

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร.....	(1)
บทคัดย่อ	(2)
กิตติกรรมประกาศ.....	(4)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพประกอบ.....	(9)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ปัญหาคำถามวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
2. กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ประวัติความเป็นมาของธุรกิจค่ายเพลง	6
2.2 แนวคิดเรื่องกระบวนการทางธุรกิจของระบบเทปเพลงไทย.....	7
2.3 แนวคิดด้านการบริหารการตลาด	11
2.4 แนวคิดด้านการเงิน	28
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32

	หน้า
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	35
3.1 การศึกษาหาข้อมูลเบื้องต้น.....	35
3.2 ประมวลข้อมูลและสรุปประเด็นปัญหา.....	35
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35
3.4 การตรวจสอบข้อมูล.....	37
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
3.6 การนำเสนอผลการวิจัย.....	38
4. ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
4.1 การปรับตัวของค่ายเพลงในอุตสาหกรรม.....	39
4.2 ช่องทางและราคาในการจำหน่าย.....	48
4.3 บริษัทผู้จัดจำหน่าย.....	49
4.4 แนวโน้มของวงการเพลง.....	52
5. การจัดตั้งองค์กรและแผนการตลาด.....	64
5.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าหมาย.....	64
5.2 ลักษณะทั่วไปของค่ายเพลงและการจัดการองค์กร.....	64
5.3 แนวทางการจัดกลยุทธ์ด้านการจัดการ.....	69
5.4 รูปแบบการบริหารองค์กรและกระบวนการทำงาน.....	71
5.5 การตลาด.....	73
5.6 วิธีการและแผนการตลาดเชิงปฏิบัติ.....	87
6. แผนด้านการเงิน.....	94
6.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน.....	94
6.2 การประมาณการทางการเงิน.....	94

	หน้า
6.3 ประมาณการรายรับ	98
7. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	101
7.1 สรุป	101
7.2 ปัญหาในการศึกษา	103
7.3 ข้อเสนอแนะทางธุรกิจ	103
7.4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับผู้ที่จะศึกษาครั้งต่อไป.....	104
ภาคผนวก.....	105
บรรณานุกรม	128
ประวัติการศึกษา.....	131

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	กลยุทธ์ในการเลือกตลาดเป้าหมาย 3 ทาง.....	19
2.2	ความแตกต่างระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและ การตลาดอิเล็กทรอนิกส์.....	22
4.1	แนวโน้มทางธุรกิจ.....	52
5.1	การแบ่งรหัสสินค้าของผลงานเพลง Pop เพลง Folk และ งานรวมเพลงต่าง ๆ.....	79
5.2	ราคาในช่องทางการดาวน์โหลดที่ให้บริการทางเว็บไซต์ของค่าย www.coffeecuprecord.com.....	80
5.3	Schedule Release 2007 - 2008 by Coffee Cup Records.....	90
5.4	Year Plan 2007-2008 Present by Coffee Cup Records.....	91
5.5	งบประมาณกิจกรรมประชาสัมพันธ์ค่ายเพลง.....	92
6.1	รายละเอียดผู้ถือหุ้นของบริษัท.....	94
6.2	ค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องใช้สำนักงาน.....	95
6.3	ค่าใช้จ่ายในการสร้างสตูดิโอสำหรับบันทึกเสียง.....	95
6.4	ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน.....	96
6.5	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน.....	96
6.6	เงินเดือนพนักงาน / เดือน.....	97
6.7	ค่าใช้จ่ายในการผลิต / แผ่น (ดิจิทัล).....	97
6.8	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม Year Plan 2007-2008.....	98
6.9	ประมาณการรายรับ กรณีที่มีความเป็นไปได้ (Most Likely Case).....	98
6.10	ประมาณการรายรับ กรณีสถานการณ์ดีเยี่ยม (Best Case).....	99
6.11	ประมาณการรายรับ กรณีสถานการณ์ตกต่ำ (Worst Case).....	99
6.12	สรุปประมาณการรายรับ.....	100

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	หน่วยงานที่ถูกทดแทนจากการค้าบนเว็บไซต์.....	23
5.1	โครงสร้างค่ายเพลง.....	71