

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เพลงเป็นผลงานทางศิลปะอย่างหนึ่ง ซึ่งเกิดขึ้นจากการผสมผสานกันระหว่างคำร้อง และทำนองดนตรี เพลงนับเป็นงานวิจิตรศิลป์ (Fine Arts) ที่สามารถรับรู้ได้ด้วย การฟัง จะเห็นได้ว่าการฟังเพลงนั้น มีลักษณะเป็นนามธรรม (Abstract) ซึ่งผู้ฟังแต่ละคนจะมีอารมณ์และความรู้สึกนึกคิดต่อบทเพลงแต่ละเพลงแตกต่างกันออกไป ดังคำกล่าวที่ว่า “เพลงเป็นศิลปะแห่งจิตใจ” ซึ่งถูกถ่ายทอดออกมาในรูปของอุดมคติของนักประพันธ์ ฉะนั้นจึงไม่มีผู้ใดสามารถที่จะให้คำนิยามหรือความหมายของ คำว่า”เพลง”ได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากเพลงเป็นภาษาแห่งอารมณ์ (Language of Emotion) ซึ่งเกิดจากจินตนาการของผู้ฟังแต่ละคน รวมทั้งยังเป็นสื่อที่แสดงออกถึงความรู้สึกต่าง ๆ อาทิเช่น ความรัก ความสนุกสนาน ความเศร้า ความเสียใจ เป็นต้น (สมโภช รอดบุญ, 2518, น. 2)

องค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างสรรค์ผลงานเพลงซึ่งจัดเป็นผลงานศิลปะอย่างหนึ่ง ได้แก่ ศิลปินผู้สร้างสรรค์ผลงานเพลง ผลงานที่ศิลปินสร้างขึ้นและ ผู้ฟังเพลง องค์ประกอบทั้ง 3 ประการที่กล่าวมามีความเกี่ยวพันกันอย่างยิ่งในลักษณะที่ศิลปินจะเกิดอารมณ์สะท้อนใจต่อปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่งในสังคม จากนั้นก็จะแปรเปลี่ยนเป็นความรู้สึก ซึ่งจะเป็นแรงดลใจให้สร้างสรรค์ผลงานออกมา โดยผลงานนั้นจะต้องสามารถก่อให้เกิดความรู้สึกตามที่ศิลปินต้องการจะสื่อและถ่ายทอด ทั้งยังช่วยส่งผลให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์สะท้อนใจไปกับการฟังเพลงนั้น ๆ รวมทั้งเกิดความรู้สึกประทับใจหรือเกิดความรู้สึกว่าผลงานนั้นมีคุณค่าทางศิลปะ (สมกมล ลิ้มพิชัย, 2532, น. 2)

เมื่อดนตรีและบทเพลงได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสังคม มีการพัฒนาการบันทึกเสียงด้วยวัสดุต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นไม้ไผ่ กระดาษ ตลอดจนพัฒนามาเป็นแผ่นเสียงและเทป บทเพลงจึงเป็นสื่อที่ได้รับการบันทึก (Recorded Music Media) การใช้งานของบทเพลงจึงมีความแพร่หลายและกว้างขวางขึ้น บทเพลงจึงเปลี่ยนไปจากบทบาททางด้านให้ความบันเทิง และรับใช้สังคม แล้วบทเพลงกลายมามีบทบาททางธุรกิจมีการผลิตผลงานเพลงอย่างเป็นระบบอุตสาหกรรม โดยแบ่งงานกันเป็นระบบ เริ่มตั้งแต่มีผู้แต่งเนื้อร้อง ผู้แต่งทำนอง นักร้อง นักดนตรี ผู้บันทึกเสียง ผู้ทำการเผยแพร่ หรือผู้จัดจำหน่าย ไม่ได้ทำอยู่คนเดียวแต่แยกเป็นคนละหน้าที่ นอกจากนั้นในระบบธุรกิจ

เทปเพลงยังอาศัยเครื่องมือ และเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตแบบเดียวกับโรงงานผลิตสินค้าต่าง ๆ โดยมีนายทุนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งหมด (กาญจนา แก้วเทพ, 2541)

อุตสาหกรรมเพลงเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อสนองความต้องการของสมาชิกในสังคมให้ได้รับความเพลิดเพลินและช่วยในการผ่อนคลายความตึงเครียดจากชีวิตประจำวัน ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในการอุตสาหกรรมเพลงขึ้นอยู่กับความสามารถและความชำนาญของผู้ประกอบธุรกิจนั้นว่าสามารถที่จะวางรากฐาน นโยบายและ หลักการต่าง ๆ ตลอดจนดำเนินงานตามแผนงานที่วางไว้ได้มากน้อยเพียงใด การประกอบธุรกิจเทปเพลงนั้นเป็นการผลิตสินค้า และนำสินค้านั้นมาจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค โดยอาศัยการทำโปรโมชั่นเพื่อช่วยให้การจำหน่ายดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ จะเห็นได้ว่า โดยทั่วไปแล้วผู้ประกอบธุรกิจเทปเพลงต่างก็มีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกันออกไปในการดำเนินงานหากวัตถุประสงค์สำคัญในการประกอบธุรกิจเพลงคือ

1. เพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุด
2. เพื่อให้ได้ส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด
3. เพื่อสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ ออกสู่วงการเพลง

วัตถุประสงค์ทั้ง 3 ประการที่กล่าวมานี้เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้บริหารของค่ายเพลงส่วนใหญ่ตั้งขึ้นและพยายามที่จะบรรลุเป้าหมายให้เป็นผลสำเร็จ จะเห็นได้ว่าในทางปฏิบัติแล้ว การแข่งขันภายในวงการเพลงก็เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวนั่นเอง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าค่ายเพลงใดจะเน้นวัตถุประสงค์ใดเป็นหลัก (ศมกมล ลิ้มปิชัย, 2532, น. 24)

อุตสาหกรรมเพลงไทยเริ่มต้นอย่างจริงจังหลังจากรัฐบาลได้แก้ไขและประกาศพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ฉบับปีพ.ศ.2522 (ศมกมล ลิ้มปิชัย, 2536, น. 8) โดยที่ค่ายเพลงได้มีการปรับปรุงรูปแบบของการจำหน่ายสินค้าเพลงไปตามการพัฒนาของเทคโนโลยีในการบันทึกเสียงจากแผ่นเสียงที่มีขนาดใหญ่และเครื่องเล่นที่ราคาแพง ไปสู่เทปคาสเซ็ทที่มีขนาดเล็ก เก็บรักษาง่าย และเครื่องเล่นที่มีราคาถูกกว่าเครื่องเล่นแผ่นเสียง จนพัฒนาเป็น ซีดี ที่มีคุณภาพเสียงที่ดีและสามารถเก็บได้นานกว่าเทปคาสเซ็ท และเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างในปัจจุบันค่ายเพลงก็มีการจำหน่ายเพลงในรูปแบบใหม่ที่พัฒนาไปตามยุคสมัย คือ การขายเพลงผ่านการดาวน์โหลดทางอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ

เนื่องด้วยเทคโนโลยีอันทันสมัยในยุคดิจิทัลนี้เอง เป็นที่มาของปัญหาที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมดนตรีทั่วโลก รวมถึงค่ายเพลงในประเทศไทยอย่างรุนแรง จากยอดขายที่ตกต่ำลงอย่างรวดเร็ว โดยมีสาเหตุมาจากสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ทั้งในรูปแบบของซีดีและแผ่น MP3 รวมถึงการดาวน์โหลดเพลงโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายทางเว็บไซต์ต่าง ๆ หรือผ่านทางโปรแกรมแชร์ไฟล์ อีกทั้ง

ความทันสมัยของอุปกรณ์พกพาต่าง ๆ ที่สามารถฟังเพลงได้และสามารถเก็บเพลงได้เป็นจำนวนมาก เช่นโทรศัพท์มือถือและเครื่องเล่น mp3 ประกอบกับการที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วไป ส่งผลให้พฤติกรรมการซื้อและการฟังเพลงของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ค่ายเพลงในยุคปัจจุบันจึงจำเป็นที่จะต้องปรับตัวในทุกด้านเพื่อรองรับกับสถานะที่เกิดขึ้น

ทางผู้วิจัยจึงจัดตั้งโครงการนี้ขึ้น เพื่อต้องการนำเสนอรูปแบบของค่ายเพลงขนาดเล็กที่มุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ให้อิสระกับศิลปินในการสร้างสรรค์ผลงาน ดำเนินงานควบคู่ไปกับการจัดการองค์กร การวางแผนทางการเงินและตลาดอย่างเป็นระบบ โดยนำความก้าวหน้าของเทคโนโลยีระบบดิจิทัลมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในการเชื่อมโยงค่ายเพลงกับผู้ฟัง รวมถึงการลดค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ในการดำเนินงาน เพื่อค่ายเพลงจะสามารถประกอบธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ท่ามกลางสภาวะการณที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมเพลงอย่างในปัจจุบัน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางในการดำเนินธุรกิจค่ายเพลง
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจค่ายเพลงขนาดเล็ก โดยวิเคราะห์จากสถานการณ์ทางการตลาดและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยแบ่งความเป็นไปได้ 2 ด้าน
 - ศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด
 - ศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

1.3 ปัญหานำวิจัย

การดำเนินธุรกิจค่ายเพลงมีการบริหารอย่างไร มีขั้นตอนและปัจจัยใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจค่ายเพลงในสภาวะปัจจุบัน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาจะมุ่งเน้นศึกษาความเป็นไปได้ในระบบการดำเนินธุรกิจค่ายเพลงไทยร่วมสมัยขนาดเล็กโดยนำกลยุทธ์และแผนงานด้านการตลาดมาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เข้าใจกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมดนตรีในยุคปัจจุบัน
2. ทราบถึงโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจค่ายเพลง
3. ทราบแนวทางในการดำเนินธุรกิจค่ายเพลง