งเพลง เป็นต้น

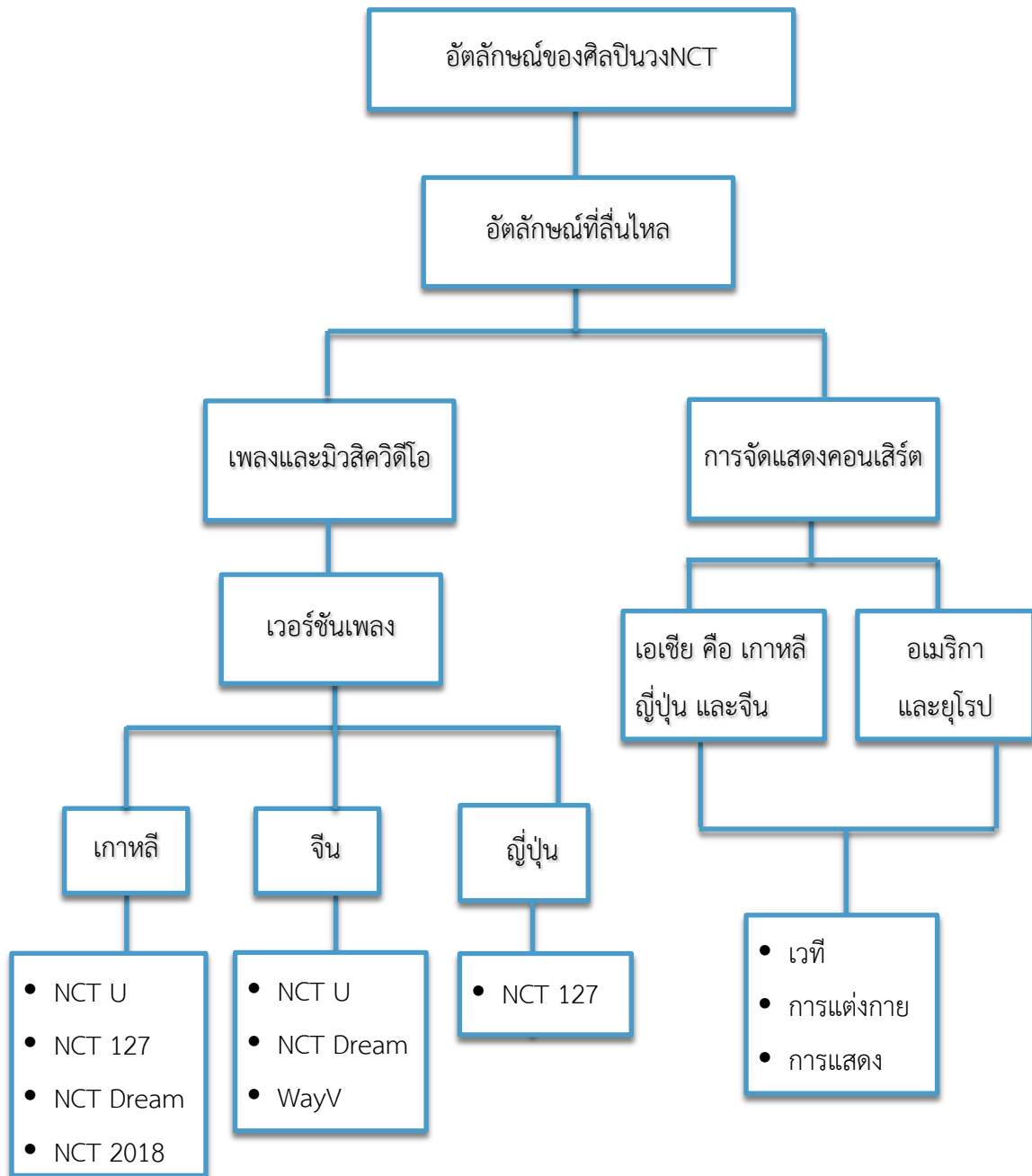
จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ การสร้างอัตลักษณ์ที่มีการสินค้าไม่หยุดนิ่งของวง NCT ตามเพลงและมิวสิควิดีโอ ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละยูนิท เช่น NCT 2018 ซึ่งมีอัตลักษณ์เฉพาะ คือ การรวมตัวกันของทุกยูนิท ได้แก่ NCT U, NCT 127 และ NCT Dream (ยกเว้น WayV) จึงทำให้เพลงและมิวสิควิดีโอที่ออกมามีความหลากหลายและแตกต่างกัน รวมทั้งการโปรโมทของแต่ละยูนิท จะมีอัตลักษณ์ของเวอร์ชันเพลง เช่น NCT 127 มีเพลงเวอร์ชันภาษาเกาหลี และญี่ปุ่น ซึ่งมีการโปรโมทในพื้นที่ของเอเชีย อเมริกา และยุโรป ส่วนWayV มีเพลงเวอร์ชันภาษาจีน และส่วนใหญ่จะทำการโปรโมทในประเทศจีนเป็นหลัก

การสร้างอัตลักษณ์ ที่มีการสินค้าไม่หยุดนิ่งของวง NCT ตามการจัดแสดงคอนเสิร์ต NCT 127 ในพื้นที่ของเอเชีย อเมริกา และยุโรป ที่มีอัตลักษณ์รวมกัน คือ การแต่งกายที่เหมือนกัน และการแสดงบางบทเพลง รวมทั้งมีอัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละประเทศที่แตกต่างกัน คือ เวที, การแต่งกายที่เพิ่มเติมมาจากการแสดงที่บางประเทศไม่มี และการแสดงเพลงที่ถูกจำกัดในพื้นที่ของประเทศนั้น ส่วนWayV ที่มีการโปรโมทในประเทศจีนเป็นหลัก มีการจัด Fan Meeting ในพื้นที่ของประเทศจีน และประเทศไทยเท่านั้น

ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวความคิดในการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1



ภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวความคิดในการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 2



บทที่ 3

โครงสร้างและการจัดการระบบวง NCT

ในงานวิจัยเรื่อง ความหลากหลายของระบบวง NCT สู่การเป็นวัฒนธรรมกระแสนิยม โดยบทที่ 3 จะกล่าวถึงข้อมูลทั่วไปของวง NCT และโครงสร้างการจัดการระบบวง NCT โดยใช้แนวความคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจข้ามชาติเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ซึ่งมีการจัดระบบวงที่หลากหลายแบ่งออกเป็นยูนิตภายใต้ชื่อวง NCT ซึ่งศิลปินในวงมีความหลากหลายทางเชื้อชาติ และทักษะ

3.1 ข้อมูลทั่วไปของวง NCT

วง NCT (Neo Culture Technology) ที่มีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 21 คน ซึ่งในวงที่มีหลากหลายทั้งสัญชาติและเชื้อชาติ เช่น เกาหลี จีน ญี่ปุ่น ไทย มาเก๊า ฮองกง ไต้หวัน อเมริกัน และแคนาดา ได้มีการจัดระบบยูนิตออกเป็น NCT U, NCT 127, NCT 2018, NCT Dream และ WayV ขึ้นมาเพื่อทำการโปรโมทในต่างประเทศ เช่น เกาหลีใต้ จีน ญี่ปุ่น เอเชีย ยุโรป และอเมริกา เป็นต้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ชื่อในวงการบันเทิง : Taeil (태일)

ชื่อนอกวงการ : Moon Tae Il (문태일)

หน้าที่และความสามารถ : ร้องหลัก

สัญชาติ : เกาหลี

เชื้อชาติ : เกาหลี

ยูนิต : NCT U, NCT 127

ประเทศที่ทำกิจกรรม : เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป

ภาพที่ 3 มุนแทอิล

ที่มา Twitter @NCTsmtown_127



ภาพที่ 4 จอห์นนี่
ที่มา Twitter @NCTsmtown_127

ชื่อในวงการบันเทิง : Johnny (자니)

ชื่อนอกวงการ : Seo Young Ho (서영호)

ชื่อภาษาอังกฤษ : John Suh

(มีชื่อภาษาอังกฤษเพราะสมาชิกเกิดที่ชิคาโก)

หน้าที่และความสามารถ : ร้องเสริม

สัญชาติ : อเมริกัน

เชื้อชาติ : เกาหลี

ยูนิต : NCT 127

ประเทศที่ทำกิจกรรม : เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป



ภาพที่ 5 อีแทยอง
ที่มา Twitter @NCTsmtown_127

ชื่อในวงการบันเทิง : Taeyong (태용)

ชื่อนอกวงการ : Lee Tae Yong (이태용)

หน้าที่และความสามารถ : หัวหน้ายูนิต NCT 127, แร็ป,เต้น, Center

สัญชาติ : เกาหลี

เชื้อชาติ : เกาหลี

ยูนิต : NCT U, NCT 127

ประเทศที่ทำกิจกรรม : เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป



ภาพที่ 6 นากาโมโตะ ยูตะ
ที่มา Twitter @NCTsmtown_127

ชื่อในวงการบันเทิง : Yuta (ยูตา)

ชื่อนอกวงการ : Nakamoto Yuta (中本悠太)

ชื่อเกาหลี : Joong Yoo Tae (중유태)

หน้าที่และความสามารถ : ร้องเสริม,เต้น

สัญชาติ : ญี่ปุ่น

เชื้อชาติ : ญี่ปุ่น

ยูนิต : NCT 127

ประเทศที่ทำงาน : เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป



ภาพที่ 7 เฉียนคุน
ที่มา Twitter @WayV_official

ชื่อในวงการบันเทิง : Kun (คุน)

ชื่อนอกวงการ : Qian Kun (錢錕)

ชื่อเกาหลี : Jeon Gon (전곤)

หน้าที่และความสามารถ : ร้องหลัก, หัวหน้ายูนิต WayV

สัญชาติ : จีน

เชื้อชาติ : จีน

ยูนิต : NCT U, WayV

ประเทศที่ทำงาน : จีน, เกาหลีใต้, เอเชีย



ภาพที่ 8 คิมโดยอง

ที่มา Twitter @NCTsmtown_127

ชื่อในวงการบันเทิง : Doyoung (도영)

ชื่อนอกวงการ : Kim Dong Young (김동영)

หน้าที่และความสามารถ : ร้องหลัก

สัญชาติ : เกาหลี

เชื้อชาติ : เกาหลี

ยูนิต : NCT U, NCT 127

ประเทศที่ทำกิจกรรม : เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป



ภาพที่ 9 เตนล์

ที่มา Twitter @WayV_official

ชื่อในวงการบันเทิง : Ten (텐)

ชื่อนอกวงการ : Chittaphon Leechaiyapornkul
(ชิตพล ลิ้มชัยพรกุล)

ชื่อเกาหลี : Lee Young Heum (이영흠)

ชื่อจีน : Li Yong Qin (李永钦)

หน้าที่และความสามารถ :เต้น, ร้องหลัก

สัญชาติ : ไทย

เชื้อชาติ : ไทย

ยูนิต : NCT U, WayV

ประเทศที่ทำกิจกรรม : จีน, เกาหลีใต้, เอเชีย



ภาพที่ 10 จองแจฮยอน
ที่มา Twitter @NCTsmtown_127

ชื่อในวงการบันเทิง : Jaehyun (재현)

ชื่อนอกวงการ : Jung Jae Hyun,
Jung Yoon Oh (정윤오)

หน้าที่และความสามารถ : ร้องหลัก,เต้น, ภาพลักษณ์
ของวง

สัญชาติ : เกาหลี

เชื้อชาติ : เกาหลี

ยูนิต : NCT U, NCT 127

ประเทศที่ทำกิจกรรม : เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา
, ยุโรป



ภาพที่ 11 วินวิน
ที่มา Twitter @WayV_official

ชื่อในวงการบันเทิง : WinWin (윈윈)

ชื่อนอกวงการ : Dong Si Cheng (董思成)

ชื่อเกาหลี : Dong Sa Sung (동사성)

หน้าที่และความสามารถ : เต้น, ร้องเสริม

สัญชาติ : จีน

เชื้อชาติ : จีน

ยูนิต : NCT U, NCT 127, WayV

ประเทศที่ทำกิจกรรม : จีน, เกาหลีใต้, เอเชีย



ภาพที่ 12 คิมจองอู
ที่มา Twitter @NCTsmtown_127

ชื่อในวงการบันเทิง : Jungwoo (정우)

ชื่อนอกวงการ : Kim Jung-woo (김정우)

หน้าที่และความสามารถ : ร้องเสริม,เต้น

สัญชาติ : เกาหลี

เชื้อชาติ : เกาหลี

ยูนิต : NCT U, NCT 127

ประเทศที่ทำกิจกรรม : เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป



ภาพที่ 13 ลูคัส
ที่มา Twitter @WayV_official

ชื่อในวงการบันเทิง : Lucas (루카스)

ชื่อนอกวงการ : Huang Xu xi (黄旭熙)

ชื่อเกาหลี : Hwang Wook-hee (황욱희)

หน้าที่และความสามารถ : แร็ป

สัญชาติ : จีน-ฮ่องกง

เชื้อชาติ : จีน-ไทย

ยูนิต : NCT U, WayV

ประเทศที่ทำกิจกรรม : จีน, เกาหลีใต้, เอเชีย



ภาพที่ 14 มาร์ค

ที่มา Twitter @NCTsmtown_127

ชื่อในวงการบันเทิง : Mark (마크)

ชื่อนอกวงการ : Mark Lee (เพราะสมาชิกเกิดที่ประเทศแคนาดา)

ชื่อเกาหลี : Lee Min Hyung (이민형)

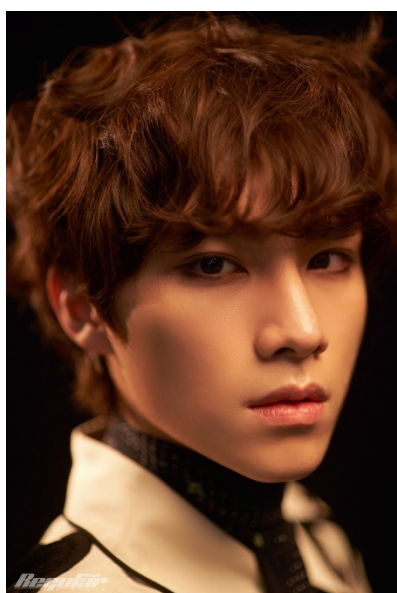
หน้าที่และความสามารถ : แร็ป

สัญชาติ : แคนาดา

เชื้อชาติ : เกาหลี

ยูนิต : NCT U, NCT 127, NCT Dream (เนื่องจากยูนิต NCT Dream จำกัดอายุ ทำให้ต้องสิ้นสุดการเป็นสมาชิกในยูนิตนี้เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2561)

ประเทศที่ทำกิจกรรม : เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป



ภาพที่ 15 เซียวเต๋อจวิน

ที่มา Twitter @WayV_official

ชื่อในวงการบันเทิง : Xiao Jun (샤오쥔)

ชื่อนอกวงการ : Xiao De jun (肖德俊)

ชื่อเกาหลี : So Deok Jun (소덕준)

หน้าที่และความสามารถ : ร้องหลัก

สัญชาติ : จีน

เชื้อชาติ : จีน

ยูนิต : WayV

ประเทศที่ทำกิจกรรม : จีน, เกาหลีใต้, เอเชีย



ภาพที่ 16 เฮนเดอร์รี่
ที่มา Twitter @WayV_official

ชื่อในวงการบันเทิง : Hendery (헨드리)
ชื่อนอกวงการ : Huang Guan heng (黄冠亨)
ชื่อเกาหลี : Hwang Kwan Hyung (황관형)
หน้าที่และความสามารถ : แร็ป, เต้น
สัญชาติ : จีน-มาเก๊า
เชื้อชาติ : จีน
ยูนิต : WayV
ประเทศที่ทำกิจกรรม : จีน, เกาหลีใต้, เอเชีย



ภาพที่ 17 เฮอร์นจวิน
ที่มา Twitter @NCTsmtown_DREAM

ชื่อในวงการบันเทิง : Renjun (런준)
ชื่อนอกวงการ : Huang Ren Jun (黄仁俊)
ชื่อเกาหลี : Hwang In Joon (황인준)
หน้าที่และความสามารถ : ร้องหลัก
สัญชาติ : จีน
เชื้อชาติ : จีน
ยูนิต : NCT Dream
ประเทศที่ทำกิจกรรม : เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย



ภาพที่ 18 อีเจโน

ที่มา Twitter @NCTsmtown_DREAM

ชื่อในวงการบันเทิง : Jeno (제노)

ชื่อนอกวงการ : Lee Je No (이제노)

หน้าที่และความสามารถ : ตั๊ก, ร้องเสริม, แร็ป

สัญชาติ : เกาหลี

เชื้อชาติ : เกาหลี

ยูนิต : NCT Dream

ประเทศที่ทำงาน : เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย



ภาพที่ 19 แฮชาน

ที่มา Twitter @NCTsmtown_DREAM

ชื่อในวงการบันเทิง : Haechan (해찬)

ชื่อนอกวงการ : Lee Dong Hyuck (이동혁)

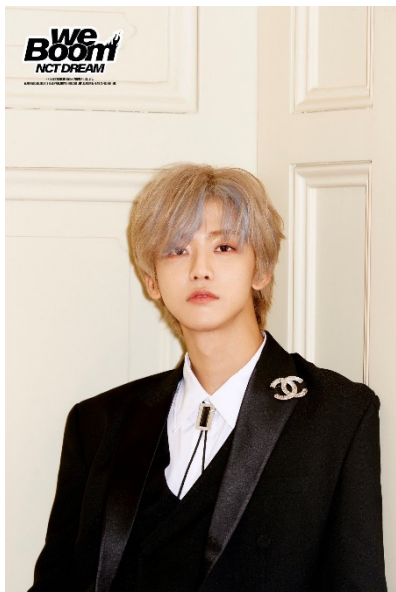
หน้าที่และความสามารถ : ร้องหลัก

สัญชาติ : เกาหลี

เชื้อชาติ : เกาหลี

ยูนิต : NCT 127, NCT Dream, NCT U

ประเทศที่ทำงาน : เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป



ภาพที่ 20 นาแจมิน

ที่มา Twitter @NCTsmtown_DREAM

ชื่อในวงการบันเทิง : Jaemin (재민)

ชื่อนอกวงการ : Na Jae Min (나재민)

หน้าที่และความสามารถ : แร็ป,เต้น

สัญชาติ : เกาหลี

เชื้อชาติ : เกาหลี

ยูนิต : NCT Dream

ประเทศที่ทำงาน : เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย



ภาพที่ 21 หยางหยาง

ที่มา Twitter @WayV_official

ชื่อในวงการบันเทิง : YangYang (양양)

ชื่อนอกวงการ : Liu YangYang (刘扬扬)

หน้าที่และความสามารถ : แร็ป

สัญชาติ : เยอรมัน

เชื้อชาติ : ไต้หวัน

ยูนิต : WayV

ประเทศที่ทำงาน : จีน, เกาหลีใต้, เอเชีย



ภาพที่ 22 ฉินเล่อ

ที่มา Twitter @NCTsmtown_DREAM

ชื่อในวงการบันเทิง : Chenle (첸 러)

ชื่อนอกวงการ : Zhong Chen Le (钟辰乐 / 鍾辰樂)

ชื่อเกาหลี : Jong Jin Rak (종진락)

หน้าที่และความสามารถ : ร้องเสริม

สัญชาติ : จีน

เชื้อชาติ : จีน

ยูนิต : NCT Dream

ประเทศที่ทำกิจกรรม : เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย



ภาพที่ 23 ปาร์คจีซอง

ที่มา Twitter @NCTsmtown_DREAM

ชื่อในวงการบันเทิง : Jisung (지성)

ชื่อนอกวงการ : Park Ji Sung (박지성)

หน้าที่และความสามารถ :เต้น, แร็ป, อายุน้อยที่สุดในวง

สัญชาติ : เกาหลี

เชื้อชาติ : เกาหลี

ยูนิต : NCT Dream

ประเทศที่ทำกิจกรรม : เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย

ตารางที่ 1 สมาชิกวง NCT

ชื่อสมาชิก	สัญชาติ	เชื้อชาติ	ยูนิต	หน้าที่และความสามารถ	ประเทศที่ทำกิจกรรม
มนแทอิล	เกาหลี	เกาหลี	NCT U, NCT 127	ร้องหลัก	เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป
จอห์นนี่	อเมริกัน	เกาหลี	NCT 127	ร้องเสริม	เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป
ลีแทยอง	เกาหลี	เกาหลี	NCT U, NCT 127	หัวหน้ายูนิต NCT 127, แร็ป,เต้น, center	เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป
ยูตะ	ญี่ปุ่น	ญี่ปุ่น	NCT 127	ร้องเสริม, เต้น	เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป
เฉียนคุน	จีน	จีน	NCT U, WayV	หัวหน้ายูนิต WayV, ร้องหลัก	จีน, เกาหลีใต้, เอเชีย
คิมโดยอง	เกาหลี	เกาหลี	NCT U, NCT 127	ร้องหลัก	เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป
เตนลี่	ไทย	ไทย	NCT U, WayV	เต้น, ร้องหลัก	จีน, เกาหลีใต้, เอเชีย
จองแจฮยอน	เกาหลี	เกาหลี	NCT U, NCT 127	ร้องหลัก, เต้น, ภาพลักษณ์ของวง	เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป
ต่งช็องเฉิง	จีน	จีน	NCT U, NCT 127, WayV	เต้น, ร้องเสริม	จีน, เกาหลีใต้, เอเชีย

ตารางที่ 1 สมาชิกวง NCT (ต่อ)

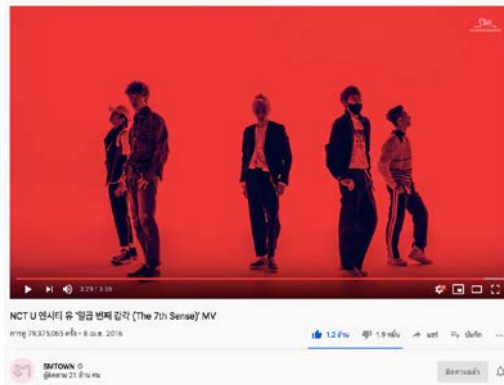
ชื่อสมาชิก	สัญชาติ	เชื้อชาติ	ยูนิต	หน้าที่และความสามารถ	ประเทศที่ทำกิจกรรม
คิมจงอู	เกาหลี	เกาหลี	NCT U, NCT 127	ร้องเสริม,เต้น	เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป
ลูคัส	จีน-ฮ่องกง	จีน-ไทย	NCT U, WayV	แร็ป	จีน, เกาหลีใต้, เอเชีย
มาร์ค	แคนาดา	เกาหลี	NCT U, NCT 127, NCT Dream	แร็ป	เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป
เซียวเต๋อจวิน	จีน	จีน	WayV	ร้องหลัก	จีน, เกาหลีใต้, เอเชีย
เฮนเดอร์รี่	จีน-มาเก๊า	จีน	WayV	แร็ป, เต้น	จีน, เกาหลีใต้, เอเชีย
เหรินจวิน	จีน	จีน	NCT Dream	ร้องหลัก	เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย
ลีเจโน่	เกาหลี	เกาหลี	NCT Dream	เต้น, ร้องเสริม, แร็ป	เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย
แฮซาน	เกาหลี	เกาหลี	NCT U, NCT 127, NCT Dream	ร้องหลัก	เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา, ยุโรป
นาแจมิน	เกาหลี	เกาหลี	NCT Dream	แร็ป, เต้น	เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย
ฉินเล่อ	จีน	จีน	NCT Dream	ร้องเสริม	เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย
ปาร์คจีซอง	เกาหลี	เกาหลี	NCT Dream	เต้น, แร็ป	เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล 10 กุมภาพันธ์ 2563

มีการจัดโครงสร้างระบบวงเป็นยูนิต ดังต่อไปนี้

NCT U เป็นยูนิตแรกของวง NCT

สมาชิกมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอด ตามความเหมาะสมของเพลง ซึ่งยูนิตนี้จะมีแนวเพลงที่ค่อนข้างหลากหลาย เช่น เพลง The 7th sense ซึ่งมีสมาชิกคือ แทยง ทำหน้าที่เป็นหัวหน้าวง แร็พ เต็น แจฮยอน และ โดยอง ทำหน้าที่ร้องเพลงเป็นหลัก มาร์ค ทำหน้าที่แร็พเป็นหลัก และเตนล์ ทำหน้าที่เป็นผู้นำด้านการเต้น จะเห็นได้ว่าสมาชิกแต่ละคนจะมีความสามารถที่ต่างกัน เช่น สไตล์ของการเต้น และ โทนเสียงในการร้อง เป็นต้น และมีอีกเพลง ที่ได้รับความนิยมจากยูนิตนี้ คือ เพลง without you สมาชิกประกอบไปด้วย โดยอง แจฮยอน และแทอิล แนวเพลงบัลลาดที่ได้สมาชิกทำหน้าที่ร้องเสียงหลักให้กับวง ซึ่งยูนิต NCT U จะทำการแสดงและปล่อยมิวสิกวิดีโอที่ประเทศเกาหลีใต้เป็นหลัก



ภาพที่ 24 NCT U - The 7th Sense

ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=3UGMDJ9kZCA>



ภาพที่ 25 NCT U - WITHOUT YOU

ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=y6OcvS54KYQ>

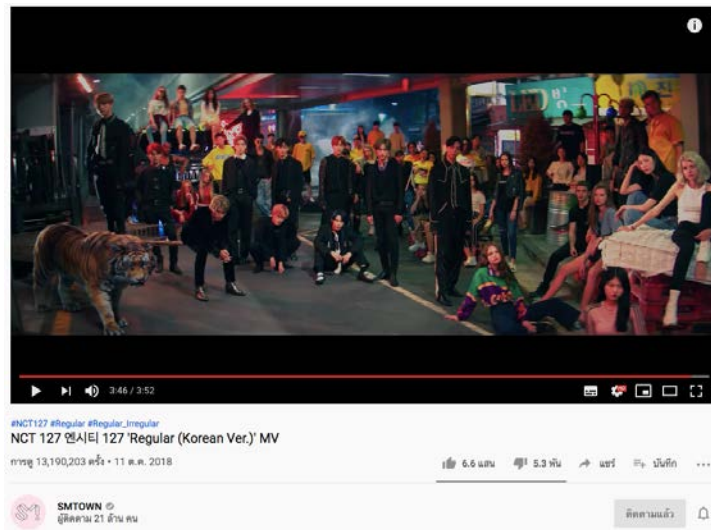
ยูนิตที่สอง คือ NCT127

ยูนิตที่มีสมาชิกถาวรทั้งหมด 9 คน คือ แทยง แทอิล จอห์นนี่ ยูตะ โดยอง แจฮยอน วินวิน มาร์ค แฮซาน และในปีพ.ศ. 2561 ค่ายได้ประกาศเพิ่มสมาชิกคนที่ 10 คือ จองอู เปิดตัวในฐานะสมาชิกวง NCT127 ในเพลง regular มี 2 เวอร์ชัน คือ เกาหลี และ อังกฤษ ด้วยความหลากหลายทางเชื้อชาติของสมาชิก NCT 127 ได้แก่ อเมริกัน แคนาดา ญี่ปุ่น เกาหลี และจีน ทำให้ยูนิตดังกล่าวได้ไปจัดการแสดงและโปรโมทอัลบั้ม เช่น เพลง superhuman ซึ่งขับร้องร้องเป็นภาษาเกาหลี แต่ได้ไปโปรโมทที่รายการ Good morning America เป็นที่แรก และ เพลง wakey-wakey ขับร้องเป็นภาษาญี่ปุ่น และมีการโปรโมทอัลบั้มที่นั่นอีกด้วย และยูนิตNCT 127 เป็นยูนิตแรกที่มีการจัดแสดงคอนเสิร์ต ในปี พ.ศ. 2562 โดยเริ่มที่ประเทศเกาหลีใต้เป็นที่แรก เมื่อวันที่ 26-27 มกราคม พ.ศ. 2562 และภายหลังเริ่มทัวร์คอนเสิร์ตหลากหลายทวีปเช่น อเมริกาเหนือ ยุโรป เอเชียตะวันออก และ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

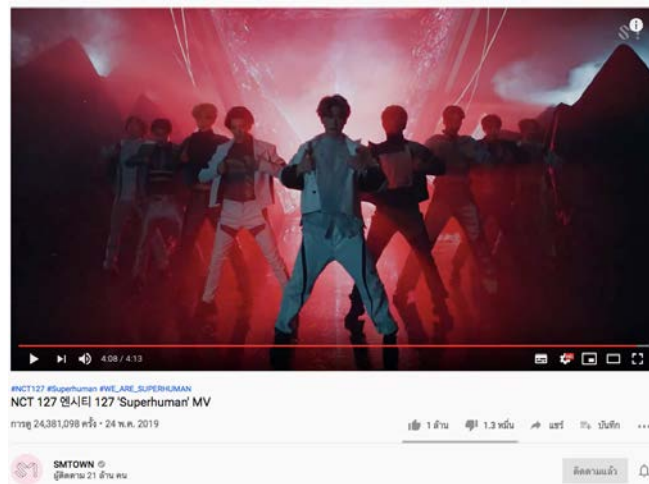


ภาพที่ 26 NCT 127 - Regular English Ver.

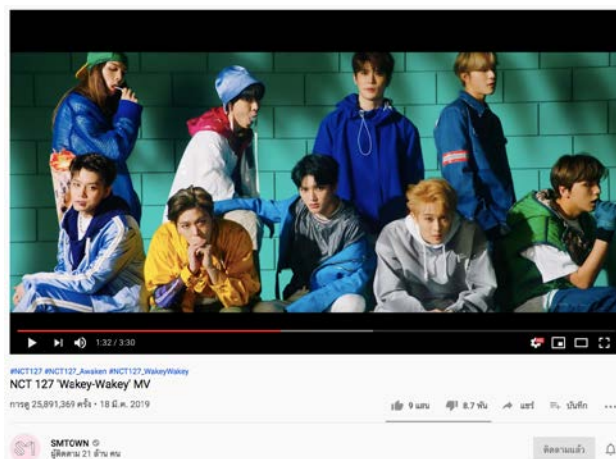
ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=gj-VU9oK2Yo>



ภาพที่ 27 NCT 127 - Regular Korea Ver.
ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=Gif0E6jYakM>



ภาพที่ 28 NCT 127 - Superhuman
ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=x95oZNXW5Rc>



ภาพที่ 29 NCT 127 - Wakey Wakey

ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=azr7saygKng>

ปี พ.ศ. 2559 ทางต้นสังกัด ได้เปิดตัวยูนิต NCT Dream

ยูนิตนี้ยังมีความหลากหลายทางเชื้อชาติอีกเช่นเดียวกัน โดยประกอบด้วย สัญชาติแคนาดา คือ มาร์ค สัญชาติจีน คือ เทรินจวิน ฉินเล่อ และสัญชาติเกาหลี คือ แฮชาน เจโน่ แจมิน จีซอง ยูนิตนี้มีเป้าหมายไปยังกลุ่มเยาวชนที่มีความฝันและความหวัง โดยสมาชิกมีการเปลี่ยนแปลงตลอด เนื่องจากอายุของสมาชิกต้องไม่เกิน 20 ปีเกาหลียูนิต : NCT U, NCT 127, NCT Dream เนื่องจากยูนิต Dream จำกัดอายุ ทำให้มาร์คต้องสิ้นสุดการเป็นสมาชิกในยูนิตนี้เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2561 ซึ่งเพลงและมิวสิกวิดีโอจะได้รับการโปรโมทที่เกาหลีได้เป็นหลัก อีกทั้งยูนิต NCT Dream สามารถไปโปรโมทที่ต่างประเทศได้เช่นเดียวกับ NCT 127 ยกตัวอย่างเช่น เพลง my First and Last เวอร์ชันภาษาจีน ซึ่งทำการแสดงในงานประกาศรางวัล We chart awards เป็นต้น



ภาพที่ 30

NCT Dream - My First and Last

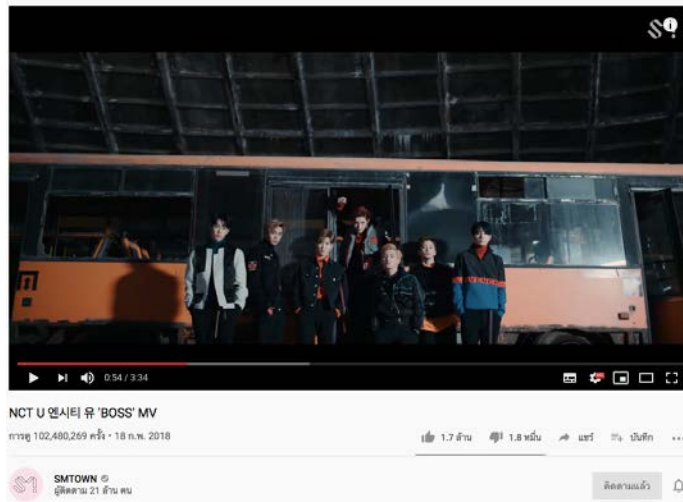
ที่มา

<https://www.youtube.com/watch?v=4pUc7SD0PmU>

ปี พ.ศ. 2561 ค่ายได้เปิดตัวยูนิต NCT 2018

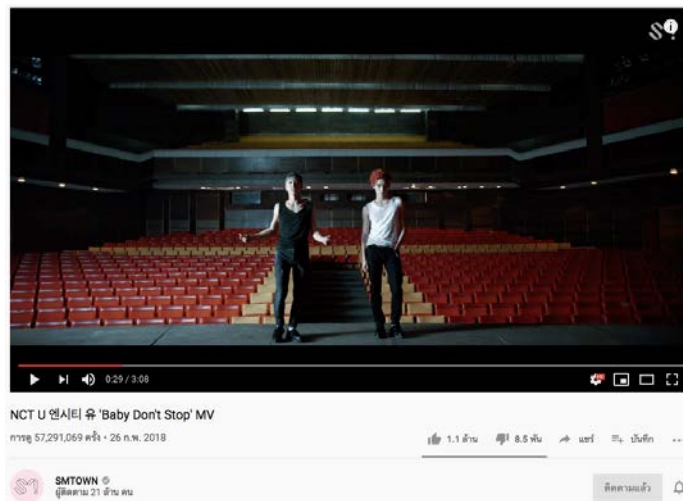
การรวมตัวยูนิต NCT U NCT 127 และ NCT Dream ถือเป็นยูนิตที่มีความพิเศษ เพราะเป็นการรวมตัวการทำงานของทั้งสามยูนิต และเป็นการเปิดตัวสมาชิกใหม่ 3 คน คือ เจียนคุนจองอู และลูคัส โดย NCT 2018 มีการโปรโมทรวมทั้งสิ้น 18 คน เริ่มโปรโมทยูนิตด้วยเพลง boss ซึ่งถือเป็นการเปิดตัว จองอู และ ลูคัส ในฐานะสมาชิก NCT อย่างเป็นทางการ และเพลง boss ได้ไปโปรโมทในฐานะเพลงของยูนิต NCT U และนอกจากนี้ เพลง baby don't stop ซึ่งเพลงนี้จะเน้นการเต้นเป็นหลัก สมาชิกคือ เตนล์ และ แทยง ซึ่งเป็นผู้ที่เชี่ยวชาญด้านการเต้นทั้งคู่ ซึ่งการออกแบบท่าเต้นจะดึงดูดความสนใจการแสดงในพื้นที่ห้องว่าง โรงละครที่ว่างเปล่า แต่มีความสวยงามของฉากเป็นการถ่ายทอดการเต้นที่เซ็กซี่และคมชัด เน้นการเคลื่อนไหวที่คล้ายแมว มีความขี้เล่นและเซ็กซี่ผสมกัน ต่อมา เพลงที่ได้โปรโมทใน NCT 2018 คือ เพลง Go โดยเป็นการโปรโมทในฐานะเพลงของ NCT Dream ถัดมาเป็นเพลง Touch โปรโมทในฐานะเพลงของ NCT 127

เพลง black on black ถือเป็นเพลงหลักที่ใช้โปรโมทในฐานะ NCT 2018 ซึ่งบทเพลงที่กล่าวมาในข้างต้น ได้บรรจุในอัลบั้ม Empathy ของยูนิต NCT 2018 ซึ่งส่งผลให้ยูนิตดังกล่าวได้ทำการแสดงและโปรโมทที่เกาหลีใต้เป็นหลัก นอกจากนี้ NCT 2018 ได้ทำการแสดงที่ประเทศญี่ปุ่น ในคอนเสิร์ต SM town in Osaka อีกด้วย



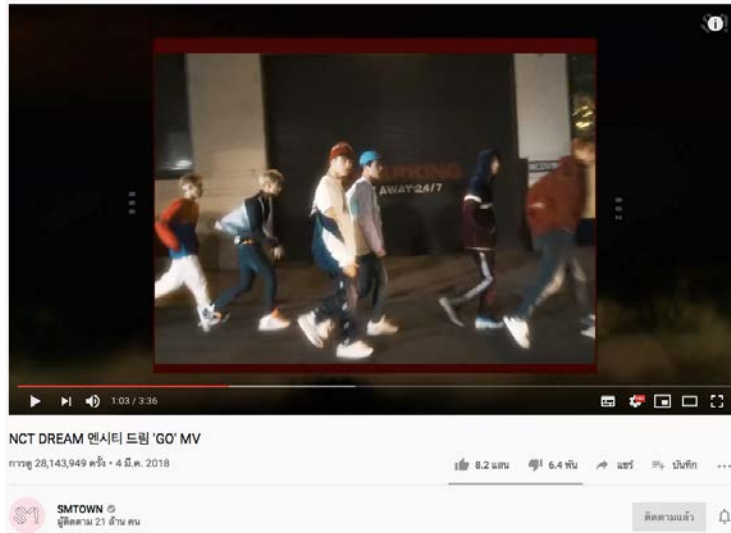
ภาพที่ 31 NCT U - Boss

ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=0AUFyFet35g>



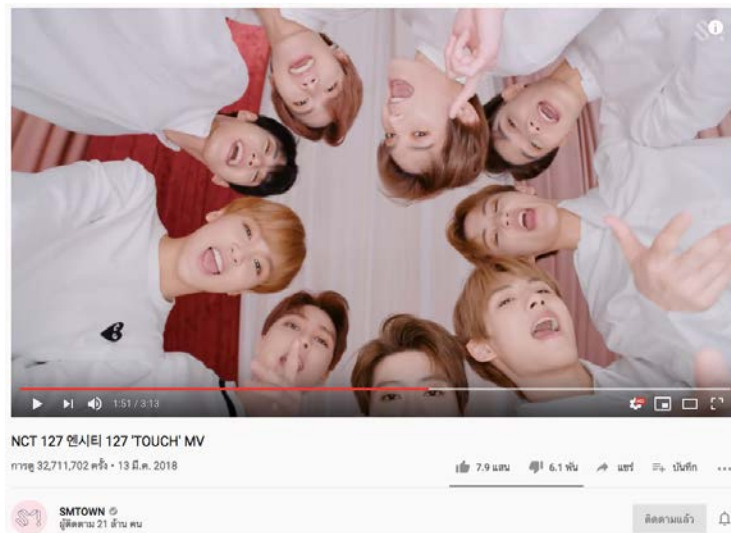
ภาพที่ 32 NCT U - Baby Don't Stop

ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=k0DqRstCgj4>



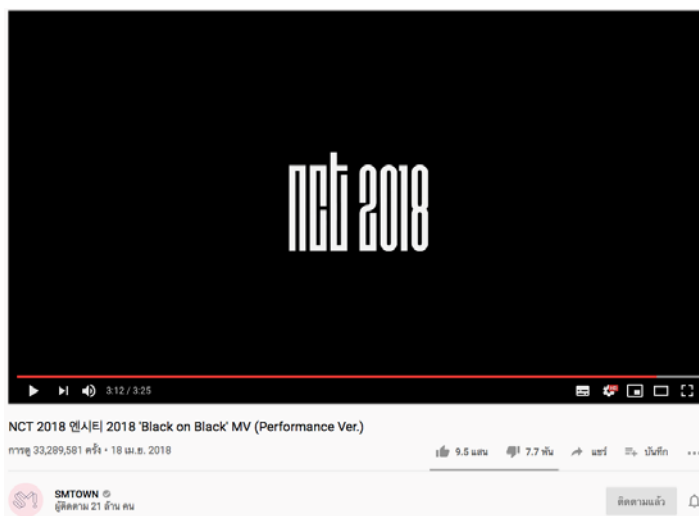
ภาพที่ 33 NCT Dream - Go

ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=cD8SYW8rjaQ>



ภาพที่ 34 NCT 127 - Touch

ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=6sHlq41sl-w>



ภาพที่ 35 NCT 2018 - Black on Black

ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=1CYH4F1KCw8>

ล่าสุดปี พ.ศ. 2562 ได้เปิดตัวยูนิตและสมาชิกใหม่ คือ WayV

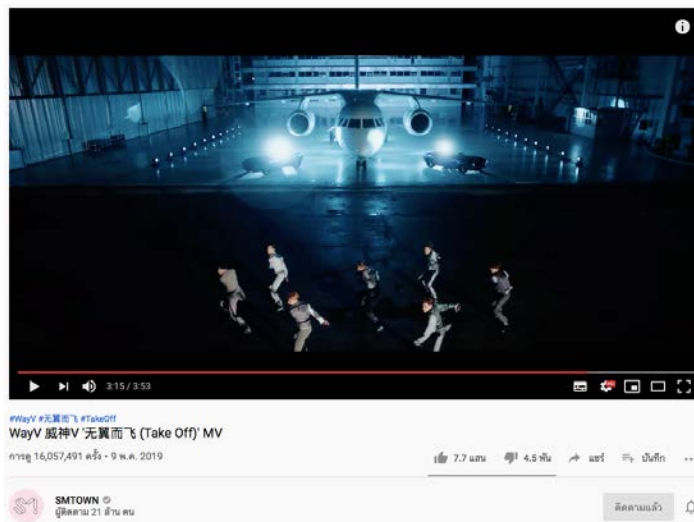
โดยมีสมาชิกสัญชาติจีนเป็นหลัก ประกอบไปด้วย ฉีเยนคุน เตนล์ วินวิน ลูคัส (ซึ่งสมาชิกทั้ง 4 ได้ทำการเดบิวต์ในฐานะ NCT มาก่อนแล้ว) และสมาชิกอีก 3 คนได้แก่ เซียวจวิน เฮน เดอริ่ หยางหยาง ถึงแม้ว่า WayV จะเน้นสมาชิกที่มีเชื้อชาติจีนเป็นหลัก แต่สัญชาติของสมาชิกมีความหลากหลายเป็นอย่างมาก เช่น ฮองกง มาเก๊า ไต้หวัน เยอรมัน และ ไทย จากดั่งที่กล่าวข้างต้น ส่งผลให้ WayV สามารถสื่อสารได้หลายภาษาทั้ง จีนกลาง จีนกวางตุ้ง ภาษาอังกฤษ ภาษาเยอรมัน และภาษาไทย ได้อย่างคล่องแคล่ว เนื่องจาก WayV โปรโมที่ประเทศจีนเป็นหลัก จึงทำการแสดงด้วยเพลง regular, take off เวอร์ชันภาษาจีน เป็นต้น และการดำเนินกิจกรรมของ WayV จะอยู่ภายใต้เอเจนซี Label V



ภาพที่ 36 WayV - Regular

ที่มา

<https://www.youtube.com/watch?v=FG0nTVU3fRM>



ภาพที่ 37 WayV - Take Off

ที่มา

<https://www.youtube.com/watch?v=irXZve4QRos>

3.2 โครงสร้างและการจัดการของระบบวง

จากแนวความคิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์โครงสร้างและการจัดการระบบวง NCT ซึ่งในแนวคิดมีรายละเอียดสำคัญ ดังต่อไปนี้

3.2.1 การบริหารงานแบบองค์การข้ามชาติ

โครงสร้างระบบวง NCT ได้แบ่งเป็นยูนิตย่อย โดยใช้ศิลปินในการโปรโมทระบบวงไปยังตลาดต่างประเทศ เช่น NCT U ประเทศที่ทำกิจกรรม คือ เกาหลีใต้ และเอเชีย เช่น การร้องเพลงประกอบซีรีส์เกาหลี และการแสดงเพลง Baby Don't Stop และ Without you ที่งาน MAYA Music Festival ประเทศไทย NCT 127 ประเทศที่ทำกิจกรรม คือ เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, เอเชีย, อเมริกา,

และยุโรป เช่น การจัดแสดงทัวร์คอนเสิร์ต NCT127 WORLD TOUR NEO CITY The Origin ทั้งเอเชีย อเมริกา และยุโรป NCT Dream ประเทศที่ทำกิจกรรม คือ เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น และเอเชีย อีกทั้งยังได้เข้าร่วมงานลูกเสือโลก ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา NCT 2018 เกาหลีใต้เป็นประเทศเดียวที่ユニットนี้ได้รับการโปรโมท และWayV ยูนิตที่เน้นกิจกรรมที่ประเทศจีนเป็นหลัก มีการจัดกิจกรรมFan Meeting และ รายการ Reality Dream plan ทางช่อง 优酷 (YOUKU) ซึ่งเป็นแผนการโปรโมทศิลปินในประเทศจีนอีกด้วย ซึ่งแต่ละยูนิตจะอยู่ภายใต้การควบคุมของ SM Entertainment

3.2.2 แรงงานมีความหลากหลายทางเชื้อชาติ

สมาชิกแต่ละยูนิตจะมีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติ ยูนิตแรก NCT U เช่น เกาหลี, จีน, ไทย, จีน-ฮ่องกง และแคนาดา NCT 127 เช่น เกาหลี, จีน, ญี่ปุ่น, อเมริกัน และแคนาดา NCT Dream เช่น เกาหลี, แคนาดา และจีน NCT 2018 เช่น เกาหลี, จีน, จีน-ฮ่องกง, ญี่ปุ่น, อเมริกัน และแคนาดา WayV เช่น ไทย, จีน, จีน-มาเก๊า, จีน-ฮ่องกง, ไต้หวัน-เยอรมัน

3.2.3 แรงงานมีความหลากหลายทางด้านทักษะ

สมาชิกมีความหลากหลายทางด้านทักษะ เช่น ด้านภาษา เนื่องจากแต่ละยูนิตมีสมาชิกหลากหลายเชื้อชาติและได้รับการโปรโมทหลากหลายประเทศจึงสามารถพูดได้หลายภาษา เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น จีน ไทย อังกฤษ เป็นต้น และสมาชิกจะมีความสามารถที่โดดเด่นแตกต่างกัน เช่น การร้อง การแร็ป การเต้น แต่ไม่ว่าจะย้ายไปยูนิตใด สมาชิกคนนั้นก็ยังคงทำหน้าที่หลักตามความสามารถของตน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำตารางสรุปความหลากหลายของทักษะสมาชิกวง NCT ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ความหลากหลายของระบบวง NCT ทั้งสัญชาติ ทักษะภาษา และความสามารถ

ยูนิต	สมาชิก	ร้องหลัก	ร้องเสริม	เต้น	แร็ป
NCT U	แทอิล, แทยง, โดยอง, เตนล์, แจซยอน, วินวิน, จองอู, ลูคัส, มาร์ค	แทอิล, โดยอง, แจซยอน	เตนล์, วินวิน, จองอู	แทยง, เตนล์	แทยง, มาร์ค, ลูคัส
NCT 127	แทอิล, จอห์นนี่, แทยง, ยูตะ, โดยอง,แจซยอน, วินวิน, จองอู, มาร์ค, แชชาน	แทอิล, โดยอง, แจซยอน, แชชาน	จอห์นนี่, ยูตะ, วินวิน, จองอู	แทยง, วินวิน	แทยง, มาร์ค
NCT Dream	มาร์ค, เทรินจวิน, เจโน่, แชชาน, แจมิน, เฉินเล่อ, จีซอง	เทรินจวิน, แชชาน	เจโน่, เฉินเล่อ	เจโน่, แจมิน, จีซอง	มาร์ค, เจโน่, แจมิน, จีซอง
NCT 2018	แทอิล, จอห์นนี่, แทยง, ยูตะ, คุน, โดยอง,เตนล์, แจซยอน, วินวิน, จองอู, ลูคัส, มาร์ค, เทรินจวิน, เจโน่, แชชาน, แจมิน, เฉินเล่อ, จีซอง	แทอิล, โดยอง, แจซยอน, แชชาน, เทรินจวิน	จอห์นนี่, ยูตะ, วินวิน, จองอู, เจโน่, เฉินเล่อ	แทอิล, จอห์นนี่, แทยง, ยูตะ, คุน, โดยอง,เตนล์, แจซยอน, วินวิน, จองอู, ลูคัส, มาร์ค, เทรินจวิน, เจโน่, แชชาน, แจมิน, เฉินเล่อ, จีซอง	แทยง, มาร์ค, ลูคัส, เจโน่, แจมิน
WayV	คุน, เตนล์, วินวิน, ลูคัส, เซียวจวิน, เฮนเดอริ, หยางหยาง	คุน, เตนล์, เซียวจวิน	วินวิน	เตนล์, วินวิน, เฮนเดอริ	ลูคัส, หยางหยาง

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล 10 กุมภาพันธ์ 2563

3.3 สรุปท้ายบท

จากแผนการโปรโมทของบริษัท ที่ได้จัดโครงสร้างระบบวง NCT ที่มีการจัดแบ่งเป็นหน่วยย่อย คือ NCT U, NCT 127, NCT Dream, NCT 2018 และ WayV ที่มีความหลากหลายทั้งด้านเชื้อชาติ และทักษะ เพื่อเป็นการเปิดตลาดสู่ต่างประเทศ ซึ่งแต่ละยูนิตมีกิจกรรมที่โดดเด่น ดังต่อไปนี้

NCT U เป็นยูนิตที่ได้รับการโปรโมทภายในประเทศเกาหลีใต้เท่านั้น เช่น เพลง Without you และการร้องเพลงประกอบซีรีส์ เรื่อง The Tale Of Nokdu, school 2017 และ Best Mistake เป็นต้น การร้องเพลงของยูนิตสเตรซัน เช่น Coming Home และ Long flight ซึ่งยูนิตนี้เป็นการร้องเพลงเป็นหลัก ผสมการแร็ปเล็กน้อย ซึ่งสมาชิกที่ได้รับเลือก คือ แจฮยอน โดยอง แทอิล มาร์ค และแทยง เป็นต้น

NCT 127 เป็นยูนิตแรกที่ได้จัดการแสดงคอนเสิร์ต คือ NCT127 WORLD TOUR NEO CITY The Origin และได้รับเลือกจาก Apple Music ให้เข้าร่วมในซีรีส์ Up Next ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2561 หนึ่งในโปรแกรมรายเดือนของ Apple Music ที่นำศิลปินที่กำลังสร้างชื่อ มีผลงาน หรือกำลังได้รับความสนใจมาโปรโมทผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ทำให้พวกเขามีโอกาสได้นำเพลง Regular (เวอร์ชันภาษาอังกฤษ) ไปโปรโมทตามรายการต่างๆ ในสหรัฐอเมริกา เช่น Mickey's 90th Spectacular, Jimmy Kimmel Live!, Good Day L.A. และมีโอกาสได้ร่วมเดินพรมแดงในงาน American Music Awards 2018 จัดขึ้นใน Microsoft Theater แคลิฟอร์เนียและลอสแอนเจลิส

NCT Dream การเปิดตัวเพลง Boom เป็นเพลงที่ทำลายสถิติการสตรีมเพลงทั้งหมดและการวางจำหน่ายอัลบั้มสูงสุดของวง NCT บนชาร์ตเพลง Melon ซึ่งขึ้นอันดับสูงไปถึงที่ 16 จากทั้งหมด 100 อันดับ (nctzenunion, 2562 ; 0701xhty, 2562 ; jaemisluv, 2562 ; NCTMelOn, 2562)

NCT 2018 เป็นรวมตัวของยูนิต NCT U, NCT 127, NCT Dream มีสมาชิกทั้งหมด 18 คน โดยเปิดตัวด้วยเพลง Black on Black ซึ่งยูนิตนี้จะโปรโมทแค่ในเกาหลีใต้ เนื่องจากเป็นการรวมตัวของสมาชิกวง NCT เพียงชั่วคราว เพื่อต้องการเปิดตัวสมาชิกใหม่ คือ คุณ, จองอู และลูคัส

WayV เดบิวต์ด้วยดีเจิตอล อัลบั้มแรก The Vision เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2562 ซึ่งสามารถคว้าอันดับ 1 บนชาร์ต iTunes ใน 12 ประเทศทั่วโลก, อันดับ 2 บนชาร์ตยอดนิยมของ QQ Music ของจีน และครองอันดับ 3 บน World Digital Song Sales Chart, อันดับ 4 บน Social 50 Chart, อันดับ 16 บน Emerging Artists Chart ของ Billboard สหรัฐอเมริกา นับเป็นสถิติที่ดีที่สุดของศิลปินกลุ่มชายของจีน และเป็นการเปิดตัวสมาชิกใหม่ เชื้อชาติจีน จีน-มาเก๊า และได้หวัน-เยอรมัน คือ เซียวเต๋อจวิน, เฮนเดอรี, และหยางหยาง และมีการโปรโมททาง ผ่านรายการReality ทางช่องของ YOUKU คือ รายการ Dream Plan เป็นต้น

บทที่ 4

อัตลักษณ์ของวง NCT สู่การกลายเป็นวัฒนธรรมกระแสนิยม

ในงานวิจัยเรื่อง ความหลากหลายของระบบวง NCT สู่การเป็นวัฒนธรรมกระแสนิยม โดยบทที่ 4 จะกล่าวถึงอัตลักษณ์ของวง NCT สู่การกลายเป็นวัฒนธรรมกระแสนิยม ซึ่งอัตลักษณ์หมายถึง สิ่งที่เราารู้สึกว่าเป็นเรา หรือเราแตกต่างจากเขา พวกเขาคือคนอื่น อัตลักษณ์ไม่จำเป็นต้องมีหนึ่งเดียว แต่อาจมีหลายอัตลักษณ์ที่ประกอบขึ้นเป็นตัวเรามีคุณสมบัติเฉพาะทำให้สิ่งนั้นโดดเด่นจากสิ่งอื่น อัตลักษณ์ ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยสังคม

จากที่กล่าวมา SM ENTERTAINMENT ค่ายเพลงชื่อดัง ได้มีการเดบิวต์วง NCT ภายใต้แนวคิดรูปแบบใหม่ ที่มีการจัดระบบวงที่มีความหลากหลาย ทั้งเชื้อชาติ ทักษะ รวมถึงด้านความสามารถ และภาษา ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของวง คือ ความสลับแบบไม่หยุดนิ่ง ตามเพลงและมิวสิกวิดีโอที่อัตลักษณ์ที่โดดเด่นตามคอนเซ็ปต์ของแต่ละยูนิต และการโปรโมทแต่ละครั้ง จะมีการเปลี่ยนเนื้อเพลงในหลายภาษา คือ เกาหลี, จีน, ญี่ปุ่น และอังกฤษ อีกทั้งด้านพื้นที่การจัดการแสดงคอนเสิร์ต ซึ่งแต่ละยูนิตจะทำการแสดงในพื้นที่ที่แตกต่างกัน ซึ่งการแสดงคอนเสิร์ตในแต่ละประเทศจะมีอัตลักษณ์ร่วมกัน และอัตลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 เพลงและมิวสิกวิดีโอแบบสลับ

มิวสิกวิดีโอ (Music Video) คือ ภาพประกอบเพลง ที่ถ่ายทอดความคิดเกี่ยวกับเพลง และสื่อความหมายของเพลงเป็นรูปแบบของภาพ เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจง่ายขึ้น และได้รับความเพลิดเพลินจากการรับชมนอกจากนี้มิวสิกวิดีโอยังสอดแทรกสิ่งที่เป็นประโยชน์ และสิ่งที่ดีมีสาระไว้ แต่จุดมุ่งหมายที่สำคัญของผลงาน คือ เพื่อส่งเสริมเพลงของศิลปินในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด เช่น ยอดจำหน่ายอัลบั้ม ซึ่งยอดจำหน่ายของอัลบั้มในประเทศเกาหลีใต้ ถือว่าสำคัญมากเพราะจะเป็นคะแนนสำคัญ ที่จะทำให้ศิลปินได้รับรางวัลในรายการเพลงชื่อดัง เช่น Music Bank, Inkigayo และ MusicCore เป็นต้น หรือ การโปรโมทให้ประชาชน ได้คุ้นเคยกับเพลงศิลปินผ่านทางโลกออนไลน์ เช่น Youtube เพราะปัจจุบันผู้บริโภคทางดนตรี มักจะรับชม หรือ รับฟังบทเพลงผ่านทางเว็บไซต์ชื่อดัง อย่าง Youtube ดังนั้น ยอดวิวมิวสิกวิดีโอใน Youtube ถือเป็นสิ่งที่การันตีถึงความยอดนิยมของศิลปินอีกด้วย และมิวสิกวิดีโอถือเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้ฟัง ที่ตีความหมายและสร้างจินตนาการให้แบบสำเร็จรูป

เพลงที่สลับตามมิวสิกวิดีโอซึ่ง NCT 2018 เป็นยูนิตที่มีอัตลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างจากยูนิตอื่น เพราะเป็นโปรเจกต์ที่รวมตัวของทุกยูนิต คือ NCT 127, NCT Dream และ NCT U ยกเว้น

WayV เพราะในระยะเวลาของโปรเจค NCT 2018 WayV ยังไม่ได้เดบิวต์อย่างเป็นทางการ และถือเป็นการเปิดตัวของ 3 สมาชิกใหม่อีกด้วย ผู้วิจัยจึงยกตัวอย่างบทเพลงของยูนิต NCT 2018 เพื่อแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของสมาชิกทางด้านทักษะของ ภาษา ความสามารถ สัญชาติ รวมถึงการเคลื่อนย้ายของสมาชิกยูนิต NCT U ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดตามความเหมาะสมของแนวเพลงที่มีความหลากหลายอีกเช่นกัน

NCT 2018 เปิดตัวด้วยอัลบั้ม NCT 2018 EMPATHY ซึ่งประกอบไปด้วยเพลง Boss (NCT U), Baby Don't Stop (NCT U), Go (NCT Dream), Touch (NCT 127), Yestoday (NCT U), Black on Black (NCT 2018), Without You (NCT U), Timeless (NCT U), The 7th Sense (NCT U), New Heroes (NCT U-Ten) และ Dream In A Dream (NCT U-Ten) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- NCT U เพลง Boss เป็นมิวสิควิดีโอเพลงแรกที่เปิดตัว NCT 2018 อีกทั้งได้เปิดตัวสมาชิกใหม่ คือ จองอู และ ลูคัสซึ่งเป็นเพลงแนว Urban Hip Hop ที่ผสมผสานกันระหว่างการร้องและการแร็ป เนื้อเพลงกล่าวถึง สังคมปัจจุบันที่ต้องการการเข้าใจต่อกันอย่างแท้จริง ไม่ใช่แค่เพียงผิวเผิน โดยแทียงและมาร์คได้มีส่วนร่วมในการทำเพลงครั้งนี้ นอกจากนี้ มิวสิควิดีโอเพลง Boss ได้ถ่ายทำที่ประเทศยูเครน โดยจะแสดงให้เห็นถึงเวทีการแสดงอันทรงพลัง และเพลงที่แข็งแกร่ง ไปพร้อมกับความสวยงามในต่างแดน หลังจากจบโปรเจค NCT 2018 ในปีเดียวกันสมาชิกในเพลง Boss คือ จองอู และต่อมาได้เปิดตัวเป็นสมาชิก NCT 127 อย่างเป็นทางการกับเพลงคัมแบค regular และ ในปี พ.ศ. 2562 วินวิน และ ลูคัส ได้เปิดตัวอย่างเป็นทางการกับ WayV จะเห็นได้ว่า NCT U เป็นยูนิตที่มีความสั้นไหวทั้งแนวเพลงและสมาชิกอีกเช่นกัน



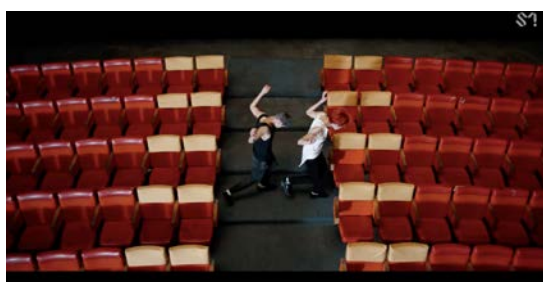
ภาพที่ 38 ภาพโปรโมทเพลง Boss

ที่มา Twitter @NCTsmtown

- NCT U เพลง Baby don't stop เป็นยูนิทคู่แรกของ NCT คือ แทยง และเตนล์ ในเพลงแนวซินธ์ ป๊อป ประกอบไปด้วยซาวด์แบบมินิมอล ทั้งซาวด์กลอง และเบสริฟฟ์ ด้านเนื้อร้องจะแสดงออกถึงความรู้สึกดึงดูดของความรัก ที่อยากรู้จักแบบไม่มีที่สิ้นสุด และอัตลักษณ์เฉพาะของเพลงคือ จะเน้นการเต้นเป็นหลัก เตนล์ และ แทยง ซึ่งเป็นผู้ที่เชี่ยวชาญด้านการเต้นทั้งคู่ มีการออกแบบท่าเต้น ที่ดึงดูดความสนใจการแสดงในพื้นที่ห้องว่าง โรงละครที่ว่างเปล่า แต่มีความสวยงามของฉากเป็นการถ่ายทอดการเต้นที่เชื่องช้าและคมชัด เน้นการเคลื่อนไหวที่คล้ายแมว มีความขี้เล่นและเซ็กซี่ผสมกัน และอัตลักษณ์อีกอย่างของเพลง คือ เป็นเพลงเดี่ยวในวง NCT ที่มีเวอร์ชันภาษาไทย และได้ศิลปินแร็ปเปอร์ชื่อดังของประเทศไทย คือ Twopee Southside และ ชันเงิน ไทเทเนียม เขียนเนื้อเพลงเป็นภาษาไทยให้อีกด้วย



ภาพที่ 39 ภาพโปรโมทเพลง Baby Don't Stop
ที่มา Twitter @NCTsmtown



ภาพที่ 40 ฉากในมิวสิกวิดีโอส่วนใหญ่จะเน้นโรงละคร
ที่มา Youtube @SMTOWN

- NCT Dream เนื่องด้วยอัตลักษณ์ของวงนี้ คือ อายุของสมาชิกที่จำกัดไม่เกิน 20 ปีเกาหลี จึงเป็นการเปิดตัววิดีโอตัวอย่างของแต่ละสมาชิก ด้วยภาพลักษณ์ที่โตขึ้นภายใต้คอนเซ็ปต์ใหม่ ผ่านมิวสิกวิดีโอเพลง Go ซึ่งเพลงนี้เป็นแนวแทร็ป ฮิปฮอป ซึ่งจุดเด่น คือ เบส 808 ที่มีบีทหนัก ๆ โดยเนื้อหาของเพลง กล่าวถึงการพาตัวตนที่แท้จริงของแต่ละคนกลับคืนมา อย่ายึดติด หรือ กรอบของสังคมที่มีอิทธิพลต่อตัวเรา ซึ่งมาร์คหนึ่งในสมาชิก ได้มีส่วนร่วมในการแต่งท่อนแร็ปด้วยตัวเอง ด้านมิวสิกวิดีโอได้รับกระแสตอบรับเป็นอย่างดี เพราะเป็นการนำเสนอเสน่ห์ของเด็กหนุ่มที่เต็มไปด้วยความมุ่งมั่นและอิสระ อีกทั้งเพลงแนวใหม่ของ NCT Dream เป็นภาพลักษณ์ที่เติบโตขึ้นและเวทีการแสดงแนวฮิปฮอปอันทรงพลังก็เข้ากันได้อย่างลงตัว



ภาพที่ 41 ภาพโปรโมทเพลง Go ของ NCT Dream ภายใต้โปรเจค NCT 2018

ที่มา Twitter @NCTsmtown

- NCT 127 เพลง Touch อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของเพลงนี้ คือ เป็นเพลงที่ให้บรรยากาศของฤดูใบไม้ผลิ อีกทั้ง มีวลีวิดีโอที่มีสีสัน ซึ่งเน้นสีพาสเทล เป็นแนวผู้ชายหวาน ๆ และฉากในมิวสิกวิดีโอ มีการแบ่งออกเป็นบล็อกแต่ละสี ให้ตัดกับชุดที่ศิลปินใส่ และใช้การละเล่นซิกเยอ ผสมผสานเป็นท่าเต้นที่สนุกสนาน พร้อมกับรอยยิ้มที่สดใสของสมาชิกทั้งเพลง และความพิเศษของเพลงนี้ ได้เปิดตัวในช่วงวัน White Day ซึ่งเป็นวันที่ผู้ชายเกาหลีแสดงความโรแมนติกต่อความรักต่อเนื่องจากวันวาเลนไทน์ ซึ่งเพลงนี้จะแสดงให้เห็นถึงศักยภาพการร้องของศิลปินในวงอย่างลงตัว



ภาพที่ 42 ภาพโปรโมทเพลง Touch NCT 127
ที่มา Twitter @NCTsmtown



ภาพที่ 43 ฉากมิวสิกวิดีโอเพลง Touch ทำเป็นรูปแบบบล็อกสี
ที่มา Youtube @SMTOWN

- NCT U เพลง Yestoday เป็นหนึ่งเพลงในอัลบั้ม NCT 2018 EMPATHY เป็นการเล่นคำระหว่างคำว่า *yesterday* และ *today* ในภาษาอังกฤษ มีความหมายว่า “วันนี้จะกลายเป็นเมื่อวาน” (*today to be yesterday* เป็นนัยยะว่า วันนี้จะกลายเป็นเมื่อวาน แล้วเราจะผ่านมันไป) ซึ่งอัตลักษณ์ของเพลงนี้ คือ การผสมผสานการแร็ปทั้งภาษาอังกฤษและเกาหลี รวมถึงได้สมาชิกที่มีทักษะทางด้านมาร้องอย่าง โดยอง มาช่วยให้เพลงมีความน่าสนใจมากขึ้น ซึ่งมีมิวสิควิดีโอจะแบ่งเป็น 2 โทนสี คือ สีสว่างที่ได้จากไฟติสโก, สีนีออน(สีสะท้อนแสง) และสีขาว-ดำ ด้าน 3 แร็ปเปอร์ คือ แพยง, มาร์ค และลูคัส จะเป็นตัวแทนของสีสัน โดยมี โดยอง เป็นตัวหลักในภาพขาวดำ ซึ่งเขาเป็นตัวเชื่อมระหว่างภาพสีและขาวดำ เปรียบว่า “วันพรุ่งนี้ที่จะมาถึง เรื่องของวันนี้จะกลายเป็นเรื่องของเมื่อวาน” โดยใช้สีในมิวสิควิดีโอเป็นสื่อกลาง ทำให้เพลงนี้มีเสน่ห์ที่แตกต่างออกไป



ภาพที่ 44 ภาพโปรโมท เพลง Yestoday NCT U
ที่มา Twitter @SMTOWN



ภาพที่ 45 การเล่นสีภาพวาด-ขาวดำในมิวสิควิดีโอเพลง
ที่มา Youtube @SMTOWN

- NCT U เพลง Without you เป็นแนวเพลงป๊อป ซึ่งมี 2 เวอร์ชัน คือ เกาหลีและจีน ซึ่งเพลงนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อเปิดตัวสมาชิกใหม่ คือ เฉียนคุน และโนเพลงยังมีสมาชิกที่มีทักษะด้านการร้องเพลงอย่าง แทอิล โดยอง และแจชยอน ร่วมในเพลงอีกเช่นกัน ซึ่งเนื้อเพลงเกี่ยวกับความฝันที่เราสร้างร่วมกัน ซึ่งจะขาดใครไปไม่ได้ แสดงให้เห็นถึงการเริ่มต้นมาด้วยกันของเหล่าสมาชิกวง NCT



ภาพที่ 46 ภาพโปรโมทเพลง Without you

เวอร์ชันภาษาเกาหลี

ที่มา Twitter @smrookies



ภาพที่ 47 ส่วนหนึ่งของมิวสิกวิดีโอเพลง Without you

เวอร์ชันภาษาจีน

ที่มา Youtube @SMTOWN

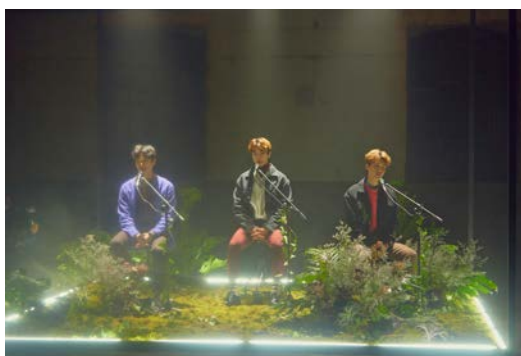
- NCT U เปิดตัวเพลง 7th sense เป็นเพลง alternative R&B (แนวเพลงร็อกที่มีความร่วมสมัยของคนตรี) เสริมด้วยจังหวะ Trap (มีบีทที่ค่อนข้างหนัก มีรากฐานมาจากแนวเพลงฮิปฮอป) และการแร็ปที่ทรงพลังผสมผสานด้วยท่อนร้อง “Long-ass ride” โดยเนื้อเพลงมีความหมายสื่อถึง “สัมผัสที่ 7” อีกหนึ่งสัมผัสที่ทำให้สามารถเข้าใจและรู้สึกได้ถึงฝันของกันและกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่ NCT มุ่งหวังที่จะสื่อสารกับผู้ฟังอย่างลึกซึ้ง ซึ่งแทยอง และ มาร์ค มีส่วนร่วมในการเขียนเนื้อร้องของเพลงนี้ สำหรับอัตลักษณ์ของเพลงนี้ คือ การเปิดตัวเพลงนี้ถือเป็นนัยยะสัญญาณที่บ่งบอกถึงยุคนิตต่อไป คือ NCT 127, NCT Dream และ WayV



ภาพที่ 48 ภาพโปรโมทเพลง 7th sense (สัมผัสที่ 7)

ที่มา Twitter @smrookies

- NCT U เพลง Timeless เป็นเพลงแนวบัลลาด ซึ่งอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของเพลงนี้ คือ ทำนองอันสวยงามของเปียโนที่เข้ากันเป็นอย่างดีกับเสียงของสมาชิกทั้ง 3 คน คือ แทอิล, โดยอง และ แจชยอน อีกทั้งยังเป็นเพลงแรกของ NCT ที่แสดงทักษะความสามารถด้านการร้องเพลงของสมาชิกในวง สำหรับเนื้อเพลงพูดถึงการเฝ้าฝันที่จะได้พบกันอีกครั้งของคู่รักที่เลิกรากันไป



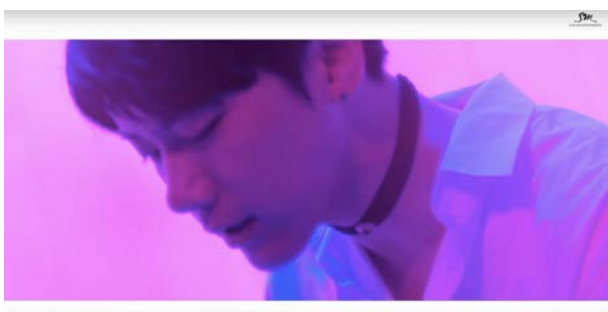
ภาพที่ 49 ส่วนหนึ่งของมิวสิกวิดีโอเพลง Timeless

ที่มา Twitter @smrookies

- NCT U Ten (เตนล์ สมาชิกวง NCT สัญชาติไทย) เพลง Dream In Dream เป็นเพลงที่โดดเด่นในเวอร์ชันภาษาอังกฤษ ด้วยการผสมผสานดนตรีแบบตะวันออก และเสียงร้องของเตนล์ ที่ชวนให้ตกอยู่ในภวังค์แห่งความฝัน โดยเนื้อหาของเพลงจะพูดถึงการตามหารักแท้ที่อยู่ระหว่างเส้นบาง ๆ ของความจริง และความฝัน ซึ่งอัตลักษณ์ของมิวสิควิดีโอ คือ เพลงนี้จะเน้นถ่ายทอดบทเพลงผ่านท่าเต้นเป็นส่วนใหญ่ และสีของวิดีโอจะมัว ให้เหมือนล่องลอยอยู่ในความฝัน และ การเต้นที่เตนล์นำเสนอผ่านบทเพลงเป็นหลัก เนื่องด้วย ทักษะความสามารถด้านการเต้นของตน ซึ่งเขาได้ใช้การเต้นที่เน้นความอ่อนโยน และพลิ้วไหวของร่างกายเป็นหลัก ผสมผสานความดั้งเดิม และความทันสมัย ทำให้เป็นการแสดงด้านการเต้นที่น่าดึงดูดอย่างมาก

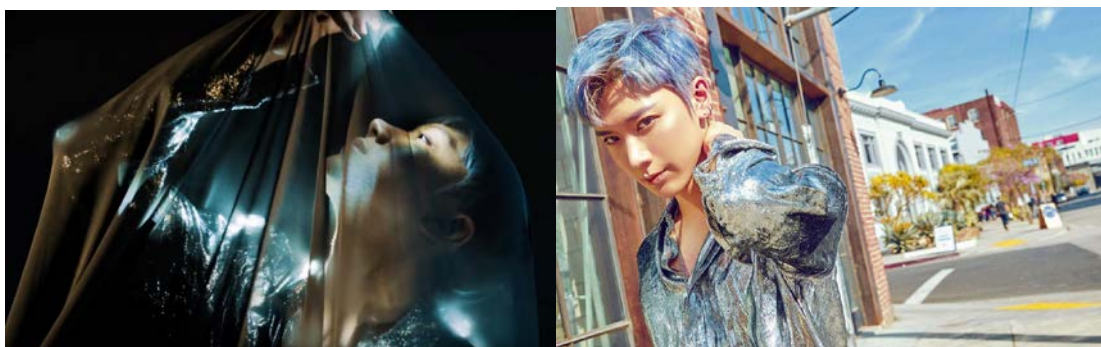


ภาพที่ 50 ท่าเต้นส่วนหนึ่งในมิวสิควิดีโอในเพลง
ที่มา Youtube @SMTOWN



ภาพที่ 51 วิดีโอจะเน้นสีภาพที่มัวเหมือนอยู่ในความฝัน
ที่มา Youtube @SMTOWN

- NCT U Ten (เตนล์ สมาชิกวง NCT สัญชาติไทย) เพลง New Heroes เป็นเพลงแนวป๊อป EDM ที่มีพิวเจอร์เบสเป็นหลัก โดยใช้เครื่องดนตรีทรัมเป็ตเริ่มต้นเพลง และเสียงร้องโทนสูงแหลมของเตนล์ โดยในเพลงนี้ จะได้พบกับท่วงทำนองที่ลงตัวระหว่างซาวด์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีลักษณะโดดเด่นโดยใช้เนื้อเพลงเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด ซึ่งความหมายของเพลงกล่าวว่า “จะเป็นฮีโร่ยุคใหม่ที่จะพยายามอย่างไม่สิ้นสุด ไม่ว่าจะอยู่ในสภาพแวดล้อมแบบไหน” มิวสิควิดีโอเพลงนี้ ได้ถ่ายทำที่เมืองลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา สำหรับอัตลักษณ์เฉพาะของบทเพลง คือ มิวสิควิดีโอผ่านคอนเซ็ปต์เพลง “แสงอาทิตย์ยามเช้าคงไม่ส่องสว่างที่สุด หากไม่มีความมืดมิด” ได้ถ่ายมิวสิควิดีโอที่ริมชายหาดที่มีแสงประกายที่สะท้อนในทะเลระยิบระยับด้านหลังศิลปิน และแสงสว่างจากไฟที่ติดอยู่กับบนเสื่อของศิลปิน ทำให้นึกถึงสถาปัตยกรรมตึกมหานครที่มีแสงสว่างในตอนกลางคืน และสถาปัตยกรรม Art Deco (เป็นการผสมผสานลักษณะแบบกรีกและอียิปต์โบราณ) และเตนล์ได้ถ่ายทอดการแสดงออกทางอารมณ์อันงดงาม ด้วยท่าเต้นฟรีสไตล์ (รูปแบบอิสระ) ที่มีเสน่ห์เชิงศิลปะซึ่งภาพประกอบเพลง เต็มไปด้วยความรู้สึกที่เข้ากันได้ดีกับบรรยากาศของสถานที่ถ่ายทำ



ภาพที่ 52 การเต้นฟรีสไตล์ที่สื่อผ่านมิวสิควิดีโอ
ที่มา Youtube @SMTOWN

ภาพที่ 53 ภาพโปรโมทเพลง New Heroes
ที่มา Twitter @NCTsmtown

- NCT 2018 เพลง Black on Black ซึ่งเป็นเพลงที่มีอัตลักษณ์เฉพาะที่เห็นได้ชัด คือ การรวมตัวของทุกยูนิต คือ NCT U, NCT 127 และ NCT Dream เป็นเพลงแรกที่รวมสมาชิกทั้งหมดของวง NCT และถือเป็นการรวมตัวของสมาชิกทั้งหมด 7 สัญชาติ คือ เกาหลี, จีน, ญี่ปุ่น, อเมริกัน, แคนาดา, ไทย และ ฮังการี ซึ่งเพลงนี้จะไม่เน้นการร้อง แต่จะเน้นแสดงในด้านการเต้น ซึ่งท่าเต้นจะเปรียบกับสัตว์ที่มีความดุร้าย พร้อมกับเสียงคำรามของสัตว์ที่ผสมอยู่ในเนื้อเพลง และสมาชิกทุกคนจะสวมชุดสีดำ เพื่อเพิ่มความเท่ให้กับตัวศิลปิน และให้กับเข้าคอนเซ็ปต์ของเพลง การถ่ายทำมิวสิกวิดีโอจะใช้สถานที่ที่เป็นพื้นที่โล่งกว้าง เพื่อรองรับสมาชิกทั้งหมด 18 คน และศิลปินจะได้แสดงทักษะของตนอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งในมิวสิกวิดีโอจะสามารถเห็นทุกคนได้อย่างชัดเจน ถือเป็นการเปิดตัวสมาชิกของ NCT อย่างเป็นทางการ



ภาพที่ 54 ภาพเปิดตัวโปรเจกต์ NCT 2018
ที่มา Twitter @SMTOWN



ภาพที่ 55 ส่วนหนึ่งในมิวสิกวิดีโอ
เพลง Black on Black
ที่มา Youtube @SMTOWN

โปรเจกต์ NCT 2018 ซึ่งเป็นยูนิตที่ได้กระแสตอบรับที่ดีมาก เนื่องจากการรวมตัวของทุกยูนิต ทำให้เพลงในอัลบั้มมีความหลากหลาย และเนื่องด้วยอัตลักษณ์ของแต่ละเพลงจะมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดผ่านทางมิวสิกวิดีโอ หรือ สมาชิกในยูนิตที่มีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมของเพลง

นอกจากนั้นในยูนิตของ NCT 2018 ที่ประกอบไปด้วย NCT U, NCT 127 และ NCT Dream (WayV ยังไม่ได้เดบิวต์อย่างเป็นทางการในช่วงเวลานั้น) ในช่วงระยะเวลาก่อนที่จะมีโปรเจกต์ NCT 2018 แต่ละยูนิตได้มีอัลบั้มเป็นของตัวเอง ซึ่งบางยูนิตได้ทำการโปรโมททั้งในประเทศ และนอกประเทศ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปเพลงของแต่ละยูนิตเป็นรูปแบบตาราง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ผลงานเพลงของวง NCT แต่ละยูนิต

ยูนิต	อัลบั้ม	เพลง	เวอร์ชัน
NCT 127	The 1st Mini Album 'NCT #127'	- Fire Truck - Once Again - Wake Up - Another World - Paradise - Mad City - Switch (ft. SR15B)	ทั้งหมดเป็นเวอร์ชัน ภาษาเกาหลี
NCT 127	The 2nd Mini Album 'NCT #127 Limitless'	- Limitless - Good Thing - Back 2 U (AM 01:27) - Heartbreaker - Baby Don't Like It - Angel	ทั้งหมดเป็นเวอร์ชัน ภาษาเกาหลี
NCT 127	The 3rd Mini Album 'NCT #127 Cherry Bomb'	- Cherry Bomb - Running 2 U - O Mile - Sun & Moon - Whiplash - Summer 127	ทั้งหมดเป็นเวอร์ชัน ภาษาเกาหลี
NCT 127	NCT 127 Japan Debut Mini Album (Chain)	- Dreaming - Chain - Limitless - Come Back - 100	เป็นการเดบิวต์ครั้งแรกที่ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งทั้งหมดจะเป็นเวอร์ชันภาษาญี่ปุ่น

ตารางที่ 3 ผลงานเพลงของวง NCT แต่ละยูนิิต (ต่อ)

ยูนิิต	อัลบั้ม	เพลง	เวอร์ชัน
NCT 127	NCT #127 Regular-Irregular - The 1st Album	<ul style="list-style-type: none"> - City 127 - Regular (Korean Ver.) - Replay (PM 01:27) - Knock On - No Longer - Interlude: Regular to Irregular - My Van - Come Back - Fly Away With Me - Regular (English Ver.) - Run Back 2 U (Bonus Track) 	เป็นอัลบั้มเต็มอัลบั้มแรกของ NCT 127 มีทั้งเวอร์ชันภาษาเกาหลีและภาษาอังกฤษ
NCT 127	NCT #127 Regular - The 1st Album Repackage	<ul style="list-style-type: none"> - City 127 - Regular (Korean Ver.) - Replay (PM 01:27) - Welcome to My Playground - Knock On - No Longer - My Van - Interlude: Regular to Irregular - Simon Says - Come Back - Fly Away With Me - Chain (Korean Ver.) - Regular (English Ver.) - Run Back 2 U (Bonus Track) 	เป็นการนำอัลบั้มเก่ามาทำใหม่อีกครั้งและมีการเพิ่มเพลงพิเศษ อีกทั้งนำเพลงเวอร์ชันภาษาญี่ปุ่นดัดแปลงเป็นภาษาเกาหลี เพื่อที่จะสามารถนำเพลงไปแสดงที่ประเทศอื่นได้

ตารางที่ 3 ผลงานเพลงของวง NCT แต่ละยูนิิต (ต่อ)

ยูนิิต	อัลบั้ม	เพลง	เวอร์ชัน
NCT 127	The 4th Mini Album 'NCT #127 We are Superhuman'	- Highway to Heaven - Superhuman - FOOL - Jet Lag - Paper Plane - OUTRO : We are 127	ทั้งหมดเป็นเวอร์ชัน ภาษาเกาหลี
NCT 127	NCT 127 Japan 1st Full Album (Awaken)	- Lips - Wakey-Wakey - Chain - Regular (English Ver.) - Touch (Japanese Ver.) - Blow My Mind - Limitless (Japanese Ver.) - Long Slow Distance - Kitchen Beat - Cherry Bomb (Korean Ver.) - Fire Truck (Korean Ver.) - End to Start	เพลงในอัลบั้มส่วน ใหญ่เป็นเวอร์ชัน ภาษาญี่ปุ่นและทำ การแสดงใน ประเทศญี่ปุ่น เท่านั้น
NCT Dream	We Young - The 1st Mini Album	- We Young (Korean Ver.) - La La Love - Walk you home - My Page - We Young (Chinese Ver.) - Trigger the fever (Bonus Track)	เพลงในอัลบั้มส่วน ใหญ่เป็นเวอร์ชัน ภาษาเกาหลี แต่เนื่องจากมี สมาชิกสัญชาติจีน ทำให้เพลงในอัลบั้ม มีเวอร์ชันภาษาจีน อีกด้วย

ตารางที่ 3 ผลงานเพลงของวง NCT แต่ละยูนิต (ต่อ)

ยูนิต	อัลบั้ม	เพลง	เวอร์ชัน
NCT Dream	We Go Up - The 2nd Mini Album	- We Go Up (Korean Ver.) - 1, 2, 3 - Beautiful Time - Drippin - Dear DREAM - We Go Up (Chinese Ver.)	เพลงในอัลบั้มส่วนใหญ่เป็นเวอร์ชันภาษาเกาหลี แต่เนื่องจากมีสมาชิกสัญชาติจีน ทำให้มีเพลงเวอร์ชันภาษาจีนอีกด้วย
NCT Dream	We Boom - The 3rd Mini Album	- BOOM - STRONGER - 119.0 - Bye My First - Best Friend - Dream Run	ทั้งหมดเป็นเวอร์ชันภาษาเกาหลี
WayV	Take Off - The 1st Mini Album	- Take Off - Regular - Say It - Come Back - Let me love u - Dream Launch	ทั้งหมดเป็นเวอร์ชันภาษาจีนและเป็นยูนิตเดียวที่ทำกิจกรรมในประเทศจีน

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล 11 มีนาคม 2563

4.2 การจัดการแสดงคอนเสิร์ต

NCT 127 เป็นยูนิตแรกของวง NCT ที่ได้จัดการแสดงคอนเสิร์ตในต่างประเทศ ได้แก่ เอเชีย, อเมริกาเหนือ และยุโรป โดยการแสดงคอนเสิร์ตในทุกพื้นที่ มีอัตลักษณ์ร่วมกัน คือ การแต่งกาย ในทุกประเทศ มีการแต่งกายที่เหมือนกัน ซึ่งแต่ละการแสดงจะมีเครื่องแต่งกายประจำเพลง และการแสดงทุกประเทศจะเหมือนกันเกือบทั้งหมด เช่น พื้นที่เอเชีย ยกตัวอย่าง ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ จะแตกต่างกัน พื้นที่อเมริกา และยุโรป โดยแต่ละพื้นที่จะมีอัตลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.1 ทวีปอเมริกาเหนือและยุโรป

อัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน คือ เวที การแต่งกาย และการแสดง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- เวที ลักษณะของเวทีที่ทวีปอเมริกา และยุโรป มีเวทีค่อนข้างเล็ก และไม่มีเวทียื่นออกมา เนื่องด้วยสถานที่จัดการแสดงมีเวทีให้แบบสำเร็จรูป เวทีจึงมีรูปแบบที่เหมือนกันทุกเมือง อีกทั้งเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจัดรูปแบบเวที ซึ่งในปีพ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา ค่าย SM ENTERTAINMENT ต้องการเจาะตลาดอุตสาหกรรมด้านดนตรี ในพื้นที่ของอเมริกา และยุโรป NCT 127 จึงเป็นยูนิตแรกที่ได้จัดแสดงคอนเสิร์ตที่นั่นเป็นกลุ่มแรกของวง NCT ทางด้านวัฒนธรรมตะวันตกที่ศิลปินและแฟนคลับ ค่อนข้างที่จะไม่ถนัดเนื้อถนัดตัว รูปแบบของเวทีที่ค่อนข้างเล็ก รวมถึงระยะห่างจากเวทีและแฟนคลับที่ค่อนข้างใกล้กัน จึงเป็นกลยุทธ์โปรโมทศิลปินในรูปแบบที่เข้าถึงได้ง่ายขึ้น เพื่อเป็นการสร้างฐานแฟนคลับในพื้นที่อเมริกา



ภาพที่ 56 รูปแบบเวทีในพื้นที่ของทวีปอเมริกา
ที่มา Twitter @NCTsmtown_127

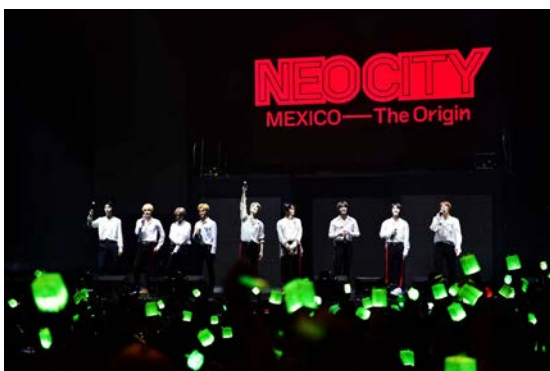


ภาพที่ 57 เวทีที่ค่อนข้างเล็กจึงทำให้เห็นศิลปินได้ชัดขึ้น
ที่มา Twitter @taegi_bun

- การแต่งกาย

การแต่งกายของการแสดงคอนเสิร์ต NCT 127 จะเปลี่ยนไปตามเพลงที่แสดง ซึ่งทุกประเทศจะมีการแต่งกายที่เหมือนกัน แต่การแต่งกายจะเปลี่ยนไป เมื่อเป็นการแสดงสดตามรายการเพลง, งานประกาศรางวัล หรือ งานแสดงต่างประเทศ เท่านั้น และในระยะเวลาที่ทัวร์คอนเสิร์ตที่อเมริกา เป็นช่วงที่ NCT 127 ได้เปิดตัวมินิอัลบั้ม We are Superhuman ทำให้พื้นที่อเมริกาเป็นสถานที่แรก ที่ได้ชมการแสดงเพลง Superhuman ซึ่งการแสดงนี้เป็นการเปิดตัวเพลงใหม่ รวมถึงการแต่งกายชุดใหม่ให้เหล่าแฟนคลับได้รับชมอีกด้วย

เมื่อมีการเปลี่ยนการแสดง การแต่งกายจะเปลี่ยนไปด้วย เพื่อให้เหมาะสมกับทำนองหรือความหมายของบทเพลง เช่น เพลง Good Thing, Replay, Fire Truck และ Simon Says จะมีการแต่งกายที่สีสันสดใสเหมาะกับทำนองของเพลง



ภาพที่ 58 การแสดงคอนเสิร์ตที่ Mexico
ที่มา Twitter @NCTsmtown_127



ภาพที่ 59 การแสดงคอนเสิร์ตที่ New York
ที่มา Twitter @NCTsmtown_127



ภาพที่ 60 การแสดงเพลง Superhuman เป็นชุดสูทปกสีให้สะท้อนกับแสงเป็นระยิบระยับ เน้นความหรูหรา
ที่มา Twitter @NCTsmtown_127



ภาพที่ 61 การแสดงเพลง Good Thing, Replay, Fire Truck และ Simon Says ที่ Chicago
ที่มา Twitter @NCTsmtown_127

World Tour ในครั้งนี้ NCT 127 มีการแต่งกายที่เหมือนกันทั้งกลุ่ม เพื่อเป็นการโปรโมทคอนเสิร์ตอีกหนึ่งช่องทาง อีกทั้งแฟนคลับสามารถซื้อได้หน้าคอนเสิร์ต และมักจะสวมใส่เมื่อมีการเดินทางไปต่างประเทศ ซึ่งแฟนคลับสามารถเห็นได้ตามสนามบิน หรือ ใส่ขึ้นแสดงคอนเสิร์ตอีกด้วย



ภาพที่ 62 ณ สนามบินอินซอน ประเทศเกาหลีใต้ สมาชิกเดินทางไปยังอเมริกาเพื่อจัดแสดงคอนเสิร์ต
ที่มา สำนักข่าว OSEN



ภาพที่ 63 การแสดงคอนเสิร์ตที่ Miami
ที่มา Twitter @NCTsmtown_127

- การแสดง

NCT 127 เปิดตัวเพลง Highway to Heaven เพื่อเป็นเพลงโปรโมทในอเมริกาและยุโรปเท่านั้น จึงทำให้มีการแสดงเพิ่มเติมตามงานประกาศรางวัลต่าง ๆ เป็นเวอร์ชันภาษาอังกฤษ และได้ใช้เพลงนี้ในการแสดงตามรายการต่าง ๆ ทั้งในพื้นที่อเมริกาและยุโรป นอกจากการจัดแสดงทัวร์คอนเสิร์ตในอเมริกาเหนือ NCT127 ได้เข้าร่วมกิจกรรมโปรโมทวงในหลากหลายรูปแบบ เช่น billboard USA iconic capitol, รายการโชว์, รายการเพลง, รายการวิทยุ, การแข่งขันกีฬาเบสบอล เป็นต้น ซึ่งผู้ทำวิจัยได้ยกตัวอย่างรายการ ดังต่อไปนี้

เพลง Highway to heaven เวอร์ชันภาษาอังกฤษ เป็นการแสดงเฉพาะในพื้นที่ของทวีปอเมริกาและยุโรปเท่านั้น ซึ่งการแต่งกายจะเน้นใส่สูท มีสีสันทึมน้อย



ภาพที่ 64 งาน MTV EMA 2019 ประเทศสเปน
ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=Q-cjjsFCEhA>



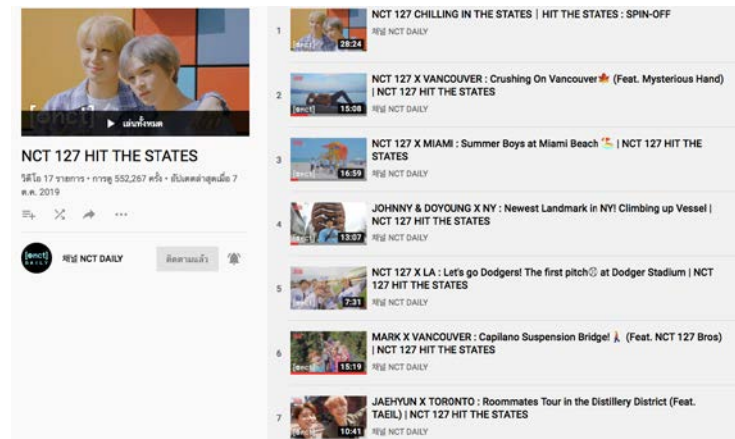
ภาพที่ 65 งาน Global Citizen Festival NYC
ที่มา Twitter @allKpop



ภาพที่ 66 รายการ The last last show
ที่มา Twitter @NCTsmtown_127



ภาพที่ 67 รายการ Good Morning America
ที่มา Twitter @NCTsmtown_127



ภาพที่ 68 รายการ NCT 127 Hit The States ระหว่างทัวร์คอนเสิร์ตที่อเมริกา
ที่มา Youtube 채널 NCT DAILY

เนื่องจากการทัวร์คอนเสิร์ตเป็นระยะเวลายาวนาน ในพื้นที่อเมริกาและยุโรป NCT 127 ได้มีการถ่ายทำ NCT 127 Hit The States เป็นรายการเรียลลิตี้ท่องเที่ยวไปตามสถานที่เมืองที่ไปจัดการแสดง อีกทั้งมีการโปรโมทในรูปแบบใหม่ คือ โปรโมทผ่านรถบัส ที่จะขับไปทั่วเมือง และจอดตามพื้นที่ที่การจัดแสดงคอนเสิร์ตแต่ละเมืองอีกด้วย



ภาพที่ 69 รถบัสโปรโมทคอนเสิร์ตในพื้นที่ของอเมริกาเหนือ
ที่มา Twitter @NCTsmtown_127

4.2.2 ทวีปเอเชีย

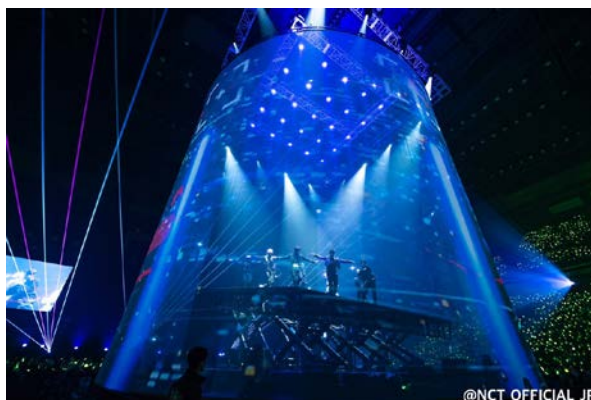
อัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละพื้นที่ ที่มีความแตกต่างกัน คือ เวที การแต่งกาย และการแสดง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- เวที ลักษณะเวทีของประเทศในเอเชีย ได้แก่ เกาหลีใต้ ซึ่งเป็นประเทศแรกของการทัวร์คอนเสิร์ต NCT 127 World Tour NEO City The Origin ญี่ปุ่น, ไทย และ สิงคโปร์ ตามลำดับ เนื่องจากขนาดของสถานที่จัดคอนเสิร์ตของประเทศเกาหลีใต้ Olympic Gymnastic Arena (KSPO DOME) รองรับผู้เข้าชมได้ประมาณ 15,000 คน และ ประเทศญี่ปุ่น เมืองไซตามะ Saitama Super Arena รองรับผู้เข้าชมได้ประมาณ 37,000 คน ฮอลล์ที่จัดแสดงมีขนาดที่ค่อนข้างใหญ่ ทำให้เวทีมีการยกระดับขึ้นมาในระหว่างที่ศิลปินกำลังแสดง ทำให้การแสดงมีความพิเศษกว่าประเทศอื่น และเนื่องจากแสดงของเพลง Heartbreaker ที่จำเป็นต้องใช้เวทียกระดับ จึงทำให้มีการแสดงเพลงนี้ แค่ประเทศเกาหลีใต้ และ ญี่ปุ่น เท่านั้น



ภาพที่ 70 ระหว่างการแสดงเวทีมีการยกระดับขึ้น จัดขึ้นที่ประเทศเกาหลีใต้ กรุงโซล

ที่มา Twitter @NCTsmtown_127



ภาพที่ 71 ระหว่างการแสดงเวทีที่มีการยกระดับขึ้น จัดขึ้นที่ประเทศญี่ปุ่น เมืองโซตามะ
ที่มา Twitter @NCT_OFFICIAL_JP

- การแต่งกาย

การแต่งกายจะเปลี่ยนไปตามการแสดงของแต่ละเพลง ซึ่งทุกประเทศการแต่งกายจะมีลักษณะที่เหมือนกัน แต่ในกรณีของประเทศไทย มีการแต่งกายที่แตกต่างกับประเทศอื่น ทั้งในเอเชีย อเมริกา และยุโรป ซึ่งการแสดงของเพลง Welcome to my playground, summer 127, 0 mile ทั้ง 3 การแสดงนี้ในประเทศไทย จะมีการแต่งกายที่สวมเสื้อยืดโปรโมททัวร์โดยเฉพาะของญี่ปุ่นเท่านั้น ส่วนประเทศอื่นการแต่งกายจะเหมือนกันทุกประเทศ



ภาพที่ 72 การแต่งกายของเพลง 0 mile
ประเทศเกาหลีใต้
ที่มา Twitter @NCTsmtown_127



ภาพที่ 73 การแต่งกายของเพลง summer127
ประเทศไทย
ที่มา Twitter @DY_starDust



ภาพที่ 74 การแต่งกาย

เพลง Welcome to my Playground

ประเทศเกาหลีใต้

ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=H7pEXWm8-yc&feature=youtu.be>



ภาพที่ 75 การแต่งกาย

เพลง Welcome to my Playground

ประเทศญี่ปุ่น

ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=16GcFA7KECs>

- การแสดง

ทุกประเทศในเอเชียมีการแสดงที่เหมือนกันทุกประเทศ แต่ประเทศญี่ปุ่นจะมีการแสดงที่แตกต่างกับประเทศอื่นได้แก่ เพลง Come back, Limitless, Touch ทั้ง 3 เพลงนี้จะแสดงเป็นเวอร์ชันภาษาญี่ปุ่น อีกทั้งการเปิดตัวอัลบั้ม Awaken ซึ่งเพลงในอัลบั้มเป็นภาษาญี่ปุ่น จึงทำให้เพลงในอัลบั้มนี้ได้นำมาจัดการแสดงในคอนเสิร์ตอีกด้วย ได้แก่ เพลง Wakey-wakey และ Dreaming ซึ่งทั้ง 2 เพลงจะแสดงแค่ในประเทศญี่ปุ่นเท่านั้น

อัตลักษณ์เฉพาะของประเทศญี่ปุ่น คือ การแสดงคอนเสิร์ตจะมีรถเลื่อน ในเพลง Welcome to my playground และ summer127 ซึ่งระหว่างที่สมาชิกแสดงเพลงนี้ จะมีการยืนบนรถเลื่อนเคลื่อนตัวไปรอบ ๆ ฮอลล์ และมีกิจกรรมแจกบอลที่มีลายเซ็นดีให้กับแฟนคลับ อีกทั้งเพื่อเป็นการได้ใกล้ชิดกับแฟนคลับที่อยู่ห่างจากเวทีอีกด้วย ซึ่งตามปกติระหว่างที่ชมการแสดงแฟนคลับจะมีการโบกแท่งไฟประจำวง แต่ในประเทศญี่ปุ่นจะมีแท่งไฟเพิ่มเติม และแท่งไฟจะมีการเปลี่ยนแปลงตามชื่อทัวร์ ในวันสุดท้ายของการจัดแสดงคอนเสิร์ตที่ประเทศญี่ปุ่น มีการถ่ายทอดสดให้กับแฟนคลับที่ไม่ได้เข้าชมคอนเสิร์ต ผ่านทาง Ameba TV



ภาพที่ 76 การแสดงเพลง wakey-wakey ประเทศญี่ปุ่น

ที่มา Twitter @NCT_OFFICIAL_JP



ภาพที่ 77 การถ่ายทอดสดผ่าน Ameba TV

ที่มา Youtube

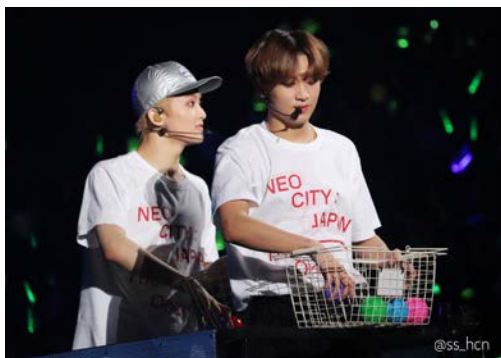
<https://www.youtube.com/watch?v=C9y9Wf9T2Pk>



ภาพที่ 78 การแสดงที่ใช้รถเลื่อนเพื่อความใกล้ชิดกับแฟนคลับ

ที่มา Youtube

<https://www.youtube.com/watch?v=C9y9Wf9T2Pk>



ภาพที่ 79 ระหว่างการแสดงมีกิจกรรมแจกบอลลายเซ็น

ที่มา Twitter @ss_hcn



ภาพที่ 80 แท่งไฟประจำวง
ที่ใช้ประกอบเมื่อมีการแสดง
ที่มา Twitter @staywTY



ภาพที่ 81 แท่งไฟเฉพาะของประเทศญี่ปุ่น
ที่มา Twitter @staywTY

4.2.3 เพลงที่เล่นไหลตามพื้นที่การจัดแสดงคอนเสิร์ต

ผู้วิจัยจึงขอยกตัวอย่างเพลงของ NCT 127 ที่ใช้ในการจัดแสดงคอนเสิร์ต ที่มีการเล่นไหลตามพื้นที่ที่จัดการแสดง ซึ่งรายการเพลงในการจัดแสดงคอนเสิร์ตของ 3 ทวีป จะมีความแตกต่างกัน คือ เอเชีย, อเมริกาเหนือ และ ยุโรป

ในเอเชีย การแสดงจะเหมือนกันทุกประเทศ ยกเว้นประเทศญี่ปุ่น ซึ่งการแสดงบางเพลงจะแสดงในเวอร์ชันภาษาญี่ปุ่น ส่วนอเมริกาเหนือ และ ยุโรป จะมีเพลงที่แสดงเพิ่มเติมเป็นเวอร์ชันภาษาอังกฤษ แต่การแสดงส่วนใหญ่ทั้ง 3 ทวีป จะใช้เพลงเวอร์ชันภาษาเกาหลี ผู้วิจัยจะแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์เฉพาะของรายการเพลงที่ใช้ในการแสดงคอนเสิร์ตของ เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น, อเมริกาเหนือ และ ยุโรป ในรูปแบบของตารางได้อย่างชัดเจน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 การแสดงคอนเสิร์ตของ NCT 127 ในแต่ละประเทศ

รายชื่อเพลง	เวอร์ชันเพลง			พื้นที่ในการจัดแสดง		
	เกาหลีใต้	ญี่ปุ่น	อังกฤษ	เกาหลีใต้	ญี่ปุ่น	อเมริกาและยุโรป
Cherry Bomb	✓	✓		✓	✓	✓

ตารางที่ 4 การแสดงคอนเสิร์ตของ NCT 127 ในแต่ละประเทศ (ต่อ)

รายชื่อเพลง	เวอร์ชันเพลง			พื้นที่ในการจัดแสดง		
	เกาหลีใต้	ญี่ปุ่น	อังกฤษ	เกาหลีใต้	ญี่ปุ่น	อเมริกาและยุโรป
Come Back	✓	✓		✓	✓	✓
Limitless	✓	✓		✓	✓	✓
Chain	✓	✓		✓	✓	✓
Fly Away With Me	✓			✓	✓	✓
Back 2 U (AM 01:27)	✓			✓	✓	✓
City 127	✓			✓	✓	✓
Angel	✓			✓	✓	✓
Sun & Moon	✓			✓	✓	✓
Timeless	✓			✓	✓	✓
Dreaming		✓			✓	
No longer	✓			✓	✓	✓
Interlude: Regular to Irregular	✓			✓	✓	✓
Regular	✓		✓	✓	✓	✓
Wake Up	✓			✓	✓	✓
Baby Don't like It	✓			✓	✓	✓
Mad City	✓			✓	✓	✓
Good Thing	✓			✓	✓	✓
TOUCH	✓	✓		✓	✓	✓
Heartbreaker	✓			✓	✓	
Replay (PM 01:27)	✓			✓	✓	✓
Fire Truck	✓			✓	✓	✓
Superhuman	✓					✓
Wakey-Wakey		✓			✓	

ตารางที่ 4 การแสดงคอนเสิร์ตของ NCT 127 ในแต่ละประเทศ (ต่อ)

รายชื่อเพลง	เวอร์ชันเพลง			พื้นที่ในการจัดแสดง		
	เกาหลีใต้	ญี่ปุ่น	อังกฤษ	เกาหลีใต้	ญี่ปุ่น	อเมริกาและยุโรป
Welcome To My Playground	✓			✓		
Superhuman	✓					✓
Summer 127	✓			✓	✓	✓
0 Mile	✓			✓	✓	✓
Highway to Heaven	อเมริกาเป็นพื้นที่แรกที่ได้รับชมมิวสิกวิดีโอในการจัดแสดงคอนเสิร์ต					

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล 2 มีนาคม 2563

4.2.4 ประเทศจีน

WayV เป็นยูนิตล่าสุดของวง NCT ที่เพิ่งเดบิวต์เมื่อปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นการขยายวง NCT สู่ตลาดจีน ที่อยู่ภายใต้สังกัด Lable V จะเป็นวงที่ได้รับการโปรโมทและจัดการแสดงในประเทศจีนเป็นหลัก แต่เนื่องด้วย WayV เป็นวงที่เพิ่งเริ่มเดบิวต์ จึงจัดการแสดงในรูปแบบของ Fan meeting, รายการโทรทัศน์ หรือ รายการเรียลลิตี้ เท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่พื้นที่ที่ทำการกิจกรรม คือ ประเทศจีน หรือ ประเทศใกล้เคียง เช่น เกาหลีใต้ และ ไทย ซึ่งประเทศจีนจะมีอัตลักษณ์เฉพาะ ที่มีความแตกต่างกัน คือ เวที การแต่งกาย และการแสดง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- เวที

ลักษณะของเวทีในรูปแบบของ Fan meeting เป็นเวทีที่ขนาดไม่เล็กเกินไปแต่ขนาดไม่เทียบเท่าเวทีระดับการจัดคอนเสิร์ต ด้วยกิจกรรมของ Fan meeting ที่มีระยะเวลาการแสดงไม่เกิน 2 ชั่วโมง การแสดงไม่เกิน 10 เพลง มีการพบปะพูดคุยกับแฟนคลับ และมีกิจกรรมเล่นเกมเพียงเล็กน้อย จึงไม่จำเป็นต้องใช้เวทีที่มีขนาดใหญ่



ภาพที่ 82 สถานที่จัดมีรูปแบบเวทีขนาดเล็ก ไม่มีเวทีเสริม

แฟนคลับสามารถเห็นศิลปินได้อย่างชัดเจน

ที่มา Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=vWQGT8aMGkw>

- การแต่งกาย

การแต่งกายของการแสดงจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับมิวสิกวิดีโอ โดยการแต่งกายจะขึ้นอยู่กับคอนเซ็ปของบทเพลง เมื่อมีการแสดงเปิดตัวเพลงเป็นครั้งแรก ส่วนใหญ่ศิลปินจะนำเครื่องแต่งกายที่ใช้ในมิวสิกวิดีโอมาใส่ในการแสดงเปิดตัวเพลง เพื่อให้เห็นว่าแต่ละเพลงจะมีการแต่งกายที่แตกต่างกันตามอัตลักษณ์ของเพลง และหากมีการแสดงในครั้งต่อไป ไม่ว่าจะไปจัดแสดงในต่างประเทศ หรือภายในประเทศ การแต่งกายจะมีการเปลี่ยนแปลง แต่แนวการแต่งกายยังคงคอนเซ็ปของบทเพลงเสมอ

ยกตัวอย่าง เพลง Take Off ของ WayV มีความหมายของเพลงประมาณว่า การพุ่งทะยานขึ้นสู่นอกอวกาศอันไกลโพ้น อยู่ในสภาวะอากาศอันไร้น้ำหนัก และเมื่อพบกับความสำเร็จ จะไม่รอช้าที่จะพุ่งลงไป ดังนั้น การแต่งกายจะมาในแนวคล้ายคลึงกับชุดนักอวกาศ หรือนักบิน และสีของชุดจะใช้เทคนิคสีแบบรีเฟลก (สีสะท้อนกลับ) ซึ่งการแต่งกายถือเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของเพลง เพราะเมื่อเห็นการแต่งกายจะสามารถรู้ได้ทันทีเลยว่า ศิลปินจะแสดงเพลงอะไร



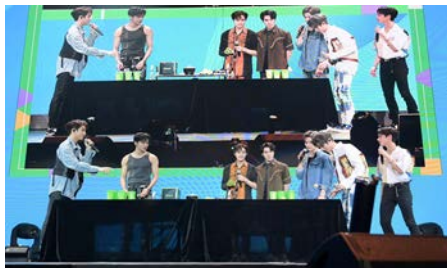
ภาพที่ 83 งานแสดง Take Off The 1st
Mini Album Global Press Conference
ที่มา Weibo @VogueMe



ภาพที่ 84 งานแสดงประกาศรางวัล
MAMA 2019
ที่มา Twitter @WayV_official

- การแสดง

การแสดงในงาน Fan meeting จะแตกต่างกับคอนเสิร์ต เพราะจะเป็นเพียงการพบปะพูดคุยกับแฟนคลับ มีการแสดงไม่เกิน 10 เพลง ซึ่งจะใช้เพลงในมินิอัลบั้ม take off และ take over the moon ซึ่งจะใช้เวลาในการจัด ไม่เกิน 2 ชั่วโมง ซึ่งอัตลักษณ์เฉพาะการแสดงของ WayV จะแตกต่างกับยูนิตอื่นโดยสิ้นเชิง เพราะเป็นยูนิตเดียวที่จัดการแสดงโดยใช้เพลงเวอร์ชันภาษาจีน



ภาพที่ 85 กิจกรรมเล่นเกมระหว่างการจัด Fan meeting
ที่มา Twitter @WayV_official



ภาพที่ 86 กิจกรรมช่วงพูดคุย โดยมีพิธีกร
ดำเนินการ

ที่มา Youtube Dreaming Jade



ภาพที่ 87 มิวสิกวิดีโอเพลง Take Off
ซึ่งมีเวอร์ชันเดียว คือ ภาษาจีน
ที่มา Youtube @SMTOWN

เนื่องจาก WayV เป็นยูนิิตที่เดบิวต์และทำกิจกรรมในประเทศเป็นจีนหลัก และสมาชิกส่วนใหญ่ที่เป็นคนจีน ทำให้เพลงในอัลบั้ม, การแสดง และการพูดคุยของสมาชิกภายในวง และระหว่างศิลปินกับแฟนคลับ จะเน้นเป็นภาษาจีน ผู้วิจัยจึงทำตารางสรุปเพลงที่ใช้ในการแสดงในงาน Fan Meeting ของ WayV ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 การแสดงงาน Fan Meeting ของ WayV ในประเทศจีน

เพลง	เวอร์ชันเพลงและประเทศที่จัดการแสดง
Take Off	เวอร์ชันภาษาจีน จัดทำการแสดงในพื้นที่เอเชีย
Dream Launch	เวอร์ชันภาษาจีน จัดทำการแสดงในพื้นที่เอเชีย
We go nanana	เวอร์ชันภาษาจีน จัดทำการแสดงในพื้นที่เอเชีย
King of Hearts	เวอร์ชันภาษาจีน จัดทำการแสดงในพื้นที่เอเชีย
Face to Face	เวอร์ชันภาษาจีน จัดทำการแสดงในพื้นที่เอเชีย
Say It	เวอร์ชันภาษาจีน จัดทำการแสดงในพื้นที่เอเชีย
Come Back	เวอร์ชันภาษาจีน จัดทำการแสดงในพื้นที่เอเชีย
Love Talk	เวอร์ชันภาษาจีน จัดทำการแสดงในพื้นที่เอเชีย
Love Talk	เวอร์ชันภาษาอังกฤษ จัดทำการแสดงในพื้นที่เอเชีย
Moonwalk	เวอร์ชันภาษาจีน จัดทำการแสดงในพื้นที่เอเชีย
Let me love u	เวอร์ชันภาษาจีน จัดทำการแสดงในพื้นที่เอเชีย

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล 2 มีนาคม 2563

4.3 สรุปท้ายบท

จากเนื้อหาในบทที่ 4 กล่าวถึงอัตลักษณ์ของวง NCT ที่มีลักษณะเฉพาะตัว คือ การไลน์ไพลที่ไม่หยุดนิ่ง ซึ่งเพลงและมิวสิกวิดีโอเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของวง ซึ่งผู้วิจัยได้ยกตัวอย่าง NCT 2018 ซึ่งทำให้เห็นถึงอัตลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างกับยูนิตอื่นอย่างสิ้นเชิง คือ การรวมตัวของทุกยูนิต อย่าง NCT U, NCT 127 และ NCT Dream จึงทำให้เห็นได้ชัดในเรื่องของความหลากหลายทางด้านแนวเพลง ที่สมาชิกอย่าง NCT U ที่สามารถมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามความเหมาะสมของเพลง

รวมทั้งความหลากหลายของสมาชิกด้านสัญชาติ, ทักษะความสามารถ และทักษะทางด้านภาษาและวัฒนธรรม ซึ่งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงยูนิต หรือ การได้ทำงานร่วมกัน ทำให้สมาชิกในวงต้องเรียนรู้วัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ที่เห็นได้ชัด คือ ภาษา จะเห็นได้ว่า สมาชิกบางคนสามารถพูดได้หลายภาษา เพราะการอยู่ร่วมกันของคนหลากหลายสัญชาติ เช่น สมาชิกคนจีน ที่ต้องเรียนรู้ การพูดภาษาเกาหลี และ ภาษาอังกฤษ เป็นต้น เพราะ 2 ภาษา นี้ เป็นภาษาหลักที่สมาชิกในวงใช้สื่อสารกัน นอกจากการเรียนรู้กันภายในวงแล้ว เมื่อศิลปินเดินทางไปจัดกิจกรรมในพื้นที่ต่างประเทศ สามารถใช้ภาษาที่เรียนรู้ เพื่อสื่อสารกับแฟนคลับได้อีกเช่นกัน

และการไลน์ไพลตามการจัดแสดงคอนเสิร์ตในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น การแสดงทัวร์คอนเสิร์ต Neo City - The Origin NCT 127 ของ 3 ทวีป คือ เอเชีย อเมริกาเหนือ และ ยุโรป อีกทั้งการจัด Fan Meeting ของ WayV ที่ประเทศจีนอีกเช่นกัน ซึ่งการไลน์ไพลของการจัดแสดงคอนเสิร์ต และ การจัด Fan meeting มีทั้งอัตลักษณ์ร่วมกัน คือ การแต่งกาย และการแสดงบางบทเพลง และมีอัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละพื้นที่ ดังต่อไปนี้

เวทีของการแสดง ในพื้นที่อเมริกา และ ยุโรป เวทีจะมีขนาดเล็ก ซึ่งสถานที่จัดจะเป็นฮอลล์ที่มีเวทีสำเร็จรูป ไม่มีเวทีเสริม และสถานที่จัดค่อนข้างเล็ก ซึ่งข้อดีของสถานที่จัด ทำให้ผู้ชมสามารถเห็นศิลปินได้ชัดมากขึ้น สำหรับโซนเอเชีย เช่น เกาหลีใต้ และ ญี่ปุ่น เวทีค่อนข้างใหญ่ ซึ่งสถานที่จัดค่อนข้างใหญ่ สามารถรองรับผู้ชมได้มากกว่า หนึ่งในหมื่นคน และมีเวทีเสริมอีกมากมาย ทั้งเวทียกระดับที่ทำให้ผู้ชมในฮอลล์สามารถรับชมได้อย่างทั่วถึง

การแต่งกาย ในทุกประเทศทุกทวีป จะมีการแต่งกายที่เหมือนกัน ซึ่งการแต่งกายจะเปลี่ยนก็ต่อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของการแสดง ซึ่งในช่วงทัวร์คอนเสิร์ตต่ออเมริกาเหนือ ขณะเดินทาง ณ สนามบิน ศิลปินมีการแต่งกายที่เหมือนกันเป็นกลุ่ม เพื่อเป็นโปรโมทการไปทัวร์อเมริกาเหนือเป็นครั้งแรก ส่วนฝั่งเอเชียมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น คือ ในช่วงเพลง Welcome to My playground, Summer

127 และ 0 Mile ศิลปินมีการแต่งกายใส่เสื้อยืดโปรโมททัวร์ที่ญี่ปุ่นเท่านั้น ซึ่งแตกต่างกับประเทศอื่นๆ ในเอเชีย

การแสดง ในพื้นที่ของอเมริกา เป็นช่วงที่อยู่ในการเปิดตัวเพลง Superhuman ทำให้โซนนั้น เป็นพื้นที่แรกที่ได้รับชมการแสดงของเพลง Superhuman และเนื่องจากค่ายเพลง ต้องการเจาะกลุ่ม ตลาดฝั่งอเมริกา จึงได้เปิดตัวเพลง Highway to Heaven เวอร์ชันภาษาอังกฤษ ซึ่งจะมีการจัดแสดง แคนโออเมริกา และ ยุโรปเท่านั้น สำหรับเอเชีย การแสดงที่มีอัตลักษณ์ที่แตกต่างและพิเศษกว่า คือ การแสดงเพลง Heartbreaker เนื่องจากการแสดงต้องแสดงบนเวทีที่ยกระดับ ดังนั้นจึงสามารถแสดง ได้เฉพาะในประเทศเกาหลีใต้ และ ญี่ปุ่นเท่านั้น อีกทั้งญี่ปุ่นยังมีการแสดงที่โดดเด่นกว่าทุกประเทศใน เอเชีย คือ การแสดงเพลงเวอร์ชันภาษาญี่ปุ่น ได้แก่ เพลง Wakey-Wakey และ Dreaming ซึ่งแสดง ได้ภายในประเทศเท่านั้น ด้วยสถานที่จัดที่ค่อนข้างใหญ่ ทำให้การแสดงที่เมืองไซตามะ ประเทศญี่ปุ่น มีรถเลื่อนเพื่อให้ศิลปินได้ใกล้ชิดกับแฟนคลับมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ เพลงยังสามารถลื่นไหลไปตามพื้นที่การจัดแสดงคอนเสิร์ตอีกเช่นกัน ซึ่งส่วนใหญ่ เพลงที่ใช้ในการแสดง คือ เวอร์ชันภาษาเกาหลี และเพลงที่มีเวอร์ชันภาษาอังกฤษ เช่น เพลง regular จะนำมาจัดแสดงในพื้นที่ อเมริกา และ ยุโรปเท่านั้น สำหรับประเทศญี่ปุ่น เช่น เพลง Come Back, Limitless, Chain และ Touch ที่มีเวอร์ชันภาษาญี่ปุ่น จะนำมาจัดแสดงแทนเวอร์ชันภาษาเกาหลี และจะมีการจัดแสดงเพลงที่เดบิวต์เฉพาะในประเทศญี่ปุ่น คือ เพลง Wakey-Wakey และ เพลง ในอัลบั้ม เช่น เพลง Dreaming อีกด้วย

ประเทศจีน เป็นอีกหนึ่งประเทศที่สำคัญ ในแผนการโปรโมทของค่ายเพลง แต่มีแค่หนึ่งยูนิตเท่านั้น ที่สามารถไปจัดการแสดงและโปรโมทที่นั่นได้ คือ WayV ซึ่งเพิ่งเดบิวต์เมื่อ ปี พ.ศ. 2562 ได้มีการแสดงในรูปแบบของ Fan meeting ซึ่งเวทีของการแสดง จะไม่ใหญ่เทียบเท่าระดับการจัด คอนเสิร์ต เพราะมีการแสดงแค่ไม่กี่เพลงเท่านั้น และมีกิจกรรมเล่นเกม พูดคุยกับแฟนคลับ โดยมีพิธี เป็นผู้ดำเนินการ สำหรับการแต่งกาย จะแต่งกายคล้ายคลึงกับชุดในมิวสิกวิดีโอ จะมีการเปลี่ยนแปลง เมื่อมีการเปลี่ยนสถานที่การแสดง แต่จะไม่หลุดกรอบคอนเสิร์ตของเพลง และ การแสดง เห็นได้อย่าง ชัดเจนว่ายูนิตนี้ เป็นเพียงยูนิตเดียวที่โปรโมทในประเทศจีน ซึ่งอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของยูนิตนี้ คือ การ แสดงเพลงในเวอร์ชันภาษาจีน

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความหลากหลายของระบบวง NCT สู่การเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม” โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1. เพื่อศึกษาโครงสร้างและการจัดการระบบวง NCT และ 2. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของศิลปินวง NCT

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารทั้งออนไลน์, ออฟไลน์ และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หลังจากนั้นได้นำข้อมูลทั้งหมดมาเรียบเรียง และวิเคราะห์ตามแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษา ในส่วนของบทนี้กล่าวถึงสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาโครงสร้างและการจัดการระบบวง NCT ซึ่งนำไปสู่การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ส่งผลให้ค่ายเพลงในเกาหลีใต้ที่เคยเน้นตลาดภายในประเทศ มีการพยายามขยายอุตสาหกรรมเพลงเกาหลีไปสู่ตลาดโลก และจากการแข่งขันเพื่อแย่งชิงพื้นที่ในอุตสาหกรรมเพลง ระหว่างค่ายเพลงในประเทศเกาหลีใต้ ทำให้ค่ายเพลงต้องจัดการกับทรัพยากรมนุษย์ภายในบริษัท ซึ่งก็คือ ศิลปินฝึกหัด มีการจัดการสร้างความพร้อมในด้านต่าง ๆ เช่น การแสดง การร้อง การเต้น การแต่งเพลง รวมทั้ง สอนให้เรียนรู้วัฒนธรรมภาษา ค่านิยม มารยาท การวางตัวในสังคม เป็นต้น

เห็นได้จากโครงสร้างระบบวง NCT ที่มีการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ใช้เงินทุนเป็นจำนวนมาก ในการสร้างระบบวงนี้ขึ้นมา ซึ่งบริษัท SM entertainment ได้ค้นหาศิลปินที่เหมาะสม โดยการคัดเลือกจากหลาย ๆ ประเทศ เพื่อหาเยาวชนรุ่นใหม่ มาเป็นศิลปินฝึกหัดภายใต้สังกัดของตน โดยมีระยะการฝึกฝนที่ค่อนข้างยาวนาน เพื่อให้ศิลปินฝึกหัดมีศักยภาพสูงสุด ซึ่งการฝึกฝนดังกล่าว มีการเรียน การสอนครบในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็น ร้อง เต้น แร็ป แต่งเพลง แสดงละคร พิธีกร วัฒนธรรมการเรียนภาษา มารยาทการวางตัว กฎหมาย และ ข้อบังคับต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อให้ศิลปินสะสมทักษะอย่างเต็มตัว เตรียมพร้อมที่จะออกสู่ตลาดเพลงสากลต่อไป ดังที่เห็นได้จากวง NCT เด็กหนุ่มหลายหลายประเทศ เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลี อเมริกา แคนาดา และไทย ซึ่งได้ผ่านการคัดเลือก เข้ารับการฝึกฝนและเรียนรู้ทักษะต่าง ๆ จนกลายเป็นศิลปินที่มีคุณภาพ

เนื่องด้วยอุตสาหกรรมเพลงเกาหลีในช่วงระยะเวลาการเปิดตัว NCT มีการแข่งขันในระดับสูง โดยเฉพาะกลุ่มศิลปินชาย ทำให้ค่ายเพลง ต้องการสร้างวง NCT ให้มีเอกลักษณ์และความหลากหลาย

ที่ต่างจากวงอื่น โดยมีการแบ่งวงออกเป็น ระบบยูนิต ได้แก่ NCT U ซึ่งเป็นยูนิตที่มีการจัดการเลือกสมาชิก ตามความเหมาะสมของเพลง ซึ่งทำให้จำนวนสมาชิกในยูนิตสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ถัดมา NCT 127 เป็นยูนิตที่มีการจำกัดจำนวนสมาชิกที่แน่นอน หรืออีกความหมาย คือเป็นยูนิตถาวร โดยทำกิจกรรมที่ประเทศเกาหลีใต้เป็นหลัก ต่อมา NCT Dream เป็นยูนิตที่มีการจำกัดอายุไม่เกิน 20 ปีเกาหลี (19 ปีสากล) ยูนิตนี้มีการเปลี่ยนแปลงจำนวนสมาชิกได้เช่นเดียวกับยูนิต NCT U และยูนิตพิเศษ คือ NCT 2018 เป็นยูนิตที่เกิดขึ้นเพื่อรวมยูนิต NCT U, NCT 127, NCT Dream ในการทำกิจกรรมร่วมกันในปี พ.ศ. 2561 (2018)

สุดท้ายยูนิตที่ได้เปิดตัวในตลาดเพลงจีนเป็นครั้งแรก คือ WayV เป็นยูนิตที่รวบรวมสมาชิกเชื้อชาติจีนเป็นหลัก ดังนั้น จึงทำให้เน้นการโปรโมทที่ประเทศจีน โดยยูนิตทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นมีสมาชิกรวมทั้งสิ้น 21 คน ได้แก่ มุนแทอิล จอห์นนี่ อีแทยง ยูตะ เฉียนคุน คิมโดยอง เตนล์ จองแจชยอน วินวิน คิมจองอู ลูคัส มาร์ค เซียวจวิน เฮนเดอร์รี่ เฮอร์นจวิน ลีเจโน่ แฮซาน นาแจมิน หยางหยาง ฉินเล่อ ปาร์คจีซอง แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในบริษัท SM Entertainment ที่สามารถขยายอุตสาหกรรมธุรกิจเพลงไปสู่นานาชาติ ถือเป็นธุรกิจข้ามชาติ เพราะกลยุทธ์และแนวคิดในการจัดการธุรกิจดังกล่าวนี้ เป็นการผลักดันและสนับสนุน ให้ศิลปินวง NCT มีความรู้ทางด้านวัฒนธรรมภาษาต่าง ๆ จนทำให้เป็นอาวุธในการเข้าถึงแฟนเพลงต่างชาติ นอกจากนี้ผู้บริหารของค่ายเพลงมีแนวคิดในการขยายระบบวง NCT ให้ครอบคลุมทุกทวีปทั่วโลก ในปัจจุบันได้ทำสำเร็จแล้วในพื้นที่ทวีปเอเชีย อเมริกาเหนือ และยุโรป โดยใช้วิธีการแสดงทัวร์คอนเสิร์ต Neo City - The Origin NCT 127 รวมถึงการจัดงาน Fan Meeting ของ WayV ในพื้นที่ประเทศจีน ซึ่งแต่ละประเทศจะมีอัตลักษณ์ที่ใช้ร่วมกัน คือ การแต่งกายของศิลปิน และการแสดงที่ใช้เพลงเวอร์ชันเกาหลี รวมถึงอัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละประเทศที่แตกต่างกัน เช่น เวที และ การแสดงของพื้นที่ในเอเชียกับ พื้นที่ในอเมริกา และยุโรป เป็นต้น นอกจากนี้ เพลงและมิวสิกวิดีโอ ยังเป็นอัตลักษณ์ที่ลื่นไหล ในปี พ.ศ. 2561 ค่ายได้ เปิดตัวยูนิต NCT 2018 เป็นโปรเจกต์ที่รวมตัวยูนิต NCT U, NCT 127 และ NCT Dream เป็นยูนิตที่มีความพิเศษ เพราะเป็นการรวมตัวการทำงานของทั้งสามยูนิตในปีนั้น และเป็นการเปิดตัวสมาชิกใหม่ 3 คน คือ เฉียนคุน จองอู และลูคัส

โดย NCT 2018 มีการโปรโมทรวมทั้งสิ้น 18 คน เริ่มโปรโมทยูนิตด้วยเพลง Boss ซึ่งถือเป็นการเปิดตัว จองอู และ ลูคัส ในฐานะสมาชิก NCT อย่างเป็นทางการ และเพลง Boss ได้โปรโมทในฐานะเพลงของยูนิต NCT U และนอกจากนี้ เพลง Baby Don't Stop ซึ่งเพลงนี้จะเน้นการเต้นเป็นหลัก สมาชิกคือ เตนล์ และ แทยง ซึ่งเป็นผู้ที่เชี่ยวชาญด้านการเต้นทั้งคู่ ซึ่งการออกแบบท่าเต้นจะดึงดูดความสนใจการแสดงในพื้นที่ห้องว่าง โรงละครที่ว่างเปล่า แต่มีความสวยงามของฉาก เป็นการถ่ายทอดการเต้นที่แข็งแกร่งและคมชัด เน้นการเคลื่อนไหวที่คล่องแคล่ว มีความขี้เล่นและเซ็กซี่ผสมกัน

ต่อมา เพลงที่ได้โปรโมทใน NCT 2018 คือ เพลง Go โดยเป็นการโปรโมทในฐานะเพลงของ NCT Dream ถัดมาเป็นเพลง Touch โปรโมทในฐานะเพลงของ NCT 127 และเพลง Black on Black ถือเป็นเพลงหลักที่ใช้โปรโมทในฐานะ NCT 2018 ซึ่งบทเพลงที่กล่าวมาในข้างต้น ถูกบรรจุในอัลบั้ม Empathy ของยูนิต NCT 2018 ซึ่งส่งผลให้ยูนิตดังกล่าวได้ทำการแสดงและโปรโมทที่เกาหลีใต้เป็นหลัก นอกจากนี้ NCT 2018 ได้ทำการแสดงที่ประเทศญี่ปุ่น ในคอนเสิร์ต SM town in Osaka อีกด้วย

ล่าสุดปี พ.ศ. 2562 ได้เปิดตัวยูนิตและสมาชิกใหม่ คือ WayV โดยมีสมาชิกสัญชาติจีนเป็นหลัก ประกอบไปด้วย เฉียนคุน เตนส์ วินวิน ลูคัส (ซึ่งสมาชิกทั้ง 4 ได้ทำการเดบิวต์ในฐานะ NCT มาก่อนแล้ว) และสมาชิกอีก 3 คนได้แก่ เซียวจวิน เฮนเดอร์รี่ หยางหยาง ถึงแม้ว่า WayV จะเน้นสมาชิกที่มีเชื้อชาติจีนเป็นหลัก แต่สัญชาติของสมาชิกมีความหลากหลายเป็นอย่างมาก เช่น ฮองกง มาเก๊า ไต้หวัน เยอรมัน และ ไทย จากที่กล่าวข้างต้น ส่งผลให้ WayV สามารถสื่อสารได้หลายภาษาทั้ง จีนกลาง จีนกวางตุ้ง ภาษาอังกฤษ ภาษาเยอรมัน และภาษาไทย ได้อย่างคล่องแคล่ว เนื่องจาก WayV โปรโมทที่ประเทศจีนเป็นหลัก จึงทำการแสดงด้วยเพลง regular, take off เวอร์ชันภาษาจีน เป็นต้น และการดำเนินกิจกรรมของ WayV จะอยู่ภายใต้เอเจนซี Label V

จากยูนิตที่กล่าวมาทั้งหมดแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์เฉพาะของวงที่มีความพยายามใช้ความหลากหลายของเชื้อชาติและสัญชาติของวง จึงส่งผลให้การเข้าถึงศิลปินของแฟนคลับได้ง่ายมากขึ้น และทำให้สมาชิกมีความกลมกลืนไปกับวัฒนธรรมของประเทศที่ไปทำการแสดงอีกด้วย ซึ่งสามารถเห็นได้จากเพลงที่ได้รับการแต่งในหลายเวอร์ชัน และการเข้าถึงอุตสาหกรรมบันเทิงในแต่ละประเทศ เช่น สถานีโทรทัศน์ รายการวิทยุ รายการข่าว วาไรตี้ และงานประกาศรางวัล เป็นต้น เนื่องจากวง NCT มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและสัญชาติ ตามที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้สมาชิกมีการเรียนรู้ความต่างทางวัฒนธรรมจากเพื่อนร่วมยูนิต จึงส่งผลให้สมาชิก NCT มีความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ต่างและปรับตัวได้ดีกว่าวงอื่น อีกทั้งยังเป็นกลุ่มศิลปินชายเพียงหนึ่งเดียวที่แสดงถึงความแตกต่างและโดดเด่น ในการสร้างความจดจำในรูปแบบใหม่ให้กับกลุ่มแฟนคลับ ตลอดจนส่งผลทางบวกกับภาพลักษณ์อีกเช่นกัน

5.2 อภิปรายผล

ภายใต้การบริหารค่ายเพลง SM Entertainment ของ Lee Soo-man (ลีซูมาน) ที่มีแนวความคิดว่า “เราควรทำอุตสาหกรรมดนตรีให้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม” หลังจากนั้นไม่นาน เกาหลีใต้ได้ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจอย่างหนักเช่นเดียวกับประเทศอื่นในภูมิภาคเอเชีย แต่เหตุการณ์นี้ก็กลับส่งผลบวกต่อ “K-Pop” เนื่องจากรัฐบาลเกาหลีมีแนวความคิดเช่นเดียวกับลีซูมาน

ซึ่งสิ่งเดียวที่จะแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศได้ และสามารถทำเงินให้กับประเทศได้อย่างมหาศาล คือ วัฒนธรรม ผลลัพธ์ที่ได้คือ รัฐออกกฎหมายส่งเสริมวัฒนธรรมพร้อมเงินทุนจำนวน 1% ของงบประมาณแผ่นดิน ผลักดันให้อุตสาหกรรมดนตรีเป็นรูปเป็นร่างขึ้น โดยจากนโยบายดังกล่าวของรัฐบาล ทำให้ 3 บริษัทค่ายเพลงใหญ่อย่าง SM Entertainment, JYP Entertainment และYG Entertainment ได้สร้างสูตรสำเร็จของวัฒนธรรม K-Pop ในรูปแบบ “ศิลปิน” ดังต่อไปนี้

- **Scouting and Auditioning** เริ่มต้นจากการที่ค่ายจะค้นหาคนที่พรสวรรค์ ไม่ว่าจะใช้แอมมองหรือเปิดออดิชัน เมื่อได้คนที่ต้องการแล้ว ทางค่ายจะเสนอให้พวกเขาเหล่านั้นเข้ามาเป็นเด็กฝึกในค่าย

- **Training** นำเด็กฝึกทุกคนมาฝึกฝนอย่างหนัก อาจจะใช้เวลานานหลายปีในขั้นตอนนี้

- **Assembly** เมื่อทางค่ายฝึกเด็กจนมีศักยภาพที่ต้องการ หาคนที่บุคลิกเข้ากันได้ มีเคมีตรงกัน มารวมเป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อรอเปิดตัวในฐานะศิลปินกลุ่มใหม่

อุตสาหกรรมเพลงของเกาหลีใต้ หรือ “เคป็อป” คือ หนึ่งในการส่งออกทางวัฒนธรรมที่ใหญ่ที่สุดและสร้างรายได้ให้กับประเทศมากที่สุด ในปีพ.ศ. 2561 ตลาดเพลงเกาหลีใต้มีอัตราการเติบโตมากขึ้นถึง 17.9% การเติบโตที่ขยายตัวรวดเร็วนี้ ทำให้เคป็อปได้รับการขนานนามว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงจาก “กลุ่มคนที่มีศักยภาพ” เป็น “ตัวแสดงอันทรงพลัง” ขณะที่รายได้จากวงการเพลงในประเทศอื่น ๆ ลดลงประมาณ 10.1% แต่เกาหลีใต้กลับสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีส่วนทำให้เอเชียกลายเป็นภูมิภาคที่มีการเติบโตด้านธุรกิจเพลงเป็นอันดับ 2 ของโลก

ในช่วงระยะเวลาที่ค่าย SM Entertainment ได้เปิดตัววง NCT (Neo Culture Technology) วง NCT ซึ่งเป็นตัวกลางในการสร้างกระแสนิยม และการสร้างค่านิยมใหม่ โดยซึมซับไปยังการใช้ชีวิตประจำวันของมนุษย์ เห็นได้จาก การทำรายการวิทยุ NCT's Night Night ซึ่งเป็นการจัดรายการโดยสมาชิก NCT ได้แก่ จอห์นนี่ และ แจฮยอน รายการดังกล่าว ได้ถ่ายทอดเป็นประจำทุกวัน ในช่วงเวลา 5 ทุ่มเกาหลี (3 ทุ่มประเทศไทย) นอกจากสร้างความบันเทิงและมีแขกรับเชิญที่เป็นดาราไอดอล และศิลปิน ช่วงถ่ายของรายการมักจะแฝงแง่คิดในการดำเนินชีวิต และคำพูดที่ให้กำลังใจจากจอห์นนี่ และ แจฮยอน ส่งผลให้ผู้ฟังนำแนวคิดจากทั้งสอง ไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น แจฮยอนได้กล่าวไว้ เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2561 ว่า “ของสำคัญที่เราชอบมาก ๆ ยิ่งงี้ก็ไม่มีอะไรมาแทนได้ ถึงจะมีสิ่งของที่มากมายคล้ายกันบนโลกใบนี้ก็ตาม จากคนหลาย ๆ คน เธอก็เป็นคนสำคัญของใครคนนึงเหมือนกัน” ซึ่งรายการวิทยุดังกล่าว เป็นรายการที่ให้กำลังใจ และแรงบันดาลใจ กับเหล่าแฟนคลับและผู้ฟังทั่วไปได้ รายการดังกล่าวได้จัดมาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2560 - 27 มกราคม พ.ศ. 2562 ถึงแม้รายการจะจบไปแล้ว แต่แฟนคลับสามารถย้อนฟังได้ที่ podcast เสมอ

สมาชิก NCT ทุกคนนั้นอยู่ในช่วงวัยรุ่น-วัยทำงาน จึงสามารถเข้าถึงเข้าถึงผู้คน ทุกเพศ ทุกวัย ทุกชนชั้นในสังคมได้ ซึ่งเห็นได้จาก อันดับเพลง ยอดอัลบั้ม มีอัตราที่สูงขึ้นในทุกไตรมาสและจำนวนผู้เข้าชมวิดีโอที่เพิ่มขึ้นในเว็บไซต์ยอดนิยม เช่น ยูทูบ อีกทั้งจำนวนผู้ติดตามที่เพิ่มขึ้น ตรวจสอบได้จาก แอปพลิเคชันยอดนิยม เช่น ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม เป็นต้น และเห็นได้จากยอดจำหน่ายของ บัตรเข้าชมการแสดงคอนเสิร์ตที่ประเทศไทยทั้ง 3 วัน 3 รอบการแสดง ประมาณ 18,000 ที่นั่ง และการทัวร์คอนเสิร์ตของ NCT 127 ในต่างประเทศ ซึ่งมีกลุ่มแฟนคลับที่มีกำลังซื้อและกำลังติดตาม ในการเข้าชมการแสดงในทุกรอบ นอกจากนี้ การซื้ออัลบั้มของ วง NCT แฟนคลับ หรือ ผู้บริโภค ยังได้ ร่วมการกุศลเนื่องจากยอดขายที่มาจากอัลบั้มส่วนหนึ่ง จะถูกหักเปอร์เซ็นต์ออกไปให้กับองค์การ UNICEF ถือเป็นวัฒนธรรมกระแสใหม่ของ Pop Culture ที่ช่วยส่งเสริมต่อเพื่อนมนุษย์ สมาชิกวง NCT อย่าง แจมิน ที่เข้าร่วมกิจกรรมกับ UNICEF ซึ่งจัดขึ้นที่ประเทศเวียดนาม ร่วมกับรุ่นพี่ในค่าย เดียวกันอย่าง ชีวอน วง Super Junior ผู้ซึ่งเป็นทูตขององค์การ UNICEF ที่ประเทศเกาหลีใต้ และ รายการที่ แจมิน และ เจโน่ ได้เข้าร่วมช่วยเหลือเด็ก ที่ประเทศอินโดนีเซีย ตามคำขอทางจดหมาย แสดงให้เห็นว่า วง NCT มีกิจกรรมที่ช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน

จากอัตลักษณ์ของวงที่มีการผสมผสานหลากหลายเชื้อชาติและสัญชาติของสมาชิกในวง NCT เป็นการนำวัฒนธรรมที่หลากหลายรวมเป็นหนึ่งเดียว และทำให้เกิดเป็นกระแสนิยมใหม่เกิดขึ้น เนื่องจากประเทศเกาหลีได้มีความเป็นชาตินิยมสูง แต่ด้วยด้วยกระแสนิยมของวง NCT สามารถทำให้เกิด ผู้ที่สนใจวัฒนธรรมอื่นมากกว่าเมื่อก่อน อย่างเช่น การเรียนรู้ภาษาเพื่อที่จะสื่อสารกับศิลปิน และ เริ่มศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเทศบ้านเกิดของศิลปิน แสดงให้เห็นว่า วง NCT มีส่วนช่วยทำให้ผู้คนเข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่างจากตนมากขึ้น และเป็นการยกระดับความเข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่าง จึงทำให้วง NCT เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง และด้วยลักษณะเฉพาะของวง ที่มีการทำแบบระบบยูนิต ทำให้วงเป็นอัตลักษณ์เฉพาะ และเป็นวงเดียวในกระแส K-POP ที่นอกจากสมาชิกจะมีจำนวนมากที่สุด และสมาชิกแต่ละยูนิต สามารถออกผลงานเพลงพร้อมกันในหลาย ๆ ประเทศได้ถึงแม้ระบบวงจะค่อนข้างซับซ้อนเกินไปสำหรับแฟนเพลงทั่วไป ที่ไม่สามารถเข้าใจและจำแนกได้ว่า สมาชิกคนไหนอยู่ในยูนิตใด แต่ทำให้วงสามารถเรียกความสนใจได้จากสาธารณชนด้วยความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะวง

นอกจากนี้ด้านการติดต่อสื่อสารทางโซเชียลมีเดีย เช่น ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม เฟซบุ๊ก เป็นต้น วง NCT ได้สร้างเนื้อหาที่น่าสนใจถึงวัฒนธรรมต่าง ๆ บนยูทูบ หรือ พื้นที่ที่สามารถอัปโหลดวิดีโอได้ โดย วง NCT ได้นำเสนอวิดีโอ เป็นรูปแบบของการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม ของประเทศนั้น ๆ ที่ได้ไปเยือน และประเทศบ้านเกิดของสมาชิกในวง ยกตัวอย่างเช่น NCT life ที่ได้ไปถ่ายทำ ที่ประเทศไทย เกาหลีใต้ และ ญี่ปุ่น เป็นต้น ส่งผลให้ผู้ที่ได้รับชม เกิดความสนใจในสถานที่นั้น ๆ และมี

ความคิดที่จะตามรอยการท่องเที่ยวแบบ NCT รวมทั้ง ส่งเสริมการเรียนรู้ ทางด้านวัฒนธรรม และ ภาษาจากเจ้าของวัฒนธรรมโดยตรง อย่างสมาชิกในวง NCT และด้วยความหลากหลายทางด้าน เนื้อหาจากการนำเสนอวิดีโอของวง NCT ได้รับการยอมรับจากผู้คนหรือสื่อมวลชน เห็นได้จาก การที่ได้รับอย่างรางวัล Social Award จากงาน Soribada Music Awards 2019

ด้วยกระแสวัฒนธรรม K-POP ส่งผลให้กลุ่มศิลปิน ไอดอล ต้องมีความทันสมัยและนำสมัยใน การแต่งตัว นอกจากการแต่งกายบนเวทีแล้ว ยังเห็นได้จากแฟชั่นสนามบิน หรือ ในชีวิตประจำวันของ ศิลปิน ที่ส่งผลให้เกิดกระแสการแต่งกายเลียนแบบ จากเหตุผลดังกล่าววง NCTก็อยู่ในกระแสนิยมนี้ เช่นเดียวกัน ยกตัวอย่างสมาชิก เช่น แทยง (หัวหน้าวง NCT) ที่มีการอัปเดตเทรนด์แฟชั่นอยู่เสมอ และในบางครั้งก็เป็นผู้นำเทรนด์ด้วยเช่นกัน สาเหตุมาจากการสนใจด้านแฟชั่นของศิลปิน

สิ่งที่เห็นได้ชัด คือ การแต่งกายแบบ Unisex ทั้งบนเวทีการแสดง และ ชีวิตประจำวัน แทยง แสดงให้เห็นว่า แฟชั่นนั้น ไม่มีจำกัดเพศ เพราะในหลายครั้งเขาก็สวมใส่เสื้อผ้าของผู้หญิง และทำทรงผมที่มีการติดเครื่องประดับแบบผู้หญิง และแทยงเคยได้ให้สัมภาษณ์กับนิตยสารหนึ่ง มีเนื้อหา ประมาณว่า “คนเราสามารถสนุกกับการแต่งตัวได้ โดยไม่มีขีดจำกัดในเรื่องเพศ ขอแค่มีความมั่นใจ” และการแต่งตัวของแทยงได้รับคำชมจากสตรีทิสชาวญี่ปุ่นผ่านทางทวิตเตอร์ จากที่กล่าวข้างต้น เริ่มทำให้การแต่งกายของศิลปินเกาหลีแต่งตัวแบบ Unisex มากขึ้น

กล่าวโดยสรุปว่า วัฒนธรรมกระแสนิยมของNCT เป็นกระแสที่ใช้การผสมผสานจากความ หลากหลายของวัฒนธรรมของสมาชิกในวง จนทำให้เกิดกระแสนิยมรับจากคนในสังคม เช่น เป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิตประจำวันจากข้อคิดที่ได้รับจากสมาชิกในวง ความบันเทิงที่ได้รับชมการแสดง และการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ รวมทั้งเข้าใจองค์ประกอบที่มีความแตกต่างทางด้าน วัฒนธรรม และ ส่งผลทำให้ผู้คนได้เรียนรู้ที่จะศึกษาความต่างนั้น เพื่อให้เข้าใจผู้อื่นมากยิ่งขึ้น และ กระแสนิยมของวง NCT ยังส่งเสริมให้ผู้คนเปิดกว้างในการแต่งกาย ดังนั้น จึงเห็นได้ชัดว่า วง NCT ถือเป็นตัวกลางในการเผยแพร่วัฒนธรรม และสร้างกระแสค่านิยมใหม่ ๆ ให้กับสังคมได้

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “ความหลากหลายของระบบวง NCT สู่การเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม” มี ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับวิธีการศึกษาของธุรกิจดนตรี เพื่อเกิดการต่อยอดในการทำครั้งงานวิจัยครั้ง ต่อไป หรือ ศึกษาเพิ่มเติมในรูปแบบใหม่ ดังนี้

5.3.1 เพลงและการแสดงของวง NCT ที่มีอัตลักษณ์ร่วมกัน คือ กลุ่มศิลปินที่มีรากฐานของ วัฒนธรรมที่หลากหลาย และแต่ละยูนิตจะมีความเฉพาะ ตามกลุ่มเป้าหมายของแต่ละประเทศ เพื่อ

เป็นจุดขายในด้านของธุรกิจดนตรีบนรากฐานของความหลายด้านวัฒนธรรมในศิลปิน เพื่อขยายธุรกิจไปในพื้นที่ของแต่ละประเทศ

5.3.2 การทำงานของศิลปินที่อยู่รวมกันถึง 21 คน และความหลากหลายของระบบวง ที่บางยูนิิตต้องมีการเปลี่ยนแปลงสมาชิกอยู่เสมอ ทำให้สมาชิกในวงต้องมีการปรับตัวเมื่ออยู่รวมกัน ทั้งด้านวัฒนธรรม สัญชาติ และ ภาษาที่แตกต่างกัน ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการศึกษาในครั้งต่อไป ที่เกี่ยวกับธุรกิจด้านอุตสาหกรรมดนตรี หากได้สัมภาษณ์นักดนตรีโดยตรง ในเรื่องของการปรับตัวในการอยู่ร่วมกันของสมาชิกหลากหลายสัญชาติในวงเดียวกัน เพื่อเป็นแนวทางในการปรับตัวในการอยู่ร่วมกันของสมาชิก ที่มีความหลากหลายของวัฒนธรรม และการใช้ภาษาที่ต้องมีการเรียนรู้ใหม่อยู่เสมอ ซึ่งอาจช่วยให้ได้ผลการวิจัยแบบใหม่ที่แตกต่างไปจากผลงานชิ้นนี้

บรรณานุกรม

1. หนังสือ

ภาษาไทย

กลมนนตร สุวรรณพิสิทธิ์. (2551). **นักร้องเกาหลีและกระแสนิยมเกาหลีของกลุ่มแฟนคลับชาวไทย**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาวาทยวิทยา. ภาควิชาวาทยวิทยาและสื่อสารการแสดง. คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พัชรากร ยาวีไชย และคณะ. (2561). **ปูจ๋าน ลองไมค์ กับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างศิลปินและแฟนคลับ**. วิจัยหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต. สาขาวิชาสังคมศาสตร์การพัฒนาศาสตร์. ภาควิชาสังคมศาสตร์. คณะอักษรศาสตร์. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วารุณี ลีลาพิสุทธิ์. (2561). **การพัฒนาอุตสาหกรรมเพลงเกาหลีใต้ : กรณีศึกษาโครงการเอสเอ็มเอสเตชัน (SM Station)**. สารนิพนธ์เอเชียศึกษา. คณะอักษรศาสตร์. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ศรัญญา กิตติวัฒนโชติ. (2557). **ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ส่วนบุคคลผ่านงานเขียน กรณีศึกษา คุณวิกรม กรมดิษฐ์**. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อภิญา เพ็ญฟูสกุล. (2546). **อัตลักษณ์ (Identity)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

อัจฉรินทร์ ณรงค์. (2553). **การสร้างอัตลักษณ์ของวงดนตรีJ-rock**. สารนิพนธ์เอเชียศึกษา. คณะอักษรศาสตร์. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

2. เว็บไซต์

ภาษาไทย

ธนาคาร เลิศสุดวิชัย. (2017). **ทำความเข้าใจกับ MUSIC STREAMING คืออะไร เปรียบเทียบ 3 ค่ายยักษ์ SPOTIFY, APPLE MUSIC และ JOOK เรียกใช้เมื่อ 20 สิงหาคม 2562 จาก** <https://digitalmarketingwow.com/2017/08/25/music-stream-คืออะไร/>

ปิติ ศรีแสงนาม. (2018). **บทเรียนจากความสำเร็จของกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลี**. เรียกใช้เมื่อ 12 สิงหาคม 2562 จาก <https://www.chula.ac.th/cuinside/6930/>

ภิราช รัตนันต์. (2017). **การจัดการทรัพยากรมนุษย์ร่วมสมัยในองค์กร**. เรียกใช้เมื่อ 5 ตุลาคม 2562. จาก <https://tci-thaijo.org/index.php/kkbsjournal/article/download/>

ภาษาอังกฤษ

Annisa Pratamasari. (n.d.). **International Business Strategy in Selling Korean Pop Music: A case Study of SM Entertainment**. เรียกใช้เมื่อ 25 ตุลาคม 2562. จาก <https://www.pdf.invesintech.com/preview-frames.php?id>

Billboard. (n.d.). **NCT127 news**. เรียกใช้เมื่อ 22 สิงหาคม 2562. จาก <https://www.billboard.com/music/nct-127/news>

Billboard staff. (2019). **NCT 127 Dazzle With 'Superhuman' Performance On 'Late Late Show'**. เรียกใช้เมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2563. จาก <https://www.billboard.com/articles/columns/ktown/8511523/nct-127-superhuman-flinch-late-late-show>

Billboard staff. (2019). **The 100 Greatest K-Pop Songs of the 2010s: Staff List**. เรียกใช้เมื่อ 13 มีนาคม 2563. จาก <https://www.billboard.com/articles/news/list/8544710/best-k-pop-songs-2010s-top-100>

Caitlin Kelley. (2018). **NCT's Ten Saves the Day on SM Station Track, 'New Heroes'**. เรียกใช้เมื่อ 11 มีนาคม 2563. จาก <https://www.billboard.com/articles/news/8292767/nct-ten-new-heroes-sm-station-2>

Ingyu Oh. (2013). **The Globalization of K-pop: Korea's Place in the Global Music**

Industry. เรียกใช้เมื่อ 24 ตุลาคม 2562. จาก

<https://www.researchgate.net/publication/296774877>

Innnews. (2018). **NCT DREAM' สัตว์ลุดหนุ่มน้อย โฉว้ลุดใหม่สุดเทเในเพลง 'GO'ประกาศตัว**

เป็นทีมที่สามจากโปรเจกต์ 'NCT 2018'. เรียกใช้เมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2563. จาก

https://www.innnews.co.th/entertainment/news_30186/

Johan Williams Jolin. (2017). **The South Korean Music Industry The Rise and**

Success of K-Pop. เรียกใช้เมื่อ 20 ตุลาคม 2562. จาก

<http://su.diva-portal.org/smash/get/diva2:1154999/FULLTEXT01.pdf>

Liu Zhongyin. (2019). **Does South Korean-backed Chinese boy band WayV have**

what it takes to succeed in China?. เรียกใช้เมื่อ 27 กันยายน 2562. จาก

<http://www.globaltimes.cn/content/1150239.shtml>

Margaret. (2016). **SM Station: Hit or Miss**. เรียกใช้เมื่อ 25 ตุลาคม 2562. จาก

[**SMTOWN: New Culture Technology, 2016**. เรียกใช้เมื่อ 7 กันยายน 2562. จาก](http://seoulbeats.com/2016/11/sm-station-hit-or-miss/Queen C. (2016).</p>
</div>
<div data-bbox=)

<https://queenceonnie.wordpress.com/2016/02/11/smtown-new-culture-technology-2016-must-see/>

Sohyunpark. (2018). **NCT U '예스투데이' MV 4 월 2 일 공개 색다른 매력 예고**. เรียกใช้

เมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2563. จาก

<https://entertain.naver.com/read?oid=311&aid=0000838488>

Tamar Herman. (2018). **NCT 127 Switch Up Their Style for 'Touch'**. เรียกใช้เมื่อ

11 มีนาคม 2563. จาก [https://www.billboard.com/articles/columns/k-](https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/8244839/nct-127-touch-video)

[town/8244839/nct-127-touch-video](https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/8244839/nct-127-touch-video)

Tamar Herman. (2018). **NCT 2018 Drops Beastly 'Black on Black' Performance**

Featuring All 18 Members. เรียกใช้เมื่อ 11 มีนาคม 2563. จาก

<https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/8347521/nct-2018-black-on-black-video>

Tamar Herman. (2019). **NCT 127 to Appear On 'The Late Late Show with James**

Corden'. เรียกใช้เมื่อ 11 มีนาคม 2563. จาก

<https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/8510484/nct-127-to-appear-late-late-show-james-corden>

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวสรณ์สิริ เจริญศรี
วัน เดือน ปีเกิด	10 เมษายน พ.ศ. 2540
สถานที่เกิด	สงขลา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	41/1 ถนนนอกสวน ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000
ประวัติการศึกษา	สำเร็จมัธยมศึกษาตอนต้นจากโรงเรียนเทศบาล 5 (วัดหัว ป้อมนอก) และมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนมหา วชิราวุธ จังหวัดสงขลา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์ สาขาวิชาเอเชียศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต พระราชวังสนามจันทร์

แบบโอนลิขสิทธิ์ภาคนิพนธ์
สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า	นางสาวสรณ์สิริ เจริญศรี
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาษาเลือกภาษาเวียดนาม
ภาคนิพนธ์	ความหลากหลายของระบบวง NCT สู่การเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์นัตยา อยู่คง
ที่อยู่ติดต่อได้หลังจากสำเร็จการศึกษา	41/1 ถนนนอกสวน ตำบลบ่อ่าง อำเภอมือง จังหวัดสงขลา 90000
หมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้	0950395065

ลิขสิทธิ์ของภาคนิพนธ์อันเป็นผลจากการศึกษาเล่าเรียน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่ง พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีกำหนดตลอดอายุคุ้มครองสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(นางสาวสรณ์สิริ เจริญศรี)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ลงนามผู้รับโอน.....

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....