

การศึกษาศิลปินเพลงไทยสากลในยุค Music Streaming



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาศิลปินเพลงไทยสากลในยุค Music Streaming

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2561

.....
บุริม โอทกานนท์,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
นายอนันตพงศ์ ชื่นอิม

ผู้วิจัย

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมสารนิพนธ์

.....
พีรยุทธ์ พัฒน์ธัญยานนท์,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
ดวงพร อาภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
สุเทพ นิ่มสาย,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาศิลปินเพลงไทยสากลในยุค Music streaming นี้จะเสร็จสมบูรณ์ไม่ได้หากไม่ได้รับความเห็นที่ดีจากอาจารย์บุริม โอทกานนท์ ที่กรุณาให้ความเอาใจใส่ในการคาปรึกษา คำแนะนำ ในด้านการ ค้นคว้าข้อมูล การเขียนผลงานการวิจัย ซึ่งแนะขั้นตอนในการทำงาน สารนิพนธ์ที่มีประโยชน์ตลอด ระยะเวลาที่ได้ทำงานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ภายในระยะเวลา ขอขอบคุณ คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ทั้งอาจารย์บุริม โอทกานนท์ และ ดร.ชนิน ที่ให้คำแนะนำดีชมสำหรับ งานวิจัยชิ้นนี้ ขอขอบคุณเพื่อนรุ่น MK19C ที่คอยให้คำปรึกษา และแนะนำในการทางานวิจัยอย่าง เป็นกันเอง และขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 5 คน ที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามให้สารนิพนธ์ นี้สำเร็จได้ด้วยดี สุดท้าย ขอขอบคุณสมาชิกในครอบครัวที่มอบความรัก และให้กำลังใจตลอดจน สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

อนันตพงศ์ ชื่นอ้อม

การศึกษา ศิลปินเพลงไทยสากลในยุค Music Streaming

THE STUDY OF THAI MUSICIAN IN MUSIC STREAMING ERA

อนันตพงศ์ ชื่นอ้อม 5950433

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: บุริม โอทกานนท์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., พีรยุทธ์ พัฒนรัตนานนท์, Ph.D., สุเทพ นิมสาย, Ph.D.

บทคัดย่อ

หลังจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมเพลงไปทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ศิลปินเพลงไทยสากลเองก็ได้รับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ไปด้วย ในปัจจุบัน ผู้บริโภคที่อำนาจและความต้องการในการฟังเพลงทั้งหมดเปรียบเทียบกับอดีตที่ค่ายเพลงเป็นผู้สร้างความต้องการในตลาดศิลปินเพลงเองถ้าต้องการทำผลงานเพลงก็ต้องพึ่งค่ายเพลงในการทำเพลงไปจนถึงกระบวนการจัดจำหน่าย สัดส่วนรายได้จากอดีตที่มาจากการขาย Physical Formats เช่น เทปและซีดีถูกแทนที่ด้วยสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์จากการถือกำเนิดขึ้นของไฟล์ MP3 แต่ปัจจุบันไฟล์ MP3 ถูกแทนที่ด้วยระบบ Streaming ผ่านทางผู้ให้บริการรายใหญ่จากต่างประเทศ เช่น Joox Music, Apple Music, Spotify เป็นต้น จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้มีความสนใจเรื่องสัดส่วนรายได้ที่ศิลปินได้ในปัจจุบันว่ามีการเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด เป็นธรรมชาติหรือไม่ ผ่านการทำสารนิพนธ์การวิจัยเชิงพรรณนาและเครื่องมือทางการวิจัยโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับศิลปินจากค่ายเพลงขนาดใหญ่และค่ายเพลงขนาดเล็ก ผลการศึกษาพบว่าโครงสร้างรายได้ของศิลปินเพลงไทยจากค่ายเพลงใหญ่นั้นมาจากสามส่วนประกอบไปด้วย 1) งานแสดงดนตรีสด 2) ลิขสิทธิ์เพลง 3) ช่องทางดิจิทัล ส่วนค่ายเพลงขนาดเล็กมาจาก 1) งานแสดงดนตรีสด 2) การขายซีดี การปรับตัวและการพัฒนานั้นได้ผลการศึกษาว่าศิลปินเพลงควรมีการปรับตัวโดย 1) เพิ่มทักษะทางด้านดนตรี 2) เพิ่มทักษะทางด้านโปรดัคชั่นดนตรี ในส่วนของผลกระทบด้านบวกคือมีช่องทางในการโปรโมตมากขึ้นและรายได้เพิ่มขึ้น ผลกระทบด้านลบคือความจงรักภักดีต่อศิลปินเพลงน้อยลงและรายได้ลดน้อยลง

คำสำคัญ: ศิลปินเพลงไทยสากล/ โครงสร้างรายได้/ Music Streaming

สารบัญ

		หน้า
	กิตติกรรมประกาศ	ข
	บทคัดย่อ	ค
	สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	1.2 คำถามการวิจัย	3
	1.3 วัตถุประสงค์	4
	1.4 ประโยชน์จากงานวิจัย	4
	1.5 ขอบเขตของสารนิพนธ์	4
	1.6 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2	การทบทวนวรรณกรรม	6
	2.1 ความหมายของคำหลัก	6
	2.1.1 ศิลปินเพลงไทยสากล	6
	2.1.2 ค่ายเพลงขนาดใหญ่	8
	2.1.3 ค่ายเพลงขนาดเล็กหรือค่ายเพลงอิสระ	8
	2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
	2.2.1 แนวคิดโครงสร้างรายได้ศิลปินเพลงไทยสากลในปัจจุบัน	8
	2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี Disruptive Technology ในวงการเพลงไทยสากล	12
	2.2.3 แนวคิดและทฤษฎีผลกระทบ	14
	2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย	18
	3.1 แหล่งข้อมูล	18
	3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)	18
	3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2 กรอบขั้นตอนงานวิจัย	19
3.3 กลุ่มเป้าหมาย	19
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย	19
3.5 การออกแบบเครื่องมือ	20
3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	20
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	20
3.8 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	20
บทที่ 4 ผลที่ได้จากการศึกษา	21
4.1 ผลการวิเคราะห์โครงสร้างรายได้ศิลปินไทยสากลในยุค Music Streaming	21
4.1.1 รายได้จากช่องทางหลักของศิลปินเพลงไทยสากล	22
4.1.2 รายได้จากช่องทางหลักของศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายใหญ่	22
4.1.3 รายได้หลักจากช่องทางหลักของศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายเล็ก	24
4.2 ผลวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาของศิลปินเพลงไทยสากล	26
4.2.1 การพัฒนาความสามารถทางด้านดนตรีและโปรดัคชั่น	26
4.3 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบในมุมมองตัวศิลปินเพลงไทยสากล	27
4.3.1 ผลกระทบด้านบวก	27
4.3.2 ผลกระทบด้านลบ	28
บทที่ 5 สรุปผล การอภิปราย และข้อเสนอแนะ	29
5.1 สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)	29
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย	31
5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	32
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	33
บรรณานุกรม	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	36
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์ศิลปินเพลงไทยสากล	37
ประวัติผู้วิจัย	38



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 แสดงถึงวิวัฒนาการของการฟังเพลง	1
1.2 แสดงถึงรายได้ของศิลปินและค่ายเพลงจากการขายเพลงผ่าน Formats ต่างๆ	2
1.3 แสดงถึงสัดส่วนรายได้จากการstreamingที่ศิลปินได้รับจากช่องทางออนไลน์ต่างๆ และจำนวนการรับฟังที่ศิลปินจะได้คิดเป็นค่าครองชีพต่อเดือน	3
2.1 แสดงถึงโครงสร้างรายได้จากช่องทางดิจิทัล	11
2.2 แสดงถึงสินค้าเพลงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน	13

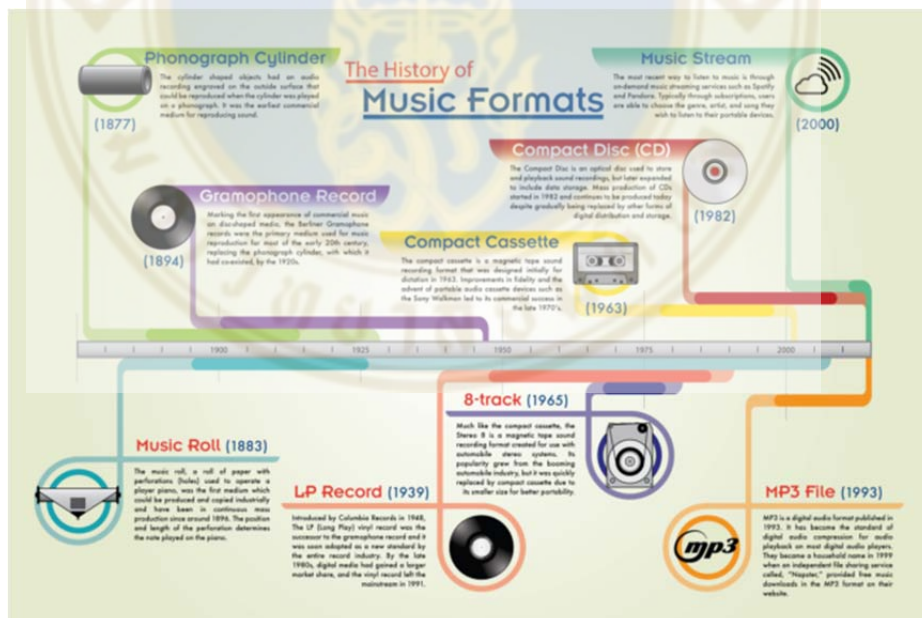


บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี (Disruptive Technology) ส่งผลกระทบในหลายๆ อุตสาหกรรมที่ทำให้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงหลายสิ่งหลายอย่างเกิดขึ้น Music Streaming คืออีกหนึ่ง การเปลี่ยนแปลงการรับฟังดนตรีในปัจจุบันที่กำลังได้รับความนิยมไปทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย Music Streaming เป็นการฟังเพลงจาก (Cloud Data) ซึ่งปัจจุบันกลายเป็นช่องทางหลักในการฟังเพลง และเสมือนเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของศิลปินไปด้วย นอกจากนี้ยังแก้ปัญหาการฟังเพลงละเมิดลิขสิทธิ์ ได้ในระดับหนึ่ง จึงเป็นอีกหนึ่งคลื่นผลกระทบลูกใหม่ของอุตสาหกรรมดนตรีที่กำลังสร้างความ เปลี่ยนแปลงอีกครั้งหลังจากยุคเฟื่องฟูของ Physical Music Formats

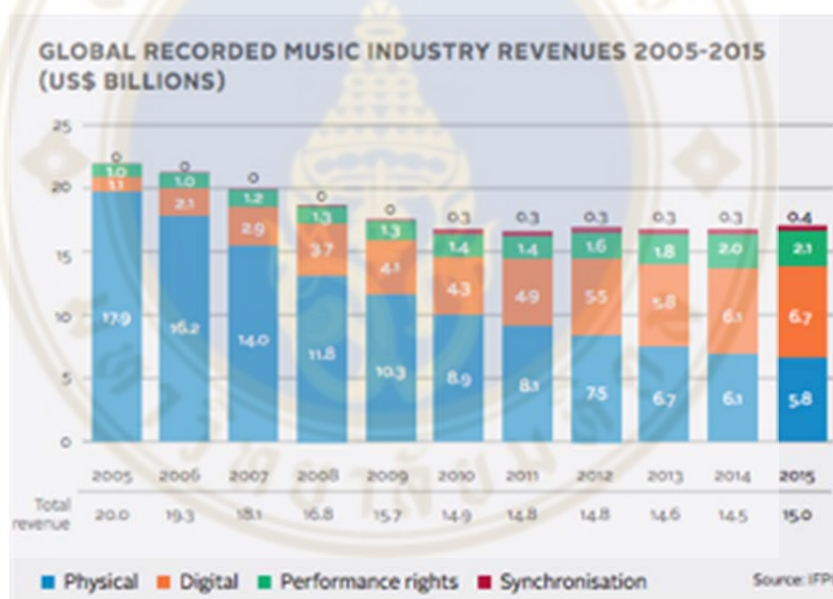


ภาพที่ 1.1 แสดงถึงวิวัฒนาการของการฟังเพลง

ที่มา: <http://www.aarontenfel.com/portfolio/infographic-2/>

ในอดีตจากแผ่นเสียงในปี 1939 ต่อด้วย เทปคัสเซต (Compact Cassette) และ CD จนกระทั่งถึงยุคเฟื่องฟูของ MP3 ที่เป็นไฟล์ดิจิทัลได้สร้างผลกระทบอย่างมากในอุตสาหกรรมเพลงและศิลปิน จนทำให้สูญเสียรายได้หลักจากการขายสินค้าในกลุ่ม Physical Music Formats ที่เคยสร้างรายได้มหาศาลให้กับค่ายเพลงและศิลปินต่อหนึ่งอัลบั้ม

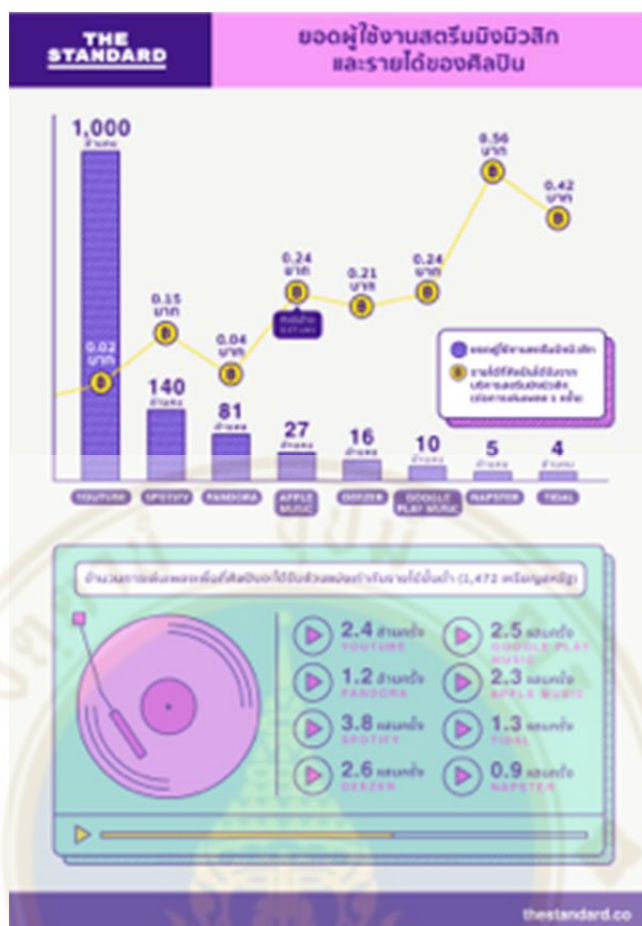
ในปัจจุบันค่ายเพลงและศิลปินไม่สามารถสร้างรายได้เป็นกอบเป็นกำเหมือนในอดีตอีกต่อไปจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีซึ่งเปรียบเสมือนดาบสองคมเมื่อพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคเปลี่ยนไปใช้บริการทางออนไลน์หรือ Music Streaming มากขึ้น ธุรกิจค่ายเพลงและศิลปินจึงต้องปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จากออกอัลบั้มหนึ่งมีเพลงประมาณ 7-12 เพลง เหลือเพียง 1 เพลง หรือเรียกว่าซิงเกิล (Single Track) เผยแพร่ไปในช่องทางเพลงดิจิทัลในปัจจุบันเช่น Youtube หรือ Music Streaming เพื่อทดสอบตลาดเมื่อมีการตอบรับดีก็จะทำเพลงเพิ่มไปในตลาดจนกระทั่งสามารถออกเป็นอัลบั้มให้แฟนเพลงสะสมได้



ภาพที่ 1.2 แสดงถึงรายได้ของศิลปินและค่ายเพลงจากการขายเพลงผ่าน Formats ต่างๆ

ที่มา: <http://www.angrymobmusic.com/global-music-markets-preferred-music-formats-genres/>

ผลจากเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้ค่ายเพลงต้องปรับผังองค์กรลดจำนวนพนักงานและแผนกเพื่อความคล่องตัวและลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นออกไปเพื่อความอยู่รอดขององค์กร ผลกระทบเหล่านี้ส่งผลมายังศิลปินนักดนตรีและผู้อยู่เบื้องหลังการทำเพลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ถึงแม้ว่าจะมีบริการ Music Streaming หลากหลายในท้องตลาดให้เลือกแต่สัดส่วนรายได้ที่ศิลปินได้รับยังคงไม่มีข้อมูลที่มากนักเนื่องจากเป็นโมเดลใหม่ที่เข้ามาในประเทศไทยได้ไม่นานนัก



ภาพที่ 1.3 แสดงถึงสัดส่วนรายได้จากการstreamingที่ศิลปินได้รับจากช่องทางออนไลน์ต่างๆ และจำนวนการรับฟังที่ศิลปินจะได้คิดเป็นค่าครองชีพต่อเดือน

ที่มา: <https://thestandard.co/culture-music-how-much-do-artists-earn-from-streaming-music/>

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาถึงผลกระทบการเปลี่ยนแปลงอีกครั้งในวงการดนตรีถึงโครงสร้างรายได้ที่ศิลปินเพลงได้รับหรือควรจะได้รับเป็นเช่นไร มุมมองของศิลปินเพลงและผู้อยู่เบื้องหลังงานเพลง ผู้บริหารศิลปินรวมไปถึงค่ายเพลงว่าเป็นเช่นไร เนื่องจาก Music Streaming ฟังจะเข้าสู่ประเทศไทยได้ไม่นานนักการทำวิจัยนี้จะประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจทั่วไปรวมไปถึงศิลปินเอง

1.2 คำถามการวิจัย

1. ยุค Music Streaming ช่วยสร้างให้รายได้ศิลปินเพลงมากน้อยแค่ไหน
2. ยุค Music Streaming มีการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนารวมถึงผลกระทบด้านบวกและ

ลบอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างรายได้ของศิลปินเพลงในยุค Music Streaming
2. เพื่อศึกษาผลกระทบต่อศิลปินเพลงต่อการเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยี

1.4 ประโยชน์จากงานวิจัย

1. ทราบถึงโครงสร้างรายได้ของศิลปินเพลงในประเทศไทยในยุคของ Music Streaming
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นความรู้ให้ผู้ที่สนใจ ทั้งนักดนตรีและผู้อยู่เบื้องหลังงานดนตรี และผู้สนใจทั่วไปให้ได้รับทราบมุมมองที่อาจเป็นประโยชน์ต่อไป

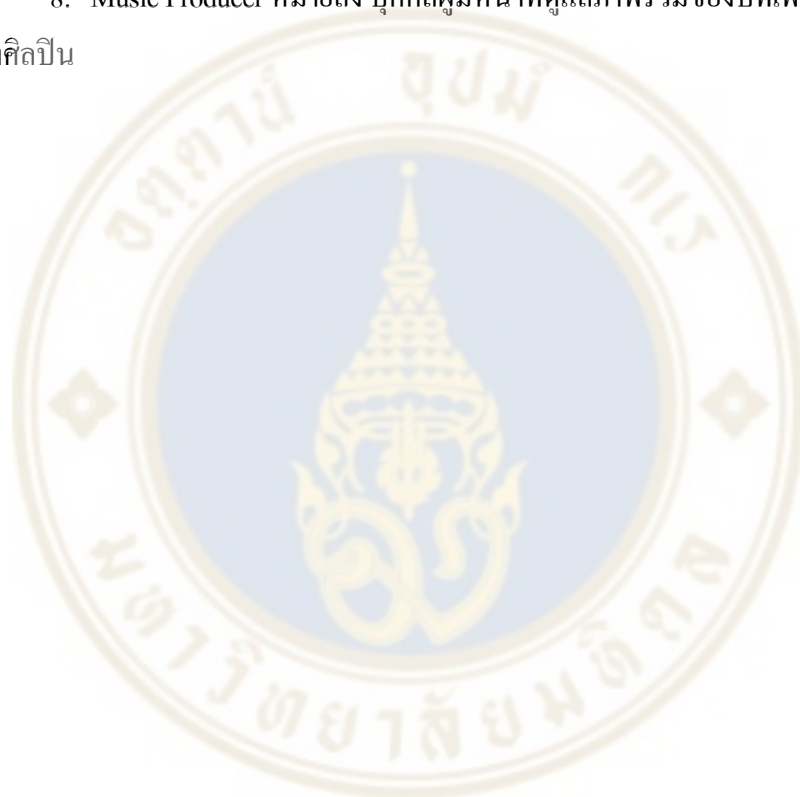
1.5 ขอบเขตของสารนิพนธ์

1. ประเด็นที่ศึกษา โครงสร้างรายได้ของศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายใหญ่และค่ายเล็ก หลังจากการเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยี ศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา รวมไปถึงผลกระทบทั้งทางบวกและลบว่าเป็นอย่างไร
2. กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มที่ 1 ศิลปินเพลงเดี่ยวและศิลปินเพลงกลุ่มที่มาจากทั้งค่ายเพลงขนาดใหญ่และค่ายเพลง ขนาดเล็กหรืออิสระเพื่อเปรียบเทียบกัน โดยให้คำจำกัดความค่ายเพลงขนาดใหญ่ว่าเป็นค่ายเพลงที่ประกอบธุรกิจเพลงครบวงจรตั้งแต่ต้นสายการผลิตจนถึง โปรดักส์สุดท้าย (Final Product) และมีรายได้จากผลประกอบการในเฉพาะธุรกิจเพลงที่หนึ่งร้อยล้านบาทขึ้นไป ส่วนค่ายเพลงขนาดเล็กให้คำจำกัดความว่ามีรายได้จากผลประกอบการต่ำกว่าหนึ่งร้อยล้านบาทและมีการประกอบธุรกิจเพลงที่ไม่ครบหรือครบวงจรก็ได้เช่นกัน
3. พื้นที่กรุงเทพมหานคร
4. ระยะเวลา ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 1 เดือน

1.6 นิยามศัพท์

1. Disruptive Technology หมายถึง การที่เทคโนโลยีที่สร้างผลกระทบต่อธุรกิจต่างๆ จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านธุรกิจและพฤติกรรมของผู้บริโภค
2. Music Streaming หมายถึง บริการทางด้านการฟังเพลงผ่านระบบ Cloud Data ซึ่งเป็นไฟล์ดิจิทัลบนระบบอินเทอร์เน็ตและมีการเก็บค่าบริการแบบเหมาจ่ายเป็นรายได้

3. Physical Music Formats หมายถึง อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับฟังเพลง
4. Single หมายถึง เพลงที่ศิลปินผลิตขึ้นมาเพื่อใช้ในการทดลองตลาด
5. Sound Engineer หมายถึง วิศวกรเสียงทำหน้าที่อัดเสียงดนตรีต่างๆ และผสมเสียง
เพื่องานดนตรี
6. Music Promotor หมายถึง บุคคลผู้ทำหน้าที่ดูแลและโปรโมทศิลปินเพื่อให้บรรลุ
เป้าหมายของการตลาด
7. Song writer หมายถึง บุคคลผู้มีหน้าที่เขียนเนื้อร้องให้กับเพลงนั้นๆ หรือศิลปิน
8. Music Producer หมายถึง บุคคลผู้มีหน้าที่ดูแลภาพรวมของบทเพลงและการนำเสนอ
เพลงของศิลปิน



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง ศิลปินเพลงไทยสากลในยุค Music Streaming ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

1. ความหมายของคำหลัก
 - ศิลปินเพลงไทยสากล
 - ค่ายเพลงขนาดใหญ่
 - ค่ายเพลงขนาดเล็กหรือค่ายเพลงอิสระ
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - แนวคิดโครงสร้างรายได้ศิลปินเพลงไทยสากลในปัจจุบัน
 - ทฤษฎี Disruptive Technology
 - แนวคิดและทฤษฎีของผลกระทบ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - ค่าเช่าทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมเพลง
 - การปรับกระบวนการทัศน์ของอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย

2.1 ความหมายของคำหลัก

2.1.1 ศิลปินเพลงไทยสากล

“ศิลปินเพลงไทยสากล” หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความสามารถทางด้านดนตรี ไม่ว่าจะเป็นการขับร้องหรือความสามารถในการเล่นเครื่องดนตรี โดยใช้ไอเดียหรือจินตนาการและความสามารถทางดนตรีในการสร้างสรรค์ผลงานเพลงไทยสากลที่มีเนื้อร้องเป็นภาษาไทย แต่ในขณะเดียวกันใช้ลีลาท่วงทำนองเสียงประสานทฤษฎีดนตรีการบันทึกโน้ตดนตรีและเครื่องดนตรีแบบตะวันตกในการผลิตผลงานเพลง โดยส่วนใหญ่แล้วได้รับอิทธิพลการประพันธ์เพลงแบบสากลมาจากประเทศสหรัฐอเมริกาโดยมีอิทธิพลเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 6 แต่ได้รับความนิยม

แพร่หลายในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองที่การแพร่ขยายอิทธิพลของสหรัฐอเมริกาในสมัยสงครามเวียดนามมีอิทธิพลมากในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จากนั้นได้มีการพัฒนามาตามลำดับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ปัจจุบันเรียกว่า “เพลงไทยสากล” โดยมีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

สุกรี เจริญสุข (2538:121) อ้างใน ศิวีไล ชูวิจิตร (2549) ได้ให้ความหมายของเพลงไทยสากลไว้ว่า เพลงที่มีเนื้อร้องเป็นไทย แต่มีลีลาการขับร้อง การบรรเลงดนตรีประกอบเป็นสากล โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพลงสมัยนิยมที่เป็นเพลงของอเมริกัน ทั้งรูปแบบที่ใส่เนื้อร้องไทยแทนอังกฤษ ใช้ดนตรีดั้งเดิมทั้งหมดหรือเพลงที่นำมาปรุงแต่งใหม่ก็ตาม

วัฒน์ พานิชกุล (2545:14) เพลงไทยสากล เป็นเพลงร่วมสมัยที่เผชิญกับรสนิยมที่หลากหลายของผู้ฟัง ดังนั้นค่ายเพลงจึงมุ่งสร้างเพลงที่มีความแตกต่างเพื่อให้เข้าถึงเป้าหมายทุกกลุ่มเป้าหมาย

อวัสดากานต์ ภูมิ (2555) “เพลงไทยสากล” หมายถึง เพลงที่มีเนื้อร้องเป็นภาษาไทย ท่วงทำนองอาจมีการปรับเปลี่ยนจากเพลงไทย เพลงต่างชาติ หรือ เรียบเรียงขึ้นใหม่โดยทำนองของเพลงไทยสากลจะได้รับการบันทึกไว้แน่นอนตามระบบโน้ตสากล เพื่อที่จะให้นักดนตรีใช้เครื่องดนตรีสากลบรรเลง ประกอบการร้อง การศึกษาวิจัยศิลปะในแขนงดนตรี อันประกอบขึ้นด้วยเนื้อร้อง และทำนอง เป็นการสื่อสารที่กว้างขวางได้อย่างดีที่ทำให้ผู้แต่ง กับ ผู้ฟัง มีความเข้าใจในจินตนาการ การสื่อสารทางอารมณ์ เพลง หรือดนตรี นั้นจึงเป็นภาพสะท้อน สื่อที่แสดงออกความเป็นไป การเปลี่ยนแปลง ปรากฏการณ์ทางสังคมได้ โดยผู้วิจัยได้กำหนดการศึกษาในช่วงเวลาหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 - พ.ศ. 2500 อันเป็นช่วงเวลาที่สังคมไทยมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปในหลายๆ ด้าน เช่น มีการปฏิรูปครั้งใหญ่ในรัชสมัยรัชกาลที่ 5 การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองการปกครองเศรษฐกิจ ที่ส่งผลต่อสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในสังคมไทย ดนตรีอันเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทย ก็ได้รับผลกระทบ ด้วย แม้ว่าในสมัยนั้นจะมีการกำหนด “ดนตรีแบบแผน” แต่เมื่อดนตรีชนิดนี้ไม่ได้มีการพัฒนาต่อ ในช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 จึงมีความนิยมเกิดขึ้นในเพลงไทยสากล ประกอบกับนโยบายของ รัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงครามที่ประกาศห้ามเล่นดนตรีไทย ให้หันมาสนใจและเล่นดนตรีสากล เพลงไทยสากล เครื่องดนตรีสากลดนตรีสากลที่มาจากตะวันตกจึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือตอบสนอง และรับในสังคม

สรุป เพลงไทยสากล คือเพลงที่มีเนื้อร้องเป็นภาษาไทยแต่มีทำนองเสียงประสานและทฤษฎีตามแบบตะวันตก มีการบันทึกโน้ตดนตรีแบบตะวันตก มีทั้งใช้ดนตรีดั้งเดิมและดนตรีใหม่หมดและใช้เครื่องดนตรีสากลในการบรรเลง

2.1.2 ค่ายเพลงขนาดใหญ่

ค่ายเพลงขนาดใหญ่หมายถึง บริษัทที่ทำธุรกิจค้าขายเกี่ยวกับสินค้าเพลงไทยสากลแบบครบวงจรเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตขั้นแรกสุดออกมาเป็นสินค้าเพลงจนถึงขั้นตอนการจัดจำหน่าย โดยมีอำนาจทางการเงินในการลงทุนที่สูง มีศิลปินเพลงในสังกัดมากและหลากหลาย มีการทำสัญญาว่าจ้างระหว่างศิลปินเพลงอย่างเป็นระบบ และมีการผลิตเพลงที่เป็นกระแสหลัก

2.1.3 ค่ายเพลงขนาดเล็กหรือค่ายเพลงอิสระ

ค่ายเพลงขนาดเล็กหรือค่ายเพลงอิสระ หมายถึง บริษัทที่ทำธุรกิจค้าขายเกี่ยวกับสินค้าเพลงไทยสากลอย่างครบวงจรหรือไม่ครบวงจรก็ได้ขึ้นอยู่กับสถานภาพทางการเงินและวิสัยทัศน์ในการทำธุรกิจที่แตกต่างกัน มีศิลปินเพลงในสังกัดที่น้อยและผลิตเพลงในรูปแบบที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว มีเงินทุนในการลงทุนที่น้อย สัญญาว่าจ้างมีทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิดโครงสร้างรายได้ศิลปินเพลงไทยสากลในปัจจุบัน

หลังจากหมดยุคทองของรายได้ที่มาจากยอดขาย Physical formats อย่างเทปหรือซีดี โครงสร้างรายได้ของศิลปินได้มีการเปลี่ยนแปลง จากเมื่อก่อนรายได้หลักมาจากการขายเทปและซีดี รองลงมาเป็นรายได้จากลิขสิทธิ์จากการทำซ้ำ เพื่อผลิตเป็นสินค้าเพลง ปัจจุบันรายได้ส่วนใหญ่ของศิลปินเพลงไทยสากลนั้นมาจาก

2.2.1.1 งานแสดงดนตรีสด (Music Performance) รายได้ส่วนนี้จะไม่เท่ากันในแต่ละศิลปินเพลงไม่ว่าจะเป็นศิลปินเดี่ยวหรือกลุ่มขึ้นอยู่กับความนิยมของตัวเพลงและศิลปินเพลงเป็นหลักมีราคาค่าจ้างตั้งแต่หลักหมื่นจนถึงหลักแสนบาท โดยรายได้ที่มาจากช่องทางนี้ จะมีการหักไว้ส่วนหนึ่งตกลงเป็นของค่ายเพลงและอีกส่วนเป็นของศิลปินเพลงในอัตราส่วนรายได้ที่มีการตกลงไว้ในระหว่างการทำสัญญารายได้ลักษณะนี้มักปรากฏในสัญญาของค่ายเพลงขนาดใหญ่ที่จะมีการแบ่งรายได้ไว้อย่างชัดเจนแต่ไม่สามารถเปิดเผยได้ ในส่วนของค่ายเล็กหรือค่ายอิสระสัญญาส่วนนี้อาจแตกต่างกันไปในแต่ละค่าย

2.2.1.2 รายได้จากช่องทางลิขสิทธิ์ (Music Rights) ที่เริ่มมีบทบาทมากขึ้น ทั้งยังเป็นอีกช่องทางรายได้ของศิลปินเพลงในปัจจุบันที่เพิ่มมากขึ้น โดยโครงสร้างของลิขสิทธิ์เพลงประกอบไปด้วย

- ลิขสิทธิ์จากคำร้อง หมายถึงเนื้อร้องของเพลง โดยเมื่อมีการทำทำนองลงไปแล้วจะถือว่าเป็นงานดนตรีกรรม ถ้าไม่ได้มีการทำนองไว้จะถือว่าเป็นงานวรรณกรรม
- ลิขสิทธิ์ในทำนอง หมายถึงการแต่งทำนองดนตรีตามหลักดนตรีแบบที่มีเนื้อร้องและไม่มีเนื้อร้องถือว่าเป็นงานดนตรีกรรม
- ลิขสิทธิ์ในการเรียบเรียงเสียงประสาน หมายถึงงานเรียบเรียงดนตรีทั้งหมดรวมไปถึงเนื้อร้องและทำนองถือเป็นงานดนตรีกรรม
- ลิขสิทธิ์ในการบันทึกเสียง หมายถึง สิทธิในการทำซ้ำไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใดก็ตามถือเป็นสิทธิในงาน โสตวัสดุ
- สิทธินักแสดง หมายถึงสิทธิที่นักแสดงไม่ว่าจะเป็นนักดนตรี นักเต้น หรือนักแสดงสามารถนำไปเล่นได้ ถือเป็นสิทธินักแสดง

ลิขสิทธิ์ดังกล่าวไว้ข้างต้นนั้นมาจาก 1) ความคิดสร้างสรรค์ (Originality)

2) ความวิริยะอุตสาหะ (Labour of skill)

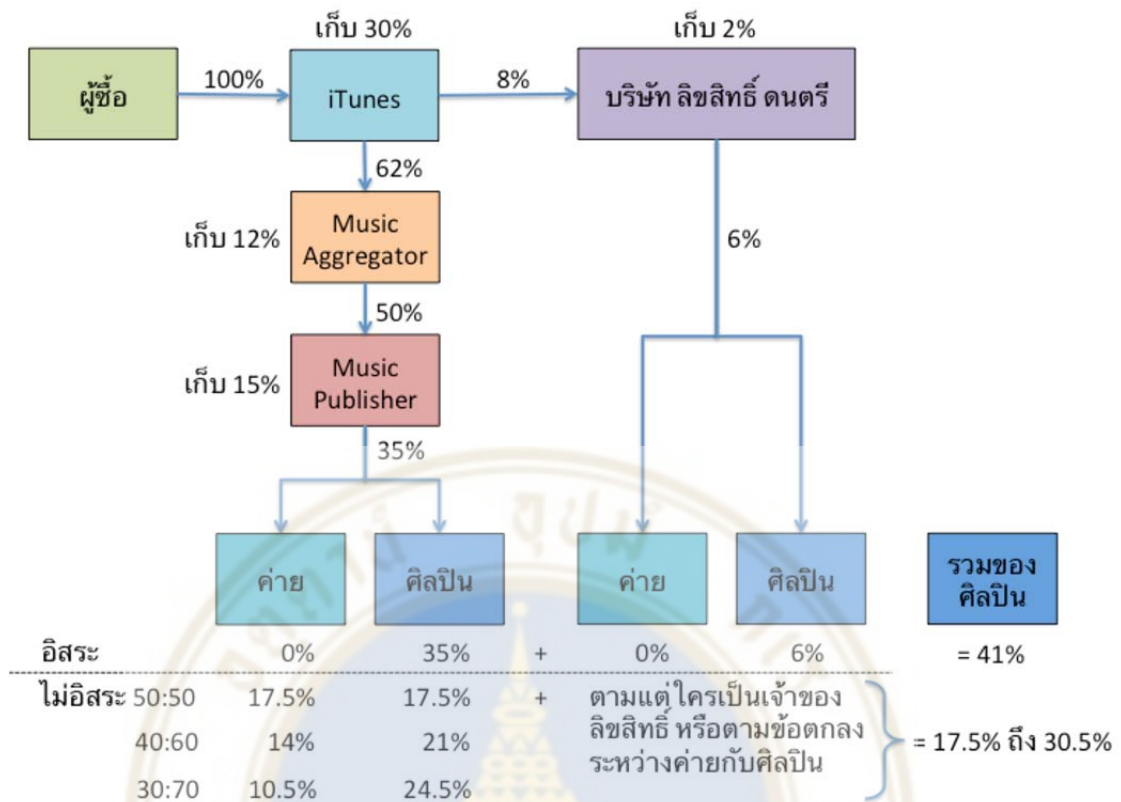
ลิขสิทธิ์จะตกเป็นของผู้ผลิตผลงานทันทีเมื่อมีการสร้างสรรค์ผลงานออกมารอบคลุมตลอดชีวิตของผู้สร้างสรรค์ผลงานและอีก 50 ปี หลังจากผู้สร้างสรรค์ผลงานได้เสียชีวิตลง แต่ได้อุตสาหกรรมเพลงไทยกลับพบว่าลิขสิทธิ์ทั้งหมดตกเป็นของทางค่ายเพลง โดยเฉพาะค่ายเพลงขนาดใหญ่ที่มีการถือครองลิขสิทธิ์ทั้งหมดซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาระหว่างค่ายเพลงและศิลปิน เพลงแต่ละมีข้อตกลงในระยะของการถือครองลิขสิทธิ์นั้นๆ และอัตราส่วนแบ่งรายได้ที่แตกต่างกันไปแล้วแต่ศิลปินเพลงนั้นๆ

ในปัจจุบันได้มีการเพิ่มรายได้จากลิขสิทธิ์ที่นอกเหนือจากการทำซ้ำ มาเป็นลิขสิทธิ์จากการเผยแพร่ตามช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการนำเพลงไปแสดงสดในสถานบันเทิงหรืองานคอนเสิร์ต หรือแม้แต่การเปิดเพลงในร้านอาหาร ปัจจุบันมีการนำไปเผยแพร่ในช่องทางดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ YouTube และบริการ Music Streaming ที่กำลังเป็นช่องทางในการรับฟังเพลงที่นิยมอย่างมากและมีการใช้งานผ่านช่องทางออนไลน์สูงขึ้นทุกปี โดยศิลปินเพลงจะได้เป็นอัตราส่วนแบ่งกับค่ายเพลงเช่นเดียวกับงานแสดงดนตรีสด แต่มีรายละเอียดบางประการโดยจะชี้แจงดังต่อไปนี้ ในกรณีศิลปินเพลงมีการแต่งเนื้อร้องและทำนองเสียงประสานเองตัวศิลปินก็จะได้รับค่าลิขสิทธิ์ในส่วนนี้เพิ่มขึ้นเนื่องจากมีข้อกฎหมายว่าด้วยเรื่องลิขสิทธิ์เพลง แต่ในกรณีที่ ศิลปินเพลง ได้ทำการขับร้องผลิตเป็นงานเพลง โดยที่ตัวศิลปินเพลงไม่ได้มีส่วนร่วมในการแต่งเนื้อร้องและทำนองเสียงประสาน ศิลปินเพลงจะไม่ได้รายได้จากส่วนนี้จะได้เป็นค่าจ้างในการร้องเพลงแทนหรือสิทธิในการแสดงแทน ปัจจุบันตั้งแต่มีการให้ความสำคัญในเรื่องของลิขสิทธิ์เพลงมากขึ้น ได้มีบริษัทที่กำกับดูแลรายได้ส่วนนี้ โดยเฉพาะดังนี้ บริษัท ลิขสิทธิ์ ดนตรี (ประเทศไทย) จำกัด หรือ MCT ที่คอยดูแลสิทธิและผลประโยชน์

ของศิลปิน โดยศิลปินเพลงต้องสมัครเป็นสมาชิกและคอยอัปเดตเพลงให้กับบริษัทตลอดเพื่อประโยชน์ของศิลปินเพลงเองเมื่อมีการใช้ลิขสิทธิ์ของศิลปินเพลงทำนองนั้นก็จะมีการนำรายได้มาให้ศิลปิน โดยตรง โดยอาจคิดค่าบริการในจำนวนหนึ่ง

นายวิเชียร ฤกษ์ไพศาล รองกรรมการผู้อำนวยการอาวุโส สายงานมิวสิก โปรดักชั่นและโปรโมชัน บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ให้สัมภาษณ์ใน กรุงเทพธุรกิจ ยอมรับว่า สมัยที่เน้นยอดขายรูปแบบต่างๆ เคยมองช่องทางเหล่านี้ในเชิงลบ แต่ถึงวันนี้ ยูทูบ เป็นหนึ่งในช่องทางเผยแพร่ผลงานที่สำคัญ โดยบริษัทวางสัญญาสำหรับส่วนแบ่งรายได้ที่ได้จากยูทูบระหว่างศิลปินกับบริษัท

2.2.1.3 นอกจากนี้ยังเป็นรายได้ที่มาจากการขายผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น การขายเพลงผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของค่ายเพลงหรือแอปพลิเคชันของต่างประเทศ เช่น iTunes Music มีทั้งที่เป็นเพลงเดี่ยว(Single track) และที่เป็นอัลบั้ม(Album) นอกจากนี้ยังมีสินค้าดิจิทัลในลักษณะที่เป็นเสียงรอสาย(Ring Tone) เช่นกัน ทั้งนี้รายได้จากลิขสิทธิ์เพลงที่มาจากช่องทางดิจิทัลนั้น ขอยกกรณีของ iTunes Music มีรายละเอียดดังนี้ 1) ศิลปินเพลงต้องมีอัลบั้มเพลงของตัวเองตั้งแต่ 20 อัลบั้มขึ้นไป ในกรณีศิลปินอิสระนั้นการที่จะมีเพลง 20 อัลบั้มขึ้นไปนั้นค่อนข้างยาก ซึ่งส่วนใหญ่ศิลปินเพลงมักมีสังกัดค่ายดังนั้นในส่วนนี้ค่ายเพลงจะดำเนินการดำเนินการให้ 2) ต้องมีรหัสเสียภาษีพลเมืองสหรัฐอเมริกา แต่ทั้งนี้ iTunes Music ได้ทำพันธมิตรกับตัวแทนที่เป็นตัวกลางในการนำเพลงมาจัดจำหน่ายในช่องทางดิจิทัลของ iTunes ซึ่งในประเทศไทยพบว่าไม่มีตัวแทนอยู่ไม่ก็เจ้าซึ่งนอกจาก iTunes ยังนำลงระบบ Streaming เจ้าต่างๆ ที่มีให้บริการในประเทศไทยด้วย โดยตัวแทนเหล่านี้มีการหักเปอร์เซ็นต์จากยอดขายในช่องทางดิจิทัลแตกต่างกันโดยมีการสรุปไว้ในตารางภาพดังนี้



ภาพที่ 2.1 แสดงถึงโครงสร้างรายได้จากช่องทางดิจิทัล

ที่มา: <https://indiecampfire.files.wordpress.com/2014/05/selling-on-itunes.png>

2.2.1.4 รายได้รองในปัจจุบันมีช่องทาง Social Media มากมายในการเผยแพร่ผลงานของศิลปินเพลง Youtube ก็เป็นหนึ่งในช่องทางรายได้ อีกช่องทางหนึ่งที่ถือเป็นช่องทางที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบันตั้งแต่การเข้ามาก่อตั้งสำนักงานในประเทศไทยเมื่อปี 2557 Youtube ประเทศไทยเริ่มมีการทำสัญญาระหว่างค่ายเพลงในส่วนของการแบ่งส่วนรายได้กัน โดยข้อมูลตรงนี้ไม่สามารถเปิดเผยต่อสาธารณะชนได้ นอกจากนี้ยังมีช่องทางที่มาจากความสามารถทางด้านดนตรีของศิลปินเพลงเช่นการเขียนเนื้อร้อง การเขียนทำนอง การเรียบเรียงเสียงประสาน ซึ่งถือเป็นงานลิขสิทธิ์เพลงที่เกิดขึ้นทันทีที่ผลงานชิ้นนั้นถูกผลิตเสร็จสิ้นคุ้มครองไปจนถึง 50 ปีหลังจากศิลปินเพลงผู้แต่งเสียชีวิตลง ปัจจุบันมีบริษัทที่เป็นตัวกลางในการนำเพลงหรือวิดีโอเข้าสู่ช่องทางดิจิทัลเช่น บริษัท Moindy ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้บริการในการนำแพทฟอร์มเพลงหรือวิดีโอไปยังช่องทางดิจิทัลต่างทั้ง Youtube และ บริการ Music Streaming พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและโปรโมทให้อีกช่องทางหนึ่งเหมาะสำหรับศิลปินเพลงค่ายเล็กไปจนถึงศิลปินอิสระ ในปัจจุบันมีตัวแทนบริษัทจากต่างประเทศที่ให้บริการคล้ายๆ กันนี้เช่นกัน โดยส่วนใหญ่ค่ายย่อยในเพลงขนาดใหญ่มักใช้บริการจากบริษัทเหล่านี้ในการเผยแพร่

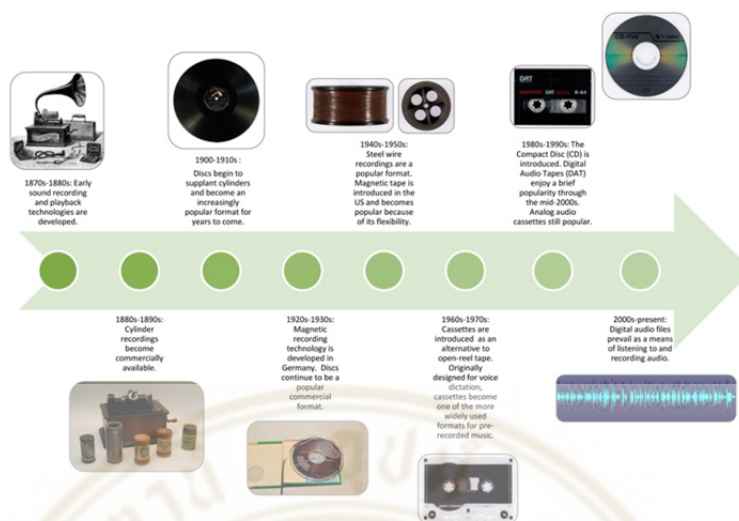
สรุปแล้วภาพรวมโครงสร้างรายได้ของศิลปินในปัจจุบันนั้นมาจากสามช่องทางหลักคือ งานแสดงดนตรีสด ลิขสิทธิ์ รายได้จากช่องทางดิจิทัลและอื่น ส่วนรายได้รองหรือรายได้อื่นมาจากความสามารถทางดนตรีของศิลปินเองและรายได้จากช่องทางดิจิทัล เช่น Youtube และ Music Streaming

2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี Disruptive Technology ในวงการเพลงไทยสากล

Disruptive Technology ยังไม่มีการให้คำจำกัดความในภาษาไทยได้อย่างชัดเจนแต่โดยรวมนั้นหมายถึงนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีของสินค้าและบริการที่นำเสนอออกมาในรูปแบบใหม่ที่มีคุณค่าทั้งในกระบวนการนำเสนอและการผลิตมีความนำสมัยจนทำให้เกิดผลกระทบกับสินค้าหรือบริการที่มีอยู่เดิมในท้องตลาดจนเกิดการปรับเปลี่ยนครั้งใหญ่ในองค์กร ทั้งนี้ทั้งนั้นคำนี้ไม่ใช่คำใหม่แต่มีการศึกษากันมาร่วม 20 ปีแล้ว

Clayton Christensen (1997) The Innovators Dilemma ได้ให้คำจำกัดความของคำนี้ไว้ว่าโดยได้นำเสนอไว้สองประการคือ 1) Sustaining Innovation การที่องค์กรหรือผู้ผลิตสินค้ายังผลิตและพัฒนาสินค้าหรือบริการในแบบเดิมๆ จนสินค้ามีราคาสูงขึ้นจนมีกลุ่มลูกค้าที่เป็นลูกค้าระดับบนเพิ่มสูงขึ้นจนละเลยลูกค้าระดับปานกลางจนถึงระดับล่างเนื่องจากสินค้ามีราคาที่สูงเกินไป 2) Disruptive innovations คือการใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีในการสร้างสินค้าและบริการให้มีคุณภาพมากขึ้นผ่านการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยและจับกลุ่มลูกค้าตลาดล่างจากเดิมที่ลูกค้าระดับล่างไม่อาจเข้าถึงสินค้าและบริการได้เนื่องจากมีราคาที่สูงเกินไป แต่การใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่ดีขึ้นสร้างสินค้าและบริการแบบใหม่ๆ จนในที่สุดสามารถแข่งกับสินค้าและบริการที่มีอยู่ในตลาดเดิมได้ส่งผลต่อเจ้าตลาดที่มีอยู่เดิมไม่มากนัก

Brief Audio History



ภาพที่ 2.2 แสดงถึงสินค้าเพลงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ที่มา: <https://www.archives.gov/preservation/formats/audio-toc.html>

จากแผนภาพแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมดนตรีนั้นได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบันซึ่งล้วนเกี่ยวข้องไปถึงศิลปินเพลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้จากสมัยก่อนศิลปินเพลงหรือนักดนตรีเมื่อสร้างสรรค์ผลงานออกมาก็ต้องนำไปจัดงานแสดงดนตรีในวงให้ชนกษัตริย์และขุนนางได้ฟังหรือการแสดงดนตรีในโบสถ์ เมื่อมีเทคโนโลยีการบันทึกเสียงเข้ามาผลงานของศิลปินถูกบันทึกเสียงลงในรูปแบบต่างๆ ตั้งแต่แผ่นคลั่งและมีการพัฒนาเปลี่ยนรูปแบบมาตลอดจนถึงยุคที่เป็นเทปคัตเสท ต่อมาเป็นซีดี แทนที่ด้วยเอ็มพีสาม โดยในปัจจุบันเทคโนโลยีการบันทึกเสียงได้เปลี่ยนแปลงเป็นสามารถผลิตได้ในหลากหลายรูปแบบหลายชนิด แต่การรับฟังเพลงเปลี่ยนไปเปลี่ยนไปโดยผู้บริโภคจากเดิมที่ต้องซื้อสินค้าในรูปแบบต่างๆ ตามที่กล่าวไว้ข้างต้นกลายเป็นการฟังเพลงในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งสะดวกรวดเร็วสามารถฟังที่ไหนก็ได้โดยที่ไฟล์การบันทึกเสียงไม่ได้จำกัดอยู่ในสินค้าฟอร์แมตเดิมๆ แต่ตัวสินค้าเพลงอยู่ในระบบ Cloud ซึ่งระบบนี้ในอุตสาหกรรมเพลงสามารถแบ่งออกได้เป็น 1) Platform-as-a-Service (PaaS) บริการด้านแพลตฟอร์มสำหรับซอฟต์แวร์ ที่ใช้งานได้ผ่านเว็บแอปพลิเคชันเช่น โปรแกรมการทำดนตรีต่างๆ 2) Software-as-a-Service (SaaS) เป็นบริการด้านแอปพลิเคชัน โดยคิดค่าบริการเป็นไลน์เซ็นท์ของผู้ใช้ หรือตามปริมาณการใช้งาน เช่น การให้บริการ Music Streaming

สรุปจากการศึกษาพบว่าจากการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมและเทคโนโลยีนี้ได้ส่งผลไปทั่วโลกไม่เฉพาะแต่ในประเทศไทยทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมดนตรีที่ได้รับผลกระทบต้องมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อความอยู่รอดต่อไป

2.2.3 แนวคิดและทฤษฎีผลกระทบ

Dye (1982) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับผลกระทบไว้ว่าการแยกแยะปัญหาของสังคมเพื่อให้ทราบถึงองค์ประกอบอันเป็นธรรมชาติที่เป็นปัญหารวมถึงสืบสาวสาเหตุของปัญหาต่างๆ เหล่านั้น ตลอดจนเสนอวิธีการแก้ไขปัญหา สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

- การแบ่งผลกระทบตามแง่มุมเนื้อหา แบ่งออกได้เป็น ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การบริหาร สิ่งแวดล้อมและกายภาพ เช่น ผลกระทบจากการดำเนินนโยบาย
- การแบ่งผลกระทบตามแง่มุมของความเป็นจริงที่เกิดขึ้น (Reality) แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ผลกระทบในเชิงภาวะวิสัย (Objective Impact) ได้แก่ ผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยที่ไม่ขึ้นอยู่กับความรู้สึกนึกคิดของคนและอีกประเภทหนึ่ง คือ ผลกระทบเชิงอัตวิสัย (Subjective Impact) ได้แก่ผลกระทบที่เกิดขึ้นในความรู้สึกนึกคิดของคน
- การแบ่งตามแง่มุมของทิศทางที่/กระทบ (Direction Impact) แบ่งออกได้เป็น ผลกระทบโดยตรง (Direct Impact) ผลกระทบทางอ้อม (Indirect Impact)
- การแบ่งตามแง่มุมของคุณค่าของผลกระทบแบ่งออกได้เป็นผลกระทบในเชิงบวก (Positive Impact) หมายถึง ผลกระทบที่เป็นสิ่งที่พึงปรารถนาและผลกระทบในเชิงลบ (Negative Impact) ได้แก่ผลกระทบที่ไม่เป็นที่พึงปรารถนา

ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ (2542: 10) ผลของการดำเนินกิจกรรมของมนุษย์ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงในสิ่งแวดล้อมโดยผลกระทบดังกล่าว อาจจำแนกออกตามประเภท ขนาด และระยะเวลา ได้ดังนี้ ประเภทของผลกระทบ ได้แก่ การสูญเสีย ทางเศรษฐกิจ เช่น การสูญเสียงาน ที่ดินทำกิน มูลค่าบ้านและทรัพย์สินลดลง ความสูญเสียบริการ ทางสังคม ความสูญเสียเกี่ยวกับวิถีดำเนินชีวิต ระดับของผลกระทบมีตั้งแต่ระดับที่น้อยจนถึงมาก ระยะเวลาของผลกระทบมีทั้งระยะสั้นและระยะยาว

อำนาจ วงษ์พานิช (2549: 15) ได้สรุปความหมายของผลกระทบ คือ ผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจเป็นผลที่เกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต เป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบอาจขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายและมีผลกระทบต่อสถานการณ์ต่างๆ ทั้งในทางตรงและทางอ้อม

จากการศึกษาสรุปได้ว่าผลกระทบคือผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งจนเกิดการเปลี่ยนแปลงสร้างผลกระทบในทางบวกและทางลบทั้งในปัจจุบันและในอนาคต และส่งสามารถส่งผลกระทบได้ทั้งทางตรงทางอ้อม นอกจากนั้นผลกระทบยังสามารถเกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใดก็ได้

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วัฒน์ พานิชกุล (2545) ได้ทำการศึกษาในประเด็นค่าเช่าทางเศรษฐกิจ: กรณีศึกษาส่วนแบ่งระหว่างค่ายเพลงกับนักร้อง จุดประสงค์ในการศึกษานั้นเกี่ยวกับการแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมเพลงระหว่างค่ายเพลงและนักร้องและเพื่อศึกษาปัจจัยพฤติกรรมแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจของค่ายเพลงไทยและค่ายเพลงต่างประเทศที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธีการทำวิจัยเชิงบรรยาย (Qualitative) แบ่งประเด็นที่ใช้ในการศึกษาสองเรื่องได้แก่ การทำสัญญาว่าจ้าง (Contractual Arrangement) และเรื่องค่าเช่าทางเศรษฐกิจ (Economic Rent) ซึ่งรวมไปถึงพฤติกรรมแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจ (Rent-Seeking Behaviors) ผลการศึกษาสรุปได้ว่าทั้งค่ายเพลงไทยและค่ายเพลงต่างประเทศที่มีนักร้องคนไทยอยู่ในสังกัด ค่าเช่าทางเศรษฐกิจและพฤติกรรมแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจของค่ายเพลงนั้นจะผ่านการเจรจาต่อรองกันผ่านสัญญาว่าจ้าง ดังนั้นค่ายเพลงจะได้ค่าเช่าทางเศรษฐกิจจากการเป็นผู้ผลิตสินค้าเพลง และนักร้องได้รายได้จากอำนาจต่อรองที่ตนมีอยู่ซึ่งเป็นค่าเช่าทางเศรษฐกิจจากพรสวรรค์ของตัวเอง โดยสัญญาว่าจ้างนักร้องนั้นเป็นสัญญาว่าจ้างแบบ Share Rent Contract หมายถึงเป็นการแบ่งรายได้ให้ตามสัดส่วนของยอดขายโดยค่ายเพลงจะกำหนดยอดขายขั้นต่ำไว้ให้ ส่วนนักร้องสามารถต่อรองเกณฑ์ข้อยอดขายกับค่ายได้ถ้ามีอำนาจการต่อรองมากพอ นอกจากนี้การทำสัญญาแบบ Share Rent ยังเป็นการกระตุ้นให้นักร้องพัฒนาความสามารถของตัวเองเพิ่มทั้งยังเป็นการลดต้นทุนการ Monitoring การดูแลและ Enforcement การบังคับใช้กฎกับตัวศิลปินเองในกรณีศิลปินมีการผิดสัญญา ส่วนการแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจของค่ายเพลงนั้นสามารถสรุปได้ว่าค่ายเพลงไทย ใช้ข้อได้เปรียบทางด้านความครบวงจรในการผลิตสินค้าเพลงและการกำหนดข้อบังคับบางประการกับตัวศิลปินเพลงไทยเช่น การห้ามนักร้องรับงานนอกค่ายโดยที่ไม่ผ่านการอนุมัติจากค่ายเพลงหรือการกำหนดข้อยอดขายขั้นต่ำไว้ในระดับที่ค่อนข้างสูงแต่จ่ายค่าตอบแทนเท่ากันทุกระดับข้อยอดขาย เป็นต้นทางด้านค่ายเพลงต่างประเทศนั้นได้การแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจนั้นค่อนข้างมีข้อจำกัดทางด้านความครบวงจรในการผลิตสินค้าเพลงและรายได้น้อยกว่าเนื่องจากมีอำนาจการต่อรองกับนักร้องน้อยกว่าค่ายเพลงไทย ค่ายเพลงต่างประเทศเลยให้อิสระในการให้นักร้องรับงานนอกได้ และยังจ่ายค่าตอบแทนเป็นแบบอัตราก้าวหน้า ทั้งยังมีสัญญาที่ยืดหยุ่น โดยนักร้องสามารถเจรจาจ่ายส่วนแบ่งจากข้อยอดขายขั้นต่ำได้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นค่ายเพลงทั้งของไทยและต่างประเทศก็ยังสามารถเปรียบกว่านักร้องในด้านการต่อรองและจากการคำนวณค่าเช่าทางเศรษฐกิจพบว่าค่ายเพลงของไทยได้รับค่าเช่าที่สูงกว่าของต่างประเทศ เนื่องจากการผลิตสินค้าที่ต้นทุนต่ำกว่าและมีนักร้องที่มีชื่อเสียงเยอะกว่า แนวโน้มในอนาคตเนื่องจากเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงและเทคโนโลยีก้าวหน้ามากขึ้นทำให้เกิดสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ตามมา ดังนั้นรายได้ทางด้านลิขสิทธิ์จะเป็นการหาค่าเช่าเพิ่มของค่ายเพลงในยุคการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี

ฉวรา พิไชยแพทย์ (2553) ได้ศึกษาการปรับกระบวนการของอุตสาหกรรมเพลงในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ 1) เพื่อศึกษาพัฒนาการทางเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเพลงในประเทศไทยตั้งแต่จุดเริ่มต้นถึงปี พ.ศ. 2551 และการปรับตัวขององค์กรในอุตสาหกรรมเพลง 2) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพลงไทยในปัจจุบัน 3. ศึกษาการปรับกระบวนการของบริษัทในอุตสาหกรรมเพลงในประเทศไทย งานวิจัยใช้การผสมผสานงานวิจัยระหว่างงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) และงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) เพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของอุตสาหกรรมเพลงในประเทศไทย การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกเช่นผู้เชี่ยวชาญและผู้บริหารค่ายเพลง วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการทำแบบสอบถามเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในอุตสาหกรรมเพลงไทยสากล โดยผลที่สรุปแบ่งออกตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาพัฒนาการทางเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเพลงในประเทศไทยตั้งแต่จุดเริ่มต้นถึงปี พ.ศ. 2551 และการปรับตัวขององค์กรในอุตสาหกรรมเพลง ผลสรุปออกมาว่าการพัฒนาแบบจำลองธุรกิจที่ผิดพลาดในช่วงเวลารุ่งเรืองของประเทศไทย การขาดนโยบายการบริการระยะยาวที่ดี กอปรกับแต่ผลประโยชน์เฉพาะหน้าและการขาดธรรมาภิบาล การใช้สื่อหลักในการประชาสัมพันธ์มากเกินไปจนต้นทุนพุ่งสูงขึ้น กลไกตลาดแบบผูกขาด ปัญหาเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เพลงที่เพิ่มสูงขึ้นมากไปกว่านั้นปัญหาการถือครองสิทธิ์เป็นของค่ายเพลงซึ่งขัดกับกฎหมายสากลที่ว่าด้วยการถือครองสิทธิ์ต้องตกเป็นของผู้สร้างผลงานเพลงทันที การพัฒนาตามเทคโนโลยีที่ล้ำซ้ำทำให้มีสื่อเกิดใหม่ทางอินเทอร์เน็ตมากกว่าช่องทางสื่อกระแสหลัก แต่ก็ทำให้นักดนตรีอิสระมีพื้นที่ในการโชว์ผลงานของตัวเองมากขึ้นแต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้ผลิตภัณฑ์บันทึกเสียงลดน้อยลงด้วยผู้บริโภคหันไปฟังเพลงบนอินเทอร์เน็ตและการดาวน์โหลดแบบฟรีเพิ่มสูงขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมเพลงขาดรายได้จากตรงนี้และการดาวน์โหลดแบบถูกกฎหมายก็ยังไม่ไครรายได้หลักของอุตสาหกรรมเพลงอีกอยู่ดี ทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเพลงในประเทศไทยนั้นสรุปออกมาได้ว่า กลุ่มผู้บริโภคต่างจังหวัดยังไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้มากนักเทียบกับคนเมืองและมีความจงรักภักดีต่อศิลปินเพลงค่อนข้างสูง ส่วนกลุ่มผู้บริโภคในเมืองอย่างกรุงเทพมหานครนั้นพบว่ามีการซื้อสินค้าเพลงถูกลิขสิทธิ์มากที่สุดอายุ 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาเป็นกลุ่มผู้บริโภคต่างจังหวัด แต่ทั้งนี้ผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มก็มีการใช้สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ในรูปแบบต่างสูงเช่นกัน

กลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครได้แบ่งตามออกมาเป็นกลุ่มดังนี้ 1) กลุ่มวัยเรียน โดยสรุปได้มาว่าเป็นกลุ่มที่สร้างรายได้ในอุตสาหกรรมต่ำที่สุด เนื่องจากกลุ่มนี้ชอบฟังเพลงต่างประเทศใช้อินเทอร์เน็ตในการดาวน์โหลดเพลงฟรีมากที่สุด ใช้จ่ายจากการดูคอนเสิร์ตเป็นอันดับสองสุดท้ายคือของที่ระลึก 2) กลุ่มผู้บริโภควัยทำงานตอนต้นภาพรวมนั้นใกล้เคียงกับกลุ่มวัยเรียน เป็นกลุ่มที่ฟังเพลงไทยมากที่สุดรองลงมาเป็นเพลงตะวันตกและเพลงนอกตลาดเช่น เพลงคลาสสิก เพลงบรรเลง บงบอก

ถึงวุฒิภาวะการฟังเพลงในระดับนี้ 3) กลุ่มผู้บริโภควัยทำงานอายุ 35 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่ซื้อเพลงลิขสิทธิ์สูงที่สุดเพราะต้องการฟังเพลงที่คุณภาพดีกว่าไฟล์เอ็มพีสาม (MP3) มักฟังเพลงต่างประเทศและศิลปินเพลงไทยที่รู้จักมาก่อนหรือการนำเพลงเก่ามาร้องใหม่มีความภักดีต่อศิลปินค่อนข้างสูง และมีการฟังเพลงนอกตลาดเช่นเดียวกับกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานตอนต้นเช่นกัน ทั้งนี้ยังมีปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการกระบวนทัศน์ในอุตสาหกรรมเพลงอื่นๆ อีก เช่น สังคมและการเมืองเช่นเมืองมีปัญหาทางการเมืองสินค้าเพลงได้รับผลกระทบไปด้วยเนื่องจากไม่ใช่ปัจจัยสี่ สังคมวัฒนธรรมการฟังเพลงตะวันตกหรือเพลงจะตะวันออกเช่นเกาหลี ญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้นแต่จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่ายังไม่เป็นสิ่งที่ยั่งยืนนักเนื่องจากความแตกต่างทางวัฒนธรรมมากเกินไปโดยเฉพาะวัฒนธรรมตะวันตก และจากการวิจัยเชิงปริมาณพบว่ากลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้นฟังเพลงต่างประเทศมากที่สุดแต่ยังมีอัตราต่ำกว่าเพลงไทยอยู่มาก การขาดจิตสำนึกด้านทรัพย์สินทางปัญญาก็ยังคงเป็นหาใหญ่ในประเทศไทยเช่นกัน สรุปได้ว่าการพัฒนาของเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเพลงและพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้และมีปัจจัยภายนอกอื่นด้วยเช่นกัน



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ศิลปินเพลงไทยสากลในยุค Music Streaming เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีขั้นตอน วิธีการนำเสนอ ดังนี้

1. แหล่งที่มาของข้อมูล
2. กรอบขั้นตอนงานวิจัย
3. กลุ่มเป้าหมาย
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การออกแบบเครื่องมือ
6. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การวิเคราะห์ข้อมูล
8. ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

3.1 แหล่งข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ประกอบด้วย

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ศิลปินเพลงไทยสากลทั้งจากค่ายขนาดใหญ่ที่มีความครบวงจรทางธุรกิจสูงและศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายเพลงขนาดเล็กหรือค่ายเพลงอิสระ

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ประกอบไปด้วย เอกสาร สิ่งตีพิมพ์ต่างประเทศและในประเทศ วิทยานิพนธ์ วารสารวิชาการ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการฟังเพลงออนไลน์ และส่วนเกี่ยวข้อง

3.2 กรอบขั้นตอนงานวิจัย

เริ่มจากการศึกษาค้นคว้าผ่านงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วารสาร สิ่งตีพิมพ์ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างกรอบแนวคิดงานวิจัย และให้ได้มาซึ่งหัวข้อในการสัมภาษณ์ หลังจากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค (Content Analysis) เพื่อหาข้อสรุปต่อปรากฏการณ์ครั้งนี้ และหาข้อแนะนำต่อไป

3.3 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วยประชากรสองกลุ่ม โดยใช้แนวทาง (Representatively Oriented) เพื่อเป็นตัวแทนของผู้เกี่ยวข้องในงานเพลงโดยพิจารณาจากรายได้ที่เกิดจากผลงานเพลงและความสามารถทางดนตรีเท่านั้น ไม่รวมรายได้จากการทำงานอื่นของผู้ให้สัมภาษณ์ เพราะไม่มีความเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานวิจัยครั้งนี้ โดยเลือกจากค่ายเพลงที่มีสำนักงานอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้นและเป็นศิลปินเพลงไทยสากล 1) ศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายใหญ่ 2) ศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายเล็กอิสระกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษามีจำนวน 5 คน โดยทางผู้วิจัยจะทำการติดต่อขอสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับทุกกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเห็นสมควรว่าข้อมูลที่ได้สามารถเป็นตัวแทนของศิลปินไทยสากลตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ข้างต้น

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

1. จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ศิลปินนักร้องนักดนตรีที่มีผลงานเพลงเป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน เกี่ยวกับผลกระทบของการมาถึงยุค Music Streaming รวมไปถึงโครงสร้างรายได้และความแตกต่างของทั้งสองกลุ่ม การเปลี่ยนแปลงและพัฒนา และผลกระทบด้านบวกและด้านลบในมุมมองของศิลปินเพลงไทยสากล

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation) การใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต่างกันเพื่อรวบรวมข้อมูลเป็นเรื่องเดียวกันเช่นใช้วิธีการใช้เอกสารที่รวบรวมมาจากแหล่งต่างๆไม่ว่าจะเป็น เอกสาร วารสาร วิทยานิพนธ์ การสอบถามผู้เชี่ยวชาญเพื่อรองคำถามที่คิดว่าจะได้คำตอบที่ต้องการและการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องดังที่ได้กล่าวไปข้างต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำที่สุด

3.5 การออกแบบเครื่องมือ

ใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยเป็นการสัมภาษณ์ที่มีการนัดหมายล่วงหน้า โดยมีการเตรียมคำถามอย่างไม่เป็นทางการ (Semi-Structure) รวมไปถึงการใช้เทคนิคในการสัมภาษณ์แบบคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) และนำมาวิเคราะห์ผ่านวิธีการวิเคราะห์ตามเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและสมบูรณ์ที่สุด

3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยแบ่งออกเป็นสองส่วนดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายใหญ่และค่ายเล็ก
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากบทความวิชาการ เอกสาร วิทยานิพนธ์ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเชิงคุณภาพ เมื่อตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับมาแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาโดยใช้หลักการการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุป ที่เป็นการวิจัยที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ บัณฑิตศึกษา จดบันทึก โดยข้อมูลที่ได้มาเป็นข้อมูลแบบบรรยาย (Descriptive) มีการถอดเทปบันทึกเสียง นำข้อความมาสรุปประเด็นหลักเพื่อให้ผู้วิจัยไม่เกิดการลำเอียงในข้อมูล (Bias) และนำมาตีความและจัดเก็บข้อมูลไปใช้ต่อไป

3.8 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 3 เดือน ตั้งแต่ กุมภาพันธ์ ถึง เมษายน 2561

บทที่ 4

ผลที่ได้จากการศึกษา

การวิจัยเรื่อง ศิลปินเพลงไทยสากลในยุค Music Streaming โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา โครงสร้างรายได้ของศิลปินในยุคเปลี่ยนผ่านและศึกษาผลกระทบต่อตัวศิลปินต่อปรากฏการณ์ครั้งนี้ โดยงานวิจัยนี้ใช้เครื่องมือการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative) ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Dept Interview) กับศิลปินเพลงไทยสากลทั้งศิลปินเดี่ยวและศิลปินกลุ่ม (Band) ทั้งที่มาจากค่ายใหญ่และค่ายเล็ก โดยคำอธิบายรายได้ให้คำอธิบายไว้แล้วในบทที่สาม รวมไปถึงการเก็บข้อมูลในช่องทาง อินเทอร์เน็ต บทความงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ส่วนของคำถามเป็นการเตรียมคำถาม มาก่อนแบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi Structure) และสัมภาษณ์โดยใช้เทคนิคคำถามปลายเปิด (Open ended Question) ซึ่งผลที่ได้นำเสนอตามลำดับต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์โครงสร้างรายได้ศิลปินไทยสากลในยุค Music Streaming
 - รายได้หลักจากช่องทางหลักของศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายเล็ก
 - รายได้จากช่องทางหลักของศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายใหญ่
 - รายได้จากช่องทางหลักของศิลปินเพลงไทยสากล
2. ผลวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาของศิลปินเพลงไทยสากล
 - การพัฒนาความสามารถทางด้านดนตรีและ โปรดักชั่น
3. ผลการวิเคราะห์ผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบในมุมมองตัวศิลปินเพลงไทยสากล
 - ผลกระทบด้านบวก
 - ผลกระทบด้านลบ

4.1 ผลการวิเคราะห์โครงสร้างรายได้ศิลปินไทยสากลในยุค Music Streaming

ผลการวิเคราะห์โครงสร้างรายได้ของศิลปินเพลงไทยสากลในยุค Music Streaming นั้นมีอยู่สองช่องทางหลักคือ รายหลักซึ่งประกอบไปด้วย 1) การแสดงดนตรีสด 2) ลิขสิทธิ์เพลง 3) ช่องทาง Digital รายได้ทางอ้อมซึ่งประกอบไปด้วย 1) รายได้จากความร่วมมือกับศิลปินคนอื่น 2) เว็บไซต์ Youtube 3) การขายของที่ระลึกหรือ CD เพลง

4.1.1 รายได้จากช่องทางหลักของศิลปินเพลงไทยสากล

จากการสัมภาษณ์ศิลปินเพลงไทยสากลเรื่องโครงสร้างรายได้พบว่ารายได้หลักนั้นมีความแตกต่างกันระหว่างค่ายใหญ่และค่ายเล็กโดยที่ศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายใหญ่มีรายได้มาจากสามช่องทางหลัก ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นดังนี้ 1) รายได้จากการแสดงดนตรี 2) รายได้จากค่าลิขสิทธิ์ 3) รายได้จากช่องทาง Digital ส่วนศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายเล็กมีรายได้จากช่องทางหลักมาจากสองช่องทางหลักๆ เช่น 1) รายได้จากการแสดงสด 2) รายได้จากการขายของที่ระลึกและซีดี

4.1.2 รายได้จากช่องทางหลักของศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายใหญ่

4.1.2.1 รายได้จากการแสดงดนตรีสด หมายถึงรายได้ที่มาจากงานแสดงคอนเสิร์ตตามสถานที่ต่างๆ ทั้งงานที่จัดโดยค่ายเพลงหรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอื่นๆ และงานแสดงดนตรีสดในสถานบันเทิงหรือร้านอาหาร โดยศิลปินเพลงได้ชี้แจงไว้ในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“... รายได้ส่วนใหญ่ก็จะมาจากงานแสดงคอนเสิร์ตน่าจะเกิน 50% ถึง 70% เปอร์เซ็นต์เลยอะค่ะ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“...งานเล่นสด หรือไม่ก็งานโชว์ต่างนะ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

“...มันเป็น Confidential ตอบไม่ได้อะครับ ทุกวันนี้ได้เยอะที่สุดก็ต้องตอบว่าคืองานแสดงโชว์อะครับ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4)

สรุปได้ว่ารายได้หลักของศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายใหญ่เป็นรายได้ที่มาจากงานแสดงดนตรีสดมากที่สุด

4.1.2.2 รายได้จากค่าลิขสิทธิ์

รายได้จากค่าลิขสิทธิ์เป็นรายได้ที่มาจากความสามารถของศิลปินเพลงอันเกิดมาจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์จนผลิตเป็นผลงานเพลงออกมา ซึ่งในภาษากฎหมายเรียกว่า “งานดนตรีกรรม” ซึ่งประกอบไปด้วย 1) เนื้อร้อง 2) ทำนอง 3) เสียงประสาน โดยงานเพลงที่เผยแพร่ตามช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ Youtube, Music Streaming หรือร้านอาหารจะต้องได้รับอนุญาตจากทางเจ้าของผลงานเพลงทั้งสิ้น ในปัจจุบันมีบริษัทที่เป็นตัวกลางในการดูแลผลประโยชน์ของศิลปินเพลงในประเทศไทยด้านการจัดเก็บรายได้ในส่วนนี้โดยตรง ทั้งนี้ศิลปินเพลงได้ชี้แจงไว้ในบทสัมภาษณ์ว่าด้วยเรื่องของช่องทางรายได้ที่มาจากลิขสิทธิ์ดังนี้

“...นอกจากงานแสดงสดก็จะมีค่าลิขสิทธิ์นี้ล่ะที่ได้รองลงมา...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“...ตามหลักแล้วใครทำเยอะกว่าก็ได้เยอะ มีรูปแบบโครงสร้างอยู่ คนที่ทำเนื่อกับทำนองต้องได้ส่วนแบ่งเยอะกว่าคนอื่น แต่วงผมแบ่งให้เท่ากันหมดครับ...ผมได้รายได้จากค่าลิขสิทธิ์ต่อปีสูงกว่ารายได้ขั้นต่ำข้าราชการประมาณสี่เท่าครับ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“...เรามีรายได้จากการเก็บค่าลิขสิทธิ์ สมมุติว่าคอนเสิร์ตนี้มีคนมาซื้อลิขสิทธิ์จากพี่เขาก็ต้องจ่ายให้พี่ สมัยก่อนเนี่ยรายได้มาจากยอดขายรองลงมาจะเป็นงานจ้าง เดี่ยวนี้เนี่ยนักแต่งเพลงเริ่มได้เมื่อก่อนไม่ได้เพิ่งจะมาเปลี่ยนช่วงหลังๆ...แต่สำหรับพี่พี่ได้จาก Youtube เยอะมาก” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

“...ก็มาจากค่าลิขสิทธิ์เพลงที่เราร้องอะละ...มันไม่ได้อยู่ที่การขายเพลงอีกแล้วอะคือเพลงเราดังแล้วคนเอาไปใช้เยอะหรือคนอยากเจอตัวเราโรมากกว่าอะละ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4)

สรุปได้ว่ารายได้จากลิขสิทธิ์เป็นรายได้ที่รองลงมาจากการแสดงดนตรีสด ซึ่งเป็นรายได้ที่มีการผูกพันขึ้นอยู่กับความนิยมในตัวเพลงและตัวศิลปินเพลงเอง ยิ่งศิลปินเพลงมีความสามารถและมีส่วนร่วมในการแต่งเพลงนอกจากวงของตัวเองก็ยังสามารถได้รายได้จากช่องทางนี้สูงขึ้นเช่นกัน

4.1.2.3 รายได้จากช่องทางดิจิทัล

รายได้จากช่องทางดิจิทัลเป็นรายได้ที่มาจากการพัฒนาทางด้านระบบอินเทอร์เน็ตจึงทำให้มีสินค้าเพลงในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลจัดจำหน่ายซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้ 1) ริงโทน 2) เพลงที่เป็นแบบเพลงเดี่ยวและอัลบั้ม 3) เสียงรอสาย ฯลฯ โดยศิลปินได้ให้บทสัมภาษณ์ไว้ดังนี้

“...ใช่...มาจากยอดดาวโหลดคือมันรู้ได้เลยว่าเพลงเพลงนี้เนี่ย...มันรู้ได้เลยว่าดาวโหลดได้มากี่ดาวโหลดเป็นจำนวนเงินที่บาทเรารู้เลย...แต่เดี๋ยวนี้มันก็ลดลงละเนาะ...” (ผู้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“...ไม่แน่ใจระหว่างค่าลิขสิทธิ์กับริงทอนดาวโหลดอะไรพวกเนี่ย บางทีมันก็มาใกล้ๆ กัน...สลับๆ กัน...บางเดือนได้เยอะบางเดือนก็ได้น้อยแล้วแต่ช่วง...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

สรุปรายได้จากช่องทางดิจิทัลเป็นรายได้ที่อยู่ในอันดับที่สามรองลงมาจากรายได้ทางลิขสิทธิ์ ซึ่งมีความผูกพันเช่นเดียวกับค่าลิขสิทธิ์อยู่ที่ความนิยมในตัวเพลงและศิลปินเพลงเช่นกัน

ค่ายเพลงขนาดใหญ่ที่มีการทำธุรกิจอย่างครบวงจรตั้งแต่กระบวนการผลิตผลงานออกเป็นผลงานเพลง กระบวนการทางการตลาดต่างๆ จนถึงการจัดจำหน่ายในรูปแบบต่างๆ

ในปัจจุบันเช่นการดาวโหลด การสตรีมมิ่ง หรือแม้แต่การจัดจำหน่ายในรูปแบบเดิมที่เป็นซีดีก็ยังคงมีอยู่แต่เป็นสัดส่วนที่น้อยมาก โครงสร้างรายได้ศิลปินเพลงไทยสากลนั้นจะขึ้นอยู่กับข้อตกลงในสัญญาว่าจ้าง โดยเงื่อนไขต่างๆ มีข้อกำหนดชัดเจนเรื่องส่วนแบ่งระหว่างศิลปินเพลงกับตัวค่ายเพลงเองซึ่งจากการศึกษาทั้งจากข้อมูลทฤษฎีภูมิและจากการสัมภาษณ์นั้นค่ายเพลงจะมีการกำหนดเปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งรายได้จากช่องทางต่างๆ กับศิลปินเพลง เช่น ส่วนแบ่งจากค่าลิขสิทธิ์ทางค่ายจะหักเข้าค่าย 30 เปอร์เซ็นต์เป็นต้น ส่วนที่เหลือจะตกเป็นของศิลปินเพลงเอง แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นส่วนแบ่งตรงนี้อาจไม่เหมือนกันทุกศิลปินเพลง ขึ้นอยู่กับการเจรจาต่อรองระหว่างตัวศิลปินเพลงเองกับทางค่ายในระหว่างการเจรจาตกลงข้อสัญญากัน ดังนั้นสรุปผลโครงสร้างรายได้ออกมาได้ดังนี้ รายได้ที่มากที่สุดของศิลปินเพลงนั้นมาจากงานแสดงดนตรีสด ไม่ว่าจะเป็นงานที่ทางค่ายจัดหรืองานแสดงดนตรีต่างๆ แม้กระทั่งในร้านอาหารและสถานบันเทิง ส่วนเป็นรายได้หลักของศิลปินเพลงทั้งนั้น ยิ่งศิลปินคนไหนหรือวงไหนมีความนิยมมาก งานแสดงดนตรีสดก็จะเยอะขึ้นตาม บางวงหรือบางศิลปินเดี่ยวอาจมี 3 - 5 งานในวันเดียวก็ได้ รายได้ที่รองลงมานั้นมาจากลิขสิทธิ์เพลงรวมไปถึงในเว็บไซต์ Youtube ของสรุปในประเด็นตรง Youtube ดังนี้เนื่องจากค่ายเพลงใหญ่ได้มีการตกลงทำสัญญาระหว่างค่ายเพลงและ Youtube ประเทศไทยว่าด้วยเรื่องของสัญญาส่วนแบ่งรายได้กันโดยตรง ดังนั้นศิลปินเพลงไม่สามารถให้ข้อมูลตรงนี้ได้เนื่องจากถูกข้อบังคับและทางค่ายไม่ได้แจกแจงรายละเอียดส่วนนี้ให้ศิลปินเพลงทราบว่ารายได้ค่าลิขสิทธิ์มาจากช่องทางใดๆ บ้าง ส่วนอันดับที่สามนั้นเป็นรายได้ที่มาจาก Digital Platform เช่น การดาวโหลดเพลงจาก Itune หรือเว็บไซต์ของทางค่ายเพลง การดาวโหลดเสียงรอสาย (Ring Tone) จากการสัมภาษณ์ศิลปินบางท่านได้บอกว่า “...บางที่ไม่ค่อยแน่ใจระหว่างค่าลิขสิทธิ์กับดาวโหลดบางทีมันก็มาใกล้ๆกันในช่วงเดือน...” (ผู้สัมภาษณ์จากค่ายใหญ่ค่ายหนึ่ง) ดังนั้นจากข้อความนี้จะเห็นได้ว่าส่วนแบ่งระหว่างค่าลิขสิทธิ์และรายได้จาก Digital Platform บางครั้งนั้นมาไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับความนิยมในตัวศิลปินเพลงเอง ส่วนรายได้จาก Streaming นั้นศิลปินเพลงจากค่ายใหญ่นั้นไม่ทราบว่าอยู่ในรายได้ส่วนไหนและไม่ทราบว่าได้เท่าไร บางศิลปินถึงกับบอกว่า “ได้น้อยมาก”

4.1.3 รายได้หลักจากช่องทางหลักของศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายเล็ก

4.1.3.1 รายได้จากการแสดงดนตรีสด หมายถึงรายได้ที่มาจากงานแสดงคอนเสิร์ตตามสถานที่ต่างๆ ทั้งงานที่จัดโดยค่ายเพลงหรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอื่นๆ และงานแสดงดนตรีสดในสถานบันเทิงหรือร้านอาหาร โดยศิลปินเพลงได้ชี้แจงไว้ในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...เอาจริงๆ ปะ รายได้อะ การเป็นอินดี้นี้มันรายได้มันไม่ได้มาจากขายซีดี ซีดีมันแค่แพคเกจอะ มันมาจากเล่นสดเลยนะส่วนใหญ่...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“...ก็ไม่ได้มาจากไปเล่นงานคอนเสิร์ตเป็นหลักอะ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

สรุปรายได้จากงานแสดงสดของศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายเล็ก งานแสดงสดก็ยังเป็นช่องทางรายได้หลักเช่นกันกับศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายใหญ่

4.1.3.2 รายได้จากการขายของที่ระลึกและซีดี รายได้ส่วนนี้มาจากการที่สมาชิกในวงได้ทำของที่ระลึกเช่นเสื้อวง หรือการผลิตซีดีเพลงของวงมาจัดจำหน่ายเองตามสถานที่จัดคอนเสิร์ตที่ทางวงได้ไปแสดงโชว์หรือตามงานอีเวนต์คอนเสิร์ต

“...ก็เวลาพวกเราไปเล่นเราจะเอาซีดีวงเราไปด้วย...ขายแผ่นละ 300 บาท...”

(ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“...พวกอินดี้อะเขาก็ต้องหารายได้จากการขายเสื้อวง ไรท์ซีดีเพลงตัวเอง มาขายมีที่เพลงก็ใส่ไปอย่างวงเรากำลังทำอัลบั้มกันอยู่มีลิขสิทธิ์เพลงแต่ยังไม่เสร็จ ถ้าเสร็จก็เอาไปขายตามงานคอนเสิร์ตเหมือนกัน...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

สรุปรายได้จากการขายของที่ระลึกและซีดีเป็นรายได้รองจากการแสดงสดของศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายเล็ก ซึ่งเป็นช่องสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคของศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายเล็กที่ยังคงทำอยู่

เนื่องจากผู้วิจัยได้นิยามค่ายเพลงขนาดเล็กไว้ว่ามีการดำเนินธุรกิจที่ครบวงจรหรือไม่ครบวงจรการผลิตก็ได้ มีศิลปินน้อยมีทั้งมีการร่างสัญญาว่าจ้างและไม่มี มีการจดทะเบียนบริษัทหรือไม่มีการทกทะเบียนบริษัทที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งโครงสร้างรายได้ของศิลปินเพลงไทยสากลค่ายเพลงขนาดเล็กมีดังนี้ เริ่มจากสัญญาว่าจ้างในกรณีที่มีการทำสัญญาว่าจ้างนั้นส่วนใหญ่แล้วสัญญาว่าจ้างมีความยืดหยุ่นในการแบ่งส่วนแบ่งจากช่องทางรายได้ต่างและกฎข้อบังคับต่างที่ศิลปินสามารถรับงานเองได้โดยไม่ต้องงานการอนุมัติจากค่ายเพลง ดังนั้นผลสรุปจึงออกมาว่า รายได้หลักของศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายเพลงขนาดเล็กนั้น ก็ยังคงมาจากงานแสดงคอนเสิร์ตที่เช่นเดียวกับศิลปินทางค่ายเพลงขนาดใหญ่แต่งงานอาจจะน้อยกว่าเนื่องจากตัวศิลปินเพลงมีความนิยมในตลาดน้อย โดยศิลปินเพลงบางคนให้สัมภาษณ์ “แฟนเพลงวงของเราเป็น Nish market” ซึ่งเป็นกลุ่มคนฟังเฉพาะกลุ่มที่ชื่นชอบในแนวเพลงของวงนั้นหรือศิลปินคนนั้นๆ จริงๆ ส่วนรายได้ที่ได้รองลงมาเป็นรายได้ที่มาจากการขาย CD เพลง หรือค่าลิขสิทธิ์จาก Youtube ซึ่งรายได้นั้นก็ขึ้นอยู่กับความนิยมในตัวศิลปินเพลงเอง ศิลปินบางคนสามารถทำรายได้เป็นกอบเป็นกำจากช่องทางนี้ก็เช่นกัน ศิลปินบางท่านที่ไม่มีสังกัดค่ายใดๆ ก็สามารถสร้างรายได้จากช่องทางนี้ได้เหมือนกัน

4.1.3.3 รายได้ทางอ้อมของศิลปินเพลงไทยสากล รายได้ทางอ้อมของศิลปินเพลงไทยสากลปัจจุบันนั้นมาจากความสามารถของศิลปินเพลงเองที่มีส่วนร่วมในการแต่งเพลงให้กับศิลปินคนอื่นหรือวงอื่นหรือเป็นรายได้จากการขายของเช่นซีดีเพลงหรือเสื้อวงต่างๆ และรายได้

จากช่องทางYoutube ซึ่งมีความแตกต่างกัน ไปของแต่ละศิลปินเพลงว่าจะสร้างรายได้ทางอ้อมได้มากน้อยแค่ไหน โดยศิลปินเพลงได้ให้สัมภาษณ์ไว้ดังนี้

“...ก็อย่างเวลาเราไปเล่นคอนเสิร์ตที่เราก็จะเอา CD ไปขายด้วยเราขายแผ่นละสามร้อย...” (ผู้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“...ก็ถ้าผมมีส่วนร่วมในการทำเพลงอื่นๆ ผมก็ได้มากกว่าคนอื่นเพราะมันเป็นค่าลิขสิทธิ์ที่เพิ่มเข้ามา...” (ผู้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“...เมื่อก่อนเขายังไม่จ่ายให้นักแต่งเพลงหรืออะไรพวกนี้นะ เขาเพิ่งมาจ่ายให้หลังๆ นี้เอง...ตอนนี้พอมองว่า Youtube เป็นรายได้อันดับหนึ่งเลย” (ผู้สัมภาษณ์คนที่ 3)

4.2 ผลวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาของศิลปินเพลงไทยสากล

จากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมเพลงในปัจจุบันที่ความต้องการในการฟังเพลงอยู่ในมือของผู้บริโภคซึ่งผู้บริโภคมีอำนาจในการตัดสินใจที่จะฟังเพลงได้หลายๆ เพลงเวลาไหนก็ได้เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา แต่ปัจจัยการผลิตเพลงที่สำคัญและอยู่ในอันดับแรกคือความคิดสร้างสรรค์ของศิลปินเพลง ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้มีการเปลี่ยนแปลงหรือสิ่งที่จะต้องพัฒนาเพิ่มมีอะไรบ้างได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indept-Interviwe) จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้านการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา สามารถแบ่งออกได้เป็นสองประเด็น 1) การพัฒนาทางด้านความสามารถทางด้านดนตรี 2) การพัฒนาความสามารถทางด้านโปรดักชั่น ซึ่งผู้วิจัยขอรวมไว้ด้วยกันเพราะเป็นเนื้อหาเดียวกัน

4.2.1 การพัฒนาความสามารถทางด้านดนตรีและโปรดักชั่น

การพัฒนาความสามารถทางด้านดนตรีคือการฝึกฝนเครื่องดนตรีหลักของตัวเองให้เก่งและเข้าใจลักษณะธรรมชาติของเครื่องตัวเองให้ดีและการเล่นเครื่องดนตรีอื่นๆ ที่ไม่ใช่เครื่องหลักของศิลปินเพลงเองเพื่อศึกษาทำความเข้าใจเอกลักษณ์ต่อเครื่องดนตรีนั้นๆ และการศึกษาบทเพลงจากศิลปินชั้นนำต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศโดยการวิเคราะห์บทเพลงในทางทฤษฎีดนตรีและเสียงประสานเพื่อศึกษากระบวนการทำงานของศิลปินเพลงนั้นๆ เพื่อเป็นการนำมาพัฒนาต่อยอดในผลงานของตัวเอง ส่วนความสามารถด้านโปรดักชั่นในการทำเพลงสามารถแบ่งออกได้หลายอย่างเช่นการทำรีโปรดักชั่นในงานเพลงเช่นกระบวนการในการอัดเพลงเป็นและการทำโพสโปรดักชั่นเช่นการมิกซ์เสียงและมาสเตอร์ริงเพลง โดยผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวไว้ในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...วง Radio Head แม่งเป็นวงที่น่าศึกษาตั้งแต่วิธีการทำดนตรียันวิธีการทำงานของแม่งอะ...เราต้องฟังเพลงเยอะๆ ก็เหมือนตอนเราเรียนอะ...เราต้องศึกษาเพลงของเขาเยอะๆ ไม่ใช่ฟังแค่ผ่านๆ เราอาจจะต้องไปแกะมันบ้างคือพยายามแกะมันอะไม่งั้นเราก็ไม่มี know how” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“...อย่างแรกเลยนะมึงฝึกเครื่องดนตรีตัวเองให้เก่งไปเลยเว้ย...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“...ต้องทำเป็นหลายๆอย่างแหละ มีความรู้เรื่องเทคโนโลยีดนตรีหรือทำวิดีโอ...ตัดต่อได้ก็อาจประสบความสำเร็จ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

จากการสัมภาษณ์ดังกล่าวสรุปได้ว่าการเปลี่ยนแปลงอีกครั้งในวงการเพลงครั้งนี้ศิลปินเพลงไทยสากลให้ความเห็นตรงกันว่าเราควรปรับตัวตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปและต้องเพิ่มเติมความสามารถด้านอื่นๆ อีก เช่น ความสามารถทางดนตรีและความสามารถทางด้านโปรดักชั่นเพลง

4.3 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบในมุมมองตัวศิลปินเพลงไทยสากล

ผลวิเคราะห์ผลกระทบจากการเปลี่ยนผ่านการฟังเพลงไปสู่ระบบ Streaming นั้นได้สร้างผลกระทบในด้านต่างๆ ต่อตัวศิลปินเพลงไทยสากลในด้านต่างๆ โดยผู้วิจัยได้แบ่งเป็นผลกระทบที่ดีและผลกระทบที่ไม่ดีในมุมมองของศิลปินเพลงไทยสากลผู้วิจัยได้เซทคำถามเป็นมุมมองทั่วๆ ไปต่อการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบด้านที่ดีและผลกระทบด้านที่ไม่ดีในมุมมองของศิลปินเพลงเอง

4.3.1 ผลกระทบด้านบวก

ผลกระทบด้านบวกผู้ให้สัมภาษณ์ให้การสัมภาษณ์เป็นไปในทางเดียวกันว่าทำให้ผู้บริโภคมีช่องทางในการฟังเพลงเพิ่มขึ้น ศิลปินเองก็มีช่องทางในการโปรโมทผลงานของตัวเองรายได้จากค่าลิขสิทธิ์ที่เพิ่มขึ้นแต่ถึงแม้จะไม่ได้ลงรายละเอียดว่าได้จากช่องทางมากน้อยแค่ไหนแต่ก็นำมาซึ่งช่องทางรายได้จากค่าลิขสิทธิ์ที่เพิ่มมากขึ้น

“...ก็มีช่องทางในการโปรโมทมากขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น...” (ผู้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“...คนฟังหาเพลงฟังง่ายขึ้น ง่ายกว่าเมื่อก่อน...” (ผู้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“...คนหาเพลงเราฟังง่ายขึ้นได้ค่าเผยแพร่ก็คือค่าลิขสิทธิ์ที่เพิ่มขึ้น...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

จากการสัมภาษณ์ถึงผลกระทบในด้านที่ดีในมุมมองศิลปินเพลงไทยสากลพบว่า มีสองประเด็นหลักๆ คือ 1) ตัวศิลปินเองมีช่องทางโปรโมทผลงานเพิ่มขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น 2) ทำให้ผู้บริโภคหาเพลงฟังง่ายขึ้นกว่าเมื่อก่อนที่ต้องไปหาซื้อซีดีเพลงมาฟัง

4.3.2 ผลกระทบด้านลบ

ผลกระทบด้านลบในมุมมองของศิลปินเพลงไทยสากลได้ให้ความเห็นไปในทางเดียวกันว่า ความจงรักภักดีต่อวงนั้นๆ ลดลง เนื่องจากผู้บริโภคมีตัวเลือกมากขึ้นพฤติกรรมการฟังเพลงที่เปลี่ยนไป ที่ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนไปฟังเพลงของศิลปินไหนก็ได้เมื่อไหร่ก็ได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนั้นยังมีช่องทางที่สามารถฟังฟรีได้อีกเช่นกัน รายได้ในส่วนนี้จึงสังเกตได้ว่าน้อยลงถึงแม้จะมีผู้ฟังเพิ่มขึ้น ต่อปีในจำนวนที่สูงส่วนทางรายได้ที่ศิลปินควรได้

“...Loyalty ต่อวงมันลดลง ได้มาง่ายก็ทิ้งง่าย...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“...เราไม่มีตัวเลือกถึงไม่มี Streaming คนก็หันไปฟังฟรีอยู่ดี...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“...เมื่อมันจับต้องได้ง่ายขึ้นเพลงก็ดูมีค่าน้อยลง...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

จากการสัมภาษณ์ถึงผลกระทบด้านที่ไม่ดีในมุมมองของศิลปินพบว่าส่วนใหญ่ให้ความเห็นเรื่องคุณค่าต่อผลงาน ความจงรักภักดีต่อศิลปินเพลงที่ลดน้อยถอยลง เนื่องจากศิลปินไม่มีทางเลือกมากนักต้องปรับตัวไปตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

บทที่ 5

สรุปผล การอภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องศิลปินเพลงไทยสากลในยุค Music Streaming โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 1) เพื่อศึกษาโครงสร้างรายได้ของศิลปินเพลงไทยสากล 2) ผลกระทบต่อศิลปินเพลงไทยสากลในด้านบวกและด้านลบ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลงานและเพื่อเป็นกรณีศึกษาต่อไป โดยผลสรุปและการอภิปรายผลผู้วิจัยของจำแนกออกเป็นข้อดังนี้ 1) โครงสร้างรายได้ของศิลปินเพลงไทยสากลในปัจจุบัน โดยแบ่งเป็นรายได้หลักของศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายใหญ่และค่ายเล็ก 2) การเปลี่ยนแปลงและพัฒนา 3) ผลกระทบด้านต่างๆ ในมุมมองของศิลปินเพลงเอง ผู้วิจัยได้สรุปผลงานวิจัย รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ ได้ดังนี้

1. สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)
2. การอภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย
4. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

1. โครงสร้างรายได้ของศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายใหญ่ในปัจจุบันผลสรุปจากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์จากผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นศิลปินเพลงจากค่ายใหญ่นั้นผลปรากฏว่ารายได้ส่วนใหญ่มาจาก 1) งานแสดงดนตรีสด 2) รายได้จากคำลิขสิทธิ์ 3) รายได้จากช่องทางดิจิทัล
2. โครงสร้างรายได้ศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายเล็กในปัจจุบันผลสรุปจากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์จากผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นศิลปินเพลงจากค่ายเล็กนั้น ผลปรากฏว่ารายได้หลักส่วนใหญ่มาจาก 1) งานแสดงดนตรีสด 2) รายได้จากขายซีดีเพลง
3. รายได้ทางอ้อมของศิลปินเพลงจากทั้งค่ายเล็กและค่ายใหญ่นั้นมาจากสองช่องทางหลักคือ 1) รายได้จากความสามารถทางด้านดนตรีเช่นการแต่งเพลงหรือเรียบเรียงทำนองและเสียงประสานให้กับศิลปินเพลงคนอื่น ศิลปินเพลงจะได้รายได้จากคำลิขสิทธิ์เพิ่มขึ้น 2) ช่องทางจากเว็บไซต์ Youtube
4. ผลกระทบด้านต่างๆ ในมุมมองของศิลปินเพลงเอง จากบทสัมภาษณ์ศิลปินเพลงไทยสากลทั้งจากค่ายใหญ่และค่ายเล็กให้มุมมองด้านผลกระทบด้านต่างไปในมุมมองที่คล้ายกัน โดยผู้วิจัย

ได้แบ่งออกเป็นหัวข้อดังนี้ 1) ความคิดเห็นทั่วไปต่อการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ 2) ผลกระทบด้านที่ดี 3) ผลกระทบด้านที่ไม่ดี ผลสรุปนั้นออกมาเป็นดังนี้

5. การเปลี่ยนแปลงและพัฒนา ภาพรวมศิลปินเพลงส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าศิลปินเองนั้น ต้องมีการปรับตัวตามเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ยังเพิ่มเติมว่าศิลปินเพลงควรมีการพัฒนาตนเอง ต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ผู้วิจัยได้แบ่งออกมาดังนี้ 1) การพัฒนาความสามารถทางด้านดนตรี 2) ความสามารถทางด้านการทำโปรดัคชั่น โดยการพัฒนาความสามารถทางด้านดนตรีนั้นหมายถึงการฝึกซ้อมเครื่องหลักของตัวเองให้มากยิ่งขึ้นหรือการฝึกเล่นเครื่องอื่นๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กว้างมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงการฟังเพลง และศึกษาผลงานชิ้นต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศถึงแนวคิดและการทำงานเพลงของศิลปินเพลงที่เราสนใจทั้งในและต่างประเทศ โดยการพัฒนาความสามารถด้านการทำโปรดัคชั่นเช่น การเรียนรู้ระบบการผสมเสียง (Mixing) ระบบการอัดเพลง (Audio recording) การถ่ายวิดีโอ (VDO Production) ทั้งนี้ทั้งนั้นเพื่อเป็นการลดต้นทุนการทำเพลงในแต่ละเพลงให้ถูกลง และยังเป็น การเพิ่มรายได้เสริมให้กับตัวศิลปินอีกทางหนึ่งเช่นกัน

6. ผลกระทบด้านบวก สามารถสรุปผลกระทบด้านที่ดีในมุมมองของศิลปินเพลงไทย สากลได้ว่า เทคโนโลยีที่ดีขึ้นทำให้ศิลปินเพลงหรือค่ายมีช่องทางโปรโมทสินค้าเพลงได้มากขึ้นผ่านทาง social media ต่างๆ และตรงเฉพาะกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น รวมไปถึงแฟนเพลงสามารถเข้าถึงเพลงของศิลปินได้ง่ายขึ้นกว่าเมื่อก่อนมากไปกว่านั้นรายได้จากช่องทางที่มาจากการเปลี่ยนแปลงเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

7. ผลกระทบด้านลบ สามารถสรุปผลกระทบด้านที่ไม่ดีในมุมมองของศิลปินเพลงไทย สากลได้ว่า Loyalty หรือความจงรักภักดีต่อตัวศิลปินเพลงหรือวงดนตรีนั้นลดน้อยถอยลง เนื่องจากการฟังเพลงในปัจจุบันนั้นง่ายกว่าเมื่อก่อนมากทำให้ผู้บริโภคลดความผูกพันต่อวงดนตรีหรือศิลปินต่างลดลงจากเมื่อก่อนที่ต้องรอคอยฟังผลงานของศิลปินเพลงไทยสากล ผู้บริโภคมีทางเลือกเยอะขึ้น มีทั้งฟังเพลงฟรีและเสียค่าบริการ ผู้บริโภคสามารถเลือกช่องทางเองได้หมด ถือได้ว่าความต้องการของผู้บริโภคในอุตสาหกรรมดนตรีในปัจจุบันนั้นขึ้นอยู่ในมือของผู้บริโภคทั้งหมด ต่างจากสมัยก่อนที่ค่ายเพลงต่างกุมความต้องการของผู้บริโภคไว้ที่ค่ายเพลงทำให้ทั้งค่ายเพลงต่างๆ ทั้งใหญ่และเล็กต้องปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ ศิลปินก็ต้องปรับตัวจากสัดส่วนรายได้ที่เปลี่ยนที่เมื่อก่อนสามารถได้รายได้ เป็นกอบเป็นกำจากการขายซีดีและเทป ตอนนี้ได้เปลี่ยนไปหมดแล้ว รายได้ที่ลดลงดังนั้นศิลปินเพลงต้องปรับตัวให้ตัวเองมีความสามารถเพิ่มขึ้นเพื่อหารายได้จากช่องทางอื่นที่เกี่ยวกับดนตรีอื่นๆ

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษา ศิลปินเพลงไทยสากลในยุค Music Streaming โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา โครงสร้างรายได้ของศิลปินเพลงไทยสากลในปัจจุบันและเพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาของศิลปิน เพลงไทยสากล เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) และใช้เครื่องมือในการทำวิจัยโดยการศึกษา ข้อมูลทุติยภูมิร่วมด้วยกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผลที่ได้รับผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น สองส่วนตามวัตถุประสงค์ในงานวิจัยดังนี้

1. โครงสร้างรายได้ของศิลปินในปัจจุบันจากค่ายใหญ่รายได้หลักแบ่งออกได้ 3 ประเภท ดังนี้ 1) รายได้จากงานแสดงคอนเสิร์ต 2) รายได้จากลิขสิทธิ์เพลง 3) รายได้จากช่องทางดิจิทัล ซึ่ง สอดคล้องกับข้อมูลทุติยภูมิทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเนื่องจากระบบ Streaming ที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ใน ขณะนี้ได้เข้ามาในประเทศไทยได้ไม่นานข้อมูลในส่วนนี้ส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการเปิดเผยถึงจำนวน รายได้ที่ศิลปินเพลงได้รับและในสัมภาษณ์ศิลปินเพลงไม่สามารถรับทราบได้ว่ารายได้จากการ streaming เพลงมาจากรายได้ในส่วนของคุณลิขิตลิขสิทธิ์เพลงส่วนไหน ทั้งยังได้ไม่เท่ากันในแต่ละเดือนทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับความนิยมของตัวเพลงเองก็ดีและความนิยมในตัวศิลปินเพลงเองก็ดี ดังนั้นรายได้หลักที่รองลงมา จากงานแสดงสดยังคงเป็นรายได้จากค่าลิขสิทธิ์เพลง ส่วนรายได้จากช่องทางดิจิทัลจากการดาวโหลด เพลงกลับลดลงเนื่องจากมีบริการแบบ Streaming เข้ามาที่เสียค่าบริการน้อยกว่าและบางเจ้าให้ฟังฟรี แลกกับการมีโฆษณาขึ้นบวกกับจำนวนเพลงหลายล้านเพลงจึงทำให้รายได้จากช่องทางดิจิทัลลดลง แต่ก็ยังอยู่ในอันดับที่สาม

โครงสร้างรายได้ของศิลปินเพลงไทยสากลจากค่ายเล็กรายได้หลักได้แบ่งออกได้ดังนี้ 1) รายได้จากงานแสดงสด 2) รายได้จากการขายซีดี ทั้งนี้ก็เพราะว่าศิลปินค่ายเล็กบางค่ายไม่ได้มี การดูแลลิขสิทธิ์เพลงของศิลปินในสังกัดอย่างเป็นระบบเหมือนของค่ายใหญ่ที่ต้องแลกมากับสัญญา ที่ระบุว่าค่ายจะเป็นผู้ดูแลลิขสิทธิ์เพลงอายุสัญญานั้นแล้วแต่ตกลงกันระหว่างค่ายเพลงและศิลปินเพลง ตอนทำสัญญา โดยสัญญาจากค่ายเพลงขนาดเล็กยังมีความยืดหยุ่นสูงบางค่ายไม่มีสัญญาด้วยซ้ำที่ สามารถตกลงกันได้ง่ายกว่าของค่ายใหญ่ โดยศิลปินเพลงได้ลิขสิทธิ์เพลงไปโดยอัตโนมัติตามกฎหมาย ว่าด้วยเรื่องลิขสิทธิ์เพลงที่จะคุ้มครองตั้งแต่ผลิตผลงานออกมาคุ้มครอง ไปจนถึง 50 ปี หลังจากที่ ศิลปินเพลงนั้นเสียชีวิตไปแล้วสิทธิทุกอย่างอยู่ที่ศิลปินเองถึงแม้ว่าจะมีการนำเผยแพร่ตามช่องทาง ดิจิทัลต่างๆ ในปัจจุบันก็ยังคงไม่ได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคหม่มากถึงทำให้มีรายได้จากช่องทาง ดิจิทัลน้อยมากบางครั้งแทบจะไม่ได้เลยก็มี

2. รายได้รองศิลปินเพลงจะมีรายได้รองมาจากช่องทางเว็บไซต์ Youtube และช่องทาง ลิขสิทธิ์ที่เพิ่มขึ้นถ้าศิลปินเพลงนั้นมีความสามารถในการทำเนื้อร้อง การทำนอง การเรียบเรียงเสียง

ประสาน และการบันทึกเสียง ก็จะมีรายได้จากตรงนี้เข้ามาตลอดถือว่าเป็นรายได้จากลิขสิทธิ์การเผยแพร่ อีกอย่างหนึ่ง

3. แนวทางในการพัฒนานั้นมีสองส่วนหลักๆดังนี้ 1.การพัฒนาความสามารถทางด้านดนตรีไม่ว่าจะเป็นการฝึกซ้อมอย่างสม่ำเสมอและการการศึกษาหรือเล่นเครื่องดนตรีชนิดอื่นเพื่อพัฒนาขีดความสามารถของตนเองต่อไป 2.ความสามารถทางด้านการทำโปรดักชั่นเช่น การผสมเสียง (Mixing) การบันทึกเสียง (Recording) การทำมาสเตอร์ริง (Mastering) ทั้งนี้ทั้งนั้นเพื่อเป็นการลดต้นทุนทางด้านดนตรีทั้งยังได้ลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียงเพิ่มขึ้นด้วย นับเป็นช่องทางรายได้รองอีกทางหนึ่ง

5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยผู้วิจัยได้แบ่งข้อเสนอตามลำดับดังนี้

1. ข้อเสนอทางการพัฒนาและการปรับตัวในยุคที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยีนั้นเปรียบเสมือนดาบสองคมที่มีทั้งด้านดีและไม่ดีแต่จุดประสงค์ของเทคโนโลยีโดยหลักการแล้วเพื่อพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแต่ในขณะเดียวกันก็อาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนบางสิ่งเพื่อการอยู่รอดของธุรกิจและการดำเนินชีวิตในฐานะศิลปินเพลงนั้น ต้องมีการปรับตัวเริ่มจากการมีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีมีความกระตือรือร้นที่ศึกษาและนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทปัจจุบันให้มากที่สุดเพราะสุดท้ายแล้วถึงแม้ว่าเพลงจะหาฟังง่ายมากขึ้นความจงรักภักดีต่อตัวศิลปินน้อยลงหรือแม้แต่ยอดขายของสินค้าเพลงต่างๆ จะหายไปแต่สุดท้ายแล้วมนุษย์ยังคงต้องการฟังเพลงเพื่อว่าสุนทรีย์ภาพ ดังที่ “ชนใดไม่มีดนตรีการ ในสันดานเป็นคนชอบกลนัก” (รัชกาลที่ 6 กล่าวไว้ในยุคสมัยรัชกาล) นอกจากนั้นการพัฒนาฝีมือทางด้านดนตรีในหลายๆ ด้านก็จะเป็นประโยชน์ต่อศิลปินเพลงเอง การฟังและศึกษาผลงานที่เป็นที่ยอมรับในอดีตและปัจจุบันก็สามารถช่วยเรื่อง ไอเดียการประพันธ์เพลงได้เช่นกัน การศึกษารูปแบบการตลาดของศิลปินต่างประเทศในการ โปรโมทสินค้าก็เป็นเรื่องที่น่าสนใจเช่นกัน

2. ข้อเสนอทางการตลาด ผู้วิจัยขอเสนอหรือขอแนะนำให้กับศิลปินเพลงไทยสากลที่อยู่ในสังกัดค่ายเล็ก เพราะศิลปินเพลงในค่ายใหญ่ได้มีการทำการตลาดอย่างเต็มรูปแบบทั้งยังมีช่องทางการโปรโมทของตัวเองอีกด้วย ซึ่งข้อเสนอแนะต่อศิลปินเพลงค่ายเล็กควรมีประโยชน์มากกว่าดังนี้

- เรื่องการควบคุมต้นทุนการผลิต ศิลปินเพลงควรมีการควบคุมต้นทุนการผลิตเพลงให้แต่ละเพลงเพื่อลดต้นทุนแต่ทั้งนี้ทั้งนั้นคุณภาพควรเป็นมาตรฐานด้วย เช่นการพัฒนาความสามารถทางด้านโปรดักชั่น เช่น การอัดเสียงการมิกซ์เพลงการทำมาสเตอร์ริง รวมไปถึงการฝึกเครื่องดนตรีชนิดอื่นๆ

- การศึกษาพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายของแนวเพลงที่ศิลปินเพลงสนใจเพื่อเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปสู่กระบวนการสร้างการรับรู้ต่อกลุ่มเป้าหมายและโปรโมทเพลงให้ได้ตรงจุดมากที่สุดก็จะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักเรามากขึ้นไปในทางเดียวกัน
- การมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน โดยรวมแล้วหมายถึงมีการประพันธ์แนวดนตรีที่เป็นเอกลักษณ์เนื้อร้องที่เข้าใจได้ง่าย ก็เป็นส่วนช่วยในการสร้าง Branding ให้กับตัวศิลปินเพลงเอง ดังนั้นสรุปโดยรวมนอกจากการพัฒนาทางด้านความสามารถดนตรีแล้วแนวคิดทางการตลาดก็เป็นส่วนสำคัญหรืออาจจะเป็นส่วนช่วยที่ทำให้ศิลปินเพลงประสบความสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอในการทำวิจัยครั้งต่อไปนั้นผู้วิจัยคิดว่ากลุ่มเป้าหมายยังไม่ครอบคลุมทุกมุมมอง เพราะการทำวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายไปที่ตัวศิลปินเพลงไทยสากลที่อยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากขึ้นกลุ่มเป้าหมายที่สัมภาษณ์ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรครอบคลุมมากกว่านี้ ผู้วิจัยได้แบ่งเป็นข้อไว้ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายที่สัมภาษณ์ควรมีการสัมภาษณ์ผู้ที่ทำงานอยู่ในค่ายเพลงในฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับตัวศิลปินเพลงเพื่อให้ได้มุมมองหรือบทสัมภาษณ์ที่ชัดเจนมากขึ้นเพราะในงานวิจัยนี้มีอุปสรรคในเรื่องกฎข้อบังคับหลายๆ อย่างที่ศิลปินไม่อาจให้สัมภาษณ์ได้เนื่องจากผิดกฎของทางค่ายเพลง
2. กลุ่มเป้าหมายที่อยู่นอกเหนือจากในกรุงเทพมหานคร เพราะเนื่องจากมีค่ายเพลงเกิดขึ้นใหม่มากมายและหลายๆ ค่ายที่อยู่ต่างจังหวัดก็มีศิลปินเพลงที่มีความนิยมสูงมากๆ อยู่เช่นกัน
3. กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ให้บริการ Music Streaming ก็จะได้รายละเอียดที่ชัดเจนเรื่องส่วนแบ่งรายได้ที่ชัดเจน

บรรณานุกรม

- ฉวรา พิไชยแพทย์. (2553). การปรับกระบวนการทัศน์ของอุตสาหกรรมเพลงในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มติชนทีวี. (2558). ศิลปินแกรมมี่ มีคลิปในยูทูปยอดวิวทะลุ 100 ล้าน ได้รับส่วนแบ่งรายได้จากคลิปหรือไม่? สืบค้นจาก https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1429522909.
- บุญญฤทธิ์ บัวจำ. (2559). ส่วนแบ่งลิขสิทธิ์เพลงยุค “ดิจิทัล” ถูกจัดสรรอย่างไร? ถึงมือผู้สร้างผลงานมากน้อยแค่ไหน?. สืบค้นจาก https://www.matichonweekly.com/column/article_7796
- ประสิทธิ์ ตงยิ่งศิริ. (2542). การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ: การบริหาร โครงการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- พัชชา พูนพิริยะ. (2560). เคยสงสัยกันไหม? ศิลปินที่เรารักได้เงินเท่าไรจากบริการสตรีมมิงมิวสิก. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/culture-music-how-much-do-artists-earn-from-streaming-music/>.
- ไพรินทร์ ไกรสรานนท์ และ ดวงจันทร์ วรคามิน. (2548). โครงสร้างการผลิตและพฤติกรรมการแข่งขันของเพลงไทยสากล. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วัฒน์ พานิชกุล. (2545). ค่าเช่าเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมเพลง: กรณีศึกษาระหว่างค่ายเพลงกับนักร้อง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริไล ชูวิจิตร (2549). การวิเคราะห์การใช้ภาษาในเพลงไทยสากลของบริษัท อาร์.เอส. โปร โมชั่น 1992 จำกัด ช่วงปี พ.ศ. 2542-2546. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุกรี เจริญสุข. (2538). คนตรีวิจารณ์. กรุงเทพฯ: Dr. Sax.
- อวิศดา กานต์ ภูมิ. (2555). การแสดงภาพลักษณ์สตรีในบทเพลงไทยสากล: กรณีศึกษาบทเพลงที่ขับร้องโดย ชนพร แวกประยูร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อำนาจ วงษ์พานิช. (2549). การศึกษาผลกระทบทางสังคม อันเนื่องมาจากโครงการก่อสร้างท่อส่งก๊าซธรรมชาติที่มีผลต่อประชาชนตามแนววางท่อส่งก๊าซธรรมชาติ: กรณีศึกษาในพื้นที่อำเภอพานทองและอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Bundgaard, Tycen & Karlsson, Axel & Lau, Alan & Pereira, Andrew. (2016). *The beat of progress: The rise of music streaming in Asia*. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/media%20and%20entertainment/our%20insights/digital%20musics%20asian%20beat/the-beat-of-progress-the-rise-of-music-streaming-in-asia.ashx>
- Christensen, Clayton. (1997). *The Innovators Dilemma*. Retrieved from <http://www.claytonchristensen.com/key-concepts/>.
- Crawford, Erin. (2017). *2017 Year-End Music Report U.S.* Retrieved from <http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/reports-downloads/2018-reports/2017-year-end-music-report-us.pdf>
- Thomas R. Dye. (1982). Understanding Public Policy อ้างใน ผลกระทบของบ่อนการพนันบริเวณชายแดน ไทย-กัมพูชา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.



ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์ศิลปินเพลงไทยสากล

1. อธิบายถึงโครงสร้างรายได้ของศิลปินเพลงไทยสากล
2. คิดอย่างไรกับการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้และต้องพัฒนาอย่างไร
3. อธิบายผลกระทบด้านบวกในมุมมองของท่าน
4. อธิบายผลกระทบด้านลบในมุมมองของท่าน

