

## บทที่ 7

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 7.1 สรุป

การศึกษาโครงการจัดตั้งค่ายเพลงขนาดเล็กในยุคดิจิทัล เป็นการศึกษากิจการบันเทิง ค่ายเพลงและศิลปินในสังกัด ด้วยการลงทุนที่ไม่สูงนัก โดยอาศัยการบริหารเงินลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพและการวางแผนอย่างรอบคอบ โดยใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินงานในทุกด้านของค่ายเพลง ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัยรูปแบบของค่ายเพลงและสถานการณ์ของอุตสาหกรรมเพลงในปัจจุบัน ทดลองการวางแผนการจัดตั้งบริษัทจำลอง ทดลองการวางแผนด้านการตลาด ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน และความอยู่รอดขององค์กรในระยะยาว การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษาแก่ผู้วิจัย และผู้ที่ต้องการเรียนรู้ การบริหารงานในด้านนี้ ผู้วิจัยได้มีการศึกษารวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเพลง และค้นคว้าเพิ่มเติมจากตำรา เอกสารงานวิจัย อินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาวิเคราะห์ให้ได้ผลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงและเป็นไปได้สูงสุด ซึ่งสรุปได้ดังนี้

##### 7.1.1 ความเป็นไปได้ทางการเงิน

เนื่องจากการที่โครงการจัดตั้งค่ายเพลงขนาดเล็กในยุคดิจิทัล จะดำเนินงานอยู่ได้ในระยะยาวนั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยความสามารถในการบริหารจัดการเข้ามามีส่วนร่วมเป็นอย่างยิ่ง โดยสามารถจำแนกปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินงานได้ 2 ส่วน ดังนี้

##### 1. ปัจจัยภายในองค์กร คือปัจจัยต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่

1.1 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ทางค่ายเพลงมีการจัดแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน องค์กรมีขนาดเล็กทำให้มีความคล่องตัวสูงในการวางแผนการดำเนินงาน และสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำงานได้อย่างรวดเร็ว

1.2 ปัจจัยด้านบุคลากร บุคลากรได้รับการจัดสรรหน้าที่ตามความถนัดทำให้ผลการทำงานต่อออกมามีประสิทธิภาพอย่างเต็มที่ มีการดูแลอย่างใกล้ชิดจากผู้บริหาร สำหรับศิลปินในค่ายก็จะได้รับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อความสามารถในการผลิตผลงานเพลงและการแสดงสด

ที่ดียิ่งขึ้นไป แต่ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงธรรมชาติของนักดนตรี ที่จะไม่เข้าใจงานทางด้านธุรกิจดังนั้น ทางค่ายจึงต้องพยายามทำความเข้าใจกับศิลปิน ในการเรียนรู้ที่จะปรับตัว เพื่อการอยู่ในวงการเพลงได้ในระยะยาว

1.3 ปัจจัยด้านเงินทุน ค่ายเพลงใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก โดยค่าใช้จ่ายจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ค่าใช้จ่ายในการผลิตและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ซึ่งจากผลงบประมาณด้านการเงินออกมาอยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้ดี มีเงินสดหมุนเวียนที่พอเหมาะสำหรับการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ของค่ายเพลง

2. ปัจจัยภายนอกองค์กร คือ ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อองค์กร ได้แก่

2.1 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจและการเมืองที่ไม่มั่นคงของประเทศในปัจจุบัน อาจส่งผลให้การใช้จ่ายในการบริหารโอกาสสินค้าเพลงลดลง ทางค่ายจึงต้องวางแผนรองรับกับทุกสถานการณ์

2.2 ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเพลง ในสถานะที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้จึงต้องนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อค่ายเพลงในทุก ๆ ด้าน

2.3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ในปัจจุบันสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลต่อเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในการฟังและซื้อสินค้าเพลง รวมไปถึงความสนใจในด้านต่าง ๆ ของกลุ่มเป้าหมายของทางค่ายเพลง ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทางค่ายจึงต้องติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ

#### 7.1.2 สรุปผลทางการเงิน

จากการวางแผนด้านการเงินโครงการจัดตั้งค่ายเพลงขนาดเล็กในยุคดิจิทัล สรุปผลได้ดังนี้

1. ระยะเวลาในการคืนทุน (Pay Back Period) ในการดำเนินงานของค่ายเพลงในกรณีที่มีความเป็นไปได้สูงสุด (Most Likely Case) ใช้เวลาคืนทุนทั้งสิ้น 4 ปี ซึ่งเร็วกว่าวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV) ผลการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ เมื่อกำหนดอัตราผลตอบแทนไว้ที่ 5% ในระยะเวลาการดำเนินงาน 5 ปี

ในกรณีที่มีความเป็นไปได้สูงสุด (Most Likely Case) ได้ค่าออกมาเป็นบวก ซึ่งสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับการลงทุนครั้งนี้

3. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR) ผลการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนจากการดำเนินงานในกรณีที่มีความเป็นไปได้สูงสุด (Most Likely Case) ได้ค่าออกมาคือ 21% ซึ่งอัตรานี้มีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากในปัจจุบันทำให้โครงการนี้เป็นโครงการทางวัฒนธรรมที่มีความน่าสนใจในการลงทุน

### 7.1.3 ผลตอบแทนต่อสังคม

โครงการจัดตั้งค่ายเพลงขนาดเล็กในยุคดิจิทัล มีการวางแผนการดำเนินงานเพื่อมุ่งหวังที่จะสร้างสรรค์ผลงานเพลงในแนวทางที่ชัดเจน และสนับสนุนศิลปินให้มีโอกาสในการแสดงออก เพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกแก่ผู้ฟัง สำหรับการผ่อนคลายหรือเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานทางด้านอื่นต่อไป

## 7.2 ปัญหาในการศึกษา

ปัญหาในการศึกษาโครงการวิจัยครั้งนี้เนื่องจาก

1. ตำราและเอกสารทางวิชาการ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเพลงไทยโดยตรงยังมีไม่มากนัก มีแต่ในลักษณะประยุกต์ใช้ ซึ่งเป็นปัญหาอย่างยิ่งสำหรับผู้วิจัย ในการหาข้อมูลทางวิชาการ
2. บางองค์กรหรือบุคคลที่ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ ไม่สามารถให้ข้อมูลทางด้านการเงินที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยได้อย่างชัดเจน อันเนื่องมาจากเป็นความลับทางธุรกิจ
3. เนื่องจากอุตสาหกรรมเพลงในปัจจุบันอยู่ในภาวะที่ผันผวน ทำให้ความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเป็นไปในทิศทางที่หลากหลาย ทำให้ยากต่อการวิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรม

### 7.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัยฉบับนี้ เป็นส่วนของการเพิ่มเติมในส่วนต่าง ๆ ของงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น มีรายละเอียดดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลด้านการตลาดจากแบบสอบถามเพิ่มเติม โดยมุ่งเน้นไปยังกลุ่มนักเรียน นักศึกษาและวัยทำงานตอนต้น ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยฉบับนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มากขึ้นเป็นส่วนสนับสนุนในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด
2. วิเคราะห์แนวโน้มและอนาคตของอุตสาหกรรมเพลงไทย ในอีก 5 ปีข้างหน้าเพื่อพร้อมตั้งรับในทุกสถานการณ์
3. ศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายตลาดสู่ต่างประเทศ โดยอาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

#### 7.4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับผู้ที่จะศึกษารั้งต่อไป

1. สำหรับผู้สนใจควรศึกษาและทำความเข้าใจในตัวแปรและข้อจำกัดต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมเพลงอย่างรอบด้าน รวมถึงติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ
2. ศึกษาถึงช่องทางในการสร้างรายได้จากช่องทางอื่นอย่างละเอียด นอกเหนือจากการขายซีดีและการดาวน์โหลด