

## บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “โครงการจัดตั้งค่ายเพลงขนาดเล็กในยุคดิจิทัล” จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจและหารูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมสำหรับค่ายเพลงขนาดเล็ก ในภาวะที่อุตสาหกรรมเพลงกำลังประสบปัญหาอย่างในปัจจุบัน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ที่มีประสบการณ์จริงในอุตสาหกรรมเพลง ประกอบกับข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อทำความเข้าใจในกระบวนการของอุตสาหกรรม รวมทั้งเพื่อทราบถึงปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงและปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจค่ายเพลง

จากการศึกษาพบว่าปัญหาสำคัญที่ค่ายเพลงกำลังประสบอยู่ในปัจจุบันคือ รายได้ที่ลดลงอันเนื่องมาจากสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ทั้งในรูปแบบของซีดีและแผ่น mp3 รวมถึงการดาวน์โหลดเพลงโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายทางเว็บไซต์ต่าง ๆ หรือผ่านทางโปรแกรมแชร์ไฟล์ อีกทั้งความทันสมัยของอุปกรณ์พกพาต่าง ๆ ที่สามารถฟังเพลงได้และสามารถเก็บเพลงได้เป็นจำนวนมาก เช่น โทรศัพท์มือถือและเครื่องเล่น mp3 ประกอบกับการที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วไป ส่งผลให้พฤติกรรมการซื้อขายและการฟังเพลงของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทำให้ค่ายเพลงขนาดใหญ่ที่มีลักษณะการผลิตผลงานเพลงแบบอุตสาหกรรมและให้ความสำคัญกับผลประกอบการทางธุรกิจเป็นสำคัญ ต้องปรับตัวอย่างเต็มรูปแบบเพื่อรองรับกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายของทางค่าย ส่วนค่ายเพลงขนาดกลางหันไปร่วมมือกับหน่วยธุรกิจอื่นในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อหารายได้เข้ามาแทนที่ยอดขายสินค้าเพลงที่ลดลง และในส่วนของค่ายเพลงขนาดเล็กไม่ค่อยให้ความสนใจในด้านธุรกิจมากนัก แต่มุ่งไปที่การสร้างสรรคผลงานเพลงในแบบที่เป็นตัวตนของศิลปินและทางค่ายต้องการนำเสนอ เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้ฟังที่ติดตามผลงานของทางค่ายอย่างสม่ำเสมอ แต่ผู้ฟังในกลุ่มนี้ก็ยังมีอยู่ในจำนวนที่ค่อนข้างน้อย

ผู้ศึกษาได้นำการวิเคราะห์ดังกล่าวมาจัดตั้งค่ายเพลงขนาดเล็กในชื่อว่า Coffee Cup Records ซึ่งเป็นค่ายเพลงที่สร้างสรรคผลงานเพลงแบบ Pop (Twee Pop) และ Folk มุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ให้อิสระกับศิลปินในการสร้างสรรคผลงาน ดำเนินงานควบคู่ไปกับการจัดการองค์กร การวางแผนทางการเงินและตลาดอย่างเป็นระบบ โดยนำความก้าวหน้าของเทคโนโลยีระบบดิจิทัลมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในการเชื่อมโยงค่ายเพลงกับผู้ฟัง รวมถึงการลดค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ในการดำเนินงาน เพื่อค่ายเพลงจะสามารถประกอบธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

ค่ายเพลง Coffee Cup Records มีแนวทางในการดำเนินงานด้วยเงินในการลงทุนที่ไม่สูงนัก โดยอาศัยการบริหารเงินลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพและการวางแผนการดำเนินงานอย่างระมัดระวังเพื่อลดความเสี่ยงในทุกด้าน โดยมีการวางแผนเตรียมการผลิต แผนการตลาดเชิงปฏิบัติ และแผนด้านการเงิน โดยได้ศึกษาการจัดวางกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้ทางค่ายเพลงสามารถดำเนินงานได้จริงในอุตสาหกรรม

จากการวิเคราะห์ทางการเงินของ Coffee Cup Records ได้ผลตอบแทนในการลงทุนออกมาอย่างสมเหตุสมผล ทำให้ค่ายเพลงสามารถดำเนินงานได้ในระยะยาว พิจารณาได้จาก การวิเคราะห์สถานการณ์ในกรณีที่มีความเป็นไปได้สูงสุด (Most Likely Case) มีระยะเวลาในการคืนทุนทั้งสิ้น 4 ปี สำหรับค่าปัจจุบันสุทธิ หรือ Net Present Value (NPV) ผลวิเคราะห์จากโครงการที่กำหนดระยะเวลาศึกษาไว้ 5 ปี ในกรณีที่มีความเป็นไปได้สูงสุด (Most Likely Case) ให้ค่าออกมาเป็นบวก ซึ่งสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับการตัดสินใจลงทุนครั้งนี้ และผลการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน หรือ Internal Rate of Return (IRR) ในกรณีที่มีความเป็นไปได้สูงสุด ได้ค่าออกมาเป็น 21% ซึ่งมีความมากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากในปัจจุบัน ทำให้โครงการนี้เป็นโครงการทางวัฒนธรรมที่สร้างความน่าสนใจในการลงทุนได้ดี

ดังนั้นโครงการจัดตั้งค่ายเพลงขนาดเล็กในยุคดิจิทัล จึงเป็นโครงการทางวัฒนธรรมที่มีความสนใจในการลงทุน และมีความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ ซึ่งการดำเนินงานของค่ายเพลงไม่ได้มุ่งหวังกำไรสูงสุด แต่ต้องการสร้างสรรค์ผลงานเพลงในแบบที่ทางค่ายต้องการ และสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ในระยะยาว อีกทั้งคำนึงถึงความพึงพอใจของศิลปินที่ร่วมงานกับทางค่ายโดยพยายามที่จะสร้างรายได้อย่างสูงสุดจากช่องทางต่าง ๆ ให้กับศิลปินผู้สร้างสรรค์ผลงานเพลง เพื่อเป็นทางเลือกที่มีแนวทางชัดเจนให้กับผู้ฟังในอุตสาหกรรมเพลง