

MUSIC COPYRIGHT

คู่มือการใช้ลิขสิทธิ์
ดนตรีเบื้องต้น

101



ความรู้เบื้องต้นเรื่องลิขสิทธิ์ดนตรีในประเทศไทยแบบพร้อมใช้
ไม่ว่าคุณจะเป็นตัวละครไหนในโลกที่เต็มไปด้วยเสียงเพลงแบบนี้



Music Copyright 101
คู่มือการใช้ลิขสิทธิ์ดนตรีเบื้องต้น
จัดทำครั้งแรก เดือนกรกฎาคม 2565
เลขมาตรฐานสากลประจำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ 978-616-7789-39-2

ข้อมูล: บริษัท ลิขสิทธิ์ดนตรี (ประเทศไทย) จำกัด
ผู้จัดทำ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA
ผู้ผลิต: บริษัท ไอแอลไอ จำกัด **เว็บไซต์:** www.ili-co.me
บรรณาธิการ: สลิลา มหันต์เชิดชูวงศ์ **นักเขียน:** สราลี อรุณงศา
นักออกแบบกราฟิกและวาดภาพประกอบ: weasel

คำสงวนสิทธิ์ CEA จัดทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สรุปความรู้เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ดนตรีนี้ขึ้น เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้ดาวน์โหลดโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
เนื่องจากมิได้มีจุดประสงค์ในการแสวงหากำไร หากแต่เพียงมุ่งเผยแพร่ความรู้ เพื่อเป็นประโยชน์แก่สังคมไทย

© 2565 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติ ไม่อนุญาตให้คัดลอกหรือทำซ้ำส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของหนังสือเล่มนี้ไปเผยแพร่หรือพิมพ์ซ้ำ
โดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

CONTENTS

INTRO | P.04-07 คลิก

รวมคำถามเรื่องลิขสิทธิ์
ดนตรีจากผู้ใช้งานที่หลากหลาย

คำถามงงๆ จากคนรักดนตรี

PART 1 | P.08-19 คลิก

ลิขสิทธิ์ดนตรีที่ผู้สร้างสรรค์ควรรู้

*ต่อจากนี้ลิขสิทธิ์เพลงรักทุกเพลงจะเป็นของ... ผู้สร้างสรรค์

PART 2 | P.20-25 คลิก

ลิขสิทธิ์ดนตรีที่ผู้นำเพลงไปใช้ควรรู้

*อ้ายจัสวอนน่า เล่นเพลงยูได้บ่?

PART 3 | P.26-49 คลิก

ถามตอบเรื่องลิขสิทธิ์
ผ่าน 12 ตัวละครที่เกี่ยวข้อง
กับดนตรี

*คุณคือตัวละครไหนให้อาปากถามมาวง

คำถามงงๆ จากคนรักดนตรี

สวัสดีคุณผู้แต่ง ผู้ร้อง และผู้ฟัง (ดนตรี) ทุกท่าน

เชื่อว่าทุกคนที่กำลังอ่านอยู่ตอนนี้ เราต่างมีสิ่งที่เหมือนกันอยู่ข้างใน นั่นก็คือความรักในเสียงดนตรี เรามีความสุขเมื่อได้แต่งเพลงดีๆ สักเพลงขึ้นมา ได้ร้องเพลงที่ชอบ และสุขยิ่งกว่านั้นเมื่อได้เอาเพลงที่ชอบมาเปิดฟังซ้ำๆ มาใช้ มาดัดแปลง หรือมาร้องคัฟเวอร์ แต่เรามักหลงลืมไปว่า เพลงทุกเพลงบนโลกใบนี้นั้นล้วนมีเจ้าของ และเราทุกคนมี 'สิทธิ์' ในเพลงที่เรารักไม่เท่ากัน

ใช่ เรากำลังพูดถึงเรื่องลิขสิทธิ์ดนตรี ดินแดนลึกลับที่แม้อยากเข้าใจแค่ไหนก็ยังไม่ค่อยจะเข้าใจอยู่ดี ขณะที่บางคนไม่เคยรู้ว่าตัวเอง 'มีสิทธิ์' สร้างรายได้จากลิขสิทธิ์เพลงแบบเต็มๆ แต่บางคนกลับไม่รู้ว่าตัวเอง 'ไม่มีสิทธิ์' เอาเพลงของคนอื่นมาใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต ครั้นจะไปพยายามศึกษาเรื่องลิขสิทธิ์ที่ถ่ายทอดด้วยภาษาทางกฎหมาย ก็เป็นเรื่องยากเกินไปที่คนทั่วไปอย่างเราๆ จะเข้าใจ

คุณผู้ฟังคงจะเคยคิดกับตัวเองว่าไม่เป็นไร ค่อยเข้าใจเรื่องนี้วันหลังก็ได้ แต่ปัญหาคือการทำความเข้าใจเรื่องลิขสิทธิ์ดนตรีมีโอกาสเกิดขึ้นได้ทุกวัน ทุกวินาทีและเมื่อมันเป็นความผิดแล้ว อาจทำให้เราเสียทั้งสตางค์และเวลาชีวิต

ไม่ต้องกังวลไป หนังสืออิเล็กทรอนิกส์เล่มนี้จะขอเป็นผู้ช่วยคุณไขข้อสงสัยในเรื่องลิขสิทธิ์ดนตรี เริ่มจากตอบ 12 คำถามยอดฮิตของคุณผู้ฟังทางบ้านจากหลากหลายอาชีพทั้งที่อยู่ในและนอกแวดวงดนตรี ถ้าอ่านคำตอบแบบสั้นแล้วยังไม่เคลียร์ใจ เชิญคลิกต่อที่คำตอบเพื่อกระโดดไปทำความเข้าใจแบบลงดีเทลได้เลย

1. ARTIST

Q: เป็นศิลปินหน้าใหม่ไร้สังกัด แต่ทำเพลงดังได้ล้านวิวในยูทูป ใครๆ ก็เอาไปคัฟเวอร์ จะมีสิทธิroyaltyจากคำลิขสิทธิ์ไหม?

A: สิทธิroyaltyเป็นของคุณ! ทันทีที่เป็นสมาชิกองค์กรจัดเก็บลิขสิทธิ์ ให้เขาช่วยเก็บรายได้จากทุกช่องทาง [คลิก](#)

2. COMPOSER

Q: ไม่ได้เป็นนักร้อง แต่แต่งเนื้อและทำนองอยู่เบื้องหลัง ถ้าเพลงฮิตจัดๆ จะได้คำลิขสิทธิ์กับเขาด้วยหรือเปล่า?

A: ถ้าคุณยอมเป็นพนักงานกินเงินเดือนไปแล้วก็แย่น้อย แต่ถ้ามีความรู้และไม่ยอมให้ค่ายซื้อขาดลิขสิทธิ์ เกมพลิก! ได้ส่วนแบ่งทุกครั้งที่มีคนเอาเพลงไปใช้ [คลิก](#)

3. EX-BAND

Q: อดีตร็อกมากฝีมือ นักร้องแต่งเนื้อ มือกีตาร์มือเบสร่วมแต่งทำนอง มือกลองเรียบเรียง ตอนนี้องแตกแล้ว ลิขสิทธิ์ล่ะเป็นของใคร?

A: ขึ้นอยู่กับสัญญากับค่ายและกับนักแต่ง (เพลง) ในวงที่ตกลงแบ่งสัดส่วนคำลิขสิทธิ์กันไว้ ถ้าสัญญาเป็นธรรม ถึงวงแตกก็ยังได้เงิน! [คลิก](#)

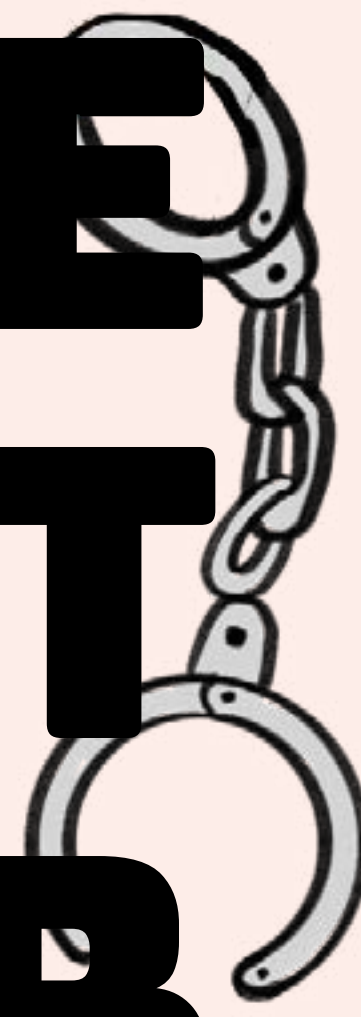
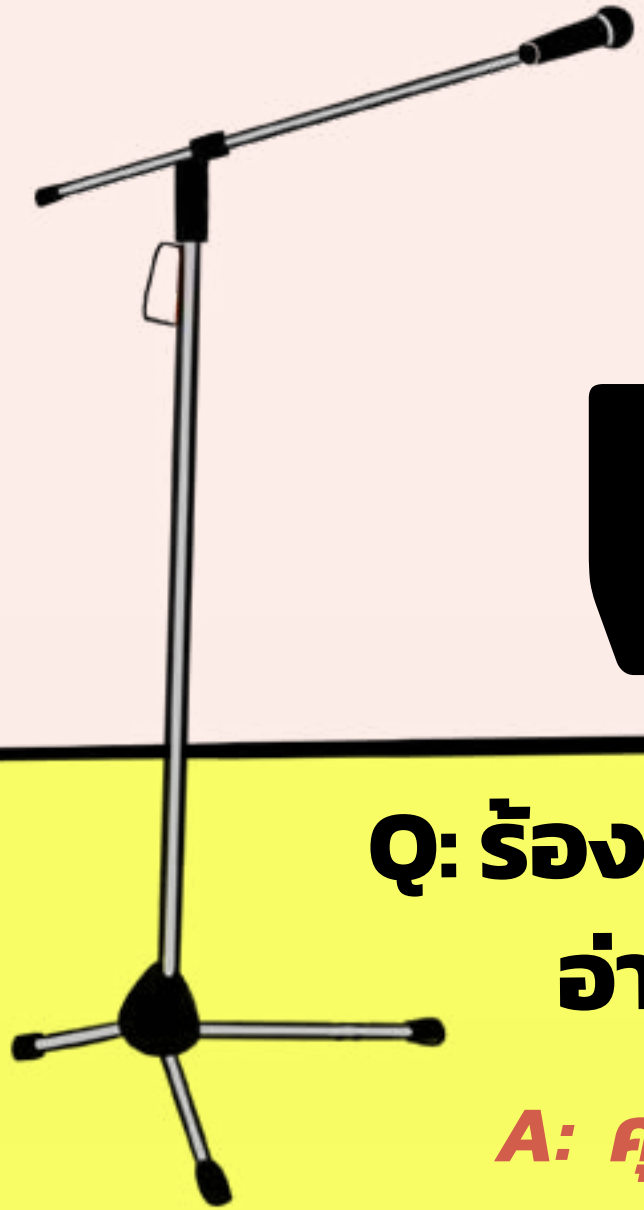
4. RECORD LABEL OWNER

Q: อยากแฟร์กับศิลปินในค่าย แต่ธุรกิจต้องไปต่อให้ได้ก่อน จะจ่ายเหมาชื่อลิขสิทธิ์เพลงไว้เป็นของค่ายได้ป่าว?

A: ทำได้ แต่ไม่ควรทำอย่างยิ่ง เดี่ยวนี้ศิลปินและนักแต่งเพลงเขาไม่ยอมให้ ถูกบังคับเหมือนยุคก่อน ควรให้สิทธินักแต่งเพลงได้เลือกทำสัญญา [คลิก](#)

5.

SINGER WITH ONE HIT WONDER



**Q: ร้องเพลงดังที่ตัวเองแต่งเมื่อสมัยอยู่ค่ายเก่า
อ่าวเฮ้ย ทำไมตำรวจบุกมาจับหลังเวที?**

**A: คุณอาจเคยตกลงทำสัญญาที่ไม่เป็นธรรม
พอลิขสิทธิ์เป็นของค่ายเพลงทั้งหมด
ค่ายก็สามารถฟ้องคุณได้ แม้คุณจะแต่งเองก็เถอะ** [คลิก](#)

6.



YOUTUBER

**Q: ใส่เพลงที่ชอบประกอบคลิปแบบขำๆ 10 วิ
ใส่เครดิตให้ก็พอแล้วนะ? ไม่ได้ใช้เพื่อการค้าชะห่อน**

**A: เามาใช้ก็วันอาทิตย์ก็ผิด ควรติดต่อขออนุญาตกับเจ้าของสิทธิ์
หรือจ่ายกับองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ให้ถูกต้องชะ
ถ้าไม่อยากให้คลิปปลิว** [คลิก](#)

7.

WEDDING BAND



**Q: เอาเพลงรักหวานซึ่งมาร้องเป็นล้านๆ ครั้ง
ก็คู่บ่าวสาวเขารีเควสมา ถ้าโดนลิขสิทธิ์ย้อนหลัง
นี่ล้มละลายเลยไหม?**

**A: งานแต่งงานถือว่าเป็นงานส่วนตัวที่ไม่ได้มีการบันทึกไว้
เพื่อใช้ในการค้ามักจะได้รับการอนุโลม แต่ถ้าทำเพื่อการค้า
ก็เตรียมตัวโดนได้เลยครับคุณผู้ฟัง** [คลิก](#)

8.



PUB & RESTAURANT OWNER



**Q: ทำร้านให้รอดก็เหนื่อยแล้ว จ่ายค่าจ้างให้วงดนตรีสดทุกวัน
ค่าลิขสิทธิ์เพลงก็ต้องให้คนร้องจ่ายเองสิ?**

**A: เจ้าของกิจการต้องจ่าย เพราะสร้างรายได้จากสิ่งนี้
นักดนตรีก่อนจะไปเล่นร้านไหน ก็ควรดูให้ดี
ว่าร้านที่เขาจ้างคุณนะ มีใบอนุญาตค่ายไหน กันไว้ดีกว่าแก้** [คลิก](#)



9. CAFE OWNER

Q: เปิด Spotify playlist ในร้านกาแฟตัวเองผิดตรงไหน ก็จ่ายฟรีเมียมรายเดือนไปแล้วนี่?

A: ผิดเพราะคุณคือสถานประกอบการ ไม่ใช่ผู้ฟังทั่วไป วิธีที่ถูกต้องคือซื้อบริการสตรีมมิ่งเพลงที่ใช้เพื่อการค้า และจ่ายค่าสิทธิเผยแพร่ให้องค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์: [คลิก](#)



10.

CREATIVE DIRECTOR



Q: แปลงเพลงดังจนไม่เหลือเค้าเดิม เอามาประกอบหนังโฆษณา อย่างนี้จ่ายลิขสิทธิ์แค่ค่าทำนอง ครั้งเดียวหรือเปล่า?

A: ไม่ แกรมต้องจ่ายแพงกว่าเอาออร์จินัลมาใช้ เพราะต้องจ่ายทั้งค่าสิทธิในการทำซ้ำ (Reproduction) และสิทธิในการดัดแปลง [คลิก](#)

11.

MUSIC FESTIVAL DIRECTOR

Q: จัดเทศกาลดนตรีใหญ่ ไม่มีสิทธิรู้ล่วงหน้าว่าแต่ละวงจะร้องเพลงอะไร อย่างนี้ไม่แบกค่าลิขสิทธิ์จนไม่เหลือกำไรเลยหรือ?

A: ถ้าคุณขอลิสต์เพลงแต่ละวงไม่ไหว ควรลงทุนขออนุญาตใช้ลิขสิทธิ์เพลงแบบเหมาไว้ ถูกกว่าแยกจ่าย แกรมมีให้เลือกจนตาลายกว่า 30 ล้านเพลงเลยนะคุณผู้ฟัง [คลิก](#)

12.



TIKTOKER

Q: รักการเต้นและลิปซิงค์ทุกแพลตฟอร์มคำ ถือว่าเป็นการช่วยกันโปรโมต จะไม่โดนเรียกเก็บค่าโน้มนำนี้ใช่ไหมคะ?



A: Reels ในอินสตาแกรมและ Story ในเฟซบุ๊ก ได้ขอลิขสิทธิ์เพลงในแคตตาล็อกไว้อย่างถูกต้อง แต่ Tiktok ยังอยู่ในระหว่างดำเนินการที่ศิลปินยังไม่ปลิว แปลว่าเจ้าของสิทธิยังหยวนๆ ไม่ตามมาเรียกเก็บ [คลิก](#)



* ต่อจากนี้ลิขสิทธิ์เพลงรัก ทุกเพลงจะเป็นของ... ผู้สร้างสรรค์

คู่มือ Music Copyright 101 ขอเริ่มต้นด้วยเรื่องลิขสิทธิ์ที่ 'ผู้สร้างสรรค์ดนตรี' ต้องรู้ ไม่ว่าจะเป็นนักแต่งเพลงที่ทำงานเบื้องหลัง หรือเป็นนักร้องที่แต่งเพลงเอง หากคุณเป็นคนให้กำเนิด ส่วนใดส่วนหนึ่งของเพลง ไม่ว่าจะ คำร้อง ทำนอง หรือเรียบเรียง ก็นับว่าคุณเป็นผู้สร้างสรรค์ ดนตรีแล้ว

แล้วทำไมผู้สร้างสรรค์ดนตรีต้องรู้เรื่องลิขสิทธิ์ เพราะถ้าคุณขาดความรู้เรื่องนี้ เท่ากับคุณพลาดโอกาสที่จะสร้างรายได้ หรือเลยเถิดไปถึงขั้นพลาดโอกาสที่จะรำรวยจากการเป็นเจ้าของ สิทธิในเพลงของตัวเอง (ใช่! รวย! คุณอ่านไม่ผิด) ใครบอกว่าเป็นนักแต่งเพลงต้องไส้แห้งเสมอไป ตอบเขาไปเลยว่าไม่จริง หากวันหนึ่งเพลงดีมีคุณภาพที่คุณร่วมแต่งเกิดดังระเบิดระเบ้อขึ้นมา หรือเพลงที่คุณแต่งถูกนำไปใช้ต่อยาวนานขึ้นห้องคลาสสิก ลูกหลานก็คุณก็มีโอกาสรับผลประโยชน์ (ราย) ได้จากการเป็นเป็นผู้รับช่วงต่อในความเป็นเจ้าของสิทธิในเพลงนั้นด้วย

ฟังดูดีใช่ไหมล่ะ เชิญเหล่าผู้สร้างสรรค์ดนตรีมาเรียนรู้ว่า ต่อจากนี้ลิขสิทธิ์เพลงรักทุกเพลง (ที่คุณสร้างมันขึ้นมากับมือ) จะเป็นของคุณได้อย่างไร

ก่อน A

Amaj 7

F#m

ยังจำได้ดี วันแรกที่เราได้เจอกัน...

ลิขสิทธิ์คืออะไร มีกี่แบบ และใครเป็นเจ้าของได้บ้าง

ยังจำได้ดีใช่ไหม ความรู้สึกของครั้งแรกที่คุณได้แต่งเพลงหนึ่งขึ้นมา ไม่ว่าจะแค่เนื้อร้องหรือทำนอง แต่สิ่งที่คุณอาจไม่เคยรับรู้ก็คือ เมื่อเพลงๆ หนึ่งเกิดขึ้น นอกจากความรู้สึกพิเศษที่เกิดขึ้นมา ยังมีอีกสิ่งที่เกิดขึ้นพร้อมกัน นั่นคือ 'ลิขสิทธิ์'

ถามว่าทำไมเพลงถึงต้องมีลิขสิทธิ์ เพราะเพลงหนึ่งเพลงถือเป็นผลงานที่เกิดขึ้นจากการใช้สติปัญญาและความรู้ความสามารถของผู้สร้างสรรค์ (หรือที่เรียก ทรัพย์สินทางปัญญา นั่นแหละ) ซึ่งจะได้รับคุ้มครองในทันทีตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ถ้าขี้ให้ชัดขึ้นอีก คำว่า 'ลิขสิทธิ์ดนตรี' จึงหมายถึง

สิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่กฎหมายมีขึ้นมา เพื่อรับรองให้ผู้สร้างสรรค์กระทำการใดๆ เกี่ยวกับดนตรี อันเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่ตนได้ทำขึ้น

แล้วการได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ แปลว่าผู้สร้างสรรค์มีสิทธิอะไรในเพลงที่ตัวเองเป็นเจ้าของบ้าง คำตอบคือ เยอะเลยละ คุณจะได้อำนาจสิทธิ์ก็ต่อเมื่อมีใครสักคนเอาเพลงของคุณไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน เป็นไง เริ่มได้กลิ่นความรวยแล้วหรือยังละ

1. สิทธิการนำออกเผยแพร่ต่อสาธารณชน (Performing Right)

การเอาเพลงไปแสดง ร้องหรือบรรเลง ทำให้ปรากฏเสียงหรือภาพ ลงบนงานอีเวนต์ งานเทศกาลดนตรี แพลตฟอร์มออนไลน์ หรือที่ไหนก็ตามที่จะมีคนภายนอกเห็นได้ ก็นับว่าเป็นสิทธินี้ทั้งหมด ดังนั้น ก่อนแสดงเพลงในสถานที่สาธารณะ ผู้แสดงหรือผู้จัดต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของสิทธิ์ ซึ่งก็คือ เขาต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์ให้คุณซะก่อน

2. สิทธิการทำซ้ำ (Reproduction Right)

การเอาเพลงไปอยู่ที่อื่น ซึ่งไม่ใช่ที่ตั้งเดิม โดยไม่ใช่การเอาต้นฉบับไปใช้ แต่เป็นการคัดลอกหรือทำสำเนาไปใช้ โดยไม่ได้ดัดแปลงใดๆ ต่อให้ไม่ได้เอาไปทั้งเพลง แต่ถ้าเอาไปแค่วิสองวิ ผู้ใช้ก็ต้องได้รับอนุญาตและจ่ายค่าลิขสิทธิ์ให้คุณแล้ว

3. สิทธิการทำซ้ำเพื่อประกอบภาพเคลื่อนไหว (Synchronization Right)

การเอาดนตรีกรรมของคุณไปประสานขมวดควมร่วมกับอีกสิ่งหนึ่งจนกลายเป็นงานชิ้นใหม่ เช่น เอาเพลงไปคัฟเวอร์ เอาเพลงไปร้องประกอบภาพ เอาเพลงไปประกอบเป็นภาพเคลื่อนไหวลงในแพลตฟอร์ม หรือกระทั่งการเอาเพลงไปประกอบภาพยนตร์ (Original Soundtrack) ก็นับว่าเป็นสิทธิซิงโครไนซ์ ผู้ใช้ต้องได้รับอนุญาตและจ่ายค่าลิขสิทธิ์ให้คุณเช่นกัน

4. สิทธิในการดัดแปลง (Adaptation Right)

การนำเพลงไปทำซ้ำโดยเปลี่ยนรูปแบบใหม่ ปรับปรุง หรือจำลองให้ไม่เหมือนเดิม เช่น เอาเพลงไปแปลงบ้าง เปลี่ยนจากเนื้อร้องภาษาไทยเป็นภาษาอื่นบ้าง เอาไปรีมิคซ์บ้าง ก็นับว่าเป็นสิทธิในการดัดแปลงที่ผู้ใช้ต้องได้รับอนุญาตและจ่ายค่าลิขสิทธิ์ให้กับผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของสิทธิ์อย่างคุณ

ฟังดูดี แต่ถ้าย้อนกลับไปอ่านที่นิยาม เห็นใช่ไหมที่เราขีดเส้นใต้ตรงคำว่า **แต่เพียงผู้เดียว** เพราะปัญหามันเกิดตรงที่ว่า เพลงหนึ่งเพลงมักจะมีองค์ประกอบมากกว่าหนึ่ง (เนื้อร้อง ทำนอง เรียบเรียง สิ่งบันทึกเสียง) เพลงบางเพลงจึงมีผู้ที่ร่วมสร้างสรรค์มันขึ้นมามากกว่าหนึ่งชีวิต (คนแต่งเนื้อร้อง คนแต่งทำนอง คนเรียบเรียง บริษัทบันทึกเสียง ค่ายเพลง) เพลงแทบทุกเพลงจึงอาจมีคนอื่นที่ไม่ใช่คนแต่งเพลง มาเป็นเจ้าของสิทธิ์ได้ด้วย ถ้าคุณเข้าใจเรื่องนี้ก็จะรู้ว่า ต่อจากนี้เพลงรักทุกเพลงจะเป็นของเธอ (คนเดียว) เท่านั้นไม่ได้!

อย่าเพิ่งกุมขมับ เรามาเริ่มจากเข้าใจประเภทของ 'ลิขสิทธิ์ดนตรี' กันก่อน เมื่อเพลงหนึ่งเพลงถูกสร้างขึ้นผลลัพธ์ของมันจะถูกจำแนกได้เป็น 2 แบบ คือสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น เนื้อร้อง ทำนอง โน้ตเพลง ในที่นี้เราจะเรียกมันว่า **ดนตรีกรรม** กับสิ่งที่จับต้องได้ เช่น ไฟล์เสียง แผ่นซีดี เราเรียกมันว่า **สิ่งบันทึกเสียง** ซึ่งทั้ง 2 ประเภทนี้อาจจะมีเจ้าของสิทธิ์เป็นคนละคนกันก็ได้

ประเภทของ ลิขสิทธิ์ดนตรี

เมื่อเพลงหนึ่งเพลงเกิดขึ้น จะเกิดลิขสิทธิ์ดนตรีได้ 2 แบบ คือ ลิขสิทธิ์งานดนตรีกรรม และ ลิขสิทธิ์งานสิ่งบันทึกเสียง

ลิขสิทธิ์งานดนตรีกรรม คือสิทธิในงานเพลงที่แต่งเพื่อบรรเลงหรือร้อง ไม่ว่าจะร้องทำนองและคำร้อง หรือมีทำนองอย่างเดียว และให้หมายความรวมถึงโน้ตเพลง หรือแผนภูมิเพลงที่ได้แยกและเรียบเรียงเสียงประสานเรียบร้อยแล้ว โดย **ตัวละครส่วนใหญ่ที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์งานดนตรีกรรม** ได้แก่ ผู้ประพันธ์ทำนอง (Composer) ผู้ประพันธ์เนื้อร้อง (Author) ผู้เรียบเรียง (Arranger) และ พับลิชเชอร์ (Publisher) ซึ่งส่วนใหญ่มักจะตกลงแบ่งลิขสิทธิ์กันเป็นสัดส่วนตามความเหมาะสม

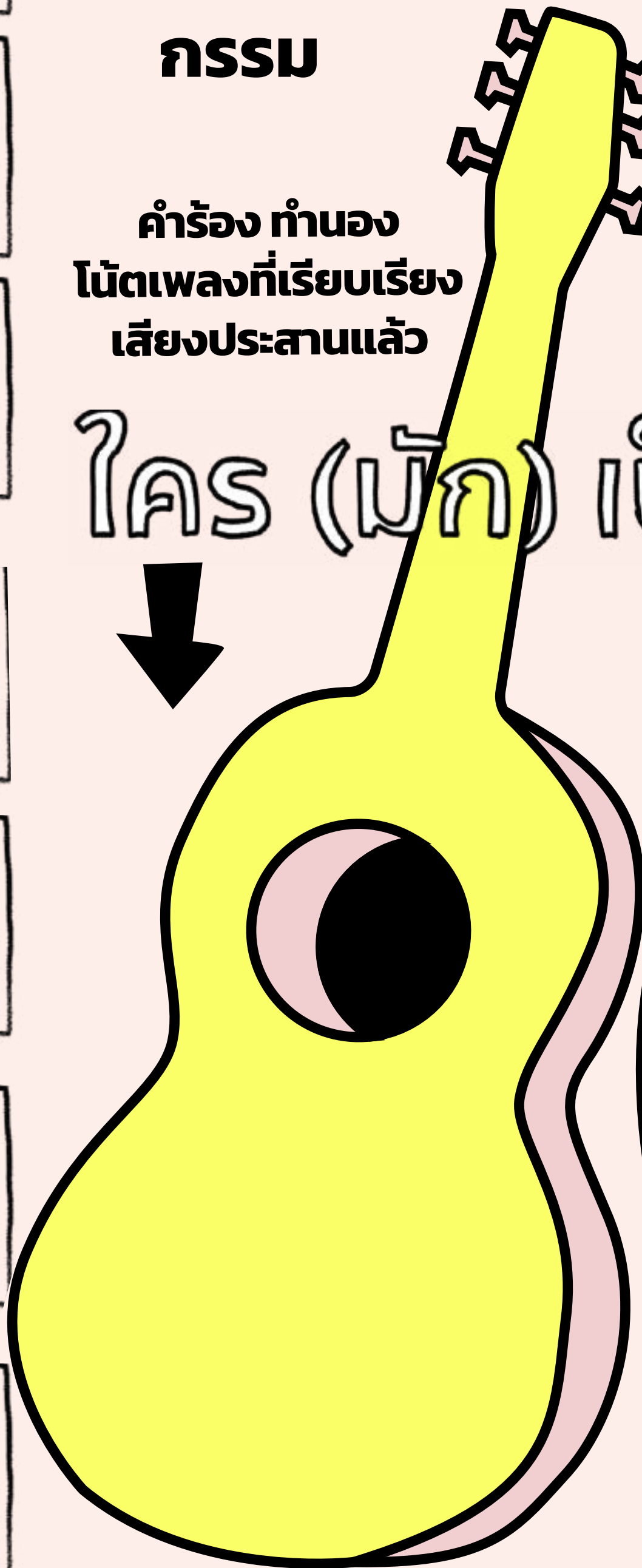
ลิขสิทธิ์งานสิ่งบันทึกเสียง คือสิทธิในงานเพลงอันประกอบด้วยลำดับของเสียงดนตรี เสียงการแสดง หรือเสียงอื่นใด โดยบันทึกลงในวัสดุ ไม่ว่าจะมัลติมีเดียใดๆ อันสามารถที่จะนำมาเล่นซ้ำได้อีก โดยใช้เครื่องมือที่จำเป็นสำหรับวัสดุนั้น แต่ทั้งนี้ มิให้หมายความรวมถึงเสียงประกอบ ภาพยนตร์หรือเสียงประกอบโสตทัศนวัสดุ อย่างอื่น เรียกว่างานอัดเสียง หรือ Mastering นั่นเอง ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ที่ทำการอัดเสียงให้ศิลปินก็นับว่าเป็นผู้ช่วยของผู้สร้างสรรค์ ซึ่งมีเครื่องไม้เครื่องมือ ห้องอัด เพื่อทำให้เพลงแต่ละเพลงเกิดขึ้น **ตัวละครที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์งานสิ่งบันทึกเสียง** จึงมักจะเป็นค่ายเพลง (Music Label) หรือบริษัทสิ่งบันทึกเสียง (Recording Company)

1

งาน ดนตรี กรรม

คำร้อง ทำนอง
โน้ตเพลงที่เรียบเรียง
เสียงประสานแล้ว

ใคร (มัก) เป็นเจ้าของ

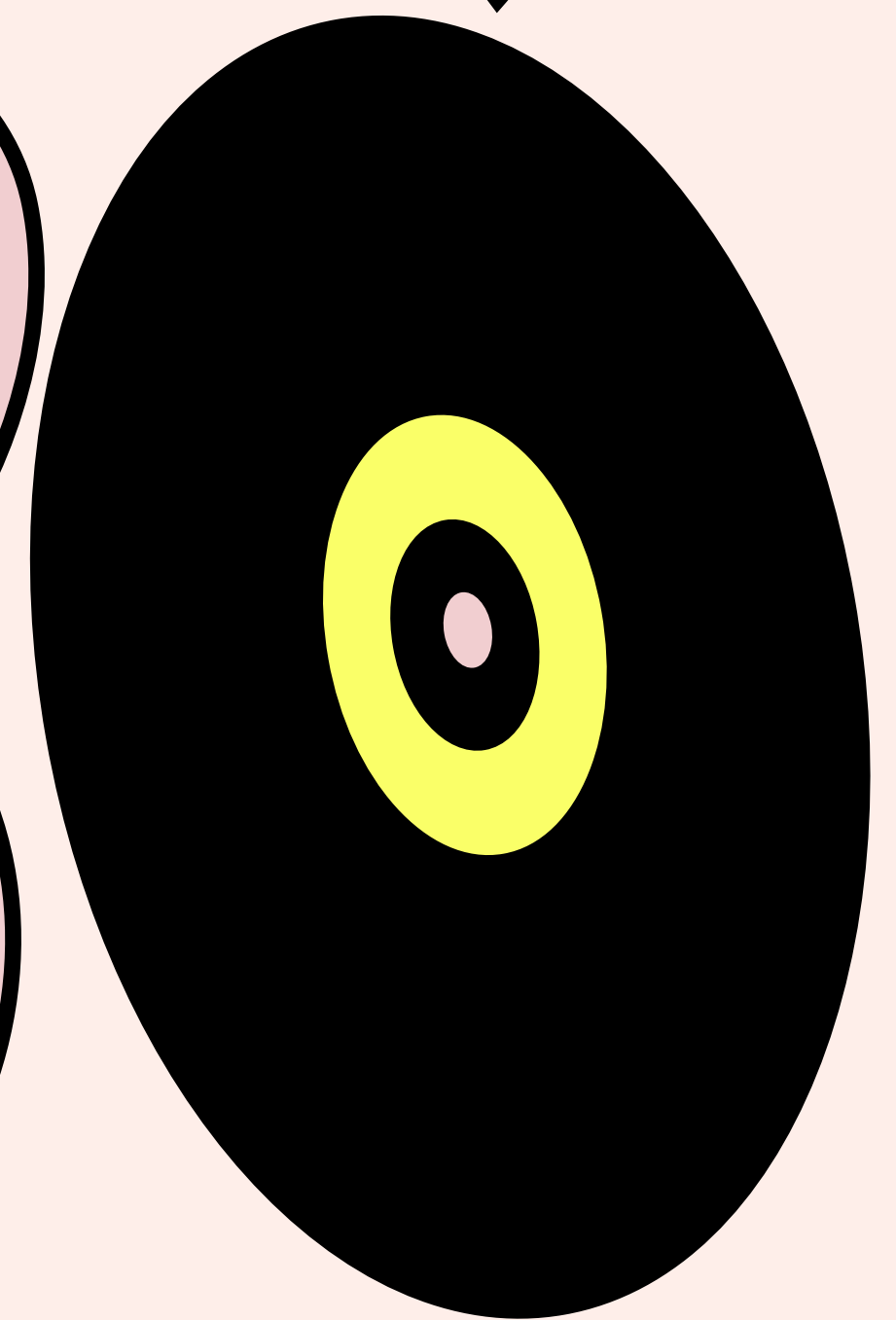


นักแต่งเพลง
หรือพับลิชเชอร์

2.

งาน
สิ่ง
บันทึก
เสียง

งานอัดเสียงที่
บันทึกลงวัสดุ เช่น
ไฟล์เสียง แผ่นซีดี



ค่ายเพลง
หรือบริษัทบันทึกเสียง

**ได้รับค่าลิขสิทธิ์เมื่อ
มีผู้นำไปเผยแพร่ / ทำซ้ำ / ซิงโครไนซ์ / ดัดแปลง**
*ขึ้นกับรูปแบบและพื้นที่ที่นำเพลงไปใช้

ท่อน CHORUS

Amaj 7

F#m

Dmaj 7

ตั้งแต่วันที่ได้พบเธอ ก็ไม่มีดอกไม้ใดที่เจอ ที่จะสวยงาม...

3 ตัวละคร ผู้ช่วยดูแลลิขสิทธิ์ดนตรีให้ผู้สร้างสรรค์

แม้ว่านักแต่งเพลงหรือเหล่าผู้สร้างสรรค์อย่างคุณ จะมีโอกาสสร้างรายได้จากการเก็บค่าลิขสิทธิ์อย่างที่เราได้ ชี้ช่องรอยไปแล้วในตอน A แต่ชีวิตจริงของนักแต่งเพลง อาจไม่ได้มีเวลามาตรวจสอบ จัดการ และจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ ได้อย่างที่ฝัน ครั้นจะไปทวงถามคนที่ละเมิดลิขสิทธิ์ด้วย ตัวเองก็ปวดหัว และดูไม่งามในนามของศิลปิน เอาเวลา ไปสรรค์สร้างเพลงดีๆ ดีกว่า โลกของคุณจึงต้องการตัวละครต่อไปนี้ ที่จะมาช่วยจัดการเรื่องลิขสิทธิ์ของคุณในระดับดีเทล

ตัวละครที่ 1 - กลุ่มผู้ช่วยบริหารสิทธิ

บนคอนเทนต์ดิจิทัล

กลุ่มตัวละครที่คอยจัดการลิขสิทธิ์ดนตรีที่ถูกนำไป ใช้บนโลกออนไลน์ มีตัวละครหลักๆ ที่คอยจัดการลิขสิทธิ์ ให้ผู้สร้างสรรค์ ดังนี้

1.1 DSP (Digital Service Provider) คือผู้ให้ บริการออนไลน์ที่ขายการเข้าถึงเนื้อหาดิจิทัล ในที่นี้ หมายถึงแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งออนไลน์ เช่น Youtube Facebook Spotify Apple Music iTunes Joox โดย เพลงจะถูกโฮสต์ไว้บนเซิร์ฟเวอร์ของ DSP โดยไม่มีการ โอนไฟล์เนื้อหา แต่เป็นการทำซ้ำข้อมูลให้รับชมรับฟังได้ บนคอมพิวเตอร์ของลูกค้า ซึ่งเจ้าของเพลงที่ถูกนำไปอยู่บน DSP จะได้รับค่าลิขสิทธิ์ 2 ประเภท

ค่าลิขสิทธิ์งานดนตรีกรรม: เงินที่จ่ายให้นักแต่ง เพลงหรือผู้สร้างสรรค์ การชำระเงินเหล่านี้จะจ่ายให้ กับองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ (CMO) หรือเอเจนซีด้านค่า ลิขสิทธิ์

ค่าลิขสิทธิ์งานสิ่งบันทึกเสียง: เงินที่จ่ายให้กับผู้ถือ สิทธิสำหรับงานสิ่งบันทึกเสียงที่สตรีมบน DSP ซึ่งจ่าย ให้กับศิลปินผ่านผู้ให้อนุญาตส่งมอบเพลง ซึ่งโดยทั่วไป จะเป็นค่ายเพลงที่ทำการบันทึกหรือผู้จัดจำหน่าย

1.2 CA (Content Aggregator) หรือ Music Dis- tributor) คือหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลาง รวบรวม และจัดจำหน่ายดิจิทัลคอนเทนต์ รวมไปถึงจัดการสิทธิ ดิจิทัล โดยเป็นผู้ถือคอนเทนต์ของเจ้าของสิทธิไว้ขาย เพื่อให้นำไปใช้ซ้ำ คอยเก็บค่าลิขสิทธิ์งานสิ่งบันทึก เสียงที่ถูกสตรีมหรือทำซ้ำบน DSP มาให้ผู้สร้างสรรค์ พุดง่ายๆ ว่า CA เป็นบริษัทจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ที่ดูแลหลาย แพลตฟอร์ม (ไม่ใช่แค่ใน Youtube)

1.3 MCN (Multi Channel Network) คือ หน่วยงานพาร์ตเนอร์ที่ทำงานร่วมกับเจ้าของสิทธิใน แพลตฟอร์มออนไลน์ (DSP) ได้แก่ คอนเทนต์ครีเอเตอร์ หรือเจ้าของช่องใน Youtube เพื่อช่วยให้ผู้สร้างสรรค์ สร้างรายได้เพิ่มขึ้นทั้งจากการขายหรือเพิ่มยอดผู้ชม ไม่ว่าจะเป็นการหาสปอนเซอร์ ทำโฆษณา การโปรโมต ข้ามช่องทาง โดยแลกกับเปอร์เซ็นต์ของรายได้จากการ โฆษณาของช่อง รวมไปถึงการจัดการสิทธิดิจิทัล คอย เก็บค่าลิขสิทธิ์งานสิ่งบันทึกเสียงที่ถูกสตรีมหรือทำซ้ำ บน DSP มาให้ผู้สร้างสรรค์

ตัวละครที่ 2 - พับลิชเชอร์ (Publisher)

อาจเป็นตัวละครที่ไม่คุ้นหูในบ้านเรานัก แต่ในสากล เขามีกัน ตัวละครนี้ก็คือ 'ตัวแทนของผู้แต่งเพลง' หรือ บริษัทที่ดูแลสิทธิงานดนตรีกรรมให้กับผู้สร้างสรรค์ อย่างคุณนั่นแหละ คอยจัดการให้คุณได้รับค่าลิขสิทธิ์จาก การใช้งานประพันธ์ในเชิงพาณิชย์โดยปกติพับลิชเชอร์จะมีสัญญาหรือข้อตกลงกับผู้สร้างสรรค์เพลงว่าจะตรวจสอบการนำงานเพลงไปใช้ในกรณีต่างๆ และนำรายได้ ค่าลิขสิทธิ์มาส่งคืนให้แก่ผู้สร้างสรรค์

ทำไมในไทย ถึงไม่ค่อยได้ยินคำว่าพับลิชเชอร์

เหตุผลก็คือในอดีตที่ผ่านมา ค่ายเพลงยักษ์ใหญ่มัก เป็นเจ้าของสิทธิต่างๆ ครบทุกสิทธิแบบกินรวบ 100% ทั้งงานดนตรีกรรมและงานสิ่งบันทึกเสียง เพราะถือ เป็นการจ้างแต่งเพลงภายใต้สัญญาจ้างงาน หรือใน หลายกรณีก็เป็นการซื้อสิทธิขาดจากผู้สร้างสรรค์ไปเลย (แหม) แต่ในปัจจุบัน เมื่อผู้สร้างสรรค์มีความรู้มากขึ้น และค่ายเพลงใหม่ๆ ก็เข้าใจเรื่องนี้มากขึ้น เลยไม่ได้กิน รวบสิทธิเหมือนยุคก่อน ค่ายเพลงมักยังมีบทบาทเป็น ผู้บันทึกเสียงและเป็นเจ้าของสิทธิในงานสิ่งบันทึกเสียง แต่ในส่วนของสิทธิในงานดนตรีกรรม ขึ้นอยู่กับการทำ สัญญาร่วมกันกับผู้สร้างสรรค์

ค่ายเพลงไทยยุคปัจจุบัน (ซึ่งอาจจะสวมหมวกอีกใบ เป็นพับลิชเชอร์) ช่วยดูแลสิทธิอะไรให้ผู้สร้างสรรค์บ้าง

นอกจากมีภารกิจหลักคือการค้นหาทาเลนต์ผู้ สร้างสรรค์เพลงที่มีความสามารถ สนับสนุนให้พัฒนา ทักษะ จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก ให้คำปรึกษา รวมถึง ทำการตลาด เพื่อให้งานถูกใช้ในวงกว้าง ยังมีหน้าที่ช่วย บริหารและดูแลสิทธิให้นักแต่งเพลง ตรวจสอบการใช้เพลงที่

อยู่ในการดูแล และอนุญาตให้ใช้สิทธิในงานดนตรีกรรมด้วย โดยพับลิชเชอร์หลายๆ แห่งในไทยก็ทำงานร่วมกับองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ (CMO) ที่เราจะแนะนำในลำดับถัดไป

เพื่อให้เก็ทภาพ ค่ายเพลงที่รับบทเป็นพับลิชเชอร์ในไทย ได้แก่

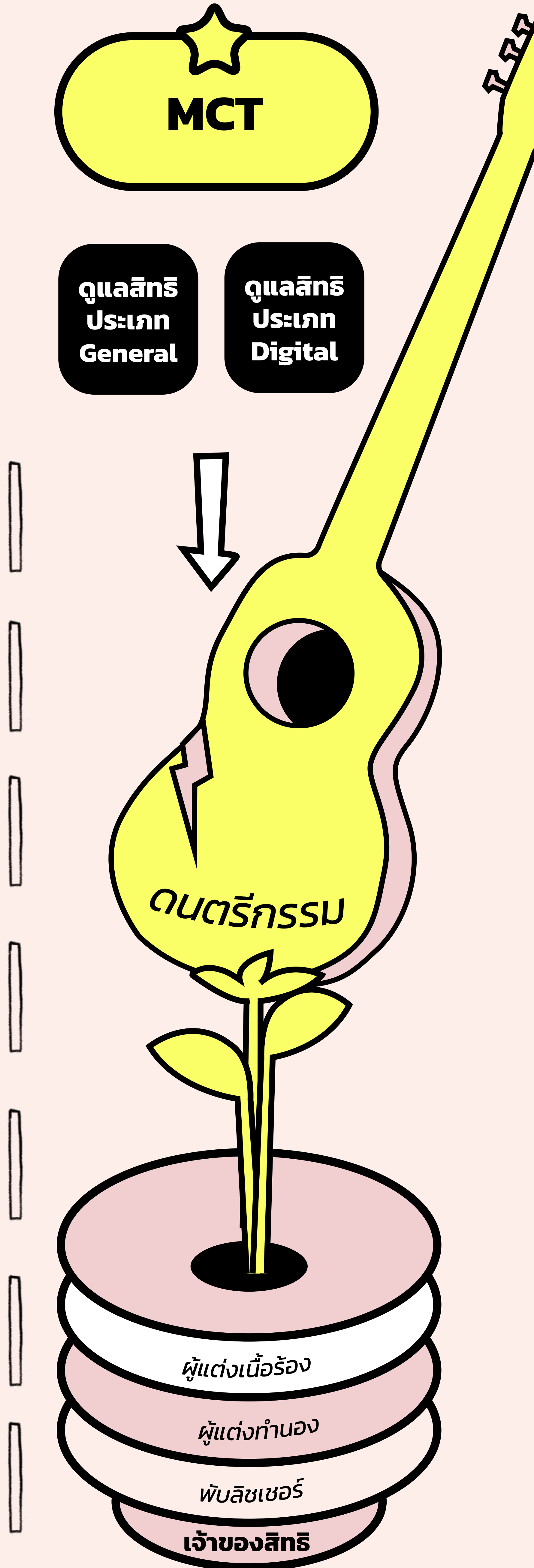
- บริษัท เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท สไปร์ซซี ดิสก์ จำกัด
- บริษัท มิวสิกมูฟ จำกัด
- บริษัท วอท เดอะ ดัก จำกัด

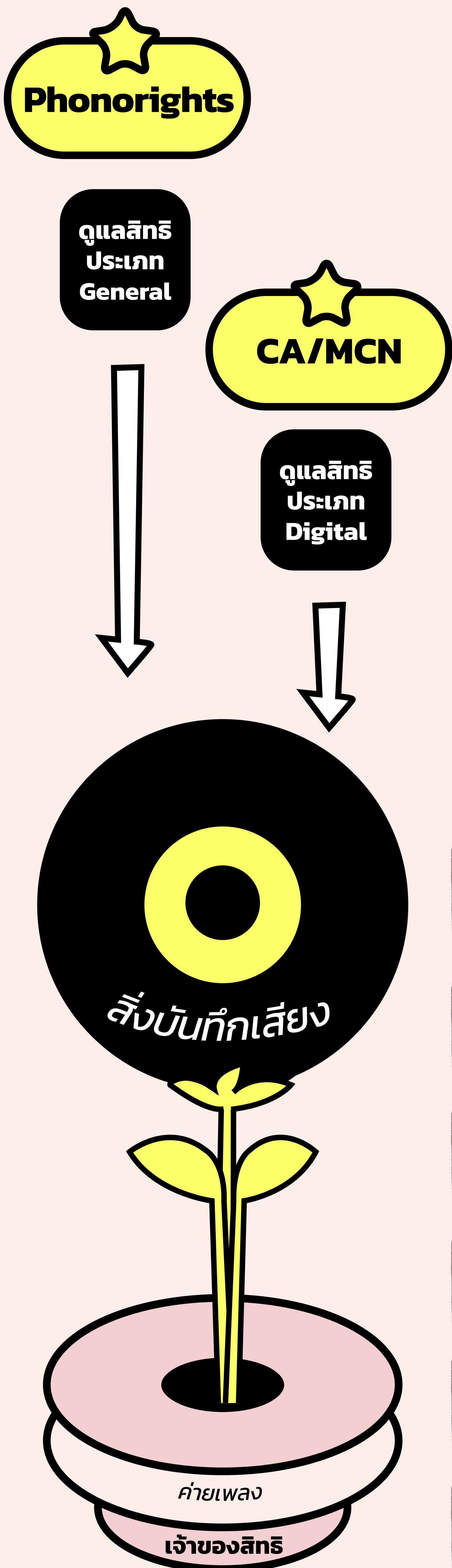
ตัวละครที่ 3 - องค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ (CMO)

CMO ย่อจาก Collective Management Organization แปลเป็นไทยก็คือ องค์กรบริหารจัดการสิทธิของผู้สร้างสรรค์ หรือเรียกสั้นๆ ว่าองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ ก็เพราะว่างานดูแลสิทธิมันมีรายละเอียดยุ่งยาก งานที่หนักที่สุดก็คือการตรวจสอบว่าเพลงที่ผู้สร้างสรรค์เป็นเจ้าของถูกเอาไปใช้โดยไม่มีใบอนุญาตหรือไม่ ถ้าคุณคือศิลปินนักแต่งเพลงอิสระที่ไม่ได้สังกัดค่ายใหญ่หรือเล็กที่คอยดูแลสิทธิให้คุณอยู่ การมีพาร์ตเนอร์จึงเป็นเรื่องจำเป็น CMO จึงเรียกว่าเป็นตัวละครลับตัวจืดที่คอยช่วยเป็นตัวแทนดำเนินการเก็บค่าสิทธิ เป็นศูนย์กลางงานลิขสิทธิ์ ประสานการเจรจาต่อรองกับผู้ใช้งานเพลง เพื่อเก็บค่าสิทธิมาให้ผู้สร้างสรรค์นั่นเอง

ทำไมต้องมี CMO มาช่วยจัดเก็บค่าสิทธิ นักแต่งเพลงทำเองไม่ได้หรอ

คำตอบคือทำเองได้แต่มันเหนื่อย! ยกตัวอย่าง ถ้างานดนตรีของคุณถูกนำออกแสดงในที่สาธารณะไม่ว่าจะในไทยหรือต่างประเทศ เช่น ในบาร์ ร้านอาหาร ห้างฯ หรือถูกนำไปออกอากาศทางวิทยุโทรทัศน์ คุณควรได้รับค่าสิทธิในฐานะเจ้าของลิขสิทธิ์งานดนตรีกรรม แต่ในชีวิตจริงมันเป็นเรื่องยากที่นักแต่งเพลงจะไปตรวจสอบด้วยตนเองว่ามีใครที่ไหนใช้งานเพลงของเราบ้าง และยากที่จะตามเก็บค่าลิขสิทธิ์ให้ถูกต้องครบถ้วน CMO จะช่วยสร้างรายได้จากเพลงตรงนี้ โดยที่ผู้สร้างสรรค์ไม่ต้องไปตามเก็บเงินเหล่านั้นด้วยตัวเองให้ยุ่งยาก





บทบาท ของผู้ช่วย ดูแลสิทรี ประเภทต่างๆ

ศิลปินและนักแต่งเพลง ถ้าอยากมองหา CMO ในไทย ต้องทำยังไง

โดยปกติ ถ้าคุณเป็นศิลปินที่สังกัดค่ายเพลง หรือ พับลิชเชอร์เจ้าใหญ่ เช่น จีเอ็มเอ็ม อาร์เอส ส่วนใหญ่ ค่ายเพลงของคุณมักจะจัดการดูแลสิทรีให้เบ็ดเสร็จอยู่แล้ว แต่ถ้าคุณเป็นศิลปินอิสระ ไม่ได้มีค่ายดูแล หากไป ‘จดแจ้งลิขสิทธิ์’ ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา (DIP) ว่าผลงานชิ้นนี้เราเป็นผู้ประพันธ์ขึ้นมาแล้ว ก็ยังสามารถสมัครเป็นสมาชิก CMO ทั้งรายใหญ่หรือรายย่อยต่อได้ เพื่อให้มีองค์กร ‘ดูแลและช่วยเก็บค่าสิทรี’ หากมีใครนำเพลงของคุณไปใช้ โดยสามารถเข้าไปค้นหาและทำความรู้จัก CMO ต่างๆ ได้ที่เว็บไซต์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา

คลิก

เพื่อให้เก็ทภาพ บริษัทที่เป็น CMO ในไทย ได้แก่

- 🎵 บริษัท ลิขสิทธิ์ดนตรี (ประเทศไทย) จำกัด หรือ MCT ดูแลและจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์งานดนตรีกรรม
- 🎵 บริษัท โฟโนไทรทส์ (ไทยแลนด์) จำกัด หรือ Phonorights ดูแลและจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์งานสิ่งบันทึกเสียง

ก่อน BRIDGE

C#m *F#7*
ไม่เคยคิดว่ามันจะเกิดขึ้นกับฉัน
Bm *E*
อยากขอบคุณเรื่องดีและร้ายที่ทำให้เราได้พบกัน...

ทำไมนักแต่งเพลง ถึงควรให้ MCT ช่วยปกป้องสิทธิ์

นี่ไม่ใช่ขายตรง เราในฐานะนักแต่งเพลงอย่างคุณอยาก รวย แต่ดูแลสิทธิเองมันเหนื่อยเกินไป นี่คือเหตุผลที่ อยากแนะนำให้คุณรู้จัก CMO เจ้าใหญ่ ตัวจืดแห่งวงการ ลิขสิทธิ์ดนตรี ผู้ที่จะพานักแต่งเพลงอย่างคุณไปพบวัน สดใสทางการเงินต่อจากนี้ไป ช่วยคุณสร้างรายได้จาก ค่าลิขสิทธิ์อย่างที่ไม่เคยคิดมาก่อน

MCT ย่อจาก Music Copyright Thailand หรือ บริษัท ลิขสิทธิ์ดนตรี (ประเทศไทย) จำกัด

คือองค์กรไม่แสวงหากำไรที่รับบทบาทในการช่วย จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์งานดนตรีกรรมให้กับนักแต่งเพลง (รวมทั้งพับลิชเชอร์) ถ้าคุณเข้าร่วมเป็นสมาชิกของ MCT ก็เหมือนมีผู้ช่วยสร้างรายได้จากลิขสิทธิ์แบบเป็น ทุกอย่าง (ให้เธอแล้ว) ทั้งเป็นตัวแทนช่วยดำเนินการ จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ เป็นศูนย์กลางงานลิขสิทธิ์ จัดสรรคืน เงินลิขสิทธิ์ให้สมาชิก และช่วยเป็นคนกลางประสานและ เจริญต่อเรื่องเรื่องค่าลิขสิทธิ์กับผู้ใช้งานเพลงให้ด้วย พุดง่าย ๆ ว่าจะเป็นคนไปคุยกับคนที่เอาเพลงไปใช้ โดย คุณไม่ต้องไปตีเอง ไม่ต้องเก็บเงินเอง และไม่ต้องทำ สารพัดเอกสารที่คุณไม่ถนัด และรู้ใหม่ว่า MCT มี สมาชิกผู้สร้างสรรค์เป็นสมาชิกจำนวนมากเท่าไร ก็จะ ยิ่งช่วยเพิ่มอำนาจในการต่อรองค่าสิทธิและการใช้งาน เพื่อให้ผู้สร้างสรรค์ได้รับประโยชน์สูงสุด

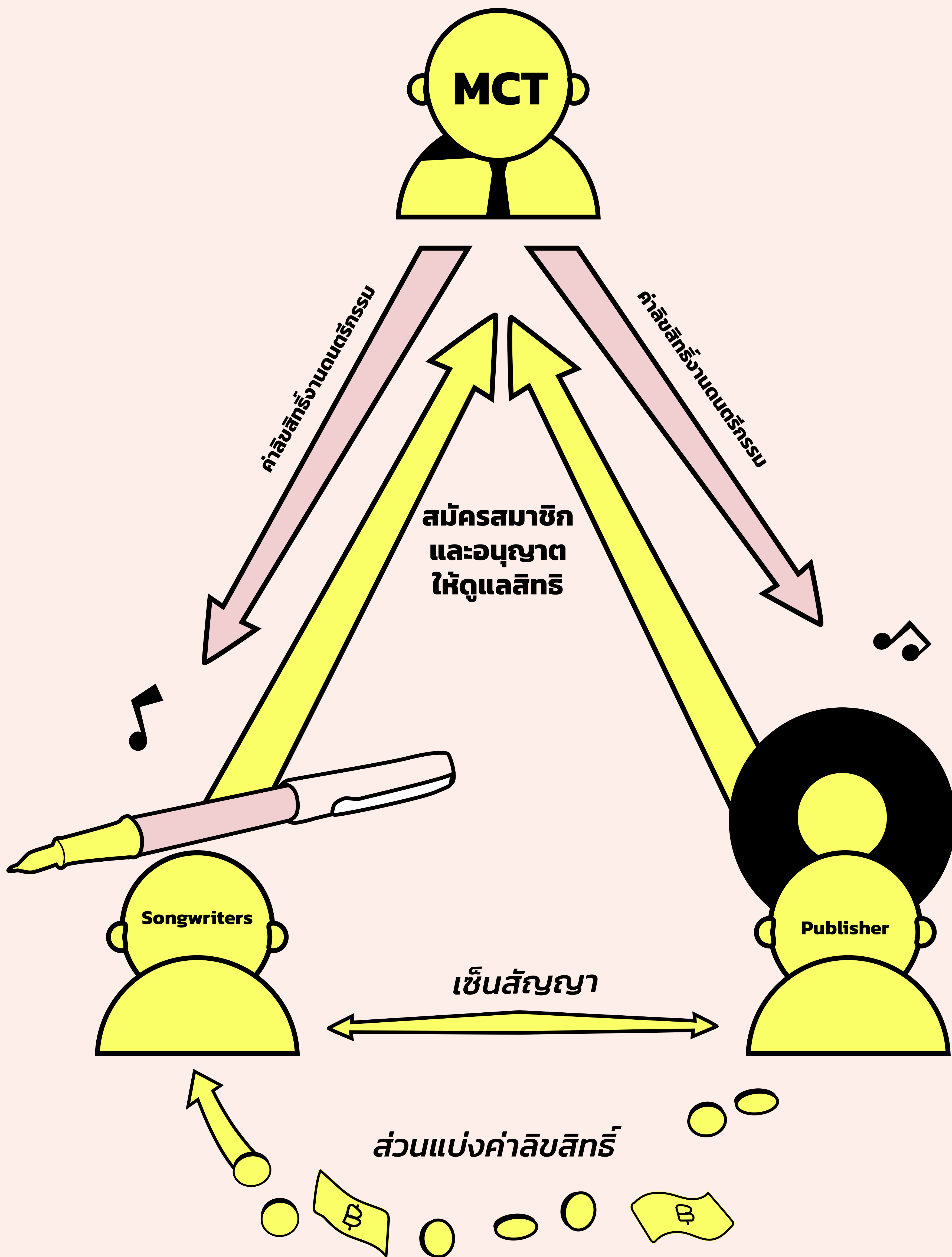
แถม MCT ยังช่วยเอาเพลงที่คุณแต่งไปลงทะเบียน เข้าระบบเพื่อขอหมายเลข IPI หรือเลขประจำตัวสากล สำหรับผู้ประพันธ์ในฐานะข้อมูลกรมทรัพย์สินทางปัญญา และในระบบระหว่างประเทศอีกด้วย ทำให้งานของคุณ ได้รับความคุ้มครองในประเทศอื่นๆ ทั่วโลก เพราะมีคน ช่วยเรียกเก็บค่าลิขสิทธิ์คืนให้แก่ผู้สร้างสรรค์ แม้ว่าจะมี การนำเพลงไปใช้ในต่างประเทศก็ตาม

เข้าร่วมเป็นสมาชิกกับ MCT

ชีวิตการเป็นผู้สร้างสรรค์จากนี้ของคุณจะง่าย (และ คล่องตัว) ขึ้น ด้วยการเข้าไปที่ www.mct.in.th แล้วลง ทะเบียนสมัครสมาชิกแบบไม่มีค่าใช้จ่ายสักบาท เพื่อให้ MCT ดูแลเพลงที่คุณ(และเพื่อนร่วมแต่ง) เป็นเจ้าของ โดยในตอนนี้ MCT ดูแลลิขสิทธิ์เพลงสากลหลายสิบล้าน เพลง หรือเรียกว่าเกือบ 100% ที่เผยแพร่ในไทย และ ดูแลลิขสิทธิ์เพลงไทยกว่า 33,000 เพลง ยกตัวอย่าง ศิลปินที่เป็นสมาชิกของ MCT ก็มีทั้ง แสตมป์ อภิวัชร์ The TOYS แวนใหญ่ สิงโตนำโชค หรือแม้แต่วงดนตรี อย่าง No One Else ที่เป็นเจ้าของเพลงในเนื้อหาพาร์ตนี้ ก็เป็นสมาชิก MCT ด้วยเหมือนกัน

จริงๆ แล้วองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ในบ้านเรามี หลายองค์กร เพราะหลายค่ายเพลงใหญ่ในไทยก็ดูแล เรื่องลิขสิทธิ์ดนตรีกรรมของตัวเอง เช่น แกรมมีถือ ลิขสิทธิ์กว่า 30,000 เพลง อาร์เอสถือลิขสิทธิ์กว่า 8,000 เพลง นั่นแปลว่าถ้าคุณเป็นนักแต่งเพลงผู้สร้างสรรค์ ดนตรีตัวเล็กตัวน้อย ที่ไม่ได้มีค่ายคอยจัดการเรื่องนี้ ให้อยู่เป็นทุนเดิม ก็ถึงเวลาแล้วล่ะที่ต้องเดินเข้ามาเป็น สมาชิกของ MCT (ไม่ต้องเดินมาจริงๆ ก็ได้ **คลิก**)

แผนผังการดูแลสิทธิของ MCT



ก่อน BRIDGE (ต่อ)

C#m F#7

และต่อจากนี้เพลงรักทุกเพลงนั้นจะเป็นของเธอเท่านั้น

Bm **เธอเท่านั้น เธอเท่านั้น เธอเท่านั้น...**

นักแต่งเพลง ถ้าเข้าใจลิขสิทธิ์ไว้ ไม่ใส่แหง

จุดเล็กเซอร์ตรงนี้ดีๆ เพราะจะเป็นประโยชน์มาก หากนักแต่งเพลง เจ้าของสิทธิทั้งหลาย รวมถึงบุคลากร ในอุตสาหกรรมดนตรี เข้าใจเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา เพราะความรู้นี้จะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับ อาชีพของคุณได้อีกทางหนึ่ง และยังเป็นทรัพย์สินทาง ปัญญาที่ส่งต่อถึงลูกหลานได้ด้วย ใครว่าเป็นนักแต่ง เพลงต้องใส่แหง บอกเขาไปว่าไม่จริง!

****ต่อจากนี้ผู้สร้างสรรค์ที่ไม่ใส่แหง ต้องเป็นเธอเท่านั้น**

นักแต่งเพลง มีสิทธิ์อะไรบ้าง

- ♣ ใช้สิทธิของผู้สร้างในการสร้างรายได้ทาง เศรษฐกิจ (ซื้อ/ขาย/เช่า) และสิทธิทางศีลธรรมในผล งานสร้างสรรค์ (เมื่อใครนำไปใช้ ต้องให้เครดิต)
- ♣ มีลิขสิทธิ์คุ้มครอง ทั้งานที่จับต้องไม่ได้ (ดนตรี กรรรม) จับต้องได้ (สื่อบันทึกเสียง) และงานในระบบ ดิจิทัล (ออนไลน์)
- ♣ แสดงความเป็นเจ้าของสิทธิต่อสาธารณชนได้ หากมีความขัดแย้งในความเป็นเจ้าของ เจ้าของลิขสิทธิ์ มีภาระในการพิสูจน์ว่าแท้จริงแล้วคือเจ้าของลิขสิทธิ์ที่ ถูกต้องเพื่อที่จะเอาชนะคดีเรียกร้องการละเมิดลิขสิทธิ์ จึงควรมีบันทึกสาธารณะในการเป็นเจ้าของสิทธิ
- ♣ บังคับใช้ลิขสิทธิ์ได้ โดยการยื่นฟ้องคดีละเมิด ลิขสิทธิ์ มีสิทธิในการได้รับความเสียหายตามกฎหมาย (รวมค่าทนายความและค่าฟ้องคดี)

ประโยชน์ที่ได้จากลิขสิทธิ์ในมุมมองอื่นๆ

- ♣ รับประโยชน์จากความคุ้มครองอัตโนมัติ ในบาง ประเทศต้องมีการลงทะเบียนลิขสิทธิ์ แต่ประเทศไทย ลิขสิทธิ์คุ้มครองอัตโนมัติทันที
- ♣ ขายงานได้ ใช้ผลงานสร้างสรรค์ในทางธุรกิจ และได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายเพื่อหยุดผู้คัดลอก ผลงานสร้างสรรค์ที่มีลิขสิทธิ์ได้

- ♣ ได้รับค่าสิทธิ/ค่าลิขสิทธิ์ สร้างรายได้ผ่านการ ออกใบอนุญาตให้ใช้สิทธิได้
- ♣ ระดมทุนได้ ใช้เป็นหลักประกันในการระดมทุน จากนักลงทุน หรือกู้ยืมเงินจากธนาคาร เช่น สิทธิในงาน ดนตรีกรรม สามารถใช้เป็นหลักประกันทางการเงินได้ (*ตัวอย่างการใช้งานลิขสิทธิ์ในต่างประเทศ)
- ♣ ขยายตลาดได้ โดยเฉพาะทางออนไลน์ เพราะ ลิขสิทธิ์มีผลกับการสร้างสรรค์ทางดิจิทัล และขยาย การเข้าถึงไปทั่วโลกได้ เนื่องจากสนธิสัญญา WIPO ครอบคลุมตลาดต่างประเทศส่วนใหญ่ แถมปัจจุบันยังมีหนทางสร้างรายได้ใหม่ๆ เช่น การขายในรูปแบบ NFT

คำตอบแทนที่ผู้สร้างสรรค์ควรได้

รายได้เกิดจากเปอร์เซ็นต์จากยอดขายค่าลิขสิทธิ์ และนี่คือตัวอย่างรายได้ของศิลปินในต่างประเทศที่มี ความคุ้มครองชัดเจน อ้างอิงจากบทความในเว็บไซต์ www.rollingstone.com ปี ค.ศ. 2012

นักแต่งเพลงฮิต

มีโอกาสสร้างรายได้จากลิขสิทธิ์แค่ไหน

รายได้จาก
ค่าลิขสิทธิ์
(\$)

0.74
M

0.52
M

0.38
M

ยอดขาย
อัลบั้ม
(\$)

5.8
M

2.72
M

0.92
M

ยอดขาย
แทร็ก
(\$)

3.9
M

4
M

4.1
M

นักแต่ง
เพลงฮิต

**Dan
Wilson**

ผู้ร่วมแต่งคำร้อง
Some one Like You
/ Adele

**The-
Dream**

ผู้ร่วมแต่งทำนอง
Umbrella / Rihanna

**Benny
Blanco**

ผู้ร่วมแต่งคำร้อง
Moves Like Jagger /
Maroon 5

****ต่อจากนี้ผู้สร้างสรรค์ที่ไม่โดนเอาเปรียบ ต้องเป็นเธอเท่านั้น**

แม้ว่านักแต่งเพลงควรจะเป็นเจ้าของสิทธิงานดนตรีกรรมที่ตัวเองแต่งแบบเต็มๆ แต่ในโลกความจริง บางครั้งค่ายเพลงกลับกลายเป็นผู้ได้สิทธินั้นไปแทน ซึ่งโอกาสที่สิ่งนี้จะเกิดขึ้นได้ มี 3 ทางก็คือ

♣ ได้มาโดยการว่าจ้าง ในลักษณะที่เรียกว่าจ้างทำของ เช่น ค่ายเพลงจ้างนักแต่งเพลง ให้มาทำงานให้แบบครั้งเดียวจบ

♣ ได้มาโดยการจ้างแรงงาน เช่น จ้างนักแต่งเพลง ให้มาทำงานอยู่ภายใต้บริษัทค่ายเพลง โดยให้เงินเดือนประจำ

♣ ได้มาจากการซื้อลิขสิทธิ์ หรือทำสัญญาซื้อขายขาดลิขสิทธิ์งานดนตรีกรรม หรือที่เรียกว่า Buyout

ข้อสุดท้ายนี้แหละที่มักเป็นปัญหา และสร้างความไม่เป็นธรรมต่อนักแต่งเพลงได้ เพราะในการทำสัญญานั้นๆ มักพบว่าคู่สัญญามีอำนาจต่อรองที่ไม่เสมอกัน โดยฝ่ายหนึ่งคือค่ายเพลง มักได้เปรียบอีกฝ่ายหนึ่งมาก จนเกิดความไม่เสมอภาคระหว่างคู่สัญญา บริษัทต่างๆ ต้องการที่จะให้นักแต่งเพลงทั้งหลายเซ็นสัญญาผูกขาดกับตน (รวมถึงสิทธิในการแสดงด้วย) ด้วยสัญญาที่ว่า นักแต่งเพลงจะมึ้งงานเข้ามาแน่นอน ซึ่งหากผู้สร้างสรรค์ทำสัญญาโอนลิขสิทธิ์ในงานดนตรีกรรมของตัวเองให้กับค่ายเพลงไปแล้วล่ะก็ สิ่งที่เกิดขึ้นต่อคือผลงานต่างๆ ที่นักแต่งเพลงสร้างขึ้นจะกลายเป็นสมบัติของบริษัท แทนที่จะเป็นของตัวเอง และได้รายได้จากผลงานของตนเองเพียงแค่ 1 ครั้ง แทนที่จะได้รายได้ในทุกด้านอย่างที่เราเคยสมควรได้รับ และหลังจากนั้นก็ไม่มีสิทธิใดๆ ในงานดนตรีกรรมที่ตนได้สร้างสรรค์ขึ้นมาเลย เว้นแต่การได้รับเครดิตว่าเป็นผู้ประพันธ์

น่ากลัวใช่ไหมล่ะ ถ้ามันเกิดขึ้นกับเธอแล้วก็ต้องเสียใจด้วยอย่างสุดซึ้ง แต่ก็เชื่อว่าจะหมดหวัง เพราะเรายังมีกฎหมายเป็นที่พึ่ง

ทำอย่างไรหากเกิดปัญหาเรื่องการโอนสิทธิ์/ขายขาด

ไปขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการหรือองค์กรที่เป็นกลาง เพื่อให้คำปรึกษา ดูแลเรื่องการทำสัญญาลิขสิทธิ์ที่ถูกต้องเป็นธรรม และมีองค์กรกลางที่มาทำหน้าที่ไกล่เกลี่ย ซึ่งถ้าเรื่องถึงโรงถึงศาลแล้ว ก็ยังพอมีสช่องทางอยู่บ้าง อาทิ

♣ ดีความกฎหมายว่าเจตนาที่แท้จริงของคู่สัญญา เป็นการ ‘อนุญาตให้ใช้สิทธิ’ หรือ ‘โอนสิทธิ’ ต้องพิจารณาจากพฤติการณ์ต่างๆ ที่คู่สัญญาปฏิบัติต่อกันภายหลัง จากทำสัญญา ไม่อาจถือตาม ‘ชื่อสัญญา’ ให้ดูเจตนาของคู่สัญญา มากกว่าดูหัวข้อหรือชื่อของสัญญา

♣ แม้ พรบ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ไม่ได้ระบุทางออกในเรื่องความไม่เสมอภาคและความไม่เป็นธรรมระหว่างคู่สัญญาเอาไว้ แต่ก็มีคำพิพากษาหนึ่งบอกไว้ว่า การแอบอ้างเอาเพลงไปใช้โดยผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของลิขสิทธิ์ไม่ได้อนุญาต ศาลให้ชดใช้ค่าเสียหายคิดเป็น 30% ของกำไร

♣ พรบ. ว่าด้วยข้อสัญญาอันไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ในประเด็นนี้มีคำพิพากษาหนึ่งบอกว่า สัญญาสำเร็จรูปใดๆ อาจเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมได้ หากปรากฏว่าข้อตกลงนั้นมีผลทำให้ผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูปได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร

ใช่ การปล่อยให้เรื่องถึงโรงถึงศาล อาจไม่คุ้มทั้งแรงกาย แรงใจ และเวลา สิ่งที่สำคัญกว่าคือนักแต่งเพลงต้องตั้งต้นตั้งแต่ทำสัญญาให้แฟร์ เพื่อให้ไม่ต้องตกอยู่ภายใต้สัญญาที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งจะสร้างปัญหาว่านวายจนคุณอาจเหนื่อยล้าที่จะสู้ไปที่สุดในที่สุด

#YourMusicYourFuture
แคมเปญที่จัดขึ้นในปี ค.ศ. 2019 โดยนักแต่งเพลง เพื่อนักแต่งเพลงด้วยกันเอง มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมความรู้ในด้านสิทธิและทางเลือกต่างๆ ของนักแต่งเพลง ซึ่งมีสมาชิกแล้วมากกว่า 15,000 คน โดยเป้าหมายของโครงการคือทำให้ความรู้ ไม่เข้าข้างฝ่ายใด เน้นความถูกต้องเป็นหลัก และร่วมรณรงค์ให้นักแต่งเพลงรู้ว่า การ Buyout เป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง!

*เพลง: ต่อจากนี้เพลงรักทุกเพลงจะเป็นของเธอเท่านั้น / ศิลปิน: No One Else คำร้อง: ธารณ ลิปตพัลลภ ทำนอง: กิติวัฒน์ แสงประทีป; จิตติพล ภาวทกิจ; จิรุตม์ ต้นติวอังกูร

Note: การนำเนื้อเพลงบางส่วนมาใช้ในหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เล่มนี้ ผ่านการขออนุญาตจากเจ้าของสิทธิ์ก่อนนำมาใช้เรียบร้อยแล้ว

ฮาวทู ทำสัญญาร่วมกันให้แฟร์ๆ

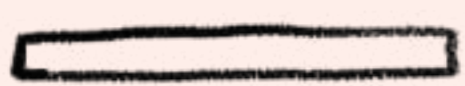
สัญญาฉบับนี้ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า 'สัญญา' จัดทำขึ้นระหว่างคู่สัญญาดังนี้
 ค่ายเพลง ฝ่ายหนึ่งกับ ผู้สร้างสรรค์ อีกฝ่ายหนึ่ง
 ทั้งค่ายเพลงและผู้สร้างสรรค์ ได้ตกลงทำสัญญาไว้ต่อกัน ดังมีข้อความต่อไปนี้

1. ผู้สร้างสรรค์กับค่ายเพลงรับรู้ร่วมกันว่า จะไม่ทำให้เกิดการขายขาดลิขสิทธิ์งานดนตรีกรรม (Buyout) เพราะผู้สร้างสรรค์ควรได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ และมีโอกาสสร้างรายได้ต่อไปในอนาคต
 2. ทั้งค่ายเพลงและผู้สร้างสรรค์จงจำไว้ว่าการโอนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย ผู้สร้างสรรค์สามารถโอนทั้งหมดหรือแค่บางส่วนก็ได้ แถมจะโอนโดยกำหนดระยะเวลาตลอดอายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์ก็ได้ เพราะฉะนั้น ผู้สร้างสรรค์มีสิทธิเลือก
 3. ผู้สร้างสรรค์ต้องหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ถูกบังคับเข้าทำสัญญา หรือ ไม่มีสิทธิเลือกคู่สัญญา หรือ ไม่มีสิทธิเลือกข้อกำหนดของสัญญา หรือ ไม่มีสิทธิเลือกที่จะทำสัญญา เพราะค่ายเพลงมักมี 'สัญญามาตรฐาน' มาให้คู่สัญญาลงนาม โดยปฏิเสธที่จะแก้ไขสัญญา ถ้าผู้สร้างสรรค์ได้รับการเสนอสัญญาพวกนี้มา อย่าเซ็น!
 4. ผู้สร้างสรรค์ทุกคนต้องได้รับความคุ้มครอง และได้รับคำปรึกษาจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งทางกรมฯ จะให้บริการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา ให้บริการตรวจสอบข้อมูลลิขสิทธิ์และให้คำปรึกษาเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา
 5. เมื่อผู้สร้างสรรค์แต่งเพลงขึ้น ให้จดลิขสิทธิ์ทันที เพราะที่ผ่านมา สิทธิในงานดนตรีกรรมกลับกลายเป็นของค่ายเพลงก็เพราะว่าผู้สร้างสรรค์ส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เรื่องลิขสิทธิ์ เลยต้องนำเพลงไปนำเสนอให้ค่ายเพลงแบบขายขาด
 6. จำไว้ว่าจริงๆ แล้วลิขสิทธิ์ทางดนตรีมีอายุนานมากเลย โดยที่ผู้สร้างสรรค์สามารถสร้างรายได้ไปยาวๆ จนกระทั่งเสียชีวิต และยังบวกเพิ่มไปอีก 50 ปีหลังเสียชีวิต ซึ่งส่งต่อไปถึงลูกหลานอีกด้วยนะ
- ทั้งค่ายเพลงและผู้สร้างสรรค์ ได้อ่านสัญญาอย่างครบถ้วน และตกลงตามเนื้อความในสัญญาฉบับนี้โดยตลอด จึงลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยาน

(ค่ายเพลงที่นำรักกับผู้สร้างสรรค์)

(ผู้สร้างสรรค์ที่มีความรู้เรื่องลิขสิทธิ์)

*อ้ายจัสวอนน่า เล่นเพลงยูได้บ่?



ไม่ว่าคุณจะเป็นใคร อยู่ในหรือนอกวงการดนตรี ถ้าเข้าใจเรื่องลิขสิทธิ์ดนตรีไว้ก็สามารถเป็น **ผู้(นำเพลงไป)ใช้** ที่ดีมีคุณภาพได้ เพราะการจะเอาเพลงไปใช้ ไปร้อง หรือไปเปิดในที่สาธารณะ อันเสรีทั้งในโลกออนไลน์หรือออฟไลน์ แล้วบอกว่า *โดนอีกโดนใจ* เหตุผลแค่นี้มันไม่เพียงพอ เมื่อมองในมุมมองของกฎหมาย การเอาเพลงไปใช้แบบทะเล่อทะล่า ยังทำให้คุณมีสิทธิเป็นผู้ต้องหา ในคดีย้อนหลัง ร้องเพลงอยู่ดีๆ อาจมีตำรวจมารอจับ อาจถูกปลดคลิปปออกจากโซเชียล ลาม ไปถึงโดนยื่นฟ้องคดีละเมิดลิขสิทธิ์ได้เลยนะยู!

แต่อย่าเพิ่งซีอกไป เพราะถ้ายูจัสวอนน่าเล่นเพลงของซิมวันจริงๆ ละก็ มันมีทางที่ถูกที่ควรอยู่ ต้องทำอะไรยังไงได้บ้าง มายู มาอ่านกัน

ก่อน A

E

ขอสารภาพ ตามโต๊ะตามตรง

เอาเพลงไปใช้ แบบไหนคือความผิด

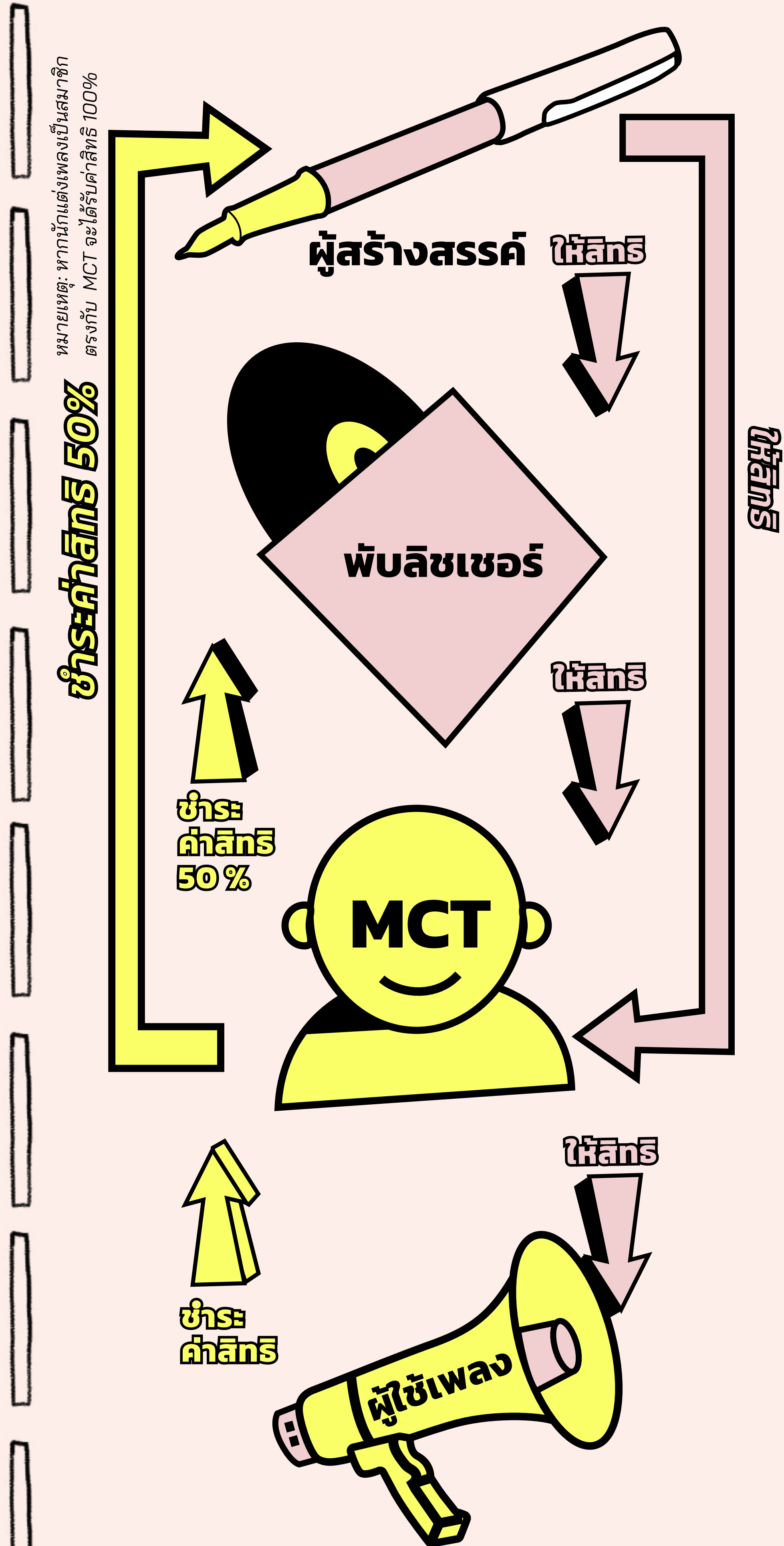
ผิดก็ว่ากันไปตามผิด เพราะฉะนั้นตอนนี้ เราจะว่ากันตามโต๊ะตามตรง จะได้รับรู้ให้ชัดว่า เอาเพลงไปใช้แบบไหน เข้าข่ายความผิดอะไรบ้าง ซึ่งถ้าเข้าใจเรื่องนี้แค่ทีเดียวก็น่าจะเริ่มเข้าใจภาพใหญ่มากขึ้นว่าทำไมการมีตัวละครเชื่อมประสานใจตรงกลางที่เรียกว่า CMO หรือองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์อย่าง MCT จะเข้ามาช่วยชีวิตของผู้นำเพลงไปใช้ให้ไม่เสียหายหลายแสนได้

1. เอาเพลงไปเปิด ไปร้องสด ในงานอีเวนต์งานเทศกาลดนตรีแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือที่ไหนก็ตามที่จะมีคนภายนอกเห็นได้

ผิดแบบไหน ละเมิดสิทธิในการเผยแพร่ต่อสาธารณชน (Communication to the Public Right)

กรณีที่เราเข้าใจผิดบ่อยๆ คือการร้องสดหรือเปิดเพลงคลอซิวลล์ๆ ในร้านอาหาร ร้านกาแฟ ผับ บาร์ ร้านคาราโอเกะ โรงแรม ช่องทางออนไลน์ หรืออีเวนต์เล็กๆ เพราะคิดว่าเป็นสถานที่ปิด ไม่ใช่พื้นที่สาธารณะ แต่เมื่อไหร่เพลงถูกใช้ในสถานประกอบการหรือแพลตฟอร์มที่มีรายได้ หรือนับเป็นการใช้งานในเชิงพาณิชย์ ไม่ใช่การเปิดฟังส่วนตัว คนที่เอาเพลงมาร้องหรือมาเปิดเฉยๆ นะไม่ผิด แต่ถือว่าเจ้าของกิจการ/เจ้าของงาน/หรือเจ้าของคลิป ทำผิดกฎหมายลิขสิทธิ์ เข้าใจให้แล้ว

ทำยังไงให้ถูก เจ้าของกิจการ/เจ้าของงาน/เจ้าของคลิป ต้องจ่ายค่าสิทธิเผยแพร่ในสถานประกอบการให้กับเจ้าของสิทธิ แต่การเข้าถึงผู้สร้างสรรค์อาจยากเกินไป จะให้ง่ายที่สุดก็คือการจ่ายผ่าน CMO หรือองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์อย่าง MCT โดยค่าสิทธิที่จัดเก็บไปนั้น จะถูกหักเป็นค่าจัดการไม่เกิน 20% ก่อนจะนำส่วนที่เหลือทั้งหมดไปให้ผู้สร้างสรรค์ หรือถ้ามีพับลิชเชอร์ จะแบ่งให้พับลิชเชอร์ 50% และแบ่งให้ผู้สร้างสรรค์อีก 50%



**แผนผังการจ่ายค่า
สิทธิในการเผยแพร่ต่อ
สาธารณชน**

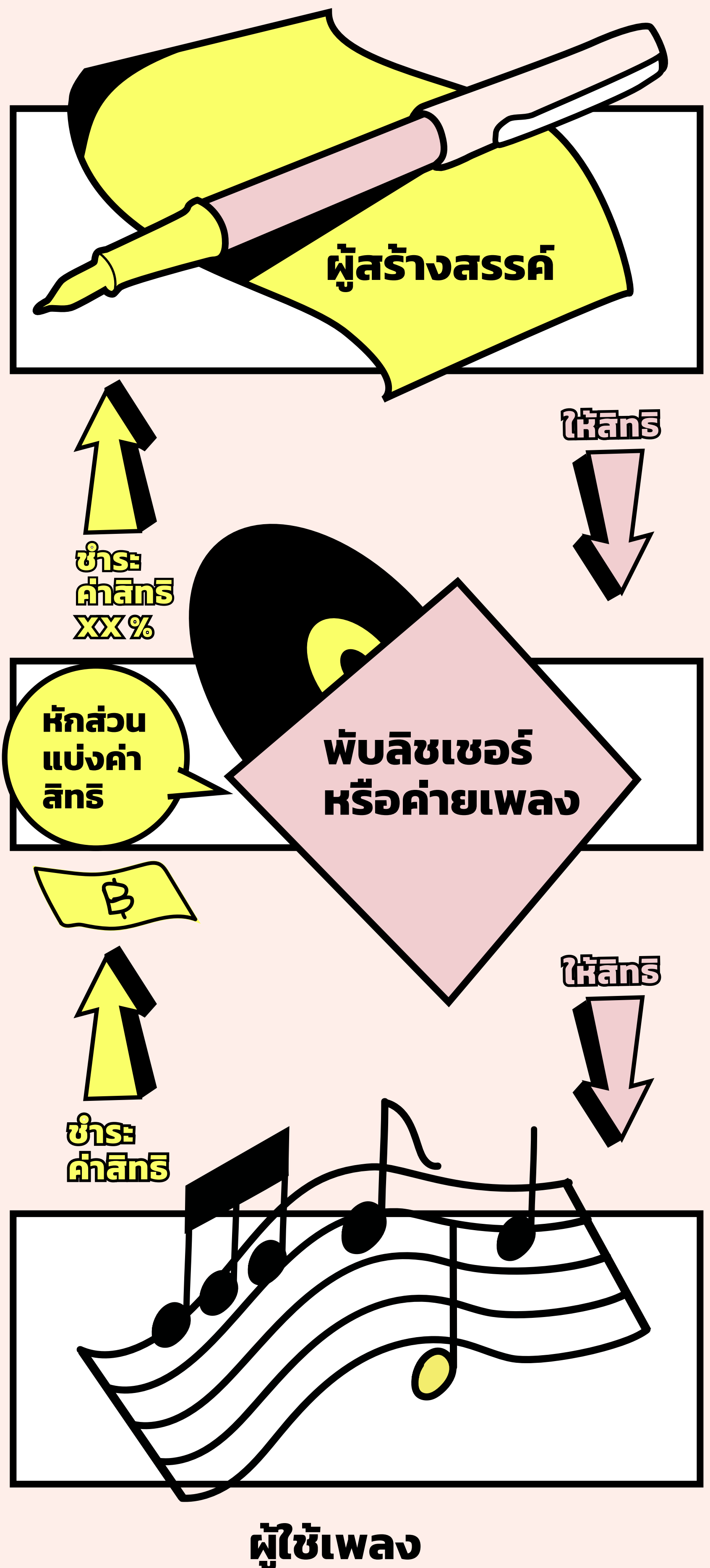
2. เอาเพลงไปทำซ้ำ ดัดแปลง คัฟเวอร์ หรือเอาไปประกอบหนัง

ผิบบแบบไหน ละเมิดสิทธิการทำซ้ำ (Reproduction Right) สิทธิการทำซ้ำเพื่อประกอบภาพเคลื่อนไหว (Synchronization Right) หรือสิทธิในการดัดแปลง (Adaptation Right)

สำหรับการใช้เพลงในสื่อที่ก้าวๆ กิ่งๆ ว่าจะเป็นการใช้ในเชิงส่วนตัวหรือพาณิชย์ เช่น ยูทูบ ไม่ว่าจะเอาแค่บางเสี้ยวนาทียของเพลงไปประกอบคลิป ไปร้องคัฟเวอร์ ทำคลิปรีแอคชั่น หรือเอาไปดัดแปลงเนื้อ รีมิกซ์ แล้วคิดว่าเป็นการเอาใช้แบบแฟร้งๆ ช่วยโปรโมตเพลงให้ศิลปิน ทั้งหมดนี้คือความคิดที่ผิดมหันต์ เมื่อไหร่ก็ตามที่คลิปนั้นถูกเผยแพร่ลงในโลกออนไลน์ แล้วมีโอกาสจะทำให้ผู้สร้างหรือเจ้าของคลิปเกิดรายได้ ถือว่าเจ้าของคลิปทำผิดกฎหมายลิขสิทธิ์แล้วนะ

ทำยังไงให้ถูก ผู้สร้าง/เจ้าของคลิปต้องขออนุญาตกับเจ้าของสิทธิโดยตรง โดยส่วนใหญ่จะเป็นการจ่ายค่าสิทธิให้ถูกต้องผ่านทางพับลิชเชอร์หรือค่ายเพลง ซึ่งเป็นเจ้าของสิขรึร่วมกับผู้สร้างสรรค์ โดยพับลิชเชอร์จะหักค่าสิทธิตามสัดส่วนที่ได้ตกลงกับผู้สร้างสรรค์ไว้ในสัญญา

แผนผังการจ่ายค่าสิทธิในการทำซ้ำ / ซิงโครไนซ์ / ดัดแปลง



ท่อน Chorus

E

C#m

F#m

อ้ายจ๊วอนน่า เป็นแฟนยูได้ม่

ขั้นตอนการขอเป็นแฟน (เพลง) ที่จ่ายค่าสิทธิอย่างถูกต้อง

ที่นี้ผู้นำจะพอเข้าใจภาพกว้างของการนำเพลงไปใช้ให้ถูกต้องแบบไม่ละเมิดลิขสิทธิ์กันแล้ว แต่ยังมีเรื่องที่ซับซ้อนขึ้นอีกนิด คือประเภทของการใช้สิทธิที่แบ่งเป็น 2 แบบ คือแบบทั่วไปในโลกออฟไลน์ กับแบบดิจิทัลในโลกออนไลน์ ซึ่งต้องติดต่อกับตัวกลางที่ต้องรู้จักกันไว้ เพราะการจะทำให้ถูกต้องนั้น ยังไงเราก็ต้องติดต่อกับพวกเขาแน่นอน

1. การอนุญาตให้ใช้สิทธิทั่วไป (General License)

- การแสดงผลแพร่ต่อสาธารณชน ทั้งแบบการแสดงสด (Live) และเพลงประกอบบรรยากาศ (Background Music)
- การถ่ายทอดออกอากาศ ทั้งทางโทรทัศน์ และทางวิทยุ

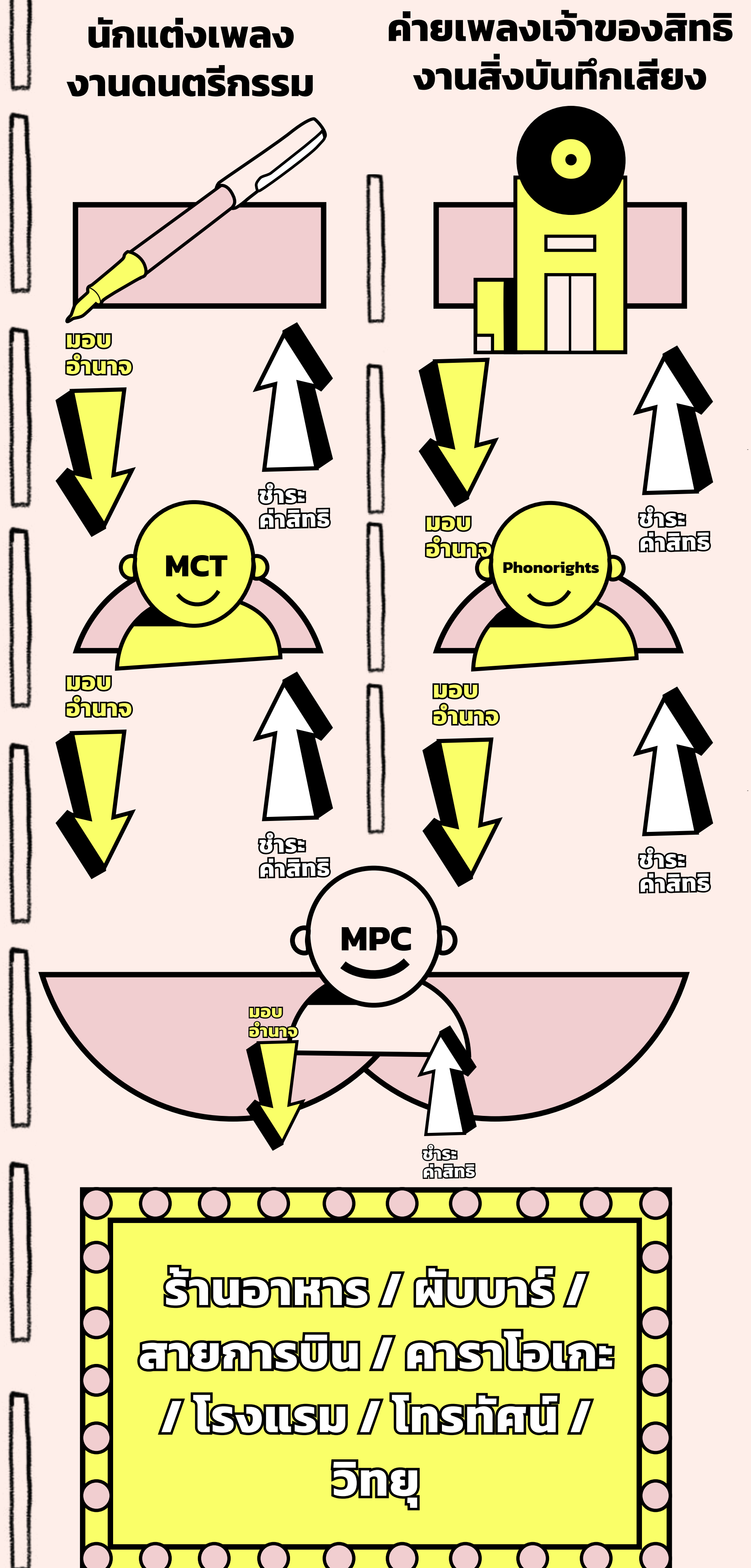
ตัวละครที่ต้องผูกมิตรกันไว้ MPC องค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นหน่วยงานย่อยของ MCT ผู้ทำหน้าที่เป็นคนกลางที่คอยประสานทั้งเรื่องเงินและใจ ระหว่างผู้ใช้เพลงกับผู้สร้างสรรค์ ทำงานจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ประเภททั่วไปให้กับ CMO ฝั่งงานดนตรีกรรม (MCT) และ CMO ฝั่งงานสิ่งบันทึกเสียง (Phonorights) สรุปง่ายๆ ว่า MPC คือคนที่เราต้องจ่ายค่าสิทธิให้ เพื่อให้เขาออกใบอนุญาตให้เรา แล้วเขาจะเอาเงินเราไปส่งต่อให้เจ้าของสิทธิที่แท้จริง

การจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ของ MPC มีหลายประเภท ยกตัวอย่างเช่น การเอาเพลงไปใช้ในการแสดงสดอย่างอีเวนต์ที่มีเพื่อการจัดแสดง โฆษณา หรือขายสินค้า/บริการ มีอัตราค่าจัดเก็บ*อยู่ที่ 3 เพลงแรก 10,000 บาท(ต่อเพลง) และเพลงต่อไป 2,000 บาท(ต่อเพลง) นอกจากนี้ยังมีอัตราแบบเหมาๆ สำหรับผู้ประกอบการหรือผู้จัดงานอีเวนต์ ที่จะทำได้ใบอนุญาตมาตรฐานครองอีกด้วย *หมายเหตุ: ราคาอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามที่เจ้าของสิทธิ/CMO กำหนด

สำหรับผู้ประกอบกิจการที่จ่ายค่าสิทธิแบบเหมาๆ จะได้ใบอนุญาตเวอร์ชันจับต้องได้ ควรเอามาใส่กรอบติดในร้านเพื่อใช้แสดงสิทธิตามกฎหมาย และสิ่งนี้ยังแสดงให้เห็นนักดนตรีที่มาเล่นสดที่ร้านได้รู้อีกด้วยว่า เขาจะสามารถเล่นเพลงไหน ค่ายไหน ในลิสต์เพลงที่เจ้าของกิจการซื้อแบบเหมาๆ มาแล้วอีกด้วย

แต่ถ้ายังไม่ภาพไม่ออกว่าความสัมพันธ์แบบเราสองสามสี่คนในวงจรจ่ายค่าลิขสิทธิ์นี้มันเป็นอย่างไง ไม่เป็นไร เราทำแผนผังความสัมพันธ์นี้ให้เข้าใจง่ายขึ้น

ความสัมพันธ์ของ เราสามสี่คนบนลิขสิทธิ์ ประเภท General



2. การอนุญาตให้ใช้สิทธิประเภท ดิจิตอล (Digital License)

- ดาวน์โหลดเพลง (Music Download)
- ฟังเพลงออนไลน์ (Music Streaming)
- ชมวิดีโอตามสั่ง (Video On Demand)
- และอื่นๆ

ช่องทางที่ทำรายได้ให้ผู้สร้างสรรค์ยุคนี้ อย่างมากคือธุรกิจออนไลน์ที่ใช้ดนตรีเป็นหลัก ซึ่งทำให้ต้องมีการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ดนตรีกับเหล่า DSP (Digital Service Provider) เช่น Youtube Facebook Spotify Apple Music iTunes Joox โดยที่แพลตฟอร์มเหล่านี้ก็จะไปเก็บค่าสมาชิกกับผู้ใช้ต่ออีกทอดหนึ่ง

ตัวกลางคนที่ 1 MCT องค์กรจัดเก็บลิขสิทธิ์เจ้าใหญ่ที่ดูแลเพลงจำนวนมากในไทย เป็นคนกลางที่คอยประสานทั้งเรื่องเงินและใจระหว่างผู้ใช้เพลงกับผู้สร้างสรรค์ ทำงานจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ในการเผยแพร่ประเภทดิจิทัลให้กับฝั่งงานดนตรีกรรม

ตัวอย่างค่าลิขสิทธิ์ของบริการมิวสิคสตรีมมิ่ง มีอัตราค่าจัดเก็บอยู่ที่ xx% ของรายได้ทั้งหมด หรือบริการดาวน์โหลดเพลง ก็จะมีอัตราค่าจัดเก็บอยู่ที่ xx% ของราคาขาย

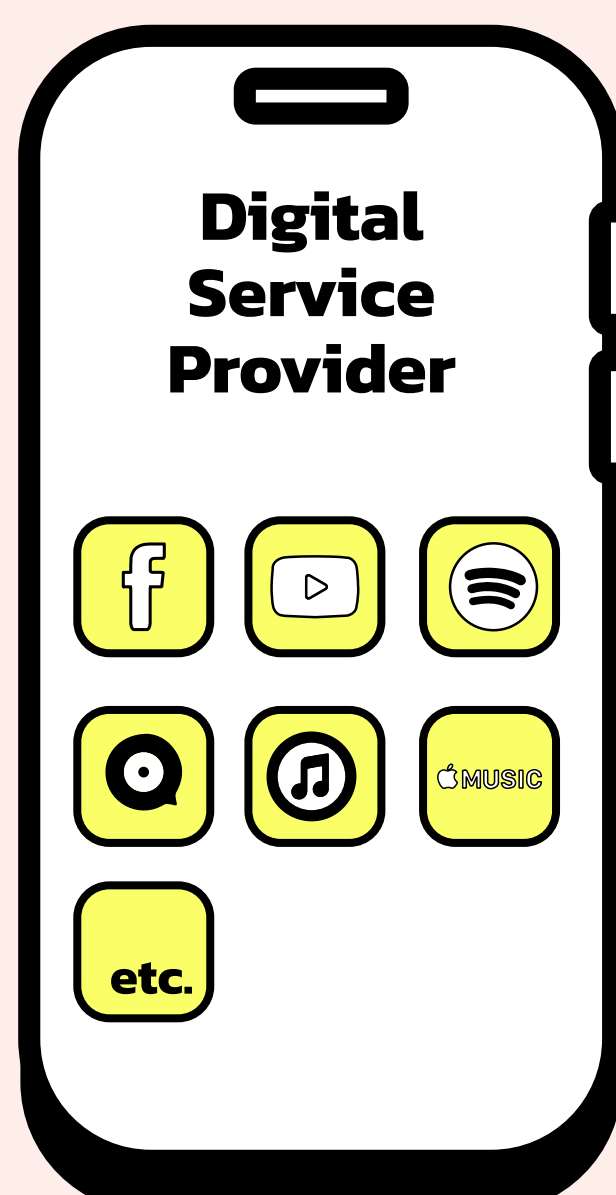
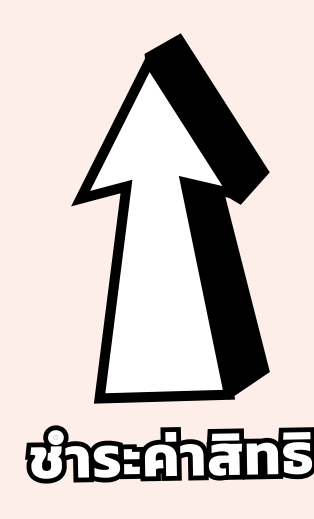
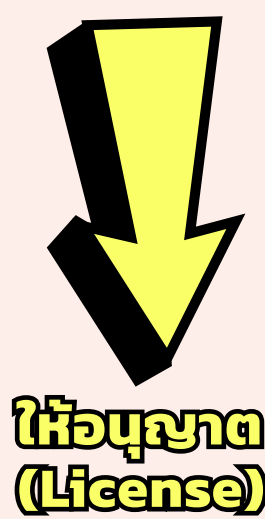
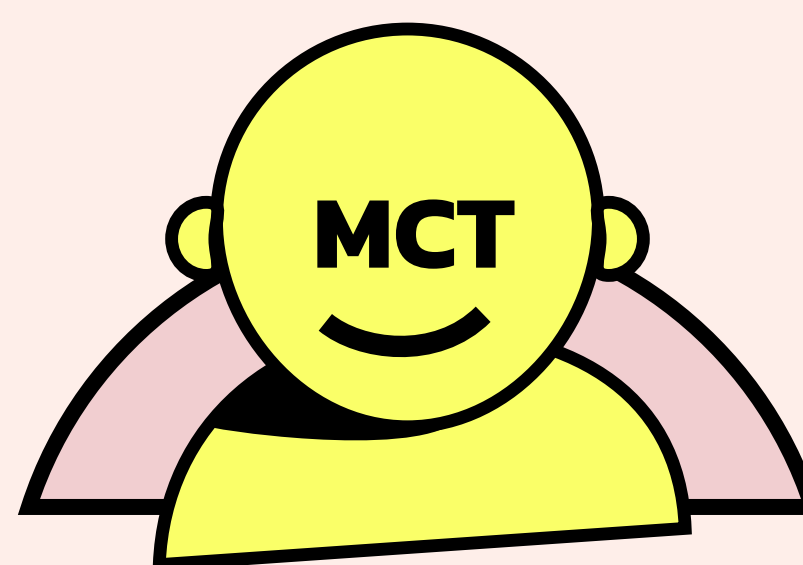
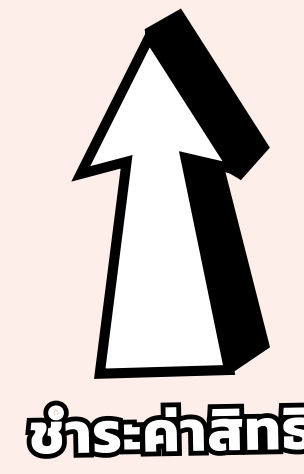
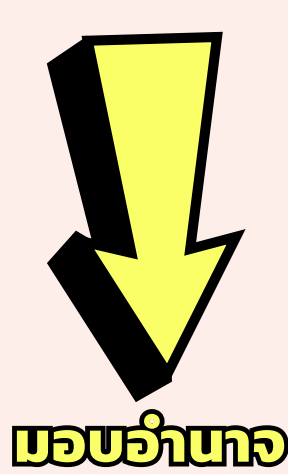
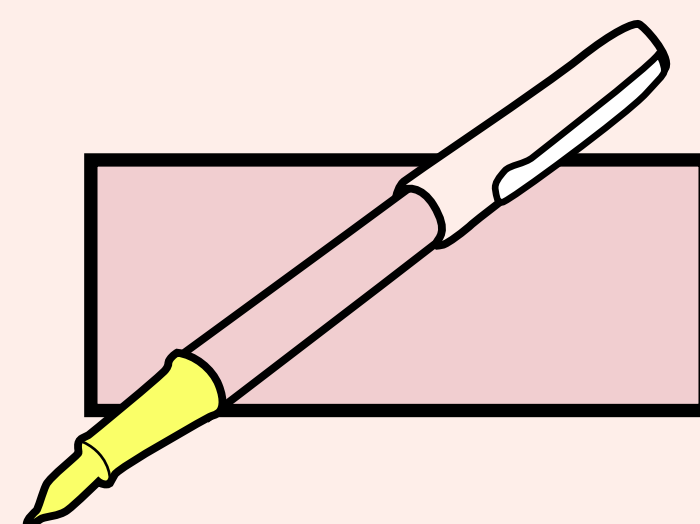
ตัวอย่างของการนำเพลงเผยแพร่ในธุรกิจออนไลน์แบบที่ไม่ได้ใช้ดนตรีเป็นหลัก เช่น เอาเพลงไปใช้ในวิดีโอและเพลงแบคกราวด์ จะมีอัตราค่าจัดเก็บอยู่ที่ 5,000 บาท/เพลง/ปี และถ้าเอาไปใช้ในโฆษณาสื่อออนไลน์ เป็นสปอตโฆษณา 30 วินาที จะมีอัตราค่าจัดเก็บอยู่ที่ 6,000 บาท/วิดีโอ/เดือน *หมายเหตุ: ราคาอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามที่เจ้าของสิทธิ/CMO กำหนด

หมายเหตุ: ผู้ใช้งานจะต้องจ่ายค่า Sync ก่อนนำไปเผยแพร่ในสื่อต่างๆ

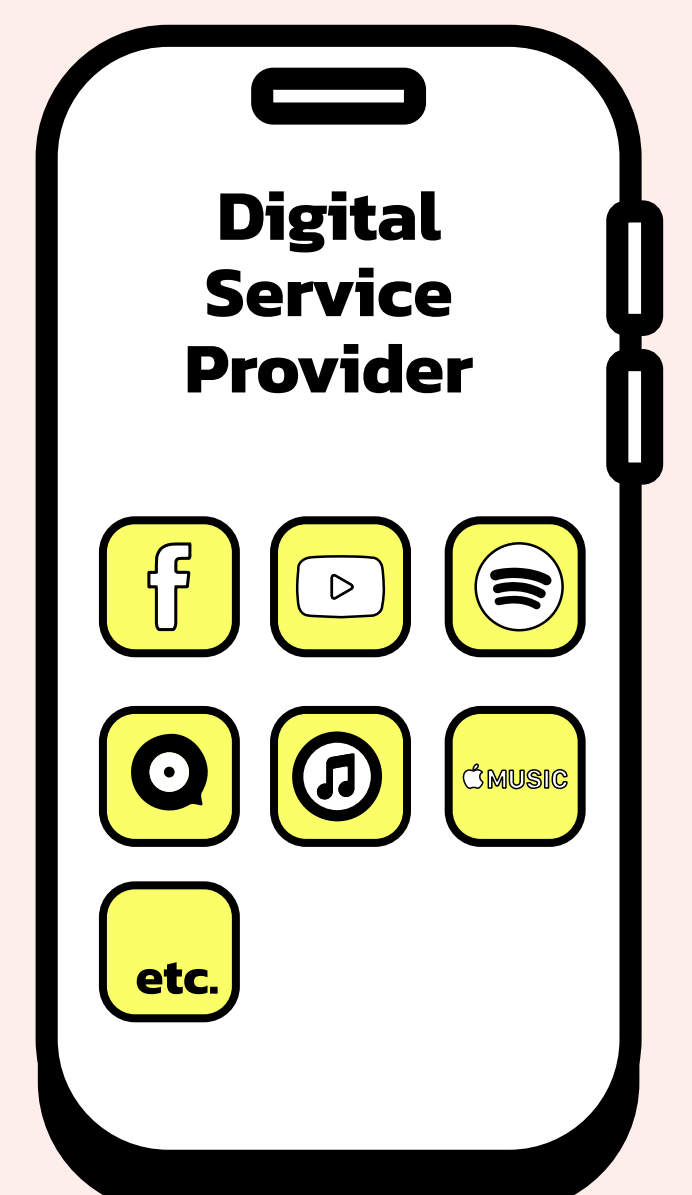
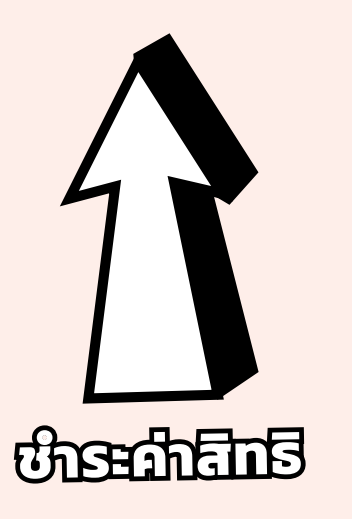
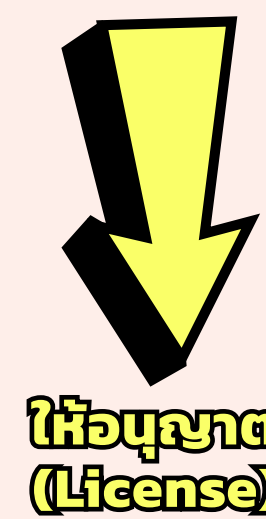
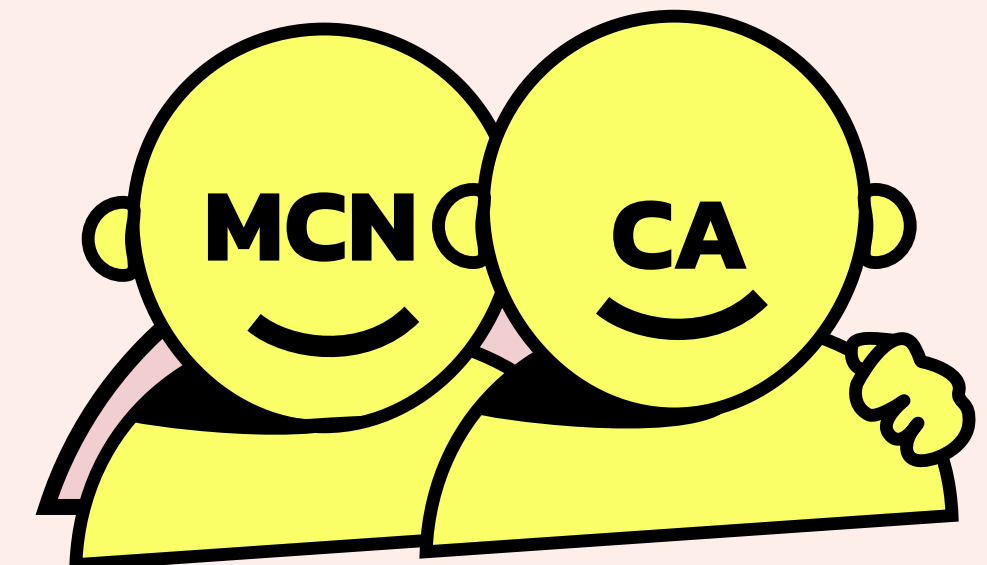
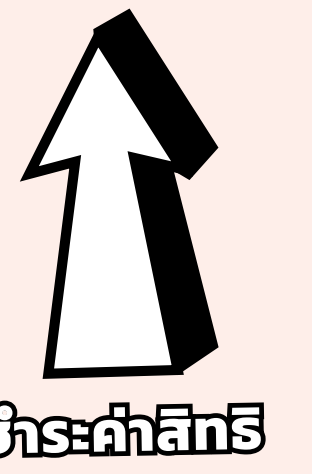
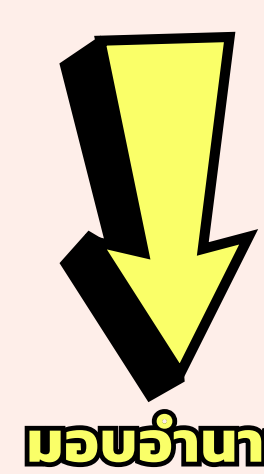
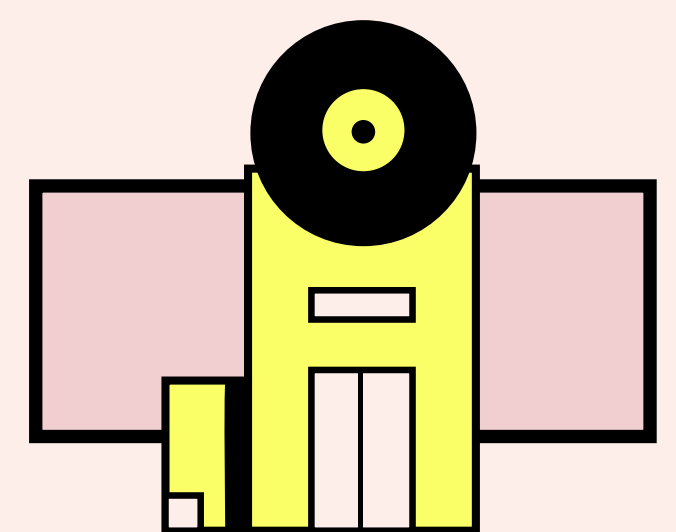
ตัวกลางคนที่ 2 บรรดาหน่วยงานที่เป็น MCN/CA เจ้าต่างๆ ที่คอยเก็บค่าลิขสิทธิ์ฝั่งงานสิ่งบันเทิงเสียงที่ถูกสตรีมหรือทำซ้ำบน DSP มาให้ผู้สร้างสรรค์

ความสัมพันธ์ ของเราสามสี่คน บนสิทธิประเภท Digital

**นักแต่งเพลง
เจ้าของสิทธิ
งานดนตรีกรรม
(เนื้อร้องและทำนอง)**



**ค่ายเพลง
เจ้าของสิทธิ
งานสิ่งบันเทิงเสียง
(งานมาสเตอร์)**



ก่อน B

B

อายให้ฟรีๆ เพราะว่าคนนี้อายนั้นถูกใจ

เช็กลิสต์ เช็กตัวเองก่อนเอาเพลงใครไปใช้

ก่อนจะไปหาทำด้วยการเอาเพลงที่หัวใจมันเรียกร้องฮ้องดังๆ ช่างในมาใช้ ไอมีเช็กลิสต์มาฝากๆ เป็นคำเตือนตัวโตๆ ที่อยากให้อ่านดูว่าเข้าใจถูกต้องตรงกัน ทำเครื่องหมายว่าไม่ตกหล่นตรงไหนก่อนจากกันไปในพาร์ทนี้

CHECKLIST

- เข้าใจแล้วว่าเงื่อนไขของการจ่ายค่าลิขสิทธิ์ คือการเอาเพลงไปใช้ในพื้นที่เพื่อการค้า แต่ถ้าเป็นงานส่วนตัว เช่น งานแต่งงาน งานวันเกิด ในปัจจุบันเจ้าของสิทธิอนุโลมให้ใช้ได้ ยกเว้นเอาไปเผยแพร่ในช่องทางที่เกิดสร้างรายได้ขึ้นมา
- เลิกคิดแล้วว่าทุกอย่างที่มีให้โหลด ให้ฟัง ในโลกออนไลน์เป็นของฟรีหรือเป็น Fair Use เพราะทรัพย์สินทางปัญญาทุกอย่างล้วนมีลิขสิทธิ์ทั้งนั้น
- รู้แล้วว่าก่อนนำเพลงไปใช้ ทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน มองหาเจ้าของสิทธิในเพลงนั้นที่เว็บไซต์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา ก่อน **คลิก**
- ทราบแล้วว่าการขอลิขสิทธิ์ต้องขอทั้งฝั่งงานดนตรีกรรมและสิ่งบันทึกเสียง และยังต้องดูด้วยว่าเป็นสิทธิในการใช้งานประเภทไหน ขอสิทธิแบบทั่วไปหรือดิจิทัล ต้องจ่ายก็สิทธิ และในแต่ละขั้นตอนใครเป็นคนจัดเก็บ โดยอาจมีหลายตัวละครที่มาคอยจัดเก็บค่าสิทธิเหล่านั้น
 - สิทธิฝั่งงานดนตรีกรรม ไม่ว่าจะประเภททั่วไปหรือดิจิทัล จ่ายผ่านตัวกลางได้แก่ MCT หรือ CMO เจ้าอื่นๆ
 - สิทธิฝั่งงานสิ่งบันทึกเสียง ถ้าเป็นการใช้งานประเภททั่วไป จ่ายผ่านตัวกลางได้แก่ Phonorights หรือ CMO เจ้าอื่นๆ
 - สิทธิฝั่งงานสิ่งบันทึกเสียง ถ้าเป็นการใช้งานประเภทดิจิทัล จ่ายผ่านตัวกลางได้แก่ MCN/CA เจ้าต่างๆ
- ถ้าเอาเพลงมาประกอบโฆษณาแบบไม่ดัดแปลง ต้องจ่ายค่าสิทธิในส่วนของซิงโครไนซ์ทั้งดนตรีกรรมและงานสิ่งบันทึกเสียง และสิทธิในการเผยแพร่ต่อสาธารณชน แต่ถ้าเอาเพลงมาแปลงเนื้อร้องเพื่อประกอบหนังโฆษณา ต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์ในส่วนสิทธิในการทำซ้ำ ต่อด้วยสิทธิในการดัดแปลง และสิทธิในการเผยแพร่ต่อสาธารณชน
- ถ้าเป็นนักร้องและนักดนตรี ก่อนเล่นสดที่ร้าน อีเวนต์ หรือรายการไหน ต้องไม่ลืมที่จะขอใบอนุญาตของเจ้าของร้านหรือเจ้าของงานก่อนทุกครั้ง เพื่อดูว่าร้องเพลงไหนค่ายไหนได้บ้าง (แม้จะเป็นเพลงเก่าของตัวเองก็ตาม) ป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์โดยไม่ได้ตั้งใจ

*เพลง: I JUST WANNA PEN FAN YOU DAI BOR ? (อายจัสวอนน่าเป็นแฟนยูได้บ ?) / ศิลปิน เนื้อร้อง ทำนอง: สิงโต นำโชค

Note: การนำเนื้อเพลงบางส่วนมาใช้ในหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เล่มนี้ ผ่านการขออนุญาตจากเจ้าของสิทธิ์ก่อนนำมาใช้เรียบร้อยแล้ว

*คุณคือตัวละครไหน ให้อาปากกามาวง

สวัสดีคุณผู้แต่ง ผู้ร้อง และผู้ฟัง (ดนตรี) ทุกคนอีกครั้ง

นี่คือบทส่งท้ายก่อนการจากลา รับรองว่าจะเป็นช่วงส่งท้ายที่สุดฟิน เพราะว่าเราจะตอบคำถาม เรื่องลิขสิทธิ์แบบรวดเร็วจบ โดยแบ่งตามบทบาทที่คุณเกี่ยวข้องกับดนตรี จำลองขึ้นมาเป็น 12 ตัวละครกลางๆ ให้เข้าใจง่ายที่สุด ไม่ว่าคุณจะเป็นบุคคลไหนในจักรวาลดนตรี ตรงนี้มีคำตอบ ให้ โดยที่คุณผู้ฟังไม่ต้องอ่านพาร์ทอื่นเลยก็ยิ่งได้

แต่ถ้าอยากเข้าใจภาพรวม ก็แนะนำให้ย้อนไปอ่านพาร์ทที่ 1 และ 2 ก่อนนะ



*เพลง: อาปากกามาวง / ศิลปิน: Bell Warisara คำร้อง ทำนอง: กฤษติกร พรสาริต
เพลง: ลองรอย / ศิลปิน: DTK BOY BAND คำร้อง ทำนอง: ก้อง ห้วยไร่; นำโชค ทะนัดรัมย์; อุดม แต่พานิช

*Note: การนำเนื้อเพลงบางส่วนมาใช้ในหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เล่มนี้ ผ่านการขออนุญาตจากเจ้าของสิทธิ์ก่อนนำมาใช้เรียบร้อยแล้ว

01 ARTIST

คุณคือ ศิลปินยุคใหม่ที่แต่งเพลงเอง

Q: ทำเพลงดังได้ล้านวิว คนคัพเวอร์เพียบ จะมีสิทธิ์รวยจากลิขสิทธิ์ไหม?

A: มีสิทธิ์รวยจนต้องร้องว่า *รู้ใช่ไหมว่าพี่ใช้เงินไม่ทัน เงินเข้าบัญชีทุกวัน สิ่งที่คุณต้องเช็กลิขสิทธิ์ให้ครบเพื่อมุ่งสู่หนทางความเป็นเศรษฐี เอ้ย ศิลปินที่ไม่ได้แห้ง มี 3 อย่างเอาล่ะ มาลองรวยไปพร้อมๆ กัน

หากคุณดูแลสิทธิงานดนตรีกรรมให้

☛ **ถ้าคุณเป็นนักร้องที่แต่งเพลงเอง แล้วมีค่ายเพลงมาชักชวนให้เข้าสังกัด ต้องเริ่มจากการเซ็นสัญญาให้แฟร์ที่สุด** แบ่งสัดส่วนกันให้ชัดเจนว่าใครร่วมเป็นเจ้าของสิทธิ์ในส่วนไหนเท่าไร โดยผู้แต่งเนื้อร้องและทำนองควรจะได้สิทธิ์ในงานดนตรีกรรมให้มากที่สุด ส่วนสิทธิ์ในงานสิ่งบันทึกเสียง (มาสเตอร์) ก็ขึ้นอยู่กับดีลว่าค่ายเพลงจะมีส่วนร่วมในการบันทึกเสียงแค่ไหน และจะแบ่งสัดส่วนกับผู้แต่งเท่าไร จะให้แฟร์ที่สุด ผู้แต่งก็ควรมีส่วนในสิทธิ์ก่อนนี้ด้วย สิ่งสำคัญคืออย่าปล่อยให้ค่ายเพลงซื้อสิทธิ์ของคุณไปแบบเหมา หรือที่เรียกว่า buyout เป็นอันขาด ทีนี้ก็จะมียุคเพลงเป็นคณดูแลสิทธิ์ให้คุณ ซึ่งหลายค่ายเพลงในเมืองไทยก็เลือกที่จะเป็นสมาชิก MCT หรือองค์กรตัวแทนจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ เพื่อให้มาช่วยดูแลงานดนตรีกรรมให้เพลงของศิลปินในสังกัดอีกที

☛ **แต่ถ้าคุณไร้สังกัด อย่างแรกคือควรสมัครเป็นสมาชิก MCT** เพื่อให้เพลงของคุณมีองค์กรตัวแทนมาช่วยจัดการเก็บค่าลิขสิทธิ์ในส่วนของคุณดนตรีกรรม ดูแลลิขสิทธิ์ด้านเนื้อร้อง ทำนอง ทีนี้ไม่ว่าเพลงของคุณจะถูกนำไปเผยแพร่ในการแสดงสด ทีวี วิทยุ หรือแพลตฟอร์มดิจิทัล คุณก็จะมั่นใจว่าได้ค่าลิขสิทธิ์แน่ๆ ยิ่งถ้าเพลงของคุณดังไม่หวาดไม่ไหวไปไกลถึงระดับโลก ก็สามารถลงทะเบียนและทำข้อตกลงกับ MCT ให้งานของเราได้รับความคุ้มครองทั่วโลก และช่วยเก็บค่าลิขสิทธิ์คืนให้แก่คุณศิลปิน แม้ถูกนำเพลงไปเผยแพร่ในต่างประเทศเลยละ

หากคุณดูแลสิทธิงานสิ่งบันทึกเสียงด้วย

☛ **ดูแลการใช้สิทธิ์ประเภททั่วไป** เช่น เอาเพลงของคุณไปประกอบหนังโฆษณาที่ฉายในโทรทัศน์ ก็ต้องมีหน่วยงานอย่าง Phonorights หรือองค์กรช่วยจัดเก็บ

ค่าสิทธิ์ (CMO) เจ้าอื่นๆ มาช่วยดูแลสิทธิ์ในการทำซ้ำ ดัดแปลง หรือซิงโครไนซ์เช่นกัน ขึ้นอยู่กับคุณจะเดินไปหาใคร หรือค่ายเพลงของคุณเป็นพาร์ตเนอร์กับองค์กรไหนอยู่

☛ **ดูแลการใช้สิทธิ์ประเภทดิจิทัล** เช่น เอาเพลงไปคัพเวอร์ในยูทูป โดยปกติแล้วคุณหรือค่ายเพลงของคุณสามารถเดินเข้าไปหา CA (Content Aggregator) หรือ MCN (Multi Channel Network) ซึ่งมีหลากหลายบริษัท เพื่อให้มาบริหารค่าลิขสิทธิ์ให้ในส่วนของคุณมาสเตอร์ที่ถูกเอาไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือซิงโครไนซ์ โดยหน่วยงานเหล่านี้จะทำงานร่วมกับแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ เช่น Youtube Facebook Spotify Apple Music iTunes Joox เพื่อให้ความช่วยเหลือเจ้าของช่องทั้งในมุมการผลิต การตลาด และการจัดการสิทธิ์ดิจิทัล เพื่อแลกกับเปอร์เซ็นต์ของรายได้จากโฆษณาจากช่องนั่นเอง

รอรับเงินค่าสิทธิ์เข้าบัญชี

เมื่อเพลงของคุณมีคนรับไปดูแลสิทธิ์ในทุกด้านไม่ขาดตกบกพร่องแล้ว ค่าสิทธิงานดนตรีกรรมส่วนใหญ่ได้ทุกสามเดือน โดย MCT จะหักค่าจัดการไม่เกิน 20% ก่อนส่งเงินค่าสิทธิ์ให้เราและค่ายเพลงตามสัดส่วน ส่วนค่าสิทธิงานมาสเตอร์ ส่วนใหญ่จะได้รับทุกเดือน ยิ่งถ้ายอดวิวยูทูปปังๆ ยอดฟังสตรีมมิงอลังการ ยิ่งหมายถึงจำนวนเงินค่าสิทธิ์ที่จะได้มากขึ้น ฟังดูเหมือนเป็นยอดเงินจุกจิกไม่น่าตื่นเต้นอะไร แต่เรื่องที่สำคัญกว่าคือ ลิขสิทธิ์เหล่านี้จะครอบคลุมไปตลอดช่วงชีวิตของผู้สร้างสรรค์ และยังมีอายุต่อไปได้อีก 50 ปี (ส่งต่อไปถึงทายาท) หลังจากผู้สร้างสรรค์เสียชีวิตอีกแน่ๆ สัมผัสถึงความรวยสมใจเลยมัยยะคุณศิลปินนักแต่งเพลง



02 COMPOSER

คุณคือ นักแต่งเพลงและคนเบื้องหลัง

Q: ไม่ได้ร้อง แต่มีส่วนร่วมในการแต่งเนื้อและทำนอง จะได้ค่าลิขสิทธิ์กับเขาด้วยไหม?

A: ผู้แต่งเพลงก็คือผู้สร้างสรรค์ และผู้สร้างสรรค์ต้องเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานดนตรีกรรม! เพลงเราของเรา ไม่ว่าใครจะเอาเพลงที่คุณแต่งไปเผยแพร่ คัฟเวอร์ ประกอบคลิป์ หรือกระทั่งประกอบหนัง คุณก็ต้องได้ค่าลิขสิทธิ์ด้วย ไปรีเช็กกันสักหน่อยว่าถ้าไม่อยากเสียสิทธิ์นี้ไปฟรีๆ ต้องทำยังไงบ้าง

ถ้าแต่งคนเดียวทั้งเนื้อร้องและทำนอง ก็แค่อย่าให้ค่ายเพลงมาเป็นเจ้าของสิทธิ์เต็มๆ ด้วยการจ่ายเงินแบบครั้งเดียวจบ ถ้ามีสัญญาที่ดูสัญญากันดีๆ ว่าคุณจะได้สิทธิในส่วนของงานดนตรีกรรมแค่ไหน **แต่ถ้าร่วมแต่งกันหลายคน** สิ่งที่คุณนักแต่งเพลงต้องทำคือตกลงทำสัญญาเรื่องลิขสิทธิ์งานดนตรีกรรมกันให้แฟร์ๆ ไม่ว่าจะแต่งเนื้อร้อง ทำนองหรือเรียบเรียง จะแบ่งกันเท่าไร เอาให้เคลียร์ก่อน

ตกลงแบ่งสิทธิ์ได้แล้ว ก็เดินไปหา MCT สมัครเป็นสมาชิกขององค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์อย่าง MCT ผู้ซึ่งจะมารับบทเลขาส่วนตัวที่จัดแจงค่าสิทธิงานดนตรีกรรมของคุณ (และเพื่อน) ให้ทุกอย่างแบบครบวงจร ทั้งเป็นตัวแทนดำเนินการ เป็นศูนย์กลางงานลิขสิทธิ์ เจรจาและเพิ่มอำนาจการต่อรองกับผู้ใช้งานเพลง เก็บค่าลิขสิทธิ์คืนให้สมาชิก รวมถึงทำเรื่องที่ยากจะทำเอง อย่างการลงทะเบียนเพลง และขอหมายเลข IPI (เลขประจำตัวสากลสำหรับผู้ประพันธ์) ในฐานข้อมูลกรมทรัพย์สินทางปัญญาและในระบบระหว่างประเทศ เพื่อให้สามารถเก็บค่าลิขสิทธิ์คืนให้แก่ผู้สร้างสรรค์ แม้ว่าจะมีการนำเพลงไปใช้ในต่างประเทศก็ตาม เรียกว่าเป็นคนที่จะทำให้สิทธิ์สร้างรายได้ให้คุณ (และทายาท) ไปอีกนาน

รอรับเงินค่าสิทธิเข้าบัญชี เงินที่คุณนักแต่งเพลงจะได้กัน โดยปกติค่าลิขสิทธิ์ของเพลงๆ หนึ่งมักจะแบ่งออกเป็น เนื้อร้อง 50% ทำนอง 50% ส่วนเรียบเรียงมักจะไปแบ่งจากทำนอง แต่ถ้าคุณเป็นโปรดิวเซอร์ก็จะได้เงินจากส่วนนี้นะ เพราะถือเป็นการถูกจ้างครั้งเดียวจบหรือเป็นการรับเงินเดือนจากค่ายเพลง



เพลง: เหงาเหงา / ศิลปิน: INK WARANTHON คำร้อง ทำนอง: เพิ่มศักดิ์ พิสิษฐสังขการ; สุดเขต จิ่งเจริญ; อนันต์ ดาบเพชรธิกรณ

*Note: การนำเนื้อเพลงบางส่วนมาใช้ในหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เล่มนี้ ผ่านการขออนุญาตจากเจ้าของสิทธิ์ก่อนนำมาใช้เรียบร้อยแล้ว

03

EX-BAND

คุณคือ อดีตวงดนตรี ที่ปัจจุบันวงแตกแยกย้าย

Q: ในวันที่รักกันดี เคยช่วยกันแต่งเพลงทั้งวง นักร้องเขียนเพลง มือกีตาร์แต่งทำนอง มือกลองเรียบเรียง แต่ตอนนี้วงแตกแล้ว ลิขสิทธิ์เพลงเป็นของใคร?

A: *ที่เราต่างกันอย่างนี้ *ไม่รู้ว่าเธอนั้นรู้สึกอย่างไร* เจกเช่นคู่รัก เมื่อเลิกและแยกทางกัน วงวงแตกละเหี่ยดแล้ว ก็ไม่ต้องทนเจอหน้ากันอีกต่อไป แต่การจะได้ค่าสิทธิมาเลี้ยงดูชีวิตต่อไปไหม สิ่งสำคัญคือสัญญาที่เคยทำไว้กับค่ายนะแพร่หรือไม่ แล้วตัวกลางที่คอยดูแลปกป้องสิทธิให้พวกคุณนะมีหรือเปล่า

ถ้าสัญญาที่ทำไว้กับค่าย มันเป็นธรรม ไม่ได้เปลืองทำสัญญาขายขาดไปให้ค่าย ถึงวงแตกไปแล้ว แต่คุณในฐานะผู้ร่วมแต่งเพลงก็ยังต้องได้เงินค่าสิทธิเมื่องานดนตรีกรรมถูกนำไปเผยแพร่ต่อสาธารณะ ขึ้นกับว่าค่ายเพลงของคุณจะดูแลค่าสิทธิเอง หรือมีองค์กรอย่าง MCT ช่วยดูแลค่าสิทธิให้

แม้ไม่เจอหน้า แต่อดีตสมาชิกวงต้องได้ค่าสิทธิเหมือนกัน เพราะคนกลางอย่างค่ายเพลงหรือ MCT จะมาช่วยจัดการให้ลิขสิทธิ์ในงานดนตรีกรรม ตกถึงปากท้องของทุกคน เวลาที่มีผู้ใช้เพลงมาขออนุญาต MCT ก็จะทำหน้าที่ขออนุญาตทุกคนที่เป็นเจ้าของสิทธิร่วม และแน่นอนว่าค่าลิขสิทธิ์ถูกแบ่งสรรปันส่วนให้ครบทุกคนแบบไม่ต้องเจอกันเฉพาะกิจ ถ้ายังห่วงใยกันอยู่เล็กๆ ก็ไม่ต้องกังวลไป

รอรับเงินค่าสิทธิเข้าบัญชี ถึงจะแยกไปคนละทิศคนละทาง แต่ค่าลิขสิทธิ์ก็ต้องเดินตามทุกคนไปตามสัดส่วนที่ตกลงไว้ในสัญญาตั้งแต่ต้น โดยปกติค่าลิขสิทธิ์ของเพลงๆ หนึ่งมักจะแบ่งออกเป็นเนื้อร้อง 50% ทำนอง 50% (สมาชิกวงช่วยกันแต่งส่วนไหนก็คนก็หารเท่ากันไป) ส่วนเรียบเรียงมักจะไปแบ่งจากทำนอง



04

RECORD LABEL OWNER

คุณคือ เจ้าของค่ายเพลงยุคนี้

Q: อยากแฟร์กับศิลปินในค่าย ยุคนี้จะซื้อลิขสิทธิ์เพลงไว้เป็นของค่ายก็ไม่ควร แต่ธุรกิจก็ต้องไปต่อให้ได้ด้วย ต้องทำไ้กับลิขสิทธิ์?

A: ควรให้สิทธินักแต่งเพลงได้เลือกทำสัญญา เพราะเดี๋ยวนี้ศิลปินและนักแต่งเพลง เขามีความรู้ ไม่ยอมให้ถูกกินรวบเหมือนยุคก่อน ดีที่สุดคือคุณเจ้าของค่ายต้องแฟร์กับศิลปินเพื่อความสบายใจในการร่วมงานและอยู่ด้วยกันต่อไปได้ยาวๆ ที่นี้การจะอยู่รอด โดยที่ไม่กินรวบลิขสิทธิ์จากผู้สร้างสรรค์นั้นทำยังไง มาดู

ค่ายเพลงในไทยส่วนใหญ่ ในฐานะผู้ผลิตสิ่งบันทึกเสียง มีสิทธิในรายได้จากค่าลิขสิทธิ์งานสิ่งบันทึกเสียงอยู่แล้วนะ โดยมี Phonorights หรือ CMO รายย่อยอื่นๆ ทำหน้าที่เป็นองค์กรช่วยจัดเก็บค่าสิทธิในการเผยแพร่งานสิ่งบันทึกเสียงให้ เพราะถือว่าค่ายเพลงเป็นผู้ดูแลและลงทุนด้านการทำแผ่นและบันทึกเสียงให้กับศิลปินผู้สร้างสรรค์ แต่สิ่งที่จะสามารถอัปสเกลได้มากขึ้น เพื่อเพิ่มรายได้ คือการที่ค่ายเพลงตั้งตนเป็นพับลิชเชอร์ด้วย ซึ่งเดี๋ยวนี้ไทยก็มี 5 ค่ายใหญ่ที่เป็นทั้งค่ายเพลงและพับลิชเชอร์ในตัวละครเดียวกัน

พับลิชเชอร์ก็คือตัวแทนนักแต่งเพลง พุดให้ง่ายกว่านั้นคือผู้ที่จะทำหน้าที่ดูแลและกินหัวคิวจากนักแต่งเพลงนั่นเอง พุดให้ละเอียดอีกสักหน่อยก็คือจะมาร่วมบริหารสิทธิงานดนตรีกรรมให้นักแต่งเพลงได้รับค่าสิทธิจากการถูกนำเพลงไปใช้งานในเชิงพาณิชย์ ซึ่งปกติจะมีการเซ็นสัญญาเป็นพับลิชเชอร์ให้กันราว 3-5 ปีเท่านั้น และนี่คือการทำให้ค่ายเพลงมีรายได้จากงานสิ่งบันทึกเสียง และงานดนตรีกรรมไปด้วยเลยในค่ายเดียว

สัญญาฉบับนี้ต้องเป็นธรรม คุณเจ้าของค่ายเพลงควรทำสัญญาที่เสมอภาค ซึ่งก็คือการเปิดโอกาสให้คู่สัญญาได้มีอำนาจต่อรอง เลือกข้อกำหนดในสัญญาได้ รวมถึงแก้ไขสัญญาก่อนเซ็น และไม่อาศัยช่องโหว่ในการโอนลิขสิทธิ์งานดนตรีกรรมมาเป็นของตัวเองแต่เพียงผู้เดียว ในขณะที่เดี๋ยวนี้ เจ้าของค่ายที่เพลงที่พุ่งบทบาทพับลิชเชอร์ ควรทำมากกว่าแค่เก็บค่าสิทธิ แต่สนับสนุนให้นักแต่งเพลงพัฒนาสกิล จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำเพลง ทำการตลาดส่งเสริมนักแต่งเพลงและงานดนตรีกรรมทั้งในและนอกประเทศให้งานถูกใช้ในวงกว้าง แบบไปด้วยกัน ไปได้ไกล



เพลง: ลงใจ / ศิลปิน: โบกี้ไลอ้อน คำร้อง ทำนอง: พิชญ์สินี วีระสุทธิมาศ

*Note: การนำเนื้อเพลงบางส่วนมาใช้ในหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เล่มนี้ ผ่านการขออนุญาตจากเจ้าของสิทธิ์ก่อนนำมาใช้เรียบร้อยแล้ว

05

SINGER WITH ONE HIT WONDER

คุณคือ อดีตนักร้องค่ายใหญ่ เจ้าของเพลงฮิต

Q: ร้องเพลงดังที่ตัวเองแต่งเมื่อสมัยอยู่ค่ายเก่า แต่เจอตำรวจบุกมารอจับหลังเวที ทำไงดี?

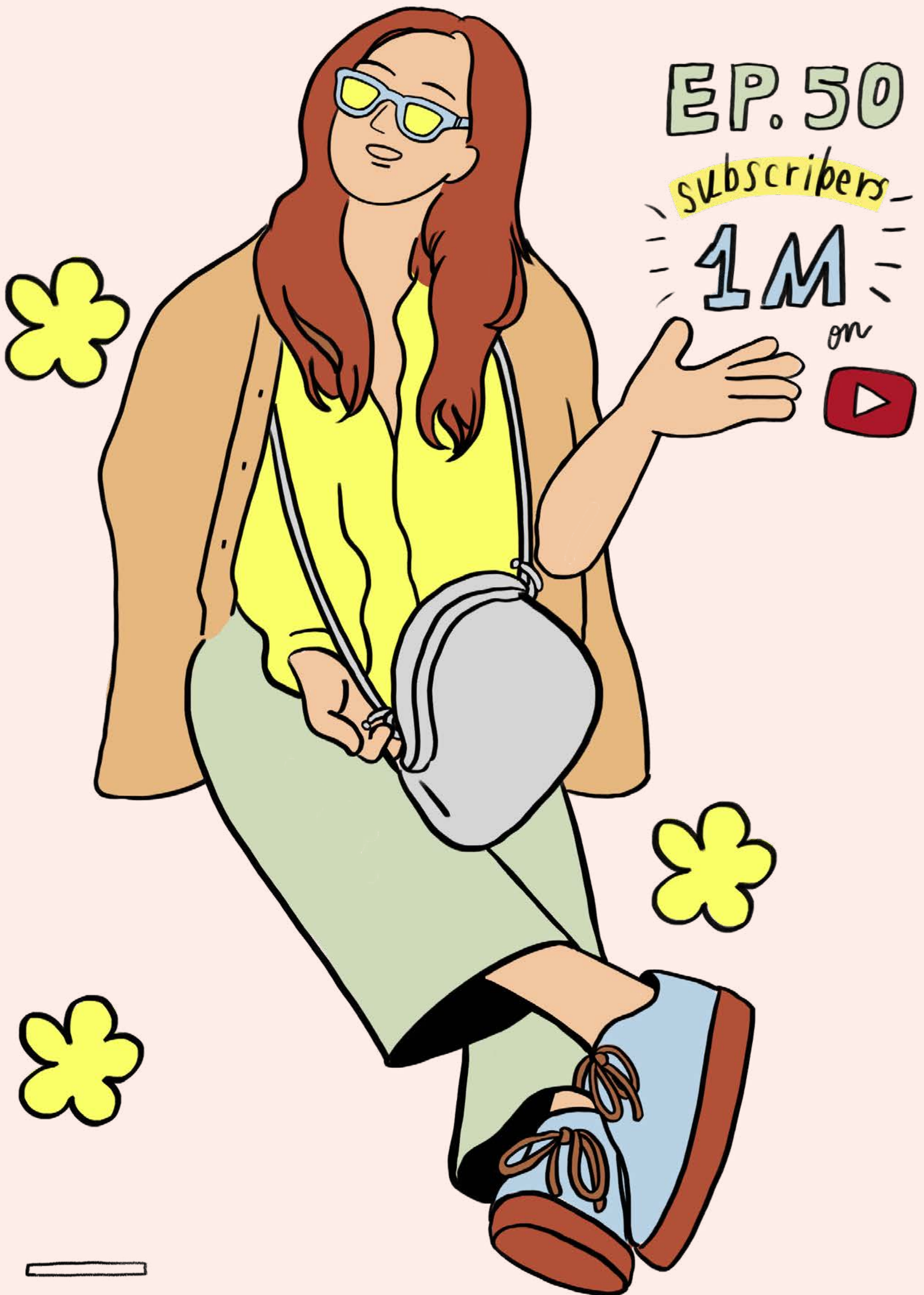
A: อนุญาตให้ร้อง *โอย เจ็บไปทั้งหัวใจทำไมยังทน เสียใจด้วยคุณนักร้องเจ้าของเพลงฮิต ถ้าโดนฟ้องหรือโดนจับ นั้นน่าจะเป็นเพราะคุณเคยทำสัญญาแบบขายขาดลิขสิทธิ์งานดนตรีกรรม (Buyout) เอาไว้ ซึ่งโดยมากคู่กรณีของคุณจะเป็นค่ายเพลงยุคเก่าที่มักเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เพลงแบบ 100% เต็ม เขามีสิทธิ์ฟ้องคุณ และคุณก็จะกลายเป็นผู้ละเมิดลิขสิทธิ์เพลงที่ตัวเองแต่งเองอย่างเสียมิได้

ถ้าย้อนเวลาไม่ได้ ก็ทำอะไรไม่ได้หรอก นอกจากจ่ายค่าสิทธิให้ถูกต้องซะ แม้คุณจะเป็นนักร้องเจ้าของเพลงที่คนทั้งประเทศรู้จัก และรู้ด้วยว่าคุณเป็นคนแต่ง แต่ถ้าเพลงๆ นั้นไม่ใช่ลิขสิทธิ์ของคุณ คุณนักร้องก็ต้องขออนุญาตใช้สิทธิเพลง (ที่คุณเคยแต่ง) เพื่อนำมาร้อง โดยติดต่อกับเจ้าของสิทธิซึ่งอาจจะเป็นค่ายเพลง หรือ MCT ที่ดูแลจัดการลิขสิทธิ์ดนตรีกรรมให้เพลงนั้นๆ อยู่ มันก็จะซ้าๆ หน่อยนึง

ถ้าอยากหยุดวงจรการโดนฟ้อง (ในอนาคต) เลิกร้องเพลงนั้นไป แล้วแต่งเพลงฮิตเพลงใหม่ของตัวเองซะ โดยระวังไม่ให้เกิดการเซ็นสัญญาแบบกินรวบลิขสิทธิ์โดยค่ายเพลงไหนอีก

ในกรณีที่คุณนักร้องเป็นนักแต่งเพลงด้วย ต้องแสดงความยินดีด้วยที่สามารถเข้าร่วมเป็นสมาชิกของ MCT เพื่อให้ดูแลจัดการเก็บลิขสิทธิ์ในส่วนของดนตรีกรรมให้ได้เลย

แต่ถ้าคุณนักร้องที่แค่ร้องเพลง ไม่ได้ทำงานเบื้องหลังหรือแต่งเพลงเอง เป็นเรื่องน่าเศร้าที่ต้องบอกว่านักร้องนักแสดงในเมืองไทยนั้น ยังไม่มีองค์กรที่สามารถเข้ามาดูแลจัดการเรื่องลิขสิทธิ์ให้ คุณจำเป็นต้องดูสัญญาเรื่องลิขสิทธิ์อย่างละเอียด ไม่ให้ถูกบังคับเข้าสัญญา และระวังเรื่องสัญญามาตรฐานที่ค่ายเพลงจะให้เราลงนามโดยปฏิเสธที่จะแก้ไขสัญญา



เพลง: ผิดที่ฉันเอง / ศิลปิน: อีทีซี คำร้อง ทำนอง: ศรัณย์ วงศ์น้อย

*Note: การนำเนื้อเพลงบางส่วนมาใช้ในหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เล่มนี้ ผ่านการขออนุญาตจากเจ้าของสิทธิ์ก่อนนำมาใช้เรียบร้อยแล้ว

06 YOUTUBER

คุณคือ ยูทูปเบอร์เจ้าของช่องดัง

Q: เอาเพลงที่ชอบไปใช้ ไปรีแอค ไปร้องในคลิป ใส่เครดิตให้เรียบร้อย ไม่ได้ใช้เพื่อการค้า แคมยังช่วยโปรโมตให้ด้วย ผิดลิขสิทธิ์หรือ?

A: *ผิดที่ฉันเอง ตัวของฉันเอง คนไม่ใช่ (เจ้าของลิขสิทธิ์) ทำยังไงก็ผิด เอามาใช้ก็วันนั้นก็ผิด แม้แต่ทำคลิปรีแอคชั่นก็ผิด เอาเพลงมาใส่เป็นอินโทร หรือแทรกเป็นอรรถรสในคลิปก็ผิดได้ ใจเย็นก่อนคุณยูทูปเบอร์ ถ้าไม่อยากให้คลิปปลิว อย่าเพิ่งอัฟโหลดคลิป ถ้ายังไม่ได้ขออนุญาตเจ้าของสิทธิ์ แล้วอย่างนี้ทำอะไรได้บ้าง อ่านต่อ

ขออนุญาตกับเจ้าของสิทธิ์โดยตรงก่อน ติดต่อเจ้าของเพลงโลด คุณยูทูปเบอร์ต้องศึกษาว่าศิลปินคนนั้นมีค่ายหรือเป็นศิลปินอิสระ หากเป็นศิลปินอิสระรุ่นใหม่ก็ติดต่อขออนุญาตกับเจ้าของสิทธิ์โดยตรง โดยมากมักจะไม่มีปัญหาเพราะศิลปินจะอนุโลมให้ถือว่าเป็นการช่วยกันโปรโมต แต่ถ้าเป็นศิลปินที่มีค่าย คงต้องขออนุญาตไปทางค่ายหรือองค์กรจัดเก็บลิขสิทธิ์นั้นๆ โดยต้องขอทั้งในส่วนของงานดนตรีกรรมและงานมาสเตอร์เลยนะ

ถ้าจะให้ดี ถ้าคุณพอมีสตางค์และอยากให้เขาอนุญาตแน่ๆ จัดการซื้อสิทธิ์โดยจ่ายเงินให้ถูกต้องซะ โดยถ้าเป็นการซื้อผ่านองค์กรอย่าง MCT คุณยูทูปเบอร์จะซื้อเพลงแบบเหมาๆ ไม่ได้ การใช้เพลงในยูทูปต้องซื้อเป็นเพลงๆ ไปเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นการเอามาใช้ในรุปแบบไหน ซึ่งถ้ายอมเสียในส่วนนี้ก็อุ่นใจได้ว่าทำถูกต้องและสามารถทำเพื่อการค้าได้อย่างไม่มีข้อจำกัด อย่างเช่นเอาโฆษณามาลงในคลิปยูทูปนั้นๆ ได้สบายใจไร้กังวล

ถ้าไม่ไหวจะขอหรือท้อใจที่จะดำเนินการเอง ยังมีผู้ช่วยอีกคนที่เรียกว่า CA (Content Aggregator) หรือ MCN (Multi Channel Network) ซึ่งมีหลากหลายบริษัท ซึ่งจะทำงานร่วมกับแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ เช่น Youtube Facebook Spotify Apple Music iTunes Joox เพื่อช่วยเหลือเจ้าของช่องในทุกๆ ด้านประหนึ่งเป็นแขนเป็นขา ไม่ว่าจะผลิตงาน เขียนโปรแกรม การโปรโมต การจัดการพาร์ทเนอร์ การจัดการสิทธิดิจิทัล การสร้างรายได้ และการขาย ทั้งหมดนี้ เพื่อแลกกับเปอร์เซ็นต์ของรายได้จากโฆษณาจากช่อง สารพัดประโยชน์ขนาดนี้ ถ้าผู้คนเดียวไม่ไหว แนะนำให้ไปหาหน่วยงานเหล่านี้ได้เลย



07

WEDDING BAND

คุณคือ วงดนตรีงานแต่ง/งานจ้างต่างๆ

Q: เอาเพลงรักหวานซึ่งมาร้องเป็นล้านๆ ครั้ง ก็คู่บ่าวสาว/แขกในร้านเขารีเคเวสมา จะโดนลิขสิทธิ์ย้อนหลังไหม?

A: อย่าเพิ่งขมวดคิ้วขนาดนั้น การร้องเพลงในงานแต่งงานถือเป็นงานส่วนตัว ไม่ใช่การเอาไปเพลงเผยแพร่ต่อสาธารณะ คุณจึงยังร้องได้ เพราะมักได้รับการอนุโลมจากเจ้าของสิทธิ์อยู่ แต่ถ้าอวดวิดีโอเก็บไว้ แล้วเอาไปโพสต์เพื่อหวังยอดวิวแล้วล่ะก็ มีสิทธิ์โดนได้เหมือนกัน

ถ้าจะโดนเก็บค่าลิขสิทธิ์ย้อนหลัง มีอยู่กรณีเดียว คือตัวคุณนักดนตรีเอง หรือบ่าวสาวเจ้าของงานแต่งงาน เขาเอาวิดีโอที่เราเล่นไปเผยแพร่ในช่องทางที่อาจสร้างยอดวิวหรือเกิดรายได้ ตรงนี้แหละที่จะทำให้เสียงโดนเก็บค่าลิขสิทธิ์ย้อนหลัง แนะนำว่าเพื่อเป็นการเซฟตัวเราเอง ก็จงทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรกับบ่าวสาวหรือผู้ว่าจ้างว่าห้ามนำคลิปวิดีโอไปเผยแพร่ในที่ต่างๆ เพราะถ้าไปโพสต์ที่ไหนปุ๊บ หน้าเรา วงเรา เสียงเรา แต่เพลงของเขา ยังไงเราก็ผิดนะ

แล้วถ้าไม่ใช่ในงานแต่ง แต่เป็นงานจ้างแสดงสดทั่วไปล่ะ กรณีนี้เจ้าของงานต้องเป็นคนดูแลและรับผิดชอบเรื่องลิขสิทธิ์เผยแพร่งานดนตรีกรรม ไม่ใช่คุณโดยตรง แต่ทั้งนี้ก็ควรเช็กกับเจ้าของงานให้ดีๆ ว่าเขาได้จ่ายค่าสิทธิหรือมีใบอนุญาตเรียบร้อยแล้ว

แต่ถ้าอยากจะทำโปรโมตตัวเอง เพื่อให้มีงานจ้างต่อไป อยากจะอัดคลิปงานจ้างนี้เก็บไว้ เพื่อโปรโมตเพลงเวอร์ชันคัฟเวอร์ของวงดนตรีเราในช่องทางยูทูปหรือช่องทางอื่นๆ แนะนำให้ลองขอลิขสิทธิ์เพลงที่คุณจะลงคลิปนั้น โดยหาว่าเจ้าของสิทธิ์เพลงนั้นๆ คือใครที่เว็บไซต์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา **คลิก** เช็กให้ดีว่าต้องติดต่อเจ้าของสิทธิ์หรือองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ที่ดูแลสิทธิ์ให้กับศิลปินคนนั้นง่ายกว่า ที่นี้คุณนักดนตรีก็จะอุ่นใจหายห่วงว่าวงฉันทำสิ่งที่ถูกต้อง ใครก็มาทำอะไรไม่ได้อีกต่อไป



เพลง: หมายความว่าอะไร / ศิลปิน: MEAN คำร้อง: วรภัทร วงศ์สุคนธ์ ทำนอง: กัณฑ์พิชญ์ ยาวีราช

*Note: การนำเนื้อเพลงบางส่วนมาใช้ในหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เล่มนี้ ผ่านการขออนุญาตจากเจ้าของสิทธิ์ก่อนนำมาใช้เรียบร้อยแล้ว

08 PUB & RESTAURANT OWNER

คุณคือเจ้าของร้าน ผับ/บาร์ ที่จ้างนักดนตรีมาแสดงสด

Q: ทำร้านให้รอดก็เหนื่อยแล้ว จ่ายค่าจ้างให้วงดนตรีสดทุกวันแล้ว ค่าลิขสิทธิ์เพลงก็ให้คนร้องจ่ายเองสิ?

A: *เรอกับฉันเราเป็นอะไรช่วยบอกฉันที บอกเลยว่าเจ้าของกิจการคือผู้ว่าจ้าง ส่วนนักดนตรีนี่เป็นแค่ผู้รับจ้าง เพราะฉะนั้นเรื่องลิขสิทธิ์เพลง เจ้าของกิจการจึงต้องเป็นคนจ่าย เพราะคุณคือคนสร้างรายได้จากสิ่งนี้ แต่มันก็มีหลายกรณีในการจ้างอยู่เหมือนกัน ที่อยากให้ทำความเข้าใจต่อ

ถ้าจ้างวงดนตรีเล่นสดอาชีพ ที่ไม่ได้เป็นศิลปินเจ้าของเพลงของตัวเอง ในกรณีนี้คุณเจ้าของร้านต้องจ่ายค่าสิทธิงานดนตรีกรรมเองแน่นอน อย่างที่บอกไปในคำตอบแรก **อีกกรณีคือจ้างศิลปินมาเล่น** ซึ่งนับเป็นการแสดงสดเทียบเท่าอีเวนต์เล็กๆ หรือคอนเสิร์ตจิ๋วๆ อันนี้คุณเจ้าของร้านสามารถคุยกับทางฝั่งศิลปินหรือค่ายเพลงผู้ดูแลศิลปินนั้นๆ ได้ ว่าเขามีแพ็คเกจในการจ้างและจ่ายค่าลิขสิทธิ์แบบไหนยังไงบ้าง ซึ่งการจ้างศิลปินแบบนี้มักจะรวมค่าลิขสิทธิ์เพลงมาเรียบร้อยแล้วในค่าจ้าง ซึ่งก็จะมีปัญหาใดๆ

จ่ายค่าสิทธิเพื่อความถูกต้อง ถ้าอยากเปิดร้านได้สบายๆ ไม่ต้องห่วงหน้าพะวงหลัง สิ่งที่คุณเจ้าของร้านที่มีการจ้างวงดนตรีสดมาเล่นควรทำ คือจัดการจ่ายค่าลิขสิทธิ์ในการเผยแพร่งานดนตรีกรรม ในหมวดของการแสดงดนตรีสดให้เรียบร้อย ซึ่งถ้าไม่ยอมมานั่งลิสต์เป็นรายครั้ง แนะนำให้จ่ายค่าลิขสิทธิ์เพลงแบบเหมากับทางองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เพลงไปเลย ยกตัวอย่าง MCT มีเพลงไทยมากมายมากกว่า 30,000 เพลง มีหลายค่ายที่อยู่ในการดูแล และค่อนข้างครอบคลุมเพลงดังๆ ของประเทศในยุคนี้ พอจ่ายปั๊บคุณเจ้าของร้านจะได้รับใบอนุญาตในการแสดงดนตรีสดเพื่อการค้าที่จะระบุค่ายเพลงที่เล่นได้ไว้เรียบร้อยแล้ว เข้าไปเสิร์ชชื่อเพลงได้ที่ **คลิก**

มีใบอนุญาตแล้วยังไม่จบ อย่าลืมขั้นตอนการใช้งานด้วย คุณเจ้าของร้านต้องไม่ลืมแจ้งหรือโซว์ลิสต์เพลงที่ทำการจ่ายค่าสิทธิแล้วให้กับนักดนตรีที่มาเล่นสดที่ร้าน เพื่อให้เล่นเพลงที่ขอมมาแล้วตามใบอนุญาตเท่านั้น อย่าให้นักดนตรีที่มาเล่น เล่นเพลงอะไรก็ได้ตามใจเขาหรือตามใจคนขอซะ เดี่ยวจะโดนกันยกแก๊ง



09

CAFE OWNER

คุณคือ เจ้าของร้านกาแฟที่เปิดเพลงคลอในร้าน

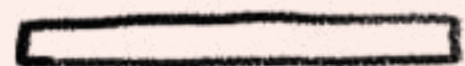
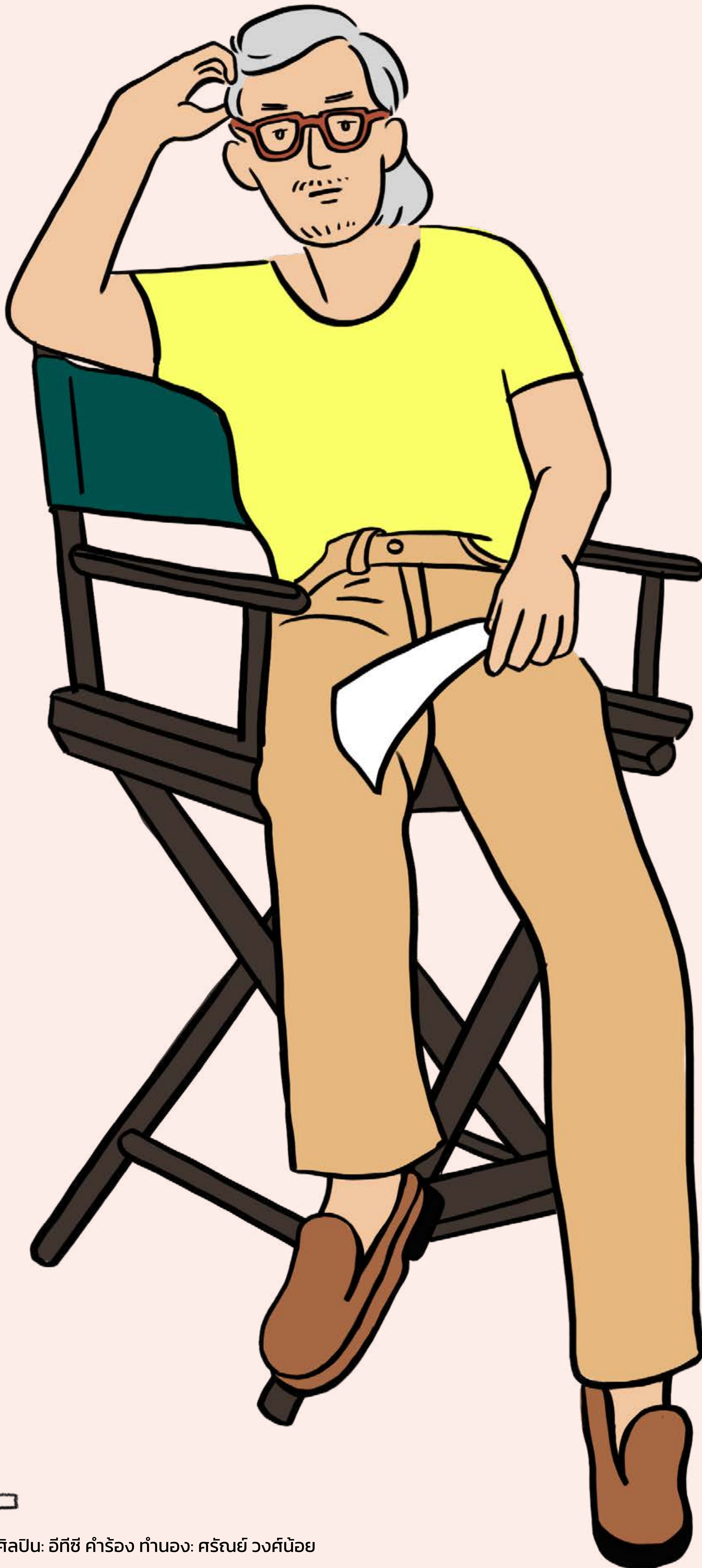
Q: เปิด Spotify playlist ในร้านกาแฟตัวเองผิดตรงไหน ก็จ่ายฟรีเหมียมรายเดือนไปแล้วนี่?

A: การจ่ายรายเดือนแบบฟรีเหมียมแพคเกจให้ Spotify ไม่ใช่คำตอบที่ถูกต้อง เพราะคุณคือสถานประกอบการ ไม่ใช่ผู้ฟังทั่วไป วิธีที่ถูกต้องคือซื้อบริการสตรีมมิ่งเพลงที่ใช้เพื่อการค้า และจ่ายค่าสิทธิเผยแพร่ให้องค์กรจัดเก็บลิขสิทธิ์:

แพ็คเกจใช้ส่วนตัว มันคนละอันกับแพ็คเกจใช้เพื่อการค้า การอัปเกรด Spotify เป็นฟรีเหมียมแอดเคาท์ที่คุณทำอยู่ นับเป็น Personal use (B2C service หรือการใช้งานส่วนตัวโดยผู้ฟังทั่วไป) ซึ่งลิขสิทธิ์พวกนั้นเอาไว้ใช้ฟังในบ้าน ในรถ ในหูฟังของตัวเอง แต่ไม่ได้แปลว่าจะเป็นการซื้อสิทธิมาเปิดในร้านในฐานะเจ้าของคาเฟ่ได้ อย่าลืมนะว่าสถานะของร้านคือสถานประกอบการ เข้าใจผิดแล้วนำไปใช้ผิดที่ผิดทางแบบนี้ มีสิทธิโดนฟ้องได้นะ

ไปซื้อแพ็คเกจรายเดือนแบบ B2B service ผ่านบริการของอีกเจ้า ที่เป็นพาร์ตเนอร์ของ Spotify ชื่อว่า Soundtrack Your Brand ได้เลย ราคาประมาณ 1 พันบาทต่อเดือน แกรมถ้าสมัครเป็นรายปีก็จะได้ราคาถูกลงกว่าเดิมอีก โดยมีเพลงหลากหลายให้เลือกเปิดกว่า 58 ล้านเพลงที่ลิขสิทธิ์ถูกต้อง ทีนี้จะเปิดเพลงไหนในเพลย์ลิสต์ที่จ่ายค่าสมาชิกแล้วก็ไม่มีปัญหา เพราะคุณได้สิทธิในตัวเพลงมาแล้ว แต่ยังไม่จบนะ

ต้องจ่ายค่าสิทธิเผยแพร่ให้องค์กรจัดเก็บลิขสิทธิ์ด้วย ยังมีค่าสิทธิอีกส่วนหนึ่งในฝั่งงานดนตรีกรรม ซึ่งก็คือสิทธิในการเผยแพร่ในสถานประกอบการที่คุณต้องจ่ายด้วย อันนี้ก็แค่เดินเข้าหา CMO อย่าง MCT หรือ MPC (ตัวแทนจัดเก็บค่าสิทธิของ MCT) แล้วจัดการจ่ายและขอใบอนุญาตให้เรียบร้อย ถึงจะจบจริง



เพลง: เปลี่ยน / ศิลปิน: อีทีซี คำร้อง ทำนอง: ศรัณย์ วงศ์น้อย

*Note: การนำเนื้อเพลงบางส่วนมาใช้ในหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เล่มนี้ ผ่านการขออนุญาตจากเจ้าของสิทธิ์ก่อนนำมาใช้เรียบร้อยแล้ว

10

CREATIVE DIRECTOR

คุณคือ คนทำหนังโฆษณา

Q: เพลงดังจนไม่เหลือเค้าเดิม เอามาประกอบหนังโฆษณา อย่างนี้จ่ายลิขสิทธิ์แค่ค่าทำนอง ครั้งเดียวได้หรือเปล่า?

A: *ฉันเปลี่ยนตัวเองเท่าไรเธอก็เหมือนเดิม เพราะคุณยังคงเข้าใจคำว่าลิขสิทธิ์ไม่กระจ่าง การนำเพลงไปเปลี่ยนเนื้อหา ทำซ้ำขึ้นมาใหม่ เพื่อเอาไปประกอบโฆษณา เท่ากับการเอาเพลงที่ไม่ใช่ของตัวเองไปดัดแปลง ทำซ้ำ รวมถึงไปเผยแพร่ต่อสาธารณชน นั่นแปลว่ามีโอกาสต้องจ่ายค่าสิทธิถึง 3 ส่วน แพงกว่าแค่เอาออร์จินัลมาใช้อีก ไปดูกันว่าเงื่อนไขมีอะไรบ้าง

ถ้าเอาเพลงมาประกอบโฆษณาเลย แบบไม่ดัดแปลงเนื้อเพลงใดๆ ไม่ทำทำนองใหม่ ไม่ร้องใหม่ คุณต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์ในส่วนขอสิทธิในการทำซ้ำประเภท Synchronization ทั้งงานดนตรีกรรม งานมาสเตอร์ และสิทธิในการเผยแพร่ต่อสาธารณชน

ถ้าคุณเอาเพลงมาประกอบโฆษณา โดยที่มีการจ้างบันทึกเสียงใหม่ ก็จะเป็นการจ่ายลิขสิทธิ์ในด้านสิทธิทำซ้ำประเภท Synchronization แต่จ่ายแค่ส่วนของงานดนตรีกรรม ไม่ต้องจ่ายงานมาสเตอร์ เพราะมีการทำมาสเตอร์ขึ้นใหม่ ซึ่งถือเป็นการชิงโครโนซีไปแล้ว และแน่นอนว่ามีส่วนขอสิทธิในการเผยแพร่ต่อสาธารณชนด้วยนะ

แล้วถ้าคุณคนทำหนังโฆษณาเกิดอยากเอาเพลงไปดัดแปลง รีมิคซ์ เพื่อเปลี่ยนเนื้อร้องหรือทำนองให้เข้ากับสินค้า ต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์ครบ 3 ส่วน ได้แก่สิทธิในการดัดแปลง (Adaptation) ต่อมาก็เป็นสิทธิในการทำซ้ำ (Reproduction) และสุดท้ายคือสิทธิในการเผยแพร่ต่อสาธารณชน

จ่ายที่ใคร หากก่อนว่าใครคือเจ้าของสิทธิในเพลงที่เราจะใช้ที่เว็บไซต์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา **คลิก** แล้วดูว่าใครคือผู้ดูแลสิทธิบ้างทั้งในส่วนของานดนตรีกรรม (เนื้อร้อง ทำนอง) ส่วนของสิ่งบันทึกเสียง (มาสเตอร์) ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งพับลิชเชอร์เอง หรือ CMO ที่ช่วยดูแล ทีนี้ก็ค่อยย้อนกลับมาดูว่าเพลงของคุณต้องจ่ายค่าสิทธิในส่วนไหนบ้าง และสิทธิในการเผยแพร่เป็นประเภททั่วไปหรือดิจิทัล แล้วก็เคลียร์ให้จบสิ้นทุกค่าสิทธิ คราวนี้ก็นำไปใช้ในโฆษณาได้อย่างสบายใจ



11

MUSIC FESTIVAL DIRECTOR

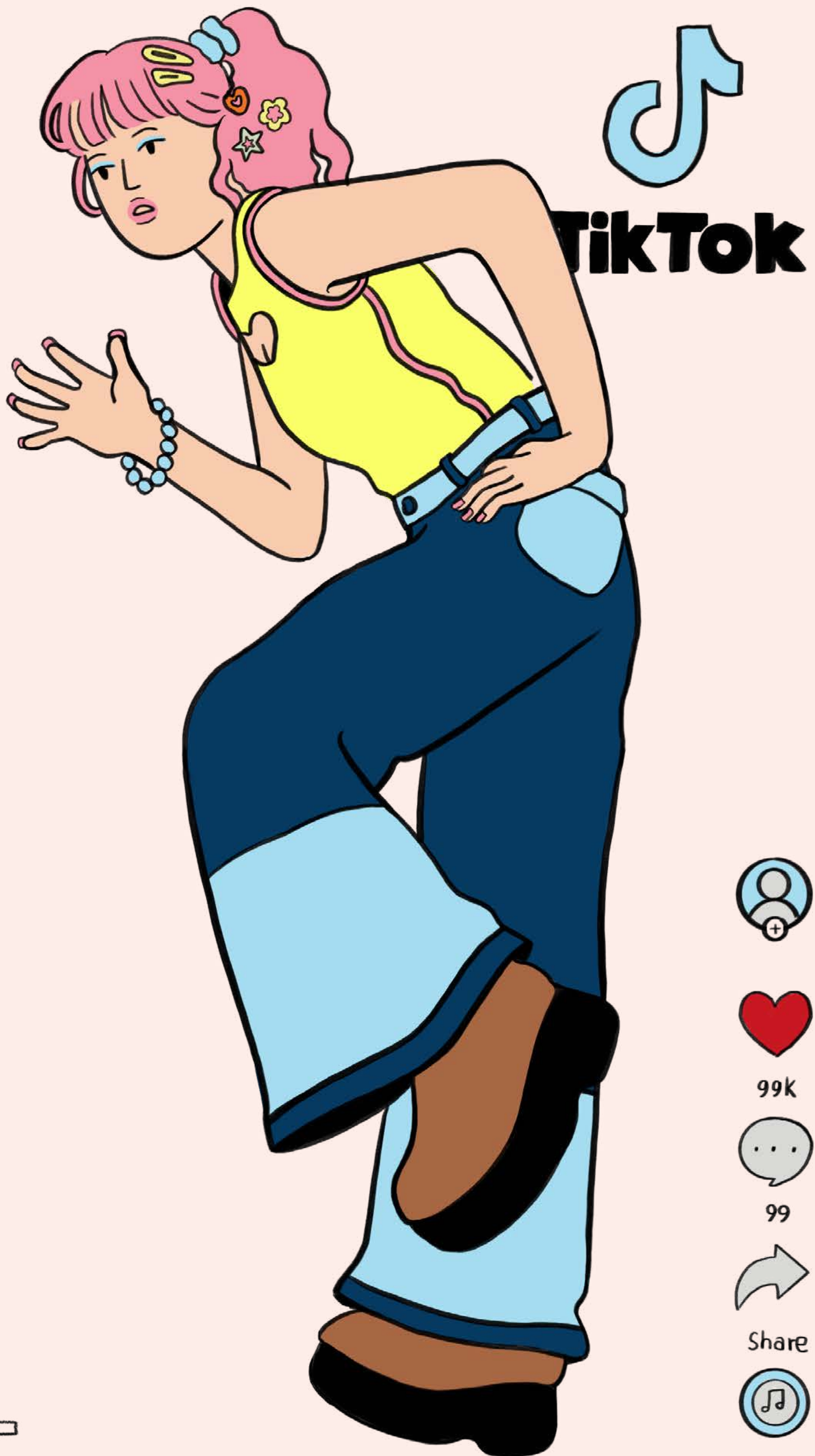
คุณคือ ผู้จัดการเทศกาลดนตรี

Q: จัดเทศกาลดนตรีใหญ่ ไม่มีสิทธิ์รู้ล่วงหน้าว่าแต่ละวงจะร้องเพลงอะไร อย่างนี้ไม่แปลกลิขสิทธิ์จนไม่เหลือกำไรเลยเหรอ?

A: เข้าใจว่าถ้าจัดเทศกาลใหญ่ ชวนศิลปินหลายค่าย คุณคงไปไล่ขอลิสต์เพลงแต่ละวงไม่ไหว แนะนำให้ลงทุนขออนุญาตใช้ลิขสิทธิ์เพลงแบบเหมาไว้ เพราะถูกกว่าแยกจ่ายเป็นรายเพลง ไม่ต้องมานั่งกลุ่มใจ แคมป์ดูแลสิทธิ์แต่ละเจ้าก็มีแพ็คเกจให้เลือกเหมาหลายหลาย

ถ้าเป็นเทศกาลขายบัตร มีสปอนเซอร์ มีกำไรแน่ชัด ลงทุนขออนุญาตใช้ลิขสิทธิ์เพลงแบบเหมาไว้เลยดีกว่า เพราะยังไงราคาก็ถูกกว่าแยกจ่าย โดยไปหาองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์อย่างเช่น MCT ที่ถือเพลงอยู่กว่า 30 ล้านเพลงก็มีให้เลือกจนตาลาย ที่นี้พอได้ใบอนุญาตแล้ว คุณก็เอาลิสต์เพลงที่ขอลิขิตมาได้ไปให้วงดนตรีต่างๆ ขอให้เลือกเล่นจากแคตตาล็อกนี้ได้ไหมจะพีชขอมาแล้ว จะได้จัดงานได้สบายใจ

ถ้าขยัน ไม่อยากเหมา จะขออนุญาตแยกย่อยไปยังตัวค่ายของแต่ละวงที่มาเล่นก็ได้ เพราะค่ายเหล่านี้มักจะพ่วงทำหน้าที่เป็นพับลิชเชอร์อยู่แล้ว รับประกันความพอใจทั้งฝ่ายผู้จัดและฝ่ายวงดนตรี ซึ่งก็จะยับยั้งหน่อยในแง่ที่ว่าศิลปินแต่ละวงก็ต่างสังกัด บางคนอาจจะดูแลลิขสิทธิ์เอง บางคนก็เป็นพับลิชเชอร์ บางคนก็มี MCT ช่วยดูแล อาจจะร่นวายน้อย แต่ทำได้นะ ลู๊เขาเพราะเราเล่นใหญ่มาก



เพลง: งานเต้นรำ / ศิลปิน: MUSKETEERS คำร้อง ทำนอง: ชาศรีย์ ลากบุญเรือง

*Note: การนำเนื้อเพลงบางส่วนมาใช้ในหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เล่มนี้ ผ่านการขออนุญาตจากเจ้าของสิทธิ์ก่อนนำมาใช้เรียบร้อยแล้ว

12

TIKTOKER

คุณคือ ดาวตึกตอกท่านหนึ่ง

Q: รักการเต้นและลิปซิงค์ทุกแพลตฟอร์ม ถือว่าเป็นความบันเทิง ช่วยกันโปรโมต จะไม่โดนเรียกเก็บค่าโน้มนำนี้ใช่ไหม?

A: *ฉันขอเธอเต้นรำสักครั้ง ได้สิ แคร์กในเสียงเพลง ร้องเต้นทำคอนเทนต์เพลินๆ ในแอคเคาท์ตัวเองตามแพลตฟอร์มต่างๆ นะทำได้ แต่ต้องมาดูว่าแต่ละแพลตฟอร์มที่เราสร้างคอนเทนต์ เขาได้จัดการอะไรเรื่องลิขสิทธิ์เพลงให้เราสบายใจแล้วบ้าง

Reels ใน Instagram และ Facebook ทางสะดวก เพราะทั้ง 2 แพลตฟอร์มได้ขอลิขสิทธิ์เพลงในแคตตาล็อก Reels ของตัวเองไว้แล้วอย่างถูกต้อง หมายความว่าเพลงไหนที่เสิร์ชเจอในแอปฯ ก็เอามาเต้น ร้อง ประกอบคลิปลงแพลตฟอร์มได้อย่างสบายใจไม่มีปัญหา แต่ถ้าคุณไปเอาเพลงจากที่อื่นมาทำคลิป ไม่ได้ใช้เพลงจากในแอปฯ อันนี้ก็ผิดลิขสิทธิ์ มีสิทธิ์คลิปปลิวได้นะ

Videos ใน Tiktok แพลตฟอร์มนี้ยังอยู่ในระหว่างขั้นตอนการเจรจาเรื่องค่าสิทธิ์กับทุกองค์กรอยู่ ถ้าเซ็นสัญญาครบหมดเรียบร้อยเมื่อไร ทุกเพลงที่เลือกใช้จากในแอปตึกตอกจะครอบคลุมสิทธิหมดอย่างถูกต้อง ซึ่งเหตุผลที่ดาวตึกตอกท่านหนึ่งอย่างคุณยังลงคลิปได้ไม่โดนถอดปลิวไปไหน นั่นก็เพราะว่าเจ้าของสิทธิ์ยังหยวนๆ ไม่ตามมาเรียกเก็บในแพลตฟอร์มนี้ เพราะมองว่ามันเป็นช่องทางที่ช่วยโปรโมตเพลงได้ดีมากๆ อีกช่องทางหนึ่งนั่นเอง ดังนั้นตอนนี้ก็เต้นได้ ลิปซิงค์ได้เต็มที่ไปเลยนะดาวตึกตอก

