

บทที่ 3

สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมซีดีเพลงและการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลง

ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งบทที่ 3 ออกเป็น 5 ส่วนที่สำคัญได้แก่ ส่วนที่หนึ่งอธิบายถึงหน่วยธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลง ส่วนที่สองอธิบายถึงลักษณะของซีดีเพลง ส่วนที่สามอธิบายถึงอุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมซีดีเพลงของหน่วยธุรกิจรายใหม่ของประเทศไทยในปัจจุบัน ส่วนที่สี่อธิบายถึงปฏิกริยาตอบโต้ระหว่างหน่วยธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลงของประเทศไทยในปัจจุบัน และส่วนที่ห้าอธิบายถึงการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลง โดยมีรายละเอียดเนื้อหาในแต่ละส่วนดังต่อไปนี้

หน่วยธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลง

ในส่วนนี้จะทำการอธิบายถึงหน่วยธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลง โดยที่จะทำการอธิบายทั้งหน่วยธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลงของแท้และซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. หน่วยธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลงของแท้

สำหรับหน่วยธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลงของแท้ จากการศึกษาพบว่าสามารถแบ่งกลุ่มของหน่วยธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลงของแท้ได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ โดยที่กลุ่มที่ 1 คือ หน่วยธุรกิจที่อยู่ในกลุ่มการสร้างสรรค์ผลงานเพลง ส่วนกลุ่มที่ 2 คือ หน่วยธุรกิจที่อยู่ในกลุ่มการผลิตและการจัดจำหน่ายซีดีเพลงไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งรายละเอียดต่างๆมีดังต่อไปนี้

1.1 หน่วยธุรกิจที่อยู่ในกลุ่มการสร้างสรรค์ผลงานเพลง

โดยหน่วยธุรกิจที่อยู่ในกลุ่มนี้จะเป็นค่ายเพลงต่างๆที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งค่ายเพลงเหล่านี้มีหน้าที่เริ่มตั้งแต่การแต่งเนื้อร้องและทำนอง การอัดเสียงผ่านการเรียบเรียงเสียงประสาน รวมไปถึงกระบวนการถ่ายทำมิวสิควีดีโอและการตัดต่อภาพจนเป็นผลงานที่สมบูรณ์มีคุณภาพพร้อมที่จะนำไปผลิตเป็นมาสเตอร์เทปที่สมบูรณ์แบบ โดยที่ในปัจจุบันอุตสาหกรรมซีดีเพลงของแท้จะมีค่ายเพลงอยู่เป็นจำนวนมากที่เป็นสมาชิกของสมาคมสิ่งบันทึกเสียงไทย (TRIA) สมาชิกของสมาคมเทปและแผ่นเสียงไทย หรือไม่เป็นสมาชิกสมาคมใดๆเลย แต่มีเพียงค่ายเพลงของ 2

หน่วยธุรกิจเท่านั้นที่มีการแข่งขันกันอย่างเห็นได้ชัดเจน ซึ่งหน่วยธุรกิจดังกล่าวได้แก่ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) และบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

1.1.1 บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2526 โดยระยะแรกของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) จะดำเนินธุรกิจหลักในการสร้างสรรค์ผลงานเพลงและรายการทีวี ซึ่งจากความสำเร็จในธุรกิจดังกล่าว ทำให้บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ได้ขยายการดำเนินธุรกิจเข้าสู่ธุรกิจบันเทิงอื่นๆ ได้แก่ ภาพยนตร์, การบริหารศิลปิน, การรับจ้างจัดคอนเสิร์ต, ธุรกิจสื่อ รวมทั้งธุรกิจร้านค้าปลีกเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าต่างๆของบริษัทในเครือ ซึ่งการขยายธุรกิจดังกล่าวส่งผลให้บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจอย่างครบวงจร และเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมบันเทิงไทย โดยที่ในปี พ.ศ. 2537 บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด พร้อมกับเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนทั่วไปและเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในชื่อ บริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) และในปี พ.ศ. 2544 บริษัทได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) (แบบรายงาน 56-1 ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2550, 2550, น. 11) โดยที่เมื่อวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2552 บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) มีทุนจดทะเบียนทั้งหมด 530,556,100 บาท (“งบการเงินของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน),” 2543-2545)

1.1.2 บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2519 โดยใช้ชื่อว่า บริษัท โรสชาวด์ โดยทำธุรกิจตู้เพลงและอัดเพลงจากแผ่นเสียงลงเทปภายใต้ตรา “ดอกกุหลาบ” ต่อมาในปี พ.ศ. 2525 บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ได้ทำการเปลี่ยนธุรกิจมาเป็นบริษัทเพลงที่เน้นตลาดวัยรุ่น ภายใต้ชื่อ บริษัท อาร์.เอส.ชาวด์ จำกัด ต่อมาในปี พ.ศ. 2535 ได้มีการเปลี่ยนชื่อบริษัทอีกครั้งเป็น บริษัท อาร์.เอส. โปรโมชั่น 1992 จำกัด โดยที่ในปีดังกล่าวนี้เอง บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ได้ประกาศเปลี่ยนจุดยืนจากบริษัทเพลงมาเป็นบริษัทบันเทิงครบวงจร โดยที่นอกจากผลงานอัลบั้มเพลงซึ่งเป็นธุรกิจหลักแล้ว บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ยังได้รุกเข้าสู่ธุรกิจบันเทิงในสายงานอื่นๆอย่างครบวงจรไม่ว่าจะเป็นรายการวิทยุ, รายการโทรทัศน์, ละครโทรทัศน์ รวมทั้งภาพยนตร์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2546 บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยภายใต้ชื่อย่อ “RS” และในปี พ.ศ. 2549 ได้ทำการเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะการประกอบธุรกิจ (“อย่างก้าวของอาร์เอส,” ม.ป.ป.) โดยที่เมื่อวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2552 บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) มีทุนจด

ทะเบียนทั้งหมด 900,000,000 บาท (“งบการเงินของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน),” 2543-2545)

1.2 หน่วยธุรกิจที่อยู่ในกลุ่มการผลิตและการจัดจำหน่ายซีดีเพลงไปสู่ผู้บริโภค

หลังจากที่ได้มาสเตอร์เทปที่สมบูรณ์แบบ ค่ายเพลงจะส่งมาสเตอร์เทปที่สมบูรณ์ไปทำการผลิต โดยทำการส่งมอบสิทธิให้กับหน่วยธุรกิจที่ทำการผลิตนำไปผลิตเพลงออกมาในรูปแบบของเทป ซีดี และวีซีดี แต่เพียงผู้เดียว สำหรับ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) จะมีหน่วยธุรกิจในเครื่องที่ทำการผลิตเพลงออกมาในรูปแบบของเทป ซีดี และวีซีดี ซึ่งหน่วยธุรกิจดังกล่าวได้แก่ บริษัท เอ็มจีเอ จำกัด แต่สำหรับ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) จะไม่มีหน่วยธุรกิจในเครื่องที่ทำการผลิตเพลงออกมาในรูปแบบของเทป ซีดี และวีซีดี โดยที่ขั้นตอนดังกล่าวนี้ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) จะทำการว่าจ้างให้หน่วยธุรกิจภายนอกเครื่องขายทำการผลิตภายใต้การดูแลของ RS Music Distribution (เดิม คือ บริษัท เค.มาสเตอร์ จำกัด)

สำหรับในส่วนของงานการจัดจำหน่ายซีดีเพลงไปสู่ผู้บริโภค บริษัท เอ็มจีเอ จำกัด จะเป็นหน่วยธุรกิจที่ทำการจัดจำหน่ายไปสู่ตลาดให้แก่ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ส่วน RS Music Distribution จะเป็นหน่วยธุรกิจที่ทำการจัดจำหน่ายไปสู่ตลาดให้แก่ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) โดยที่สินค้าเพลงในรูปแบบของซีดีจะถูกจัดจำหน่ายผ่าน Modern Trade (Discount Store) และ Traditional Trade (ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก) ทั่วประเทศ ซึ่งหน่วยธุรกิจเหล่านี้จะทำหน้าที่จำหน่ายซีดีเพลงให้แก่ผู้บริโภค

2. หน่วยธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์

สำหรับหน่วยธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ จะไม่มีหน่วยธุรกิจที่อยู่ในกลุ่มการสร้างสรรคผลงานเพลงเนื่องจาก ซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ผลิตโดยนำซีดีเพลงของแท้มาทำการคัดลอกโดยตรง หรือทำการแปลงไฟล์เพลงของซีดีเพลงของแท้หลายๆอัลบั้มให้เป็นไฟล์ที่มีขนาดเล็กและนำเพลงที่ได้รับการแปลงไฟล์เหล่านั้น มารวมกันอยู่ในซีดีเพลงเพียงแผ่นเดียวซึ่งเรียกกันโดยทั่วไปว่าซีดีเพลง MP3 หรือทำการผลิตโดยนำซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์มาทำการคัดลอกอีกครั้ง ซึ่งจากรายงานของสำนักงานป้องปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาเมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 สามารถสรุปได้ว่า การผลิตซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์มีทั้งการผลิตทั้งในประเทศส่วนหนึ่ง และนำเข้ามาจากประเทศตามแนวชายแดนอีกส่วนหนึ่ง โดยที่การผลิตซีดี

เพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ในประเทศส่วนใหญ่จะใช้วิธีการไรท์แผ่น เพราะใช้เงินลงทุนที่ต่ำ หลบซ่อนแหล่งที่ใช้ในการผลิตได้ง่าย รวมทั้งยากต่อการจับกุม

ส่วนในการจัดจำหน่ายซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ไปสู่ผู้บริโภค สำนักงานป้องปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาได้แบ่งพื้นที่จำหน่ายสินค้าที่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาให้แก่ผู้บริโภคในประเทศไทยออกเป็น 3 ส่วนได้แก่ ส่วนที่ 1 คือพื้นที่ที่ต้องเฝ้าระวังพิเศษ ส่วนที่ 2 คือพื้นที่ที่ต้องเฝ้าระวัง และส่วนที่ 3 คือพื้นที่อื่นๆ ซึ่งมีรายละเอียดของพื้นที่ต่างๆดังต่อไปนี้

2.1 พื้นที่ที่ต้องเฝ้าระวังพิเศษ (พื้นที่สีแดง)

พื้นที่ที่ต้องเฝ้าระวังพิเศษหรือพื้นที่สีแดงนี้ เป็นพื้นที่ที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์มากที่สุดซึ่งอยู่ใน 8 จังหวัด 25 พื้นที่ของประเทศไทย ได้แก่

1. กรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1) ย่านการค้าคลองถม 2) สะพานเหล็ก 3) บ้านหม้อ 4) ย่านการค้าพัฒนพงษ์ 5) ถนนสีลม 6) ศูนย์การค้ามาบุญครอง 7) ริมถนนสุขุมวิทระหว่างซอย 3-19 8) ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า

2. จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ 1) ย่านการค้าไนท์พลาซ่า 2) ห้างคอมพิวเตอร์พลาซ่า 3) ไอคอน 4) ตลาดริมคำ

3. จังหวัดภูเก็ต ได้แก่ 1) หาดป่าตอง 2) หาดกะตะ 3) หาดกะรน

4. จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ อำเภอเกาะสมุย

5. จังหวัดชลบุรี ได้แก่ 1) หาดพัทยา 2) ตลาดนัดจตุจักรชลบุรี อำเภอศรีราชา 3) ห้างคอมพิวเตอร์พลาซ่า

6. จังหวัดสงขลา ได้แก่ 1) ตลาดสันติสุข 2) ตลาดกิมหยง 3) ตลาดยงดี 4) ตลาดนัด บ.ข.ส. ทั้งหมดอยู่ในอำเภอหาดใหญ่

7. จังหวัดกระบี่ ได้แก่ อ่าวนาง

8. จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ อำเภอหัวหิน

2.2 พื้นที่ที่ต้องเฝ้าระวัง (พื้นที่สีเหลือง)

พื้นที่ที่ต้องเฝ้าระวังหรือพื้นที่สีเหลือง จะอยู่ใน 6 จังหวัด 19 พื้นที่ของประเทศไทย ได้แก่

1. กรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1) ย่านการค้าจอมจิตต์ ลาดพร้าว 2) ย่านการค้าพาต้า ปิ่นเกล้า 3) ย่านการค้าฟอร์จูน 4) ย่านการค้าตลาดใหม่ดอนเมือง 5) ย่านการค้าตะวันนา 6) ย่านการค้าประตูน้ำ 7) เจ็ลิ่งพลาซ่า 8) ย่านการค้าถนนข้าวสาร 9) ย่านการค้าสะพานพุทธ

2. จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ศูนย์การค้าเซียร์รังสิต

3. จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ 1) บริเวณบึงกุ่มใหญ่ 2) บางศรีเมือง

4. จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ 1) ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ 2) ศูนย์การค้าไอทีมอลล์ 3) ย่านการค้าเซฟวัน 4) ศูนย์การค้าบิ๊กซี 5) ย่านการค้าไนท์บาร์ซ่า

5. จังหวัดขอนแก่น ได้แก่ ห้างไอเอซิส

6. จังหวัดราชบุรี ได้แก่ ตลาดนัดกำนันหลัก

2.3 พื้นที่อื่นๆ

เช่น พิวเจอร์ปาร์ครังสิต ตลาดนัดหลังการบินไทย เซ็นทรัลรามอินทรา แฟชั่นไอแลนด์ เดอะมอลล์งามวงศ์วาน บิ๊กซีวงศ์สว่าง ตลาดนัดหลังกระทรวงการคลัง เซ็นเตอร์วัน เซียร์รังสิต ตลาดโบ้เบ้ โบ้เบ้ทาวเวอร์ เซ็นทรัลลาดพร้าว บิ๊กซีลาดพร้าว เมเจอร์รัชโยธิน เดอะมอลล์บางกะปิ เดอะมอลล์รามคำแหง ย่านการค้าหน้าราม ตลาดสำเพ็ง ซอยละลายทรัพย์ บางลำภู ทานตะวันบาร์ซ่า ทำน่านนท์ สยามสแควร์ ตลาดปิ่น ตลาดบางกวย ทำน้ำศิริราช ตลาดนัดหน้าอสมท. อิมพีเรียลสำโรง ตลาดโรงเกลือ เป็นต้น

ลักษณะของซีดีเพลง

จากการศึกษาของ วัฒนีย์ พานิชกุล (2545, น. 14) กล่าวว่า สามารถจำแนกรูปแบบของเพลงในประเทศไทยออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ เพลงไทยลูกทุ่ง เพลงไทยสากล และเพลงสากล โดยที่

1. เพลงไทยลูกทุ่ง เป็นเพลงภาษาท้องถิ่นที่มีผู้ฟังเป็นจำนวนมากเพราะสามารถเข้าถึงผู้ฟังได้ทุกกลุ่มอายุและทุกกลุ่มอาชีพ เพลงไทยลูกทุ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นตามลำดับ โดยดูจากเดิมที่ใช้สื่อโฆษณาในวิทยุคลื่นเอเอ็ม (AM) ได้ขยายมาที่คลื่นเอฟเอ็ม (FM) และสื่อโทรทัศน์ โดยในปัจจุบันค่ายเพลงไทยสากลหลายค่ายหันมาทำเพลงไทยลูกทุ่งเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาด

2. เพลงไทยสากล เป็นเพลงร่วมสมัย ซึ่งเผชิญกับรสนิยมที่หลากหลายของผู้ฟัง ดังนั้นค่ายเพลงจึงมุ่งสร้างแนวเพลงให้มีความแตกต่างเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Target Market) ได้ทุกส่วนของตลาด

3. เพลงสากล เป็นเพลงภาษาต่างประเทศ มีผู้ฟังเฉพาะกลุ่ม และแนวเพลงถูกกำหนดโดยตลาดต่างประเทศ ค่ายเพลงของต่างประเทศที่เข้ามาทำตลาดในประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในฐานะผู้จัดจำหน่าย (Marketing Companies) เท่านั้น มิได้เข้ามาเป็นค่ายเพลง (Record Companies) เพื่อแข่งขันกับค่ายเพลงท้องถิ่น

จากแบบรายงาน 56-1 ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2550 (น. 42) ได้สรุปไว้ว่า ในปี พ.ศ. 2550 เมื่อนำเพลงไทยสากลมารวมกับเพลงไทยลูกทุ่งแล้ว จะ

สามารถคิดเป็นส่วนได้ประมาณร้อยละ 90 ของจำนวนเพลงทั้งหมด ส่วนเพลงสากลจะสามารถคิดเป็นส่วนได้ประมาณร้อยละ 10 ของจำนวนเพลงทั้งหมด โดยเพลงไทยสากลจะมีการพัฒนาแนวดนตรีอย่างหลากหลายและเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัย ในขณะที่แนวเพลงไทยลูกทุ่งจะไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงมากนัก ส่วนใหญ่มักเป็นการนำเนื้อร้องเพลงเก่าซึ่งเป็นอมตะมาเปลี่ยนทำนองดนตรีใหม่ให้ทันสมัยมากขึ้น หรือบางอัลบั้มก็มีการแต่งเนื้อร้องและทำนองเพลงใหม่

จากรูปแบบของเพลงทั้ง 3 รูปแบบดังกล่าวข้างต้น ผู้ทำการศึกษพบว่าเมื่อทำการเปรียบเทียบระหว่างซีดีเพลงของแท้ที่ไม่ใช่อัลบั้มเดียวกัน หรือระหว่างซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ที่ไม่ใช่อัลบั้มเดียวกัน หรือระหว่างซีดีเพลงของแท้กับซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ที่ไม่ใช่อัลบั้มเดียวกัน จะเห็นได้ว่าซีดีเพลงของแท้หรือซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์จะเป็นสินค้าที่มีลักษณะต่างจากสินค้าอื่นในความรู้สึกของผู้บริโภค (Artificial Differentiated Product)¹ ซึ่งสาเหตุที่ทำให้ซีดีเพลงของแท้หรือซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์มีความแตกต่างของสินค้าในลักษณะนี้เป็นผลมาจาก รสนิยมในการฟังเพลงของผู้บริโภค ความชื่นชอบในตัวนักร้อง ราคาของซีดีเพลง เป็นต้น

ส่วนเมื่อทำการเปรียบเทียบระหว่างซีดีเพลงของแท้กับซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ที่เป็นอัลบั้มเดียวกัน จะเห็นได้ว่าเมื่อพิจารณาเพียงแค่เสียงเพลงที่ได้ฟังเท่านั้น ซีดีเพลงของแท้กับซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์จะเป็นสินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันทุกประการ (Homogeneous Product) เนื่องจากเมื่อได้ฟังเสียงเพลงเดียวกันที่เป็นของแท้หรือของที่ละเมิดลิขสิทธิ์ จะไม่สามารถจำแนกได้ว่าเพลงที่ได้ฟังนี้ เป็นเพลงที่มาจากซีดีเพลงของแท้หรือซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ แต่เมื่อทำการศึกษาให้ลึกลงไปโดยทำการพิจารณามากกว่าเสียงเพลงที่ได้ยิน ซีดีเพลงของแท้กับซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ที่เป็นอัลบั้มเดียวกันจะเป็นสินค้าที่มีลักษณะต่างจากสินค้าอื่นในความรู้สึกของผู้บริโภค (Artificial Differentiated Product) ด้วยเช่นกัน แต่สาเหตุที่ทำให้มีความแตกต่างในลักษณะนี้ มีสาเหตุมาจากการที่ซีดีเพลงของแท้มี คุณภาพเสียงเพลง ปกซีดีเพลง เนื้อเพลง

¹ ระบุพัฒนา ภาสบุตร (2547) กล่าวว่า ลักษณะของสินค้าที่ซื้อขายกันในตลาดหรืออุตสาหกรรมนั้นสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทคือ 1.สินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันทุกประการ (Homogeneous Product) 2.สินค้าที่มีลักษณะต่างกัน (Differentiated Product) โดยสินค้าที่มีลักษณะต่างกันสามารถจำแนกได้เป็นอีก 2 ประเภทคือ 1.สินค้าที่มีลักษณะต่างจากสินค้าอื่นโดยแท้จริง (Real Differentiated Product) 2.สินค้าที่มีลักษณะต่างจากสินค้าอื่นในความรู้สึกของผู้บริโภค (Artificial Differentiated Product)

รูปภาพนักร้อง กลองไล่ซีดี หรือของสมนาคุณต่างๆซึ่งซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ไม่มี นอกจากนั้นยังมีสาเหตุมาจากการที่ซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์มีราคาที่ถูกกว่าซีดีเพลงของแท้ รวมทั้งซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์มีโอกาสที่เพลงที่ได้มาจะไม่สมบูรณ์ เช่น เกิดการกระตุก เกิดการขาดหายของเสียงเพลง หรือนักร้องไม่ใช่คนที่ต้องการ เป็นต้น

อุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมซีดีเพลงของหน่วยธุรกิจรายใหม่ ของประเทศไทยในปัจจุบัน

ในส่วนนี้จะทำการอธิบายถึงอุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมซีดีเพลงของหน่วยธุรกิจรายใหม่ของประเทศไทยในปัจจุบัน โดยที่จะทำการอธิบายทั้งอุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมซีดีเพลงของแท้และซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ของหน่วยธุรกิจรายใหม่ของประเทศไทยในปัจจุบัน โดยมีรายละเอียดต่างๆดังต่อไปนี้

1. อุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมซีดีเพลงของแท้ของหน่วยธุรกิจรายใหม่ของประเทศไทยในปัจจุบัน

ในปัจจุบัน อุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมซีดีเพลงของแท้ของหน่วยธุรกิจรายใหม่ของประเทศไทย จะมีอุปสรรคกับหน่วยธุรกิจรายใหม่ที่ต้องการเข้ามาเป็นเจ้าของค่ายเพลง โดยสาเหตุหลักๆของอุปสรรคดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

1.1 ความได้เปรียบทางด้านต้นทุนของหน่วยธุรกิจรายเดิม

ในปัจจุบันหน่วยธุรกิจที่เป็นเจ้าของค่ายเพลงที่มีการแข่งขันกันอย่างชัดเจนได้แก่ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) และบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ซึ่งในแต่ละปีหน่วยธุรกิจทั้ง 2 นี้จะมีจำนวนการผลิตอัลบั้มเพลงและแนวเพลงออกมาเป็นจำนวนมาก ยกตัวอย่างเช่นจากรายงานประจำปี 2550 ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) (2550, น. 24) ในปี พ.ศ. 2550 บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) มีจำนวนการผลิตอัลบั้มเพลงออกมาจำนวน 216 อัลบั้มและมีแนวเพลงทั้งหมด 6 แนวเพลง เป็นต้น ประกอบกับหน่วยธุรกิจทั้ง 2 ยังมีหน่วยธุรกิจ ในเครือที่มีความชำนาญเฉพาะด้านตั้งแต่กลุ่มที่อยู่ในการสร้างสรรค์ผลงานเพลงจนถึงกลุ่มที่อยู่ในการผลิตและการจัดจำหน่ายซีดีเพลงของแท้ไปยังผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น บริษัท เอ็มจีเอ จำกัด ซึ่งเป็นหน่วยธุรกิจ ในเครือของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) และทำหน้าที่ในการผลิตและจัดจำหน่ายเทป ซีดี และวีซีดี ให้กับ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) จะมี

เครื่องจักรที่ทันสมัยที่สามารถผลิตซีดีเพลงออกสู่ตลาดได้ครั้งละมากๆ โดยที่ในปี พ.ศ. 2550 บริษัท เอ็มจีเอ จำกัด มีปริมาณการผลิตซีดีเพลงเต็มเท่ากับ 12,744,000 หน่วย มีปริมาณการผลิต 8 ชั่วโมงต่อวัน(ปริมาณการผลิตปกติ) 8,920,800 หน่วย และมีปริมาณการผลิตจริง 7,878,939 หน่วย โดยตารางที่ 3.1 จะเป็นตารางที่แสดงให้เห็นถึงความทันสมัยของเครื่องจักรในการผลิตซีดีเพลงของบริษัทในเครือของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 3.1

ความทันสมัยของเครื่องจักรในการผลิตซีดีเพลงของบริษัทในเครือของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

พ.ศ.	กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย)	ปริมาณการผลิต 8 ชั่วโมงต่อวัน (หน่วย)	ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย)
2548	12,744,000	10,195,200	8,017,579
2549	12,744,000	8,920,800	7,920,435
2550	12,744,000	8,920,800	7,878,939

ที่มา: แบบรายงาน 56-1 ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2550 (2550, น. 44)

นอกจากนั้นหน่วยธุรกิจทั้ง 2 หน่วยธุรกิจนี้ เป็นหน่วยธุรกิจที่มีขนาดใหญ่และทำธุรกิจในอนาคตระยะนี้มาอย่างยาวนาน ย่อมมีความคล่องตัวในการจัดหาเงินเพื่อนำมาใช้ในการขยายการผลิตรวมทั้งมีอำนาจต่อรองในการซื้อปัจจัยการผลิตมากกว่าหน่วยธุรกิจรายใหม่ที่จะเข้ามาในอนาคตระยะนี้ โดยเหตุผลเหล่านี้ย่อมทำให้หน่วยธุรกิจทั้ง 2 หน่วยนี้มีต้นทุนต่อหน่วยที่ต่ำกว่าหน่วยธุรกิจรายใหม่ที่จะเข้ามาสู่อุตสาหกรรม ซึ่งยากแก่การที่จะมีหน่วยธุรกิจรายใหม่จะเข้ามาในอนาคตระยะนี้ซีดีเพลงของแท้เพื่อที่จะแข่งขันกับหน่วยธุรกิจทั้ง 2 หน่วยนี้ได้

1.2 ความครบวงจรในการดำเนินธุรกิจของหน่วยธุรกิจรายเดิม

จะเห็นได้ว่าในปัจจุบัน นอกจากธุรกิจที่เกี่ยวกับซีดีเพลงโดยตรง บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) และบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) จะมีบริษัทในเครือที่ทำธุรกิจประเภทอื่นๆที่ไม่เกี่ยวกับธุรกิจซีดีเพลงโดยตรง ยกตัวอย่างเช่น ในปัจจุบันนอกจากธุรกิจที่เกี่ยวกับซีดี

เพลงโดยตรง บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) จะยังมีธุรกิจสื่อ และธุรกิจภาพยนตร์ เป็นธุรกิจหลัก (แบบรายงาน 56-1 ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2550, 2550, น. 37) และ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) จะยังมีธุรกิจโซวบีซ, ธุรกิจภาพยนตร์และธุรกิจสื่อ เป็นธุรกิจหลัก (แบบรายงาน 56-1 ของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2550, 2550, น. 19) ซึ่งการขายธุรกิจของหน่วยธุรกิจทั้ง 2 นี้ไปยังธุรกิจเหล่านี้ ย่อมทำให้จำนวนเงินที่ใช้เพื่อการโฆษณาผ่านสื่อของตนนั้น น้อยกว่าการโฆษณาผ่านสื่ออื่นและน้อยกว่าหน่วยธุรกิจที่เป็นเจ้าของค่ายเพลงรายใหม่ที่ไม่สื่อโฆษณาเป็นของตนเอง นอกจากนี้ในส่วน of ธุรกิจภาพยนตร์ หน่วยธุรกิจภาพยนตร์ที่เป็นหน่วยธุรกิจใจในเครือ สามารถอาศัยความสัมพันธ์ในการแบ่งปันทรัพยากรซึ่งเป็นการลดต้นทุนในการจัดหาทรัพยากรที่จำเป็น ยกตัวอย่างเช่น หน่วยธุรกิจภาพยนตร์ที่เป็นบริษัทในเครือของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) และบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) สามารถใช้ตัวแสดงที่เป็นนักร้องที่มีชื่อเสียงของค่ายเพลงนั้นได้ ซึ่งเป็นการช่วยลดต้นทุนในการจัดหาตัวแสดงที่ดึงดูดผู้ชมละครหรือภาพยนตร์นั้นได้ (วัฒน์ พานิชกุล, 2545, น. 17) โดยที่ตารางที่ 3.2 กับตารางที่ 3.3 จะแสดงให้เห็นถึงตัวอย่างของหน่วยธุรกิจใจในเครือของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) และบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ตามลำดับ

ตารางที่ 3.2

ตัวอย่างของหน่วยธุรกิจใจในเครือของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

ชื่อบริษัท	ประเภทของธุรกิจ
บริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน)	สื่อวิทยุ
บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด	สื่อโทรทัศน์
บริษัท อิมเมจ พับลิชชิ่ง จำกัด	สื่อสิ่งพิมพ์
บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด	ภาพยนตร์

ที่มา: รายงานประจำปี 2550 ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) (2550, น. 8)

ตารางที่ 3.3

ตัวอย่างของหน่วยธุรกิจในเครือของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ
บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด	สื่อวิทยุ
บริษัท มรดก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด	สื่อโทรทัศน์
บริษัท นิวส์ เจนเนอเรชั่น จำกัด	สื่อสิ่งพิมพ์
บริษัท อวอง จำกัด	ภาพยนตร์

ที่มา: รายงานประจำปี 2550 ของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) (2550, น. 23)

2. อุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ของหน่วยธุรกิจรายใหม่ ของประเทศไทยในปัจจุบัน

อุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ของหน่วยธุรกิจรายใหม่
ของประเทศไทยในปัจจุบัน สาเหตุหลักๆจะไม่ได้เกิดขึ้นจากหน่วยธุรกิจรายเดิมที่อยู่ใน
อุตสาหกรรมซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ แต่จะมีสาเหตุหลักมาจากกฎหมายและข้อกำหนดต่างๆที่มี
อยู่ในปัจจุบัน โดยที่ในปัจจุบัน ในประเทศไทยมีพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นกฎหมาย
และข้อกำหนดต่างๆที่ใช้ในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ จึงทำให้การคัดลอกเทป ซีดี หรือวีซีดี
โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ทั้งหมด ซึ่งบทลงโทษต่างๆที่
กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537¹ที่มีต่อผู้ทำการละเมิดลิขสิทธิ์ ถือเป็นบทลงโทษ
ที่รุนแรงและอาจจะไม่คุ้มค่าที่จะทำการผลิตหรือ/และทำการจำหน่ายซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ให้
ผู้บริโภค ดังนั้น จากกฎหมายและข้อกำหนดต่างๆเหล่านี้ทำให้หน่วยธุรกิจรายใหม่ที่ไม่มีความ
แน่ใจว่าจะไม่ถูกจับ ไม่ต้องการที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ และถือได้
ว่าเป็นอุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ของหน่วยธุรกิจรายใหม่ของ
ประเทศไทยในปัจจุบัน

¹ รายละเอียดต่างๆของบทลงโทษที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537
จะถูกอธิบายไว้อย่างละเอียดในหัวข้อการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลงด้วยกฎหมาย

ปฏิริยาตอบโต้ระหว่างหน่วยธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลง ของประเทศไทยในปัจจุบัน

ปฏิริยาตอบโต้ระหว่างหน่วยธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลงของประเทศไทยในปัจจุบัน จะเห็นได้จากปฏิริยาตอบโต้ระหว่างหน่วยธุรกิจที่เป็นเจ้าของค่ายเพลงที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลงของแท้ และปฏิริยาตอบโต้ระหว่างหน่วยธุรกิจที่เป็นเจ้าของค่ายเพลงที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลงของแท้งกับหน่วยธุรกิจที่ทำการผลิตซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ โดยที่รายละเอียดต่าง ๆ มีดังต่อไปนี้

1. ปฏิริยาตอบโต้ระหว่างหน่วยธุรกิจที่เป็นเจ้าของค่ายเพลงที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลงของแท้

ปฏิริยาตอบโต้ระหว่างหน่วยธุรกิจที่เป็นเจ้าของค่ายเพลงที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลงของแท้จะมีความรุนแรงเป็นอย่างมากตั้งแต่เริ่มต้นมีอุตสาหกรรมซีดีเพลงของแท้ในประเทศไทยจนถึงในปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่นเมื่อปี พ.ศ. 2544 บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ทำการปรับลดราคาซีดีเพลงจากราคาปก 290 บาทต่อแผ่นเป็น 155 บาท ซึ่งในช่วงเวลาเดียวกันนี้ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ได้ทำการลดราคาซีดีเพลงตาม บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) จากราคาปก 290 บาทต่อแผ่นเป็น 149 บาทต่อแผ่น หรือในปี พ.ศ. 2549 บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ได้ทำการเปิดเว็บไซต์ IKEY CLUB เพื่อให้ผู้บริโภคใช้ในการดาวน์โหลดเพลงของบริษัทเพื่อที่จะเพิ่มกำไรของบริษัท ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าว บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ได้ทำการเปิดเว็บไซต์ MIXI CLUB เพื่อให้ผู้บริโภคใช้ในการดาวน์โหลดเพลงของบริษัทเพื่อที่จะเพิ่มกำไรของบริษัทด้วยเช่นกัน

2. ปฏิริยาตอบโต้ระหว่างหน่วยธุรกิจที่เป็นเจ้าของค่ายเพลงที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลงของแท้งกับหน่วยธุรกิจที่ทำการผลิตซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์

ปฏิริยาตอบโต้ระหว่างหน่วยธุรกิจที่เป็นเจ้าของค่ายเพลงที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลงของแท้งกับหน่วยธุรกิจที่ทำการผลิตซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ จะอยู่ในรูปของการที่หน่วยธุรกิจที่เป็นเจ้าของค่ายเพลงต่างๆพยายามทำให้หน่วยธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมซีดีเพลงที่ละเมิด

ลิขสิทธิ์ไม่สามารถทำการคัดลอกซีดีเพลงของแท้ได้ โดยการใส่ DRM¹ เข้าไปในแผ่นซีดีเพลงของแท้เพื่อทำให้การแปลงไฟล์เพลงเป็น MP3 ยากขึ้นและป้องกันการคัดลอกซีดีเพลงของแท้ ซึ่งเมื่อเกิดการกระทำดังกล่าว หน่วยธุรกิจที่ทำการผลิตซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์จะทำการโต้ตอบหน่วยธุรกิจที่เป็นเจ้าของค่ายเพลง โดยการคิดค้นและพัฒนาเพื่อให้หน่วยธุรกิจที่ผลิตซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์สามารถแปลงไฟล์เป็น MP3 และคัดลอกซีดีเพลงของแท้ได้

การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลง

ในส่วนนี้จะทำการอธิบายถึงการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลง โดยที่จะทำการอธิบายถึงความหมายของคำว่าลิขสิทธิ์ การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลงด้วยกฎหมาย และการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลงด้วยเทคโนโลยี โดยที่มีรายละเอียดต่างๆดังต่อไปนี้

1. ความหมายของคำว่าลิขสิทธิ์ (“เทคโนโลยีสำหรับการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์,” (ม.ป.ป.))

ลิขสิทธิ์ถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่งที่กฎหมายให้ความคุ้มครอง โดยให้เจ้าของผลงานถือสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใดๆเกี่ยวกับงานสร้างสรรค์ที่ตนเองได้กระทำขึ้น งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการคุ้มครองตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ ต้องเป็นงานในสาขาวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสวัตศิลป์ ทัศนศิลป์ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ รวมถึงงานอื่นๆ ในแผนกวรรณคดี วิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ งานเหล่านี้ถือเป็นผลงานที่เกิดจากการใช้สติปัญญา ความรู้ความสามารถ และความวิริยะอุตสาหะในการสร้างสรรค์งานให้เกิดขึ้น ซึ่งถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ

2. การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลงด้วยกฎหมาย

ในหัวข้อนี้จะทำการอธิบายถึง ประวัติความเป็นมาของการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ด้วยกฎหมาย บทลงโทษของผู้ที่ทำการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลงในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์

¹ รายละเอียดต่างๆของ DRM จะถูกอธิบายไว้อย่างละเอียดในหัวข้อการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลงด้วยเทคโนโลยี

พ.ศ. 2537 และความไม่เพียงพอของการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ที่ดีเพลงด้วยกฎหมาย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ประวัติความเป็นมาของการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ด้วยกฎหมาย

(อรพวรรณ พันธ์พัฒนา, 2544, น. 31-32)

กฎหมายเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ของไทยปรากฏขึ้นครั้งแรกในประกาศหอสมุดวชิรญาณ รศ.111 ซึ่งกำหนดห้ามมิให้ผู้ใดนำเรื่องราวต่างๆที่ลงพิมพ์ในหนังสือวชิรญาณวิเศษไปพิมพ์ซ้ำ นอกจากนี้จะขออนุญาตต่อกรรมการสัมปาทิกสภา ต่อมาได้มีการให้ความคุ้มครองแก่ประชาชน โดยทั่วไปนอกจากเรื่องที่ลงพิมพ์ในหนังสือวชิรญาณวิเศษ โดยมีการออกพระราชบัญญัติผู้แต่งหนังสือ ร.ศ. 120 (พ.ศ. 2444) ขึ้น ซึ่งต่อมามีการแก้ไขพระราชบัญญัตินี้อีกครั้งเมื่อปี พ.ศ. 2457

หลังจากประเทศเข้าเป็นภาคีในอนุสัญญาเบิร์นจึงได้มีการพัฒนาพระราชบัญญัติผู้แต่งหนังสือ ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2457 มาเป็นพระราชบัญญัติคุ้มครองวรรณกรรมและศิลปกรรม พ.ศ. 2474 แต่กฎหมายฉบับนี้ให้ความคุ้มครองแก่งานสองประเภท คือ วรรณกรรม และศิลปกรรมเท่านั้น

ในเวลาต่อมาบทบัญญัติต่างๆ ที่เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ล้าสมัย และไม่ให้ความคุ้มครองกว้างขวางเพียงพอและอัตราโทษที่กำหนดไว้เดิมต่ำมากทำให้มีการละเมิดกฎหมายเสมอ จึงได้มีการปรับปรุงพระราชบัญญัติคุ้มครองวรรณกรรมและศิลปกรรม พ.ศ. 2474 ขึ้นใหม่เป็นพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2521

พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2521 ใช้บังคับต่อมาอีก 16 ปี บทบัญญัติต่างๆก็ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งภายในและภายนอกประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการพัฒนาและการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรมของประเทศและระหว่างประเทศ สมควรที่จะได้มีการปรับปรุงมาตรการคุ้มครองด้านลิขสิทธิ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและเพื่อส่งเสริมให้มีการสร้างเสริมงานด้านวรรณกรรม ศิลปกรรม และงานด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมากยิ่งขึ้น จึงได้มีการตราพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 โดยที่กฎหมายลิขสิทธิ์ฉบับนี้เป็นกฎหมายลิขสิทธิ์ฉบับปัจจุบันของประเทศไทย

2.2 บทลงโทษของผู้ที่ทำการละเมิดลิขสิทธิ์ที่ดีเพลงในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

จากการศึกษา ผู้ทำการศึกษาสามารถสรุปบทลงโทษของผู้ที่ทำการละเมิดลิขสิทธิ์ที่ดีเพลง ในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ได้ดังนี้

1. จากมาตรา 28 และมาตรา 69 ในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 สามารถสรุปได้ว่า ผู้ใดทำซ้ำหรือดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน หรือให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนางานที่ดี

เพลงของแท้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ต้องระวางโทษปรับตั้งแต่สองหมื่นบาทถึงสองแสนบาท ถ้าการกระทำดังกล่าวเป็นการกระทำเพื่อการค้า ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่หกเดือนถึงสี่ปี หรือปรับตั้งแต่หนึ่งแสนบาทถึงแปดแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

2. จากมาตรา 31 และมาตรา 70 ในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 สามารถสรุปได้ว่า ผู้ใดกระทำการดั่งนี้กับซีดีเพลงที่รู้ว่าเป็นซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์เพื่อหากำไร ให้ถือว่าผู้นั้นกระทำการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำการดังต่อไปนี้

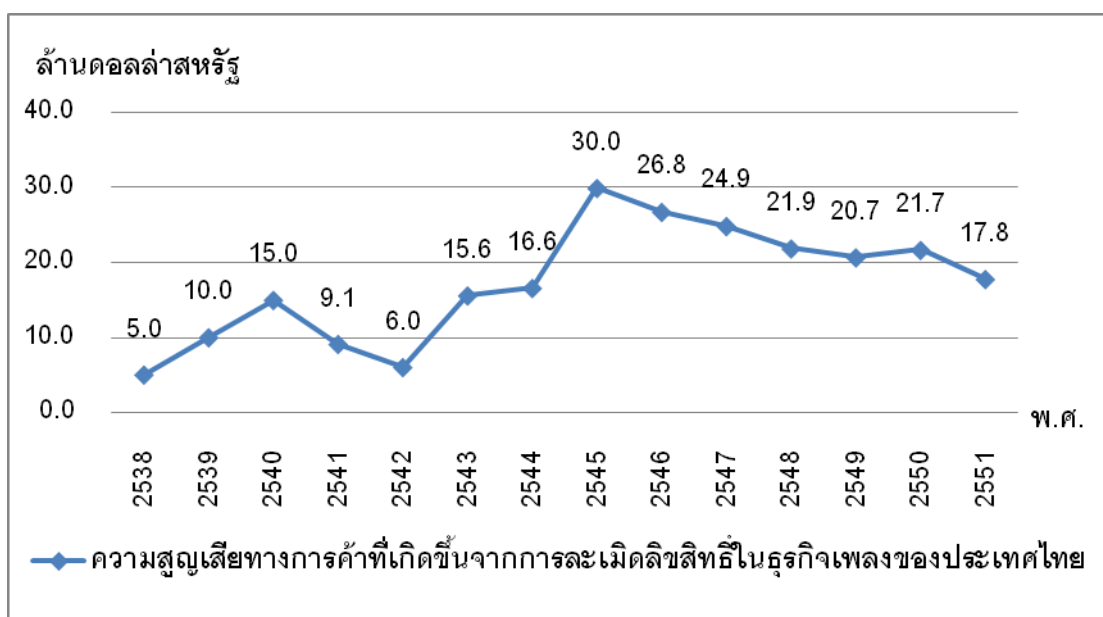
- 2.1 ขาย มีไว้เพื่อขาย เสนอขาย ให้เช่า เสนอให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือเสนอให้เช่าซื้อ
- 2.2 เผยแพร่ต่อสาธารณชน
- 2.3 แจกจ่ายในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์
- 2.4 นำสิ่งเข้ามาในราชอาณาจักร

ต้องระวางโทษปรับตั้งแต่หนึ่งหมื่นบาทถึงหนึ่งแสนบาท แต่ถ้าการกระทำผิดดังกล่าวเป็นการกระทำเพื่อการค้า ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่สามเดือนถึงสองปี หรือปรับตั้งแต่ห้าหมื่นบาทถึงสี่แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

2.3 ความไม่เพียงพอของการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลงด้วยกฎหมาย

จากหัวข้อที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า ในปัจจุบันจะมีพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นกฎหมายที่ทำการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลงอย่างชัดเจน แต่ในความเป็นจริง กฎหมายดังกล่าวไม่สามารถดำเนินการกับผู้กระทำผิดได้ง่าย เนื่องจากในกฎหมายดังกล่าวระบุไว้ว่า การที่จะจับกุมและดำเนินคดีกับผู้ทำการละเมิดลิขสิทธิ์ จะต้องเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์แจ้งจับหรือเจ้าทุกข์เข้าร้องต่อเจ้าหน้าที่ ซึ่งในความเป็นจริงเป็นไปได้ยากที่เจ้าของลิขสิทธิ์จะดูแลได้ทั่วถึง โดยกราฟที่ 3.1 เป็นกราฟที่แสดงให้เห็นถึงการประมาณความสูญเสียทางการค้าที่เกิดขึ้นจากการละเมิดลิขสิทธิ์ในธุรกิจเพลงของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 ถึง พ.ศ. 2552

กราฟที่ 3.1
การประมาณความสูญเสียทางการค้าที่เกิดขึ้นจากการละเมิดลิขสิทธิ์ในธุรกิจเพลง
ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 ถึง พ.ศ. 2551



ที่มา: International Intellectual Property Alliance (IIPA) (2009, p. 138) กับ Siwat Auampradit (2007, pp. 3-4)

จากกราฟที่ 3.1 จะแสดงให้เห็นถึงความไม่เพียงพอของการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลงด้วยกฎหมาย โดยในช่วงแรกของการเริ่มใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ความสูญเสียทางการค้าที่เกิดขึ้นจากการละเมิดลิขสิทธิ์ในธุรกิจเพลงของประเทศไทยควรถูกจะมีแนวโน้มที่ลดลง แต่จากกราฟที่ 3.1 จะแสดงให้เห็นว่าช่วงเวลาดังกล่าวกลับมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น โดยที่ความสูญเสียทางการค้าที่เกิดขึ้นจากการละเมิดลิขสิทธิ์ในธุรกิจเพลงของประเทศไทยเริ่มมีแนวโน้มลดลงหลังจากปี พ.ศ. 2545 แต่ยังคงมีระดับที่สูงมากเมื่อเทียบกับในช่วงแรกของการเริ่มใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 โดยที่ในปัจจุบันความสูญเสียทางการค้าที่เกิดขึ้นจากการละเมิดลิขสิทธิ์ในธุรกิจเพลงของประเทศไทยมีมูลค่าเท่ากับ 17.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนในปี พ.ศ. 2538 ซึ่งเป็นช่วงแรกของการเริ่มใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ความสูญเสียทางการค้าที่เกิดขึ้นจากการละเมิดลิขสิทธิ์ในธุรกิจเพลงของประเทศไทยมีมูลค่าเพียง 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐเท่านั้น

จากรายงานของ IIPA ในปีปัจจุบัน กล่าวว่า เพื่อแก้ปัญหาความไม่เพียงพอของการใช้กฎหมายเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ IIPA กำหนดให้ประเทศไทยทำการแก้ไขเกี่ยวกับกฎหมายทั้งหมด 8 ข้อ โดยจากการศึกษาพบว่า การแก้ไขที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลงมีด้วยกัน 5 ข้อดังต่อไปนี้ (International Intellectual Property Alliance, 2009, p.138)

1. แก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ให้มีความทันสมัยรวมทั้งให้เข้าร่วมใช้สนธิสัญญา WIPO Copyright และสนธิสัญญา WIPO Performances and Phonograms

2. แก้ไขกฎหมายศุลกากรเพื่อให้อำนาจของพนักงานศุลกากรเพิ่มขึ้นในการตรวจสอบและอายัดสินค้าที่ผ่านเข้ามาในประเทศไทยทั้งทางบกและทางน้ำ

3. มอบหมายให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตทำหน้าที่ในการค้นหาผู้กระทำการละเมิดลิขสิทธิ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นผ่านทาง Peer-to-peer หรือเว็บไซต์โฆษณา

4. จัดการให้รูปแบบของการละเมิดลิขสิทธิ์มีรูปแบบของความผิดที่ละเอียดมากขึ้น

5. กำหนดให้เจ้าของลิขสิทธิ์จะต้องได้รับรหัสที่แสดงว่าเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ (copyright owner's code) ก่อนทำการคัดลอกซีดีหรือดีวีดีของแท้

3. การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลงด้วยเทคโนโลยี

จากความไม่เพียงพอของการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลงด้วยกฎหมาย จึงทำให้ในปัจจุบันหน่วยธุรกิจที่ผลิตซีดีเพลงของแท้ ได้ทำการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์เพิ่มขึ้นด้วยตนเอง ซึ่งรูปแบบของการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ที่หน่วยธุรกิจที่ผลิตซีดีเพลงของแท้ทำเพิ่มขึ้น นอกเหนือจากกฎหมาย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 การใส่ Digital Right Management เข้าไปในซีดีเพลงของแท้

Digital Right Management หรือ DRM เป็นซอฟต์แวร์ขนาดเล็กที่สามารถป้องกันการควบคุม และกีดขวางการละเมิดลิขสิทธิ์ซีดีเพลงของแท้ได้ นั่นคือซีดีเพลงของแท้ที่มี DRM จะทำให้การแปลงไฟล์ของเพลงที่อยู่ในซีดีเพลงของแท้เป็นไฟล์ MP3 ทำได้ยากขึ้นหรือบางแผ่นอาจจะไม่สามารถใช้โปรแกรมในการแปลงไฟล์อ่านได้ ส่วนบางแผ่นจะมีการปฏิเสธคำสั่งการคัดลอกของโปรแกรมแปลงไฟล์บนเครื่องคอมพิวเตอร์ ดังนั้นผู้ที่ต้องการทำการแปลงไฟล์เป็น MP3 และนำไปบรรจุลงในแผ่นซีดี หรือผู้ที่ต้องการทำการคัดลอกแผ่นซีดีเพลงของแท้โดยตรง จะมีต้นทุนที่สูงขึ้นเพื่อที่จะทำการดังกล่าว โดยในปัจจุบัน DRM จะมีด้วยกัน 2 รูปแบบ คือ

1. ลายพิมพ์นิ้วมือ (Fingerprinting) คือ การซ่อนตัวเลข (Serial number) ที่สามารถระบุตัวตนไว้ใช้ตรวจหาการละเมิดลิขสิทธิ์

2. เส้นระดับน้ำ (Watermarking) คือ การซ่อนข้อมูลลิขสิทธิ์ (Copyright message) ไว้บนไฟล์ เพื่ออ้างสิทธิ์ในการฟ้องร้องดำเนินคดี

จากการศึกษาพบว่า ตัวอย่างของหน่วยธุรกิจที่ผลิตซีดีเพลงของแท้ในประเทศไทย ที่ทำการใส่ DRM เข้าไปในซีดีเพลงของแท้คือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ซึ่งจากในแบบรายงาน 56-1 ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2550 (2550, น. 6) กล่าวว่า การใส่ DRM เข้าไปในซีดีเพลงของแท้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ลดโอกาสในการละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้บริโภค

3.2 การทำให้ซีดีเพลงของแท้มีความแตกต่างจากซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์มากขึ้น

จากหัวข้อลักษณะของซีดีเพลง เมื่อทำการเปรียบเทียบระหว่างซีดีเพลงของแท้กับซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ที่เป็นอัลบั้มเดียวกัน คุณภาพเสียงเพลง ปกซีดีเพลง เนื้อเพลง รูปภาพของนักร้อง กล้องใส่ซีดี รวมทั้งของสมนาคุณต่างๆที่มีแถมไว้ในซีดีเพลงของแท้ จะทำให้ซีดีเพลงของแท้กับซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์เป็นสินค้าที่มีลักษณะต่างจากสินค้าอื่นในความรู้สึกของผู้บริโภค (Artificial Differentiated Product) ดังนั้นเพื่อให้ซีดีเพลงของแท้มีความแตกต่างจากซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์มากขึ้น ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่า หน่วยธุรกิจที่ผลิตซีดีเพลงของแท้จะทำการปรับปรุงหรือพัฒนาหรือเพิ่มสิ่งต่างๆเข้าไปในซีดีเพลงของแท้ ซึ่งความแตกต่างที่เพิ่มขึ้นนี้ย่อมทำให้ผู้บริโภคที่จะตัดสินใจจะเลือกซื้อซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์รู้สึกว่ามีอรรถประโยชน์ลดลงจากการซื้อซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ และอาจจะทำให้ผู้บริโภคคนดังกล่าวตัดสินใจซื้อซีดีเพลงของแท้แทนซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์ โดยตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงซีดีเพลงของแท้ให้มีความแตกต่างจากซีดีเพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์มากขึ้นในปัจจุบัน คือ

บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ทำการปรับปรุงให้กล้องใส่ซีดี ปกซีดีเพลง และรูปภาพของนักร้อง มีความสวยงามและน่าเก็บสะสมมากขึ้น เช่น ซีดีเพลงของกอล์ฟ ไมค์ อัลบั้ม GET READY เป็นต้น

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) มีการแถมของสมนาคุณในซีดีเพลงของแท้ เช่น ซีดีเพลงของซิลลี่ฟูล อัลบั้ม The One และซีดีเพลงของ โฟร์-มด อัลบั้ม four mod in wonderland ที่มีคู่มือชิงโชคลุ้นชมฟุตบอลยูโร 2008 เป็นต้น

บริษัท ทูร แฟนเทเชีย จำกัด นอกจากทำการปรับปรุงให้กล้องใส่ซีดี ปกซีดีเพลง และรูปภาพของนักร้อง มีความสวยงามและน่าเก็บสะสมมากขึ้น ยังทำการขายวีซีดีที่เป็นมิวสิควีดีโอ

พร้อมกับซีดีเพลงในบรรจุภัณฑ์เดียวกัน ในราคาที่ไม่ได้ต่างจากซีดีเพลงของแท้เพียงอย่างเดียว
ของค่ายเพลงอื่นๆมากนัก เช่น ซีดีเพลงของพัตซา อัลบั้ม handle with care เป็นต้น