

MUSIC

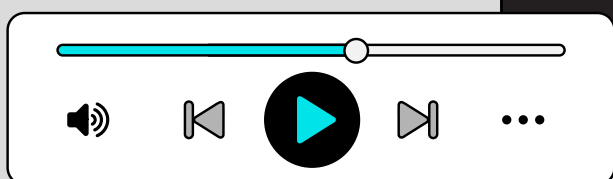
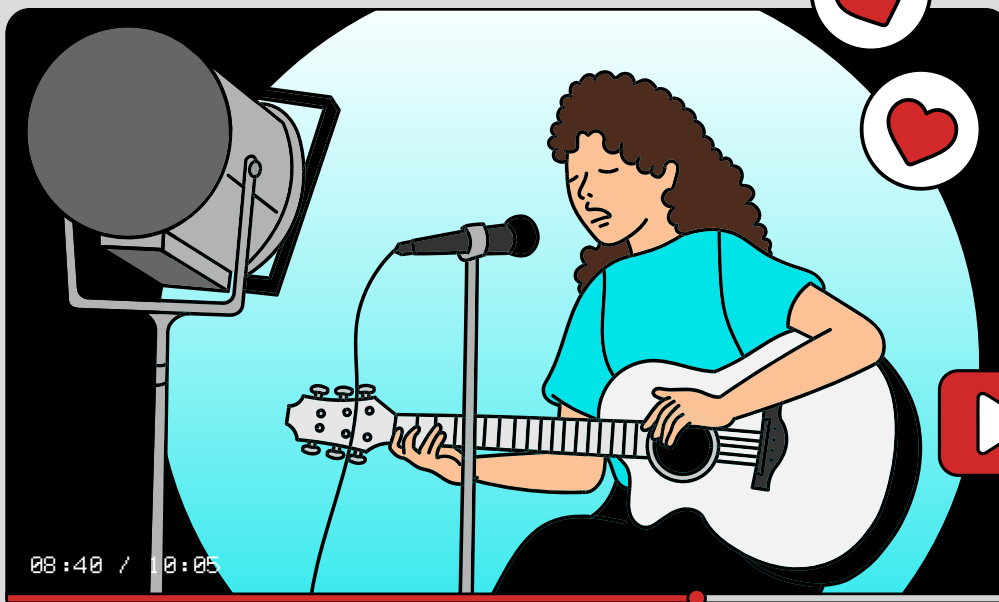
คู่มือการใช้ลิขสิทธิ์ดนตรี
ที่ชาวออนไลน์ต้องรู้

COPYRIGHT

101



กรมทรัพย์สินทางปัญญา
DEPARTMENT OF INTELLECTUAL PROPERTY



ความรู้เบื้องต้นเรื่องลิขสิทธิ์ดนตรีในประเทศไทย
สำหรับทุกคนที่ใช้เสียงเพลงบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

Welcome Back, Music Lovers



0:15 4:00

ถ้าเพลงแรก (และเพลงสุดท้าย) ที่คุณได้ฟังในทุกวัน คุณเปิดมันผ่านแอปพลิเคชันยูทูป ตี๊กต็อก หรือสปอติฟาย คงไม่ต้องเกริ่นให้เสียเวลาหลายบรรทัด ว่าทำไมคู่มือลิขสิทธิ์ดนตรีถึงต้องมีซีรีส์ภาคต่อตลอดออกมาเป็นเล่มที่ 2 ว่าด้วยเรื่องราวของลิขสิทธิ์เพลงบนสื่อดิจิทัลนั้นๆ

เพราะในวันที่โลกของเสียงเพลงได้อพยพถิ่นฐานจากเครื่องเล่นเทป ซีดี ดีวีดี มาอยู่ในดิจิทัลแพลตฟอร์มบนคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และสมาร์ทโฟน อย่างเต็มรูปแบบ เราทุกคนไม่ว่าจะในฐานะผู้สร้างสรรค์หรือผู้เสพ ก็ไม่ควรจะแข่งแข่งความรู้ของตัวเองอยู่ในตู้เพลงใบเก่า

คู่มือเล่มนี้จะทำให้คุณได้อัปเดตระบบปฏิบัติการด้านลิขสิทธิ์ดนตรีของคุณให้เท่าทันโลก อย่าลืมว่าเสียงเพลงก็คือทรัพย์สินมีค่ารูปแบบหนึ่ง หากรู้จักปกป้องรักษา ทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่อย่างถูกต้องเป็นธรรมดาแล้ว ปัญหาที่จะไม่เกิด แต่สิ่งที่จะเกิด คือรายได้ล้นๆ!



ข้อมูลที่น่าสนใจในหนังสือเล่มนี้เป็นเพียงการนำเสนอภาพรวมของลิขสิทธิ์ดนตรีบนโลกดิจิทัลที่กำลังเกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ผู้อ่านควรตระหนักว่าข้อมูลอาจมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากนวัตกรรมและเทคโนโลยีซึ่งส่งผลต่อตลาดเพลงและแพลตฟอร์มมีพัฒนาการตลอดเวลา โปรดพิจารณาการเข้าถึงแหล่งข้อมูลออนไลน์เพิ่มเติมหรืออัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ

CONTENTS

P. 2-21



Playlist 01

COMPOSER MIX

พื้นฐานลิขสิทธิ์ดนตรีบนโลกดิจิทัล
ที่ผู้สร้างสรรค์ดนตรีควรรู้

P. 22-27



Playlist 02

MCT MIX

รู้จัก MCT องค์กรช่วยจัดเก็บ
ค่าสิทธิงานดนตรีกรรมให้ผู้สร้างสรรค์

P. 28-45



Playlist 03

USER Q&A MIX

ตอบสารพัดคำถาม
จากผู้ใช้เพลงจริง (และเคยซ้ำจริง!)

* คลิกที่เลขหน้า
เพื่อไปยังเพลย์ลิสต์นั้นๆ

พินิจงาน

© ลิขสิทธิ์ดนตรี

บนโลก  ดิจิทัล

ที่ผู้สร้างสรรค์

ดนตรี  ควรรู้



Playlist 01

COMPOSER MIX

Recommended for นักแต่งเพลงชาวไทย

5 songs, 25 mins



#	Title	Album	Duration
01	 สิทธิของเธอ	เข้าใจประเภทลิขสิทธิ์ และเจ้าของ	5:00
02	 โลกอีกใบ (DSP)	แนะนำตัวละคร บนโลกดิจิทัล	5:00
03	 ให้ฉันดูแลเธอ	รู้จักผู้ช่วยดูแลสิทธิ์ บนแพลตฟอร์มดิจิทัล	5:00
04	 MONEY (ฟังแล้วรวย)	ส่วนแบ่งรายได้จาก ลิขสิทธิ์ที่เหมาะสม	5:00
05	 นับหนึ่งถึงตลอดไป	ทำไมต้องจดรหัส ISRC และ ISWC	5:00

⊗ คลิกที่กล่อง
เพื่อไปยังเพลงนั้นๆ

เพลง **หนึ่งเพลง ไม่ได้มีแค่ลิขสิทธิ์เดียว** แต่มีงานที่นับเป็นลิขสิทธิ์อยู่ 2 งาน

01



**งาน
ดนตรีกรรม
(Musical Work)**

เพลงที่แต่งขึ้น
อาจเป็นทำนองอย่างเดียว
หรือมีเนื้อร้องด้วย

เจ้าของสิทธิ



นักแต่งเพลง

*อาจมีพับลิชเชอร์
หรือบริษัทตัวแทน
นักแต่งเพลง
เป็นผู้บริหารสิทธิให้

02



**งาน
สิ่งบันทึกเสียง
(Sound
Recording)**

เพลงที่เกิดจากการ
บันทึกเสียง
ให้สามารถฟังได้

เจ้าของสิทธิ



ค่ายเพลง

หรือบริษัทผู้บันทึกเสียง

VS



ทำไมเจ้าของสิทธิใน **เพลง** ถึงมีหลายคน และโดยส่วนใหญ่เขาแบ่งสิทธิกันยังไง?

ผู้สร้างสรรค์หรือนักแต่งเพลง

เป็นเจ้าของสิทธิในงานดนตรีกรรม

เพราะนักแต่งเพลงเป็นผู้ใช้ความคิดสร้างสรรค์แต่งทำนองเพลงหรือเขียนเนื้อเพลงหรือทั้งสองอย่างขึ้นมา จึงเป็นเจ้าของสิทธิในงานดนตรีกรรม โดยนักแต่งเพลงอาจมีมากกว่า 1 คน และอาจตกลงแบ่งสิทธินี้กับผู้อื่น เช่น แต่งทำนองหรือเนื้อเพลงร่วมกันกับนักแต่งเพลงคนอื่น หรือนำเพลงที่แต่งเสร็จแล้วหรือเพลงที่มีลิขสิทธิ์ไปเสนอให้ค่ายเพลงทำการบันทึกเสียง โดยสมัครสมาชิกกับพับลิชเชอร์ (บริษัทตัวแทนนักแต่งเพลง) เพื่อให้ช่วยบริหารสิทธิต่างๆ ในเพลง



ข้อยกเว้น

หากคุณเป็นนักแต่งเพลงที่เป็นศิลปินอิสระ ไม่สังกัดค่ายเพลง และบันทึกเสียงด้วยตัวเองได้ ก็จะเป็นเจ้าของทั้งสิทธิในงานดนตรีกรรม และสิทธิในงานบันทึกเสียงด้วย

ค่ายเพลง (Music Label)

เป็นเจ้าของสิทธิในงานสิ่งบันทึกเสียง

เพราะเป็นบริษัทที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการผลิตสิ่งบันทึกเสียง ซึ่งมีหน้าที่ในการจัดการ สนับสนุนศิลปิน และผลงานเพลงที่ผลิตขึ้น โดยจะรับผิดชอบต่อการสร้างสรรค์เพลง การบันทึกเสียง การผลิตเพลง การตลาด และการจำหน่ายผลงานเพลงของศิลปินที่เซ็นสัญญากับค่ายเพลง จึงมักเป็นเจ้าของสิทธิในงานสิ่งบันทึกเสียง รวมไปถึงงานมิวสิกวิดีโอ และอาจเป็นเจ้าของสิทธิ 'ร่วม' ในงานดนตรีกรรม ตามสัญญาที่ตกลงไว้กับผู้สร้างสรรค์หรือศิลปินด้วย

เจ้าของสิทธิ จะต้องเป็นผู้อนุญาต หรือได้ค่าสิทธิเมื่อมีผู้อื่นนำ **เพลง** ไปใช้ในกรณีต่อไปนี้

1

เผยแพร่

ต่อสาธารณชนโดยการ
แสดง บรรยาย สวด
บรรเลง ทำให้ปรากฏด้วย
เสียง และ/หรือ ภาพ หรือ
โดยวิธีอื่นใด

2

ทำซ้ำ

หรือคัดลอกไม่ว่าด้วยวิธี
ใดๆ เลียนแบบ ทำสำเนา
ทำแม่พิมพ์ บันทึกเสียง
บันทึกภาพหรือบันทึกเสียง
และภาพ จากต้นฉบับ จาก
สำเนา หรือจากโฆษณา
ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน

3

ซิงโครไนซ์

ใช้เพลงในช่วงเวลาใดๆ
ประกอบกับภาพหรือภาพ
เคลื่อนไหวอื่นๆ ทั้งใน
ภาพยนตร์ วิดีโอ รายการ
โทรทัศน์ โฆษณาเชิงพา-
ณิชย์ หรือสื่อกิจกรรมวัสดุ
อื่นๆ

4

ดัดแปลง

ปรับเปลี่ยนหรือปรับแต่ง
รูปแบบการนำเสนอผลงาน
เช่น การแปลงเนื้อเพลง
หรือปรับแต่งทำนองเพลง
ที่มีอยู่ให้ไม่เหมือนต้นฉบับ
เป็นต้น



เมื่อ **เพลง** ถูกนำไปใช้ในโลกดิจิทัล เจ้าของสิทธิ ควรจะได้รับค่าสิทธิอะไรบ้าง

ตัวอย่างการนำเพลงไปใช้บนแพลตฟอร์ม	สิทธิ ดัดแปลง	สิทธิ ซิงโครไนซ์	สิทธิ ทำซ้ำ	สิทธิ เผยแพร่
ใช้เพลงประกอบคลิป ภาพยนตร์ มีวสิทวดีโอ	×	 	 	 
ร้องคัฟเวอร์/ไลฟ์สด พร้อมเปิด backing track	×	×	×	 
ร้องคัฟเวอร์/ไลฟ์สด ไม่เปิด backing track	×	×	×	
บันทึกเพลงโดยการแปลงเพลง ล้อเลียน เปลี่ยนเนื้อ รีมิกซ์ทำนอง		×		×



= ค่าลิขสิทธิ์ในงานดนตรีกรรม



= ค่าลิขสิทธิ์ในงานสิ่งบันทึกเสียง

การใช้งานเพลงในช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มจะต้องจ่ายค่าสิทธิในการเผยแพร่และทำซ้ำควบคู่กันไปเสมอ เพราะถือว่าเป็นการทำซ้ำในรูปแบบของไฟล์ (digital) ซึ่งเกิดขึ้นในระบบคอมพิวเตอร์

แนะนำ ตัวละคร ในโลกแห่งดนตรียุคดิจิทัล

เมื่อวิธีการฟังเพลงหรือเสพคอนเทนต์ไม่ใช้การเปิดผ่านทีวีระบบแอนะล็อก เครื่องเล่นวิทยุ หรือซีดีอีกต่อไป ตัวละครใหม่ที่เราต้องทำความเข้าใจและมีบทบาทมากในเรื่องสิทธิ ก็คือเหล่าแพลตฟอร์มต่างๆ ที่เราใช้เป็นสื่อกลางในการเข้าถึงคอนเทนต์ดิจิทัล โดยจะนับว่าเป็นการ 'ทำซ้ำ' และ 'เผยแพร่' ข้อมูลไฟล์ดิจิทัลให้เราจับชมจับฟังได้บนอุปกรณ์ เช่น โทรศัพท์มือถือ สมาร์ททีวี คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต ฯลฯ

แพลตฟอร์มดิจิทัล (DSP: Digital Service Provider)

Music Download /Music Streaming Platform

แพลตฟอร์มสำหรับฟังเพลง



Spotify



apple music

User Uploaded Content UUC* Platform

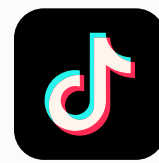
แพลตฟอร์มสำหรับชมวิดีโอหรือเพลงที่ผู้ใช้งานอัปโหลดเอง



YouTube



Facebook



TikTok

Video on Demand OTT** Platform

แพลตฟอร์มสำหรับชมวิดีโอหรือภาพยนตร์จากผู้สร้าง



Netflix



Disney+



HBO GO



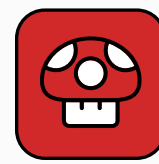
Prime Video



YouTube

Other Platform

แพลตฟอร์มสำหรับชมภาพเคลื่อนไหวอื่นๆ



Game



Karaoke

UUC * = **User Uploaded Content** หมายถึง คอนเทนต์ที่ผู้ใช้งานเป็นผู้อัปโหลดขึ้นระบบด้วยตนเอง (และอาจเป็นผู้สร้าง)

OTT ** = **Over-the-top** หมายถึง การให้บริการเนื้อหา เช่น ภาพยนตร์ ซีรีส์ รายการโทรทัศน์ ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตและสมาร์ททีวี



ผู้สร้างคอนเทนต์ บนแพลตฟอร์มดิจิทัล

Music Content Provider

ศิลปิน ค่ายเพลง



Video Streaming Content Provider

ศิลปิน ค่ายเพลง เจ้าของช่อง เจ้าของรายการทีวี บุคคลทั่วไป



Video on Demand Content Provider

คนทำหนัง ค่ายหนัง



การนำไปเพลงไปใช้ในแพลตฟอร์มดิจิทัลแต่ละรูปแบบ เกี่ยวข้องกับสิทธิที่แตกต่าง
กันไป รวมทั้งแต่ละแพลตฟอร์มดิจิทัลก็ยังมีบทบาทเป็นตัวกลาง จึงมีวิธีจัดการกับการขอ
อนุญาตและจัดการค่าสิทธิที่ไม่เหมือนกัน ชวนมาทำความเข้าใจในตารางถัดไป

ใครเป็นผู้ขออนุญาต/จ่ายค่าสิทธิให้ เจ้าของสิทธิ แบ่งตามแพลตฟอร์มดิจิทัล

DSP	ผู้ขออนุญาต/จ่ายค่าสิทธิ	สิทธิดัดแปลง	สิทธิซิงโครไนซ์	สิทธิทำซ้ำ	สิทธิเผยแพร่
 Spotify apple music	แพลตฟอร์ม	×	×		
	แพลตฟอร์ม	×	×		
 YouTube Facebook TikTok	เจ้าของช่องที่เลือกเพลงจากคลังเพลง (library) มาประกอบภาพนิ่ง หรือ ภาพเคลื่อนไหว	×	×	×	×
	เจ้าของช่องที่ดัดแปลงเพลง/รีมิคซ์ ขึ้นบนแพลตฟอร์ม		×	×	×
	ค่ายเพลง ทำคลิปมิวสิกวิดีโอ อัพโหลดลงบนช่องตัวเอง	×	×		×
 Netflix Disney+ HBO GO Prime Video	แพลตฟอร์ม	×	×		
	ผู้ผลิตภาพยนตร์ ซีรีส์	×		×	×



= ค่าลิขสิทธิ์ในงานดนตรีกรรม



= ค่าลิขสิทธิ์ในงานสิ่งบันทึกเสียง

จากตาราง จะเห็นว่าแต่ละแพลตฟอร์มดิจิทัลเอง ก็มีหน้าที่ที่จะต้องขออนุญาตหรือร่วมจ่ายค่าสิทธิให้เจ้าของสิทธิในงานดนตรีกรรมและสิ่งบันทึกเสียงด้วยเช่นกัน โดยอัตราค่าสิทธิของแต่ละแพลตฟอร์มก็จะมีวิธีการจัดการที่ซับซ้อนและหลากหลายแตกต่างกัน ซึ่งผู้ใช้เพลงควรต้องเรียนรู้ในรายละเอียดต่อไป



ช่วง: แนะนำตัวละครพิเศษ

ผู้ช่วย ดูแลและบริหารสิทธิ ให้ผู้สร้างสรรค์

ผู้ช่วยที่ 1

**พับลิชเชอร์
(Publisher)
หรือตัวแทน
นักแต่งเพลง**

**หน้าที่: ดูแลสิทธิงานดนตรีกรรมให้ผู้สร้างสรรค์
เก็บค่าสิทธิ: ทำซ้ำ เผยแพร่ ซิงโครไนซ์**

บริษัทที่ดูแลสิทธิงานดนตรีกรรมให้แก่ผู้ประพันธ์เนื้อร้องและผู้แต่งทำนองเพลง ให้ได้รับค่าสิทธิจากการใช้งานประพันธ์ในเชิงพาณิชย์ โดยตามหลักสากล พับลิชเชอร์จะไม่ใช้บริษัทเดียวกับผู้ผลิตงานสิ่งบันทึกเสียง (หรือไม่ใช่ค่ายเพลงนั่นเอง) แต่จะเป็นผู้ที่ได้รับสิทธิดูแลเพลง บริหารจัดการงานดนตรีกรรม โดยดูแลสิทธิต่างๆ และเรียกเก็บค่าสิทธิหลักๆ 3 ประเภทมาส่งคืนให้แก่ผู้สร้างสรรค์

*ตัวอย่างพับลิชเชอร์ ในสากล:

SONY Music Publishing

Universal Music Publishing

Warner Chappell Music

พับลิชเชอร์ในไทย เป็นอย่างไร?

สมัยก่อนในประเทศไทย บริษัทสิ่งบันทึกเสียงหรือค่ายเพลง มักเป็นเจ้าของสิทธิต่างๆ ครบทุกสิทธิ 100% เนื่องมาจากการจ้างประพันธ์เพลงภายใต้สัญญาจ้างงาน หรือในหลายกรณี เป็นการซื้อสิทธิขาดจากผู้สร้างสรรค์

สมัยนี้ แม้อายุเพลงจะไม่ได้ซื้อสิทธิแล้วแต่ก็ทำหน้าที่เป็นพับลิชเชอร์ไปด้วย ส่งผลให้งานสิ่งบันทึกเสียงถูกดูแลโดย 'ค่ายเพลง' โดยมักจัดตั้ง 'แผนกพับลิชเชอร์' หรือบริษัทย่อยแยกต่างหากเพื่อทำหน้าที่เป็นพับลิชเชอร์สำหรับดูแลงานดนตรีกรรมในส่วนของสิทธิการทำซ้ำ และสิทธิการเผยแพร่

*ตัวอย่างค่ายเพลงที่เป็นพับลิชเชอร์ในไทย:

MuzikMove

Spicy Disc

Tero Entertainment

What The Duck



ผู้ช่วยที่ 2

CA/MCN

หน้าที่: ดูแลสิทธิงานสิ่งบันเทิงเสียงให้ผู้สร้างสรรค์ และค่ายเพลง

เก็บค่าสิทธิ: กำซ้ำ เผยแพร่

CA (Content Aggregator)

คือผู้ให้บริการที่ทำหน้าที่รวบรวมและกระจายคอนเทนต์ ขึ้นสู่เว็บไซต์และแอปพลิเคชันจากแหล่งข้อมูลออนไลน์ต่างๆ เพื่อนำมาให้ผู้ใช้งานใช้ประโยชน์ โดย CA มักจะไม่ได้เป็นผู้ผลิตหรือรวบรวมคอนเทนต์เพื่อจำหน่ายให้ลูกค้า โดยสามารถเป็นตัวกลางที่นำเพลงของผู้สร้างสรรค์หรือศิลปินอัฟโพลด์ไปบนแพลตฟอร์ม

MCN (Multi-Channel Network)

คือหน่วยงานที่ทำงานร่วมกับ Video Streaming UUC Platform เพื่อให้ความช่วยเหลือเจ้าของช่องในด้านต่างๆ รวมไปถึงการจัดการสิทธิดิจิทัล การสร้างรายได้/การขาย/เพิ่มยอดผู้ชม โดยผลตอบแทนของ MCN จะมาจากการหักค่าบริการจากรายได้ที่ได้รับมาจากแพลตฟอร์มต่างๆ

*ตัวอย่างบริษัท CA/MCN ในไทย: ANYMIND Group

Believe Digital

ONErpm

POPS Thailand

Solution One (S1)

ผู้ช่วยที่ 3

CMO (Collective Management Organization)

หน้าที่: ดูแลสิทธิให้ผู้สร้างสรรค์ (นักแต่งเพลง)

เก็บค่าสิทธิ: กำซ้ำ เผยแพร่

องค์กรจัดเก็บค่าสิทธิ มักจัดตั้งขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้สร้างสรรค์ ซึ่งผู้สร้างสรรค์จะมอบอำนาจให้ CMO เพื่อดำเนินการจัดเก็บค่าอนุญาตให้ใช้สิทธิ และการบริหารการใช้งานลิขสิทธิ์ของผู้ใช้งาน รวมถึงการตรวจสอบการใช้งานของเจ้าของสิทธิ หลังจากนั้น CMO จะจัดสรรเงินค่าสิทธิที่เก็บมา คืนให้แก่ผู้สร้างสรรค์โดยหักค่าบริการตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ในข้อตกลง

CMO มีบทบาทสำคัญในการปกป้องลิขสิทธิ์ และสร้างความมั่นคงให้แก่ผู้สร้างสรรค์ ช่วยส่งเสริมให้ผู้สร้างสรรค์ได้รับเงินส่วนแบ่งที่ถูกต้องและยุติธรรมจากผลงานที่สร้างขึ้น ช่วยจัดการงานลิขสิทธิ์ให้การบริหารสิทธิที่รวดเร็ว และเป็นระบบ ที่สำคัญ คือ CMO ต้องมีการจัดสรรค่าสิทธิที่โปร่งใส และมีการแบ่งสรรรายได้ที่เป็นธรรม ท้ายที่สุด ย่อมส่งเสริมให้มีการสร้างงานลิขสิทธิ์อันมีคุณค่าแก่สังคมเพิ่มขึ้น

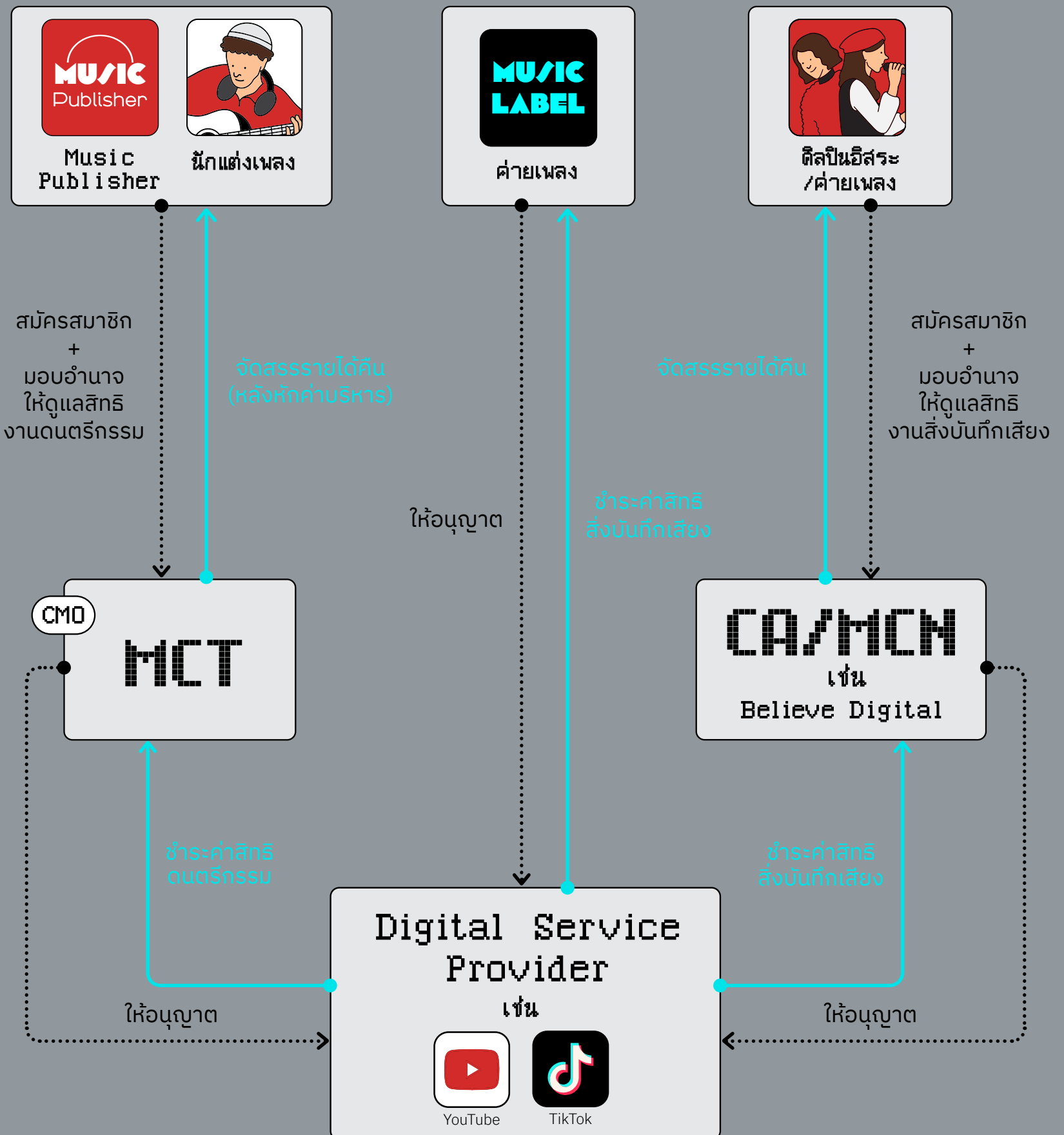
*ตัวอย่างบริษัท CMO ในไทย:

บริษัท ลิขสิทธิ์ดนตรี (ประเทศไทย) หรือ MCT



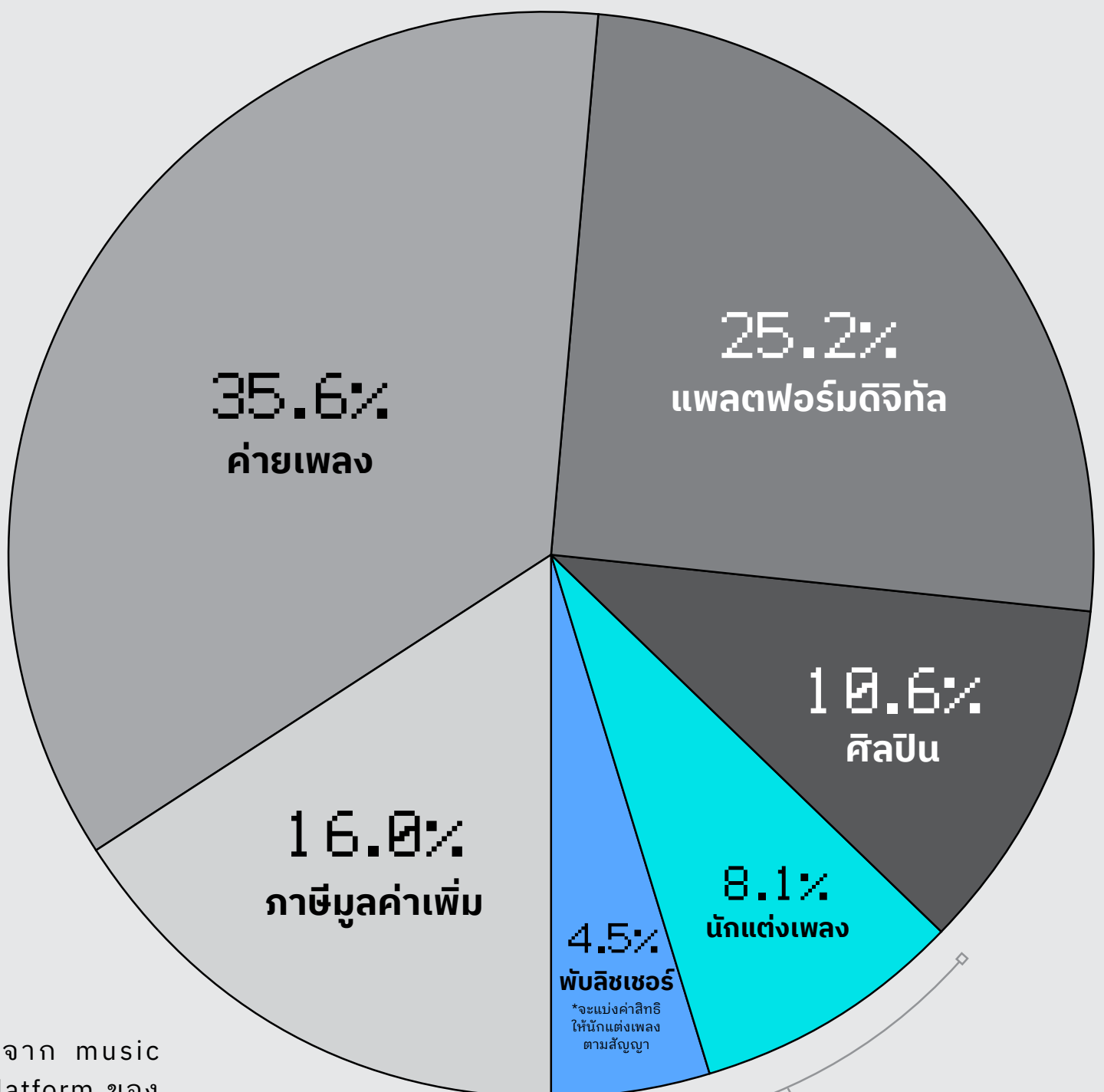
ถ้าหากคุณเป็นนักแต่งเพลงฟรีแลนซ์ หรือเป็นศิลปินผู้แต่งเพลงเอง และเป็นอิสระจากค่ายใดๆ ไม่ต้องรอให้มีคลังเพลงจำนวนมากอยู่ในมือ ก็สามารถเดินเข้าหา CMO/CA/MCN ในไทย ให้เป็นผู้ช่วยดูแลสิทธิในงานดนตรีกรรมและงานสิ่งบันเทิงเสียงของคุณได้เลยเพราะเราไม่มีทางรู้หรือกว่า เมื่อไหร่เพลงที่เราแต่งจะกลายเป็นเพลงฮิต!

แผนผังการอนุญาตให้ใช้สิทธิ / เก็บค่าสิทธิมาให้แก่เจ้าของ



เรียนรู้เรื่องค่าสิทธิเบื้องต้นไปแล้ว ก็คงพอเข้าใจว่า เจ้าของเพลงฮิตที่มียอดวิวหลักล้านในแพลตฟอร์มดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ส่วนไหน ก็มีโอกาสสร้างรายได้ไม่น้อยๆ วันนี้ข้อมูลในไทยอาจจะยังไม่ชัดเจนมากนัก เลยขอพาไปดูตัวอย่างสัดส่วนรายได้จากแพลตฟอร์มต่างประเทศกันก่อน

เจ้าของสิทธิในเพลง 1 เพลง ได้ส่วนแบ่ง ค่าลิขสิทธิ์เท่าไร?



อ้างอิงข้อมูลจาก music streaming platform ของประเทศแถบยุโรป เพื่อให้เห็นภาพคร่าวๆ เนื่องจากส่วนแบ่งที่แท้จริงของอุตสาหกรรมเพลง ไม่ค่อยเป็นที่เปิดเผย และขึ้นอยู่กับอำนาจต่อรองขององค์กรแต่ละประเทศ

ทุกฝ่ายพยายามผลักดันให้การจัดสรรส่วนแบ่งให้นักแต่งเพลงรวมแล้วไม่ต่ำกว่า **15%** เพื่อประโยชน์ของนักแต่งเพลง

Source: GEMA-study into streaming, www.gema.de/en/news/streaming



แล้วทำไมนักแต่งเพลง (บางคน) ถึงไม่ได้ ค่าลิขสิทธิ์



Buyout (บาย-เว้าท์) คืออะไร?

การซื้อขาดลิขสิทธิ์ ส่วนใหญ่เป็นการจ่ายค่าตอบแทนเพียงก้อนเดียว ครั้งเดียว มักเกิดขึ้นในวงการดนตรี และทำให้นักแต่งเพลงสูญเสียรายได้ที่ควรจะได้รับ

- ผู้ซื้อขาดจะกลายเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียว
- ผู้สร้างสรรค์หรือนักแต่งเพลงที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ต้นฉบับ จะสูญเสียสิทธิทั้งหมดในผลงานดังกล่าว
- ผู้ซื้อขาดมีสิทธิใช้ ดัดแปลง แจกจ่าย และหากำไร โดยไม่มีข้อผูกมัดใดๆ ต่อเจ้าของลิขสิทธิ์เดิม

ยอมให้ซื้อครั้งเดียวจบ รายได้ในอนาคตของนักแต่งเพลงก็จบไปด้วย

ทุกวันนี้การแต่งเพลงไม่ได้ถูกจำกัดอยู่แค่การแต่งเพลงเพื่อขายให้ค่ายเพลง เพื่อนำไปทำอัลบั้มเพลงแค่เพียงอย่างเดียว แต่การแต่งเพลงมีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การแต่งเพลงเพื่อใช้ในรายการโทรทัศน์ ประกอบภาพยนตร์ ประกอบโฆษณา ประกอบเกม ประกอบรายการของยูทูปเบอร์ หรือการแต่งเพลงสั้นๆ เพียงแค่ท่อนแร็ปเพื่อใช้ประกอบเพลงของนักร้องคนอื่น ความหลากหลายของเพลงที่ขายได้ ทำให้โอกาสในการสร้างรายได้ของนักแต่งเพลงเพิ่มขึ้นมากมายเช่นกัน

รายได้ของนักแต่งเพลงจึงไม่ควรถูกจำกัดอยู่เพียงแค่การ ‘จ่ายครั้งเดียวจบ’ จากผู้ซื้อเพลง เพราะปัจจุบัน เพลงได้ถูกนำไปใช้ในหลายแพลตฟอร์ม หลายช่องทาง หลายบริการ และทำให้มูลค่าของเพลงเพิ่มขึ้นอีกจากการถูกนำไปใช้แต่ละครั้ง โดยเฉพาะในโลกออนไลน์ที่มีการนำเพลงไปสร้างรายได้จากการสตรีมทางช่องทางต่างๆ เช่น การนำไปเล่นสดในรายการโทรทัศน์ Instagram Facebook การใช้ประกอบในช่องรายการ แคลสเกม การนำไปออกอากาศ ทาง OTP Service เช่น AIS Play Viu WeTV และผู้ให้บริการอื่นๆ ซึ่งรายได้ที่เกิดจากผลงานของนักแต่งเพลงได้แตกสาขาออกไปมหาศาลจากการสร้างรายได้แบบใหม่เหล่านี้

“

สมควรหรือไม่ที่จะต้องตอบแทนนักแต่งเพลงมากขึ้น สมควรหรือไม่ที่นักแต่งเพลงควรพิจารณา **“ไม่ขายขาด!”** เพื่อให้มีโอกาสสร้างรายได้จากช่องทางต่างๆ เหล่านั้นเช่นกัน

”



โอกาสที่นักแต่งเพลงจะ ไม่ได้รับค่าขายขาด:



ค่าลิขสิทธิ์ในการเผยแพร่ ทุกครั้งที่มีการออกอากาศ 'ที่ไหนก็ตามในโลก' ไม่ว่าจะเพลงจะถูกนำไปออกอากาศในสถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศพร้อมกันทั่วโลก สถานีโทรทัศน์ในประเทศนั้นๆ หรือเคเบิลทีวี รวมถึงบริการสตรีมมิ่งไม่ว่าจะในประเทศใดๆ ที่มีเครือข่ายองค์กรของ CISAC อยู่ ไม่ว่าจะในทวีปเอเชีย อเมริกา ยุโรป หรือแอฟริกา



ค่าลิขสิทธิ์ในเพลงประกอบภาพยนตร์ มีค่าลิขสิทธิ์ประมาณ 1-3% ของราคาขายตัว (จากการขายทั่วโลก) ที่ต้องถูกแบ่งให้นักแต่งเพลงทุกคน



ค่าลิขสิทธิ์ที่ได้จากการเผยแพร่ด้วยการสตรีมมิงวิทยุ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือผ่านระบบดาวเทียม



ค่าลิขสิทธิ์ที่ได้จากการนำไปประกอบภาพเคลื่อนไหว เมื่อมีการใช้เพลงในโฆษณา แอปพลิเคชันต่างๆ วิดีโอเกม e-card สายการบิน กล่องเพลง คาราโอเกะ ฯลฯ

ค่าลิขสิทธิ์ที่เกิดขึ้นต่อเนื้อเพลงเหล่านี้ มีมูลค่าตั้งแต่หลักร้อยไปจนถึงหลายล้าน 'ต่อเพลง' ถ้านักแต่งเพลงขายขาดสิทธิในเพลงของตน รายได้ส่วนนี้ก็จะหายไป ซึ่งนักแต่งเพลงส่วนใหญ่ มักจะไม่ได้นึกถึงรายได้ต่อเนื้อเพลงเหล่านี้ และมักจะไม่ได้คิดเพิ่มไว้ในราคาขายขาด

นอกจากเรื่องรายได้ ยังควร
รณรงค์ให้นักแต่งเพลงรับรู้
ถึงคุณค่าของงานประพันธ์
ของตัวเอง

เราเชื่อว่า เพลง เป็นสิ่งมีค่ายิ่ง
ทั้งทางสังคม และทางธุรกิจ

เราเชื่อว่า นักแต่งเพลง ต้อง
ได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรม
มากขึ้นกว่าในอดีต

เราเชื่อว่า นักแต่งเพลงควรรู้
และเข้าใจว่าตัวเองมีทางเลือก
ที่จะสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจาก
ผลงานการประพันธ์

ข้อแนะนำเพื่อส่วนแบ่งรายได้ที่เหมาะสมแก่นักแต่งเพลง คือทุกฝ่ายควรให้ความร่วมมือในการสร้างความเป็นธรรม ดังนี้

- **รัฐบาล:** ออกกฎหมายที่ส่งเสริมผู้สร้างสรรค์ ค้ำครองลิขสิทธิ์
- **ค่ายเพลง:** มีสัญญาส่วนแบ่งค่าลิขสิทธิ์ที่ยุติธรรมแก่ผู้สร้างสรรค์
- **ผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม:** มีสัญญาส่วนแบ่งค่าลิขสิทธิ์ที่ยุติธรรมแก่ผู้สร้างสรรค์
- **ผู้สร้างสรรค์/CMO:** มีข้อมูลเพลงในฐานะข้อมูลสากลที่ครบถ้วน ถูกต้อง

คลิกเพื่อไปอ่าน วิธีจดเพลงในฐานะข้อมูลสากล





นักแต่งเพลงท่วงไว้ ป้องกันเพลงถูก Buyout!

ถ้าเจ้าของรายการทีวี มาขอให้ยกสิทธิในเพลงที่แต่งให้รายการทั้งหมด

🗨 **ระลึกว่าฉันคือเจ้าของลิขสิทธิ์ไม่ควรยกให้!**

ปฏิเสธแล้วนะ แต่ผู้ผลิตยังยื่นกราน และเสนอเงินให้

🗨 **นี่คือการ buyout! กันแล้วนะ**

งั้นเรามาทำสัญญากันไหม

🗨 **ได้! แต่ขอเวลาดูรายละเอียดและปรึกษากูรูก่อน**

ก่อนเซ็นสัญญา ต้องเช็คอะไรบ้าง

- ตรวจสอบในข้อตกลงว่าใครเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานที่ผลิตขึ้น
- ตรวจสอบว่าได้รับค่าตอบแทนที่ยุติธรรมตามข้อตกลงหรือไม่
- ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์ www.ipthailand.go.th
- สอบถามข้อมูลเรื่องลิขสิทธิ์ในงานดนตรีกรรมได้ที่ www.mct.in.th
- ขอแก้ไขสัญญา หากพบว่าข้อตกลงไม่เป็นธรรม

นักแต่งเพลงขอซื้อลิขสิทธิ์คืนได้หรือไม่?

หากขายสิทธิหรือโอนสิทธิไปแล้ว ให้ตรวจสอบข้อตกลงในสัญญาว่าได้กำหนดระยะเวลาการใช้เพลง หรือการรับโอนสิทธิคืนไว้หรือไม่? และเมื่อไหร่?

เจ้าของลิขสิทธิ์อาจโอนลิขสิทธิ์ของตนทั้งหมดหรือแต่บางส่วนให้แก่บุคคลอื่นได้ และจะโอนให้โดยมีกำหนดเวลาหรือตลอดอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ก็ได้ การโอนลิขสิทธิ์ซึ่งมิใช่ทางมรดกต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อผู้โอนและผู้รับโอน ถ้าไม่ได้กำหนดระยะเวลาไว้ในสัญญาโอนให้ถือว่าเป็นการโอนมีกำหนดระยะเวลา 10 ปี

**ถ้าเคยโอนสิทธิไป แต่ไม่ได้กำหนดไว้ในสัญญาว่ากี่ปี นักแต่งเพลงจะ
ได้สิทธิคืนเมื่อพ้นระยะเวลา 10 ปีทันที (ตามมาตรา 17 ของพระราชบัญญัติ
ลิขสิทธิ์ 2537)**

แต่ในกรณีที่มีการระบุไว้ว่าเป็นการขายขาดตลอดไปหรือไม่มีการหมดสัญญา ปัจจุบันศิลปินนักแต่งเพลงบางท่านเลือกใช้วิธีการขอซื้อลิขสิทธิ์คืนจากทางค่ายเพลง เพื่อให้กลับมาเป็นของตน และสร้างรายได้ต่อไปในอนาคต ซึ่งก็ต้องแล้วแต่กรณีไปว่าทำสัญญากันไว้แบบไหนและต่อรองราคาเพื่อซื้อลิขสิทธิ์กลับคืนกันในราคาเท่าไร นั่นเอง!



รหัสประจำตัวเพลง สำคัญ กับนักแต่งเพลงยังไง?

จำไว้เลยว่าเมื่อคุณให้กำเนิดเพลงใหม่ขึ้นบนโลก ก็เหมือนมีลูกแล้วต้องพาไปแจ้งเกิดและทำบัตรประชาชนยังไงยังงั้น แต่ในโลกของเพลงจะมีอยู่ 2 รหัสที่จะถูกนำมาใช้เพื่อจำแนกตัวตน และบริหารจัดการลิขสิทธิ์ของเพลง

ISWC

ย่อจาก International Standard Musical Work Code
= รหัสมาตรฐานสากลในงานดนตรีกรรม

ออกโดยองค์กรที่เป็นสมาชิกของสมาคมสมาพันธ์ผู้ประพันธ์เนื้อร้องและทำนองระหว่างประเทศ (CISAC)
ตัวอย่างรหัส: T-123.456.789

ISRC

ย่อจาก International Standard Recording Code
= รหัสมาตรฐานสากลในงานสิ่งบันทึกเสียง

ได้รับการพัฒนาโดยอุตสาหกรรมงานสิ่งบันทึกเสียงร่วมกับคณะกรรมการด้านเทคนิค ISO46 ใช้เพื่อระบุการบันทึกเสียงแต่ละครั้ง ไม่ใช่ที่ตัวงานเนื้อร้องและทำนอง ดังนั้น เมื่อมีการบันทึกอีกครั้ง เรียบเรียงใหม่ หรือรีมิกซ์ในงานชิ้นเดิม ก็ควรมีโค้ด ISRC ของการบันทึกใหม่ซึ่งจะต้องไม่ซ้ำกัน

ตัวอย่างรหัส: GB-AHS-17-00001



เพลง 1 เพลง มี 1 ISWC
แต่อาจมี ISRC ได้เป็นร้อย
เพราะเพลงจากผู้แต่งเดียวกัน
อาจถูกนำไปบันทึกใหม่ได้อีก
นับครั้งไม่ถ้วน





ทำไมต้องเอาเพลงไปจด ISWC และ ISRC

- เป็นวิธีจัดการลิขสิทธิ์ของผลงานเพลงที่เป็นมาตรฐานสากลใช้ได้ทั่วโลก
- มักนำไปใช้ในการตรวจสอบเพลง เพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ของเจ้าของสิทธิ์ได้ถูกต้องยิ่งขึ้น
- ช่วยในการจำแนกตัวตนและติดตามผลงานดนตรีกรรมและสิ่งบันทึกเสียงอย่างแม่นยำ โดยสามารถระบุว่าเป็นผลงานและการบันทึกเสียงแต่ละรายการเป็นของใคร ถูกใช้งานในช่องทางไหนบ้าง ซึ่งช่วยให้สามารถจัดการลิขสิทธิ์ และควบคุมการใช้งานเพลงอย่างมีประสิทธิภาพ
- สามารถติดตามประวัติและการใช้งานของงานดนตรีกรรมและงานสิ่งบันทึกเสียงได้ จึงมีส่วนช่วยในการวิเคราะห์และวางแผนการตลาด รวมถึงการจัดการลิขสิทธิ์อย่างเป็นระบบ
- สามารถใช้ในการคำนวณรายได้ที่เกิดจากการใช้เพลงในช่องทางต่างๆ เช่น ทางวิทยุ โทรทัศน์ และแพลตฟอร์มออนไลน์ ทำให้สามารถแบ่งปันรายได้ให้แก่ศิลปิน นักแต่งเพลง และทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายได้รับการจัดสรรค่าลิขสิทธิ์ที่ถูกต้องและครบถ้วน



ตัวอย่างการใช้รหัส ISWC และ ISRC ในการติดตามค่าลิขสิทธิ์

ในแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างยูทูป มีระบบการติดตามเพลงที่ถูกใช้ในแต่ละแขนงด้วยการตรวจจับเสียง เมื่อระบบแมตซ์เจอเพลงได้แล้ว ทางค่ายเพลงผู้เป็นเจ้าของสิทธิ์ในงานบันทึกเสียงจะมีการระบุรหัส ISRC ของเพลงนั้นก่อน เพื่อที่ทาง CMO จะนำรหัสนั้นไปแมตซ์ต่อเพื่อค้นหา ISWC ของเพลงนั้นๆ และตามไปจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์มาคืนให้นักแต่งเพลงในลำดับต่อไป



ฮาวทูนำเพลงที่แต่งขึ้นใหม่ ไปจดรหัส ISWC และ ISRC

โดยปกติ เมื่อเพลงถูกบันทึกเสียง ผู้บันทึกเสียงหรือค่ายเพลงในประเทศไทย จะนำเพลงไปจดทะเบียนกับสมาคมการค้าผู้ประกอบการธุรกิจบันเทิงไทย หรือ TECA เพื่อออกหมายเลข ISRC หรือรหัสสิ่งบันทึกเสียง ให้กับทุกค่ายเพลงในประเทศไทย

คลิกดูรายละเอียด ISRC

ขณะที่ฝั่งงานดนตรีกรรม เมื่อนักแต่งเพลง ค่ายเพลงหรือพับลิชเชอร์ มาสมัครเป็นสมาชิกของ MCT ให้เป็นผู้ช่วยดูแลค่าสิทธิในงานดนตรีกรรมแล้ว ทาง MCT ก็จะออกหมายเลข ISWC หรือรหัสงานดนตรีกรรมให้กับนักแต่งเพลงในประเทศไทย รวมทั้งออก IPI (รหัสประจำตัวผู้ประพันธ์เพลง) ให้กับนักแต่งเพลงที่เป็นสมาชิกทุกคน

คลิกดูรายละเอียด ISWC



นักแต่งเพลงถาม:

มีรหัส ISWC เป็น digital footprint ในการเคลมค่าสิทธิแล้ว ยังต้องไปแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา อีกหรือเปล่า?

ควรแจ้ง เพื่อเป็นหลักฐานอีกช่องทางและทำให้เพลงเข้าไปอยู่ในระบบค้นหา โดยปกติ กองลิขสิทธิ์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับงานเพลง ดังนี้

1. การรับแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ โดยจุดมุ่งหมายของการแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์เพื่อเป็นหลักฐานหนึ่งในการพิสูจน์ความเป็นเจ้าของ แม้เพลงที่แต่งจะยังไม่เคยปล่อยออกมาที่ไหน ก็สามารถแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์กับกรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ หากวันใดเพลงถูกขโมยหรืออ้างความเป็นเจ้าของอย่างน้อยก็มีหลักฐานว่าได้มีการแจ้งข้อมูลกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาไว้แล้ว และสามารถใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงในการขึ้นศาล แต่การแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์กับกรมทรัพย์สินทางปัญญานี้ ไม่ได้รับรองว่าผู้แจ้งข้อมูลเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นอำนาจของศาลที่จะเป็นผู้พิจารณาตัดสินและไม่ได้มีผลในการเคลมค่าสิทธิ

2. การรับแจ้งข้อมูลเพลงที่องค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์จัดเก็บ นอกเหนือจากที่แจ้งกับสำนักงานคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ (กกร.) กรมการค้าภายใน เพื่อให้กรมทรัพย์สินทางปัญญารวบรวมข้อมูลเพลงไว้ให้ประชาชนเข้ามาค้นหาและขออนุญาตได้โดยเผยแพร่บนเว็บไซต์ <https://music.ipthailand.go.th>

รู้จัก

MCT

องค์กรช่วยจัดเก็บ



ค่าสิทธิ



งานดนตรีกรรม

ให้ผู้สร้างสรรค์



Playlist 02

MCT MIX

Recommended for นักแต่งเพลงชาวไทย
ที่ยากมีคนช่วยดูแลสิทธิ

2 songs, 6 mins



#	Title	Album	Duration
01	 ทำไมต้องขอ	ทำไมนักแต่งเพลง ต้องรู้จัก MCT	3:00
02	 แปะหัวใจ	วิธีสมัคร เป็นสมาชิก MCT	3:00

* คลิกที่กล่อง
เพื่อไปยังเพลงนั้นๆ



ทำไมนักแต่งเพลง ต้องรู้จัก MCT?

เพราะ MCT หรือ Music Copyright Thailand หรือ บริษัท ลิขสิทธิ์ดนตรี (ประเทศไทย) จำกัด เป็นองค์กรไม่แสวงหากำไรเพื่อนักแต่งเพลงไทย หรือก็คือ CMO เจ้าใหญ่ในประเทศไทย ที่มีเป้าหมายเพื่อพิทักษ์ผลประโยชน์ทางลิขสิทธิ์รวมทั้งสนับสนุนให้นักแต่งเพลงสามารถดูแลและบริหารสิทธิในงานสร้างสรรค์ของตนได้ โดยบริษัทจะดูแลเฉพาะงานลิขสิทธิ์ประเภท **งานดนตรีกรรม** อันได้แก่ งานคำร้อง งานทำนอง ซึ่งอาจมีหรือไม่มีคำร้องก็ได้

MCT คือตัวกลางที่จะช่วยอุดรูรั่วในการบริหารจัดการค่าสิทธิให้กับสมาชิกนักแต่งเพลงที่ไม่อาจไปตามตรวจสอบและเก็บค่าลิขสิทธิ์จากผู้ที่เขาเพลงไปใช้ได้ทั้งหมด เรียกได้ว่าเป็นทั้งคนคอยสอดส่องว่าเพลงคุณถูกนำไปใช้หรือไม่ คอยดีลและเจรจาเพื่อเก็บค่าสิทธิให้ รวมถึงการทำเอกสารที่นักแต่งเพลงอาจจะไม่ถนัด เป็นที่ปรึกษาและดูแลทุกสิ่งเกี่ยวกับค่าสิทธิไปจนถึงการขึ้นทะเบียนเพลงและนักแต่งเพลงให้เสร็จสรรพ (อย่างที่เล่าไปแล้วในเพลย์ลิสต์ก่อนหน้า) ซึ่งการมีรหัสประจำตัวเพลงและผู้ประพันธ์นี้แหละ ที่จะทำให้งานดนตรีกรรมของนักแต่งเพลงได้รับการดูแลครอบคลุมไปถึงระดับโลก!



MCT = ผู้ช่วยดูแลค่าสิทธิ งานดนตรีกรรม



เพลงต่างประเทศ

+Add

⋮

**ดูแลเพลงให้กับองค์กรใน
ต่างประเทศจำนวน 57 องค์กร
ครอบคลุมกว่า 98 ประเทศทั่วโลก**
(ซึ่งหมายถึงเพลงต่างประเทศ
ที่เผยแพร่ในไทยเกือบ 100%)



เพลงไทย

+Add

⋮

**ดูแลเพลงของสมาชิก
ในปัจจุบันจำนวนกว่า 1,000 ท่าน
ครอบคลุมเพลงที่ดูแลกว่า
33,000 เพลง**

วิธีบริหารสิทธิดิจิทัลของ MCT

- นักแต่งเพลง หรือบางค่ายเพลงที่สวมหมวกเป็นพับลิชเชอร์ ด้วย มาสมัครสมาชิกกับ MCT ให้ช่วยดูแลจัดการค่าสิทธิในงานดนตรีกรรม
- MCT ไปดีลต่อกับแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น YouTube Spotify Apple Music และอีกหลายเซอร์วิส เพื่อออกแบบระบบหรือวิธีการ Matching การใช้เพลงในแพลตฟอร์มนั้นๆ การใช้เพลงในแต่ละแพลตฟอร์ม MCT จะใช้โปรแกรมการตรวจสอบหรือเทคโนโลยีการแมตซิงข้อมูลในการจัดเก็บค่าสิทธิในงานดนตรีกรรมทั้งจากแพลตฟอร์มและผู้อัปคอนเทนต์ลงบนแพลตฟอร์มนั้นๆ
- เมื่อได้ค่าสิทธิมาแล้ว จะมีการหักค่าบริหารจัดการในการเก็บค่าสิทธิ จากนั้น MCT ก็จะจัดสรรค่าสิทธิให้กับนักแต่งเพลง

สิทธิประโยชน์เพิ่มเติม ที่สมาชิกของ MCT จะได้รับ

- ออกหมายเลขประจำตัวผู้ประพันธ์ (IPI) และรหัสดนตรีกรรมมาตรฐานระหว่างประเทศ (ISWC)
- ให้คำปรึกษาเรื่องสัญญาที่เกี่ยวข้องกับงานดนตรีกรรม
- บริการจัดแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา
- จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ในต่างประเทศผ่านองค์กรในเครือข่าย 98 ประเทศ
- มีกองทุนช่วยเหลือสมาชิก

อยากเป็นสมาชิก MCT ต้องทำยังไงบ้าง

1 เช็กตัวเองก่อนว่า เข้าข่ายข้อใดข้อหนึ่ง ต่อไปนี้

✓ เป็นนักแต่งเนื้อร้องหรือแต่งทำนองเพลง ที่มีภูมิลำเนาในประเทศไทย และมีผลงานเพลงเผยแพร่ต่อสาธารณชนแล้ว อย่างน้อย 1 เพลง

✓ เป็นบริษัทตัวแทนนักแต่งเพลง (พับลิชเชอร์) ที่จดทะเบียนในประเทศไทย และมีงานเพลงเผยแพร่ต่อสาธารณชนแล้ว อย่างน้อย 10 เพลง

✓ เป็นทายาทผู้ประพันธ์เพลง ที่มีสิทธิตามกฎหมายหรือพินัยกรรม

2 ประเภทของสมาชิก

สมาชิกชั่วคราว: Provisional Member

ผู้ที่มอบสิทธิให้จัดเก็บทุกประเภท และยังไม่มียอดค่าสิทธิ

สมาชิกสามัญ: General Member

ผู้ที่มอบสิทธิให้จัดเก็บทุกประเภท ซึ่งถูกปรับสถานะจากสมาชิกชั่วคราว เมื่อมียอดค่าสิทธิตั้งแต่ 2,000 บาทขึ้นไป และมีอายุสมาชิกครบ 1 ปี

สมาชิกวิสามัญ: Associate Member

ผู้ที่มอบสิทธิให้จัดเก็บเฉพาะงานดิจิทัลหรือต่างประเทศเท่านั้น

3 ลงมือสมัคร! ทำได้ 2 วิธี

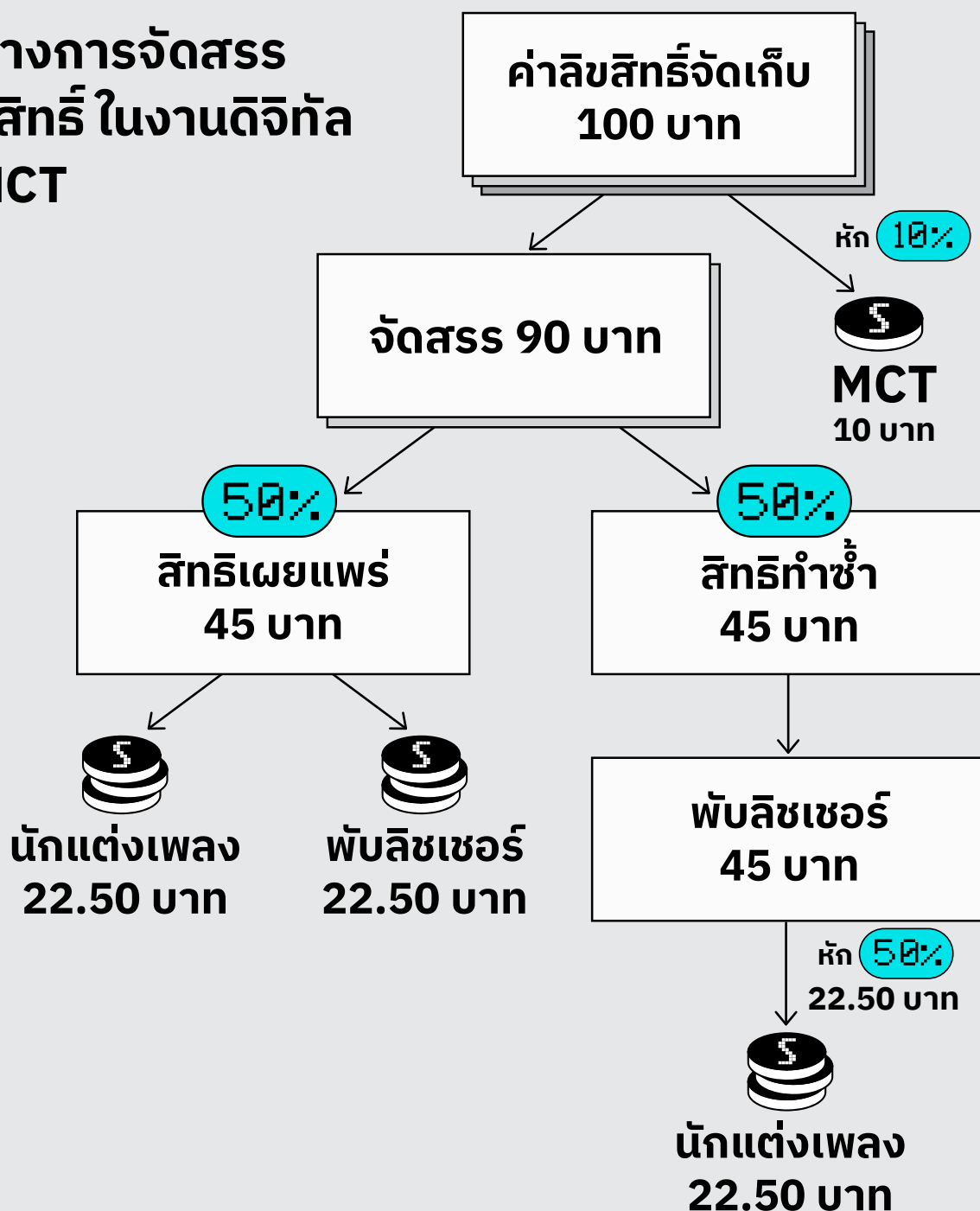
- ถือเอกสารสำคัญที่ระบุตัวตน และเพลงที่ตัวเองแต่ง ไปหา MCT ที่สำนักงานใหญ่ อาคาร อี ชั้น 3 โครงการ ทีซี กรีน ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
- เตรียมไฟล์สำเนาบัตรประชาชน แล้วคลิกสมัครทางออนไลน์ [คลิกที่นี่](#)



MCT ไม่เก็บค่าสมัครสมาชิก แล้วได้รายได้จากไหน

รายได้ของ MCT มาจากการหักค่าบริหารเมื่อสมาชิกมีรายได้จากค่าสิทธิ ก่อนจัดสรรคืนรายได้ให้กับนักแต่งเพลงและพับลิชเชอร์ โดยคิดค่าบริหารเป็น 10% ของรายได้ในงานดิจิทัล

ตัวอย่างการจัดสรรค่าลิขสิทธิ์ในงานดิจิทัลโดย MCT



ตอบสารพัด

คำถาม  จาก

 ผู้ใช้ เพลงจริง |||

(และเคยเข้าจริง!)



What do you want to know?

Your top questions



Playlist 03

USER Q&A MIX

Recommended for ผู้นำ เพลง ไปใช้ใน โลกดิจิทัล

8 songs, 24 mins

Browse all

Q1

อยากใช้เพลงในโลกดิจิทัล
ต้องไปขออนุญาตใคร
ที่ไหน?

Q2

เทคดาวน์คืออะไร
ทำไมคอนเทนต์ถึงโดนลบ
หรือบล็อก?

Q3

ทำรวมฮิตเพลง
ในยูทูป/ติ๊กต็อก ผิดไหม
ทำไมไม่โดนเทคดาวน์?

Q4

คัฟเวอร์เพลงในยูทูป
ยอดวิวมหาศาล
เจ้าของช่องรวยไหม?

Q5

รายการร้องเพลงที่รีรัน
ในยูทูป ทำไมบางเพลงถึง
โดนดูดเสียงไปเลย?

Q6

แพลตฟอร์มดูหนังออนไลน์
ต้องจ่ายค่าสิทธิให้
นักแต่งเพลงอีกรอบไหม?

Q7

เปิดเพลงประกอบไลฟ์สด
ในแพลตฟอร์ม ผิดไหม?

Q8

นักแต่งเพลง ศิลปิน ค่าย
ใครควรได้ค่าสิทธิดิจิทัล
ส่วนไหน?

* คลิกที่กล่อง เพื่อไปยังคำถามนั้นๆ

01:



อยากใช้ เพลงในโลกดิจิทัล

ต้องไปขออนุญาตใคร

ที่ไหน?

At:

**ไม่มีเพลงหรือท่วงทำนองไหนที่ถูกแต่งขึ้นมาแล้ว
ไม่มีเจ้าของ ดังนั้น ต้องขอเจ้าของเพลงก่อน!**

ฟังระลึกไว้เสมอว่าเมื่อใดก็ตามที่คุณต้องการนำเพลงที่ดาวน์โหลดมาไปใช้ในคลิปวิดีโอของตัวเองและอัปโหลดลงสาธารณะ นั่นก็เข้าข่ายการใช้สิทธิทำซ้ำและเผยแพร่แล้ว สิ่งที่คุณต้องทำที่สุดคือการดำเนินการขออนุญาตให้เรียบร้อยก่อนใช้งาน เราสรุปให้เป็นขั้นตอนง่ายๆ ดังนี้

1 ค้นหาใครเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เพลงนั้นๆ

แน่นอนว่าการหาทางติดต่อศิลปินและเจ้าของสิทธิ์อาจฟังดูยาก แต่กรมทรัพย์สินทางปัญญามีตัวช่วยให้การค้นหาสิทธิเพลงไทยเป็นเรื่องง่ายขึ้น โดยการคลิกเข้าไปค้นหาที่เว็บไซต์ <https://music.ipthailand.go.th> หรือติดต่อไปหา CMO องค์กรช่วยดูแลสิทธิเจ้าใหญ่ที่มีสมาชิกเป็นพับลิชเชอร์หลายแห่งและนักแต่งเพลงกว่า 3 ล้านคนทั่วโลกอย่าง MCT (Music Copyright Thailand) ให้ช่วยค้นหาและดำเนินการขออนุญาตผ่านผู้ดูแลได้เลย

สำหรับเพลงต่างประเทศ เพลงส่วนใหญ่ที่ค่อนข้างมีชื่อเสียง จะมีบริษัทพับลิชเชอร์เป็นตัวแทนในการจัดการแทนเจ้าของลิขสิทธิ์เพลง ตัวอย่างเช่น Sony Music Publishing / Warner Chappell Music / Universal Music Publishing / peermusic / Fujipacific Music (S.E. Asia) Ltd. เป็นต้น

2 แสดงรายละเอียดในการใช้งาน และหารือเกี่ยวกับข้อตกลงในการนำไปใช้

ข้อตกลงสิทธิการใช้งานควรทำเป็นลายลักษณ์อักษร และประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ข้อมูลเกี่ยวกับตัวคุณและช่องของคุณในแพลตฟอร์มนั้นๆ
- การใช้สื่อ
- ชื่อเพลง
- ระยะเวลาของเพลง
- ระยะเวลาที่คุณต้องการเล่นเพลง
- จำนวนการดูที่คาดหวัง
- วัตถุประสงค์ของสิทธิการใช้งาน (เชิงพาณิชย์หรือไม่แสวงหาผลกำไร)

3 เคลียร์ค่าใช้จ่ายในการขออนุญาตให้เรียบร้อย (ถ้ามี)

บางครั้งการขออนุญาตเพื่อใช้เพลงในแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น การทำคลิปที่มีเพลงประกอบ ต้องมีการชำระเงินโดยค่าใช้จ่ายในการใช้งานเพลงอาจแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับว่าศิลปินอยู่สังกัดค่ายเพลงไหนหรือเป็นศิลปินอิสระรายย่อย ซึ่งอาจขึ้นกับการตั้งค่าของแต่ละแพลตฟอร์มด้วยเช่นกัน เช่น ระบบ Content ID ในยูทูปที่จะตรวจหาการใช้เพลงและเก็บค่าสิทธิโดยหักจากรายได้ของเจ้าของช่องแบบอัตโนมัติ

ทางเลือกอื่นๆ ในการใช้เพลงบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

ในแพลตฟอร์มอย่าง Tiktok / Facebook Reels / Instagram Reels จะมีคลังเพลงจำนวนมากให้คุณเข้าถึงเพื่อใช้ประกอบการทำคลิปของคุณอยู่แล้ว โดยไม่ต้องขออนุญาตและไม่เสียค่าสิทธิ

Q2:



เทคโนโลยีคืออะไร

ทำไมคอนเทนต์ถึงโดนลบ

หรือบล็อก?



Whitelist/Allowlist คืออะไร

ในบริบทของลิขสิทธิ์เพลง หมายถึงรายการที่เจ้าของสิทธิงดเว้นการอ้างสิทธิ หรืออนุญาตให้นำเพลงไปใช้ได้ โดยในแต่ละแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น ยูทูปจะมีวิธีการตั้งค่า Allowlist ส่วนเฟซบุ๊ก มีวิธีการตั้งค่า Whitelist ยินยอมให้ช่องของผู้ใช้รายไหนใช้เพลงโดยไม่เคลมใดๆได้บ้าง อาทิ สตูดิโอภาพยนตร์ อาจไม่ต้องการอ้างสิทธิวิดีโอจากช่องที่รีวิวและโปรโมตภาพยนตร์ของตน



A2:

เทคดาวน์ (Takedown Notice) คือหนึ่งในรูปแบบของการอ้างสิทธิ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ ต่องานเพลงที่นำไปใช้ในแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยไม่ได้ขออนุญาต

โดยส่วนใหญ่ ผู้อ้างสิทธิ์เป็นได้ทั้งสองฝั่งคือ MCN ผู้ดูแลงานสิ่งบันเทิงเสียง (ไฟล์ดิจิทัล) และ CMO องค์กรผู้ดูแลสิทธิในงานดนตรีกรรม (เนื้อร้อง/ทำนอง) โดยปกติการเทคดาวน์ไม่ได้แปลว่าคลิปนั้นจะปลิวหรือหายไปทันที แต่เป็นการบล็อกเพื่อแจ้งเตือนไปยังผู้ใช้ ถือเป็นคำขอทางกฎหมายให้ผู้ใช้ลบเนื้อหาอื่นๆ ออก การอ้างสิทธิ์แบบนี้มักเกิดขึ้นในแพลตฟอร์มที่ให้ผู้ใช้อัปโหลดคอนเทนต์ได้เอง หรือ UUC (User-Uploaded Content)



สำหรับแพลตฟอร์ม YouTube มีวิธีการอ้างสิทธิ์อีกรูปแบบหนึ่งที่ใช้กันบ่อย เรียกว่าระบบ Content ID

เป็นบริการที่สามารถสแกนหาวิดีโอ/เสียงเพลงโดยอัตโนมัติเพื่อระบุการใช้งานลิขสิทธิ์ เมื่อระบบจับคู่เจอวิดีโอ/เสียงเพลงที่เนื้อหาที่ตรงกัน ก็จะได้รับ การอ้างสิทธิ์อัตโนมัติ แบบไม่ต้องรอแจ้งลบ โดยเจ้าของสิทธิสามารถเลือกจัดการได้ 3 วิธีดังนี้

1. Monetize (สร้างรายได้) วิดีโอจะสร้างรายได้จากยอดวิวและการโฆษณา และมีการแบ่งรายได้ระหว่างเจ้าของสิทธิกับผู้อัปโหลด ส่วนใหญ่ค่ายเพลงจะใช้วิธีนี้เพื่อเคลมรายได้ค่าสิทธิ

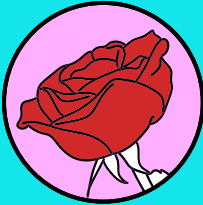
2. Track (ติดตาม) วิดีโอจะไม่ถูกปิดกั้น แต่ก็ไม่สร้างรายได้ โดยเจ้าของสิทธิจะสามารถดูสถิติผู้ชมใน YouTube Analytics ได้

3. Block (ปิดกั้น) วิดีโอจะถูกปิดกั้นการรับชม และถูกลบออกจากการค้นหา โดยระบบจะแสดงผลในลิงก์ว่าคลิปนี้ถูกนำออกไปแล้ว ('ปลิว' นั่นเอง!) ค่ายเพลงมักใช้วิธีนี้กับออฟฟิเชียลมิวสิกวิดีโอ เพื่อป้องกันการโดนดูคลิป แย่งยอดวิว

ผู้ใช้ควรทำอย่างไร เมื่อโดนอ้างสิทธิ์จาก CONTENT ID

- ถ้าเป็นการเคลมรายได้ จะมีอีเมลแจ้งเตือนการเคลมค่าสิทธิไปหาเจ้าของวิดีโอ เพื่อบอกว่าจะมีการเก็บค่าสิทธิเฉยๆ อย่าเพิ่งตกใจ
- ถ้าถูกบล็อกหรือเทคดาวน์วิดีโอ นั้นจะดูไม่ได้ชั่วคราว และมีอีเมลมาแจ้งให้ติดต่อเจ้าของสิทธิในงานที่โดนบล็อก แล้วแจ้งขออนุญาตให้งดเว้นการเทคดาวน์ในวิดีโออื่นๆ

Q3:

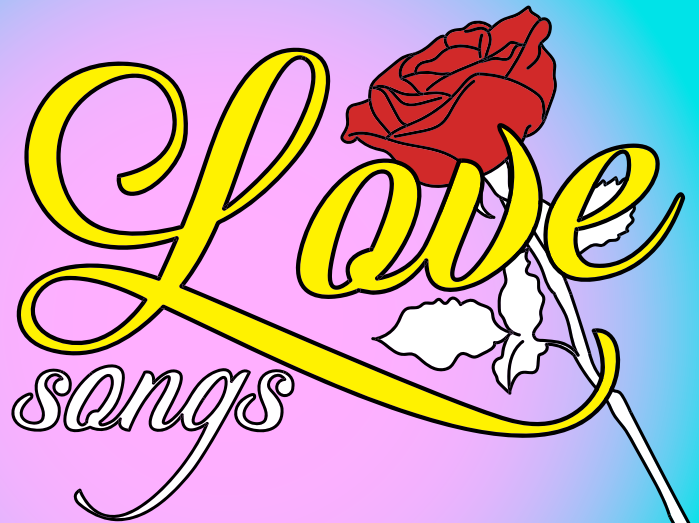


ทำรวมฮิตเพลง

ในยูทูป/ติ๊กต็อก ผิดไหม

ทำไมไม่โดนเทคดาวน์?

- 01 คนธรรมดา
- 02 เธอเป็นแฟนฉันแล้ว
- 03 พูดไม่ค่อยเก่ง
- 04 ฉันต้องคู่กับเธอ
- 05 แน่ใจ
- 06 รักไม่ต้องการเวลา
- 07 สองใจ
- 08 วาดไว้
- 09 คิดแต่ไม่ถึง
- 10 กว่าจะรัก
- 11 ขอคนที่รักกัน
- 12 หากันจนเจอ
- 13 คิดถึง
- 14 สิ่งที่ดีที่สุด
- 15 ไม่กล้าบอกเธอ
- 16 สบตา
- 17 คนข้างๆ
- 18 จังหวะจะรัก
- ...



รวม 99 เพลงรักเพราะๆ ฟังแล้วคิดถึง ...

The Love Universe



A3:

ถามว่าชาวช่องรวมฮิตได้ใหม่ บอกเลยที่ไม่ถูกต้อง เพราะการไม่ได้ขออนุญาตก็คือการละเมิดลิขสิทธิ์ ในการทำซ้ำและเผยแพร่

แต่เหตุผลที่ส่วนใหญ่เจ้าของสิทธิไม่เทคดาวน์คลิปเหล่านี้ เพราะเจ้าของสิทธิ โดยเฉพาะค่ายเพลงที่เป็นเจ้าของสิทธิในงานสิ่งบันทึกเสียง มักจะตั้งค่า Content ID ไว้เป็นแบบ **monetize (ทำรายได้)** เมื่อไหร่ที่ระบบตรวจจับเจอว่าเพลงของค่ายถูกนำไปใช้ ก็จะเคลมค่าสิทธิจากรายได้ของเจ้าของช่องไป โดยค่ายเพลงจะได้ค่าสิทธิในส่วนองงานสิ่งบันทึกเสียง ส่วน MCT ก็จะได้ค่าสิทธิในส่วนองงานดนตรีกรรม และนำรายได้นั้นๆ มาส่งต่อให้นักแต่งเพลง

แล้วถ้าคลิปรวมฮิตเพลงมีคนดูร้อยล้านวิว เจ้าของช่องจะได้เงินไหม?

ตามหลักแล้ว ถ้าเจ้าของช่องใช้งานเพลงหรือดาวน์โหลดเอาไฟล์เพลงมาใช้ รายได้ก็จะเข้าเจ้าของสิทธิแบ่งตามทีเล่าไปข้างบน นั้นแปลว่าต่อให้มียอดวิวร้อยล้าน เจ้าของช่องก็อาจจะไม่ได้รายได้ สิ่งทีเจ้าของช่องได้อาจเป็นแค่การสร้างแบรนด์หรือสร้างการรับรู้ ด้วยการใส่ชื่อตัวเองบนปกอัลบั้มเท่านั้น

รวม 99 เพลงรัก เพราะๆ ฟังแล้วคิดถึง ...

100M views 1 year ago



The Love Universe 150k



23k



Share



Download



Save

แต่ถ้าดูไปใช้ทั้งเอ็มวี อันนี้โดนเทคดาวน์แน่

เพราะเจ้าของสิทธิหรือค่ายเพลง ย่อมต้องการให้คลิปช่องทางหลักของตัวเองทำรายได้เป็นหลัก ไม่ต้องการแบ่งยอดวิวให้ใครนั่นเอง!

Q4:



คัฟเวอร์เพลงในยูทูบ

ยอดวิวมหาศาล

เจ้าของช่องรอยไหม?



Q4:

หากคุณหวังจะสร้างรายได้เป็นกอบเป็นกำจากการคัฟเวอร์เพลงลง YouTube อาจเป็นอะไรที่คิดผิด เพราะแม้จะไม่โดนเจ้าของสิทธิเทคดาวน์ แต่เจ้าของสิทธิเขาก็ควรต้องได้ส่วนแบ่งก้อนใหญ่ที่ควรจะได้ไปอยู่ดี

โดยปกติ การคัฟเวอร์เพลงในยูทูปต้องมีการขออนุญาตการทำวิดีโอคัฟเวอร์อย่างไรก็ตาม เจ้าของสิทธิมีเครื่องมือในการเทคดาวน์หรือเอาคลิปนั้นลงจากระบบได้

แต่ในทางปฏิบัติ เจ้าของช่องคัฟเวอร์ทั่วโลก มักจะไม่ได้ดำเนินการขออนุญาตใช้เพลงที่มีลิขสิทธิ์ แต่เหตุผลที่เจ้าของสิทธิและค่ายเพลงยังอะลุ่มอล่วยให้ เพราะยังมีการคัฟเวอร์เพลงนั้นๆ มากเท่าไรก็ยังช่วยโปรโมตให้เพลงเป็นที่รู้จักมากขึ้น และ ในยูทูปเองก็มีเทคโนโลยี Content ID ช่วยตรวจว่ามีการใช้เพลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์หรือไม่ หากละเมิดก็จะแจ้งเตือนก่อนเผยแพร่คลิป และยังมีบริการสำหรับเจ้าของลิขสิทธิ์ ให้เลือกจัดการกับวิดีโอที่ละเมิดลิขสิทธิ์ของตน ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นการจัดการแบบสร้างรายได้ให้เจ้าของสิทธิหรือ Monetize

แล้วสรุปใครได้รายได้ แบ่งเป็น 2 กรณี

1. ถ้าคัฟเวอร์แล้วเมโลดี้ตรงกัน หรือมีการใช้ backing track ระบบ Content ID จะแมตช์เจอ ค่ายเพลงจะได้รายได้ส่วนหนึ่งของสิ่งบันทึกเสียง และ MCT ซึ่งเป็นตัวแทนนักแต่งเพลงจะได้รายได้ในส่วนนี้เอง ส่วนเจ้าของช่องจะเหลือรายได้จากงานภาพเพียงอย่างเดียว

2. ถ้าคัฟเวอร์แบบไม่ใช้ backing track ระบบ Content ID แมตช์ไม่เจอ หรืออาจเจอจาก melody match ทำให้ MCT สามารถเคลมสิทธิ์ทำซ้ำ และเผยแพร่ ให้เจ้าของสิทธิได้

ข้อแนะนำ: การคัฟเวอร์เพลงต่างๆ อาจเหมาะกับการใช้เป็นทริคที่ช่วยทำให้ช่องของคุณเป็นที่รู้จัก เพิ่มยอดวิว ยอดผู้ติดตาม แต่หลังจากนั้นอาจปรับเปลี่ยนมาลงผลงานเพลงของตัวเองให้มากขึ้น แบบนี้ก็จะมีโอกาสสร้างรายได้เป็นกอบเป็นกำอย่างแน่นอน แต่อย่าลืมขออนุญาตในการคัฟเวอร์เพลงทุกครั้ง เพราะคลิปของคุณอาจถูกเทคดาวน์เมื่อใดก็ได้



Q5:



รายการร้องเพลงในทีวี

ที่เอามาปรับในยูทูป/ตัดต่อ

ทำไมบางเพลง

ถึงโดนตัดเสียงไปเลย?

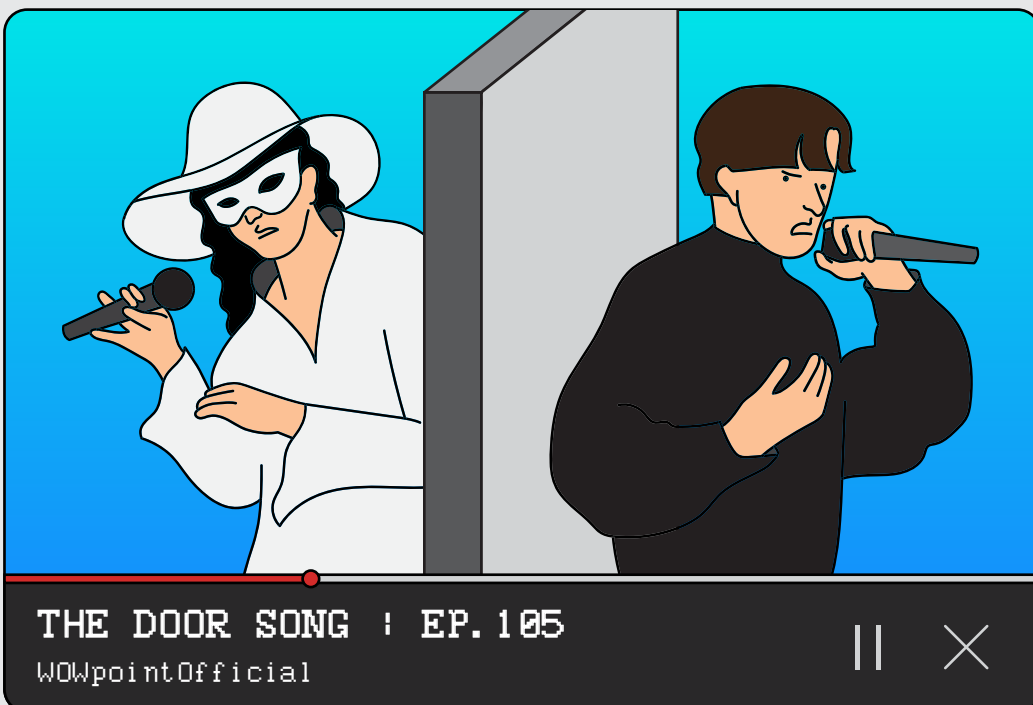


A5:

การดูดเสียงในลักษณะนี้ มักจะเกิดในเคสของการเอาเพลงสากลมาร้อง แล้วมารีรันใน YouTube โดยไม่ได้ขออนุญาต พับลิชเซอร์ต่างประเทศส่วนใหญ่จะเทคดาวน์หรือดูดเสียงได้

โดยปกติ รายการบันเทิงที่มีการเอาเพลงมาร้อง เช่น ร้องข้ามกำแพง the mask singer ปกติทางรายการจะดำเนินการขออนุญาตและเคลียร์ค่าสิทธิซิงโครไนซ์กับเจ้าของสิทธิสำหรับการเผยแพร่ในช่องทางโทรทัศน์มาเรียบร้อยแล้ว ซึ่งหากมีการนำมาเผยแพร่ซ้ำในช่องทางดิจิทัล โดยหลักการควรจะจ่ายค่าสิทธิในส่วนนี้เพิ่มเติม

แต่ในทางปฏิบัติ เจ้าของรายการอาจมีการเซ็นสัญญาเพิ่มเติมกับแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น ยูทูป เอาไว้ในลักษณะของการพาร์ตเนอร์กัน ทำให้องค์กรจัดเก็บอย่าง MCT ไม่สามารถเข้าไปเคลมค่าสิทธิในกรณีแบบนี้ได้ เคสนี้จะเป็นกรณีใกล้เคียงกับคัฟเวอร์เพลง ที่สุดท้ายแล้ว เจ้าของสิทธิก็เลือกที่จะไม่เทคดาวน์คลิปนั้นๆ แต่เลือกที่จะรับรายได้หรือ Monetize และนำไปส่งต่อให้นักแต่งเพลงมากกว่า แต่ทั้งนี้ หากนักแต่งเพลงแจ้งกับ MCT ว่าต้องการเคลมค่าสิทธิในส่วนนี้ ก็สามารถแจ้งให้ดำเนินการได้เช่นกัน





Q6:



แพลตฟอร์มดูหนังออนไลน์

ต้องจ่ายค่าสิทธิให้

นักแต่งเพลงประกอบหนัง

อีกรอบไหม?



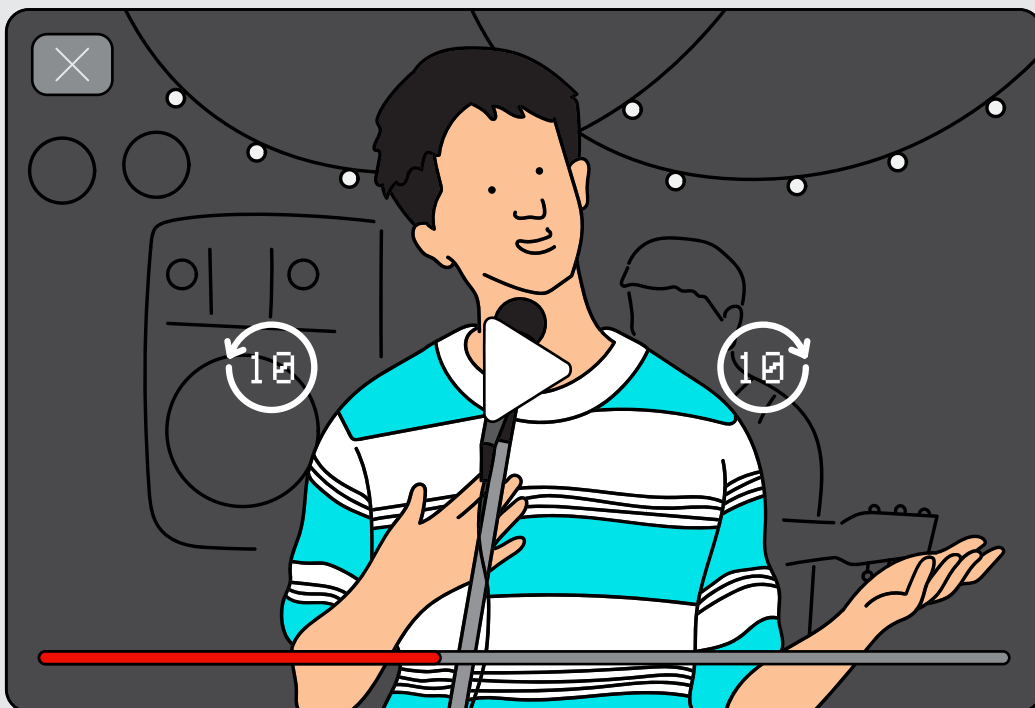
A6:

คำตอบคือต้อง!

เรื่องนี้ นักแต่งเพลงผู้เป็นเจ้าของสิทธิต้องแยกประเด็น ‘ผู้สร้างหนัง’ กับ ‘แพลตฟอร์ม’ ให้ออก ถ้าผู้สร้างหนังกับแพลตฟอร์มเป็นคนเดียวกัน และเขาเดินมาหาคุณเพื่อให้เซ็นสัญญาเรื่องค่าสิทธิซิงโครไนซ์ **อย่าเผลอเหมาเอาค่าทำซ้ำและเผยแพร่ในสัญญาด้วยละ** เพราะไม่อย่างนั้น เมื่อหนังที่คุณทำเพลงประกอบไว้ถูกเอาไปฉายลงแพลตฟอร์มดูหนัง คุณจะหมดโอกาสในค่าสิทธิไปเลย เพราะถือว่าเหมาไปแล้ว!

ข้อมทำให้ถูกต้องกันก่อน ในกรณีแบบนี้ นักแต่งเพลงควรระลึกไว้ว่าเวลาผู้สร้างหนังเดินมาหาคุณเพื่อขอเอาเพลงไปประกอบหนัง สิทธิเดียวที่คุณให้ได้คือค่าซิงโครไนซ์ แต่อย่าเพิ่งรวมสิทธิทำซ้ำและเผยแพร่ เดี่ยวแพลตฟอร์มต่างๆ เขามาเคลียร์กับองค์กรจัดเก็บค่าสิทธิอย่าง MCT แล้ว MCT ก็จะนำค่าสิทธินั้นมาจ่ายให้คุณเอง

กรณีคอนเสิร์ต หรือบันทึกการแสดงสด ที่อัฟโหลดลงแพลตฟอร์มก็เช่นกัน ส่วนใหญ่เจ้าของสิทธิคือ concert promoter หรือผู้จัดคอนเสิร์ต ซึ่งต้องเคลียร์ค่าสิทธิสำหรับการบันทึกการแสดงสด (ทำซ้ำ) มาก่อนแล้ว นักแต่งเพลงก็ต้องไม่ให้เขาเหมาสิทธิทำซ้ำและเผยแพร่บนแพลตฟอร์ม เช่นเดียวกันกับเพลงประกอบหนังนั่นเอง!





Q7:



เปิดเพลงประกอบ

ไลฟ์สดบนยูทูป/
ฟะซบุ๊ก/อินสตาแกรม

ได้ไหม?



A7:

อย่างที่เล่าไปแล้วในคำถามแรกว่า วิธีที่ถูกต้องที่สุดคือการขออนุญาต เพื่อให้เจ้าของสิทธิ์ทำ whitelist/Allowlist ให้ หรือจ่ายค่าสิทธิ์ให้ถูกต้อง แต่ถ้าไม่ได้ขออนุญาต แล้วระบบ เจ้าของสิทธิ์ หรือองค์กรดูแลสิทธิ์ตรวจจับได้ จะเกิดอะไรขึ้นบ้าง



YouTube จะมีการสแกนการสตรีมไลฟ์เพื่อแมตช์หาเพลง คุณจะได้รับคำเตือนให้หยุดสตรีมคอนเทนต์ หากปฏิบัติตามคำเตือนดังกล่าวและแก้ไขปัญหारेียบร้อยแล้ว คุณจะสตรีมต่อได้ และถ้ามีการอัปโหลดคลิปนั้นลงไปในช่วง ระบบ Content ID ก็จะทำการตรวจ และแบ่งรายได้ค่าสิทธิจากตรงนั้น



Facebook/Instagram Live อาจโดนดูดเสียง จึงควรมีการขออนุญาตเพื่อ whitelist ไว้ล่วงหน้า



๐๘:



นักแต่งเพลง

ศิลปิน และค่ายเพลง

ใครควรได้ค่าลิขสิทธิ์บ้าง?

ส่วนไหน?



AG:

เรื่องนี้ไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้เพลงหรือเป็นผู้สร้างสรรค์ ก็ควรทำความเข้าใจไว้ว่า โดยปกติ สิทธิในงาน สิ่งบันทึกเสียง ค่ายเพลงจะเซ็นสัญญาแบ่งค่า สิทธิกับศิลปิน และจะเป็นผู้เคลมค่าสิทธิในส่วนนี้ ให้ ส่วนสิทธิงานดนตรีกรรม MCT หรือองค์กร จัดเก็บค่าสิทธิ จะเป็นคนเคลมให้นักแต่งเพลง นั้นแปลว่า ผู้ที่เก็บเงินค่าสิทธิแต่ละแบบจาก แพลตฟอร์มก็จะเป็นคนละคนกัน

- **งานสิ่งบันทึกเสียง** ค่ายเพลงถือทั้งสิทธิทำซ้ำและเผยแพร่ และจะทำหน้าที่เก็บเงินส่วนนี้มาแบ่งให้กับศิลปิน ตามสัญญาที่ตกลงกันไว้
- **งานดนตรีกรรม** ถ้าเป็นเพลงไทย ผู้ดูแลสิทธิทำซ้ำและเผยแพร่คือ MCT แต่ถ้าเป็นเพลงสากลบางเพลง พับลิชเชอร์จะเป็นผู้ดูแลสิทธิทำซ้ำ ส่วน MCT จะเป็นผู้ดูแลสิทธิเผยแพร่ และทั้งสององค์กรจะทำหน้าที่เก็บเงินมาให้กับนักแต่งเพลง

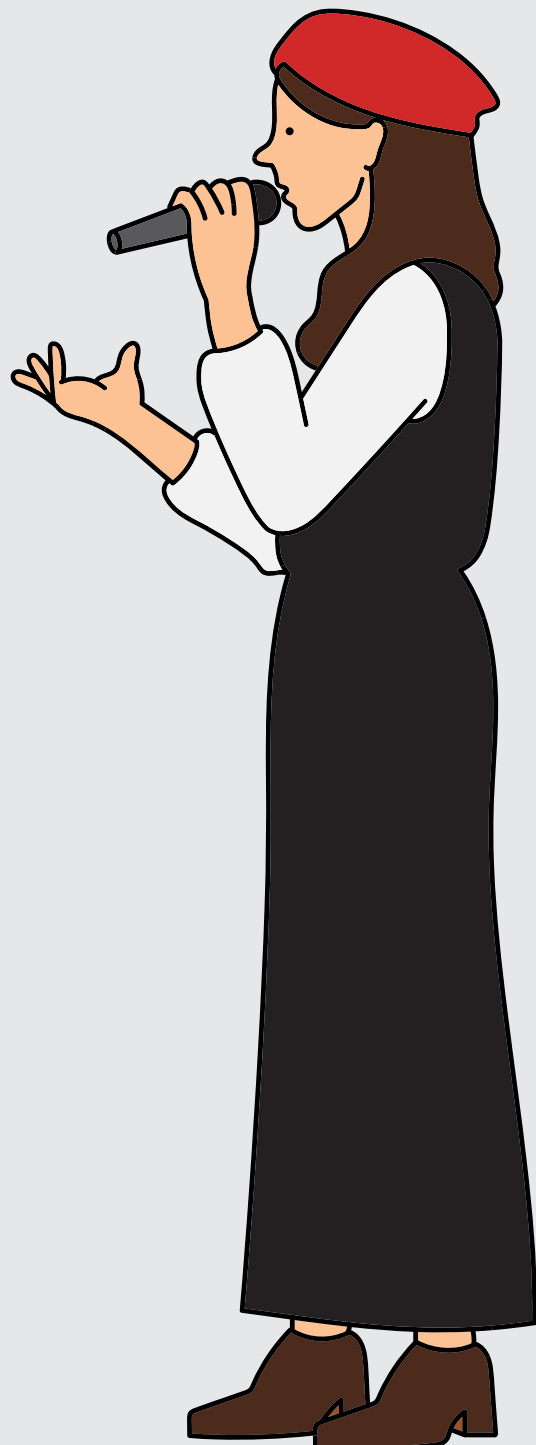
ถ้าคุณคือศิลปินที่แต่งเพลงเองด้วย และสังกัดค่ายเพลง

ในฐานะศิลปิน คุณก็ไปรับส่วนแบ่งเงินค่าสิทธิสิ่งบันทึกเสียงจากค่ายเพลง

ในฐานะนักแต่งเพลง คุณก็ไปรับเงินค่าสิทธิงานดนตรีกรรมจาก MCT และ/หรือ พับลิชเชอร์

แต่ถ้าคุณคือศิลปินที่แต่งเพลงเอง และบันทึกเสียงเองได้โดยไม่ต้องพึ่งค่ายเพลงด้วย

คุณมีโอกาสได้รับรายได้ค่าสิทธิแบบ 100% โดยเดินไปหา MCT ให้ดูแลสิทธิงานดนตรีกรรมให้ และเดินไปหา CA/MCN ให้ดูแลสิทธิงานสิ่งบันทึกเสียงให้คุณ ซึ่งทั้งสององค์กรจะเก็บเงินมาให้คุณ แต่นั่นหมายความว่า คุณก็ต้องรับความเสี่ยงกับการที่เพลงคุณอาจจะไม่ดังเหมือนการมีค่ายเพลงช่วยโปรโมต เพราะค่ายมีสื่อต่างๆ ในมือ อันนี้คุณต้องชั่งใจให้ดี!





Music Copyright 102

คู่มือการใช้ลิขสิทธิ์ดนตรีที่ชาวออนไลน์ต้องรู้

จัดทำครั้งแรก เดือนกรกฎาคม 2566

เลขมาตรฐานสากลประจำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ 978-616-7789-41-5

ผู้จัดทำ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA

ข้อมูล: บริษัท ลิขสิทธิ์ดนตรี (ประเทศไทย) จำกัด

ข้อมูลเพิ่มเติม: กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์,
บริษัท บีลีฟ ดิจิทัล (ไทยแลนด์) จำกัด, บริษัท เทโร มิวสิค จำกัด

ผู้ผลิตและออกแบบเนื้อหา: บริษัท ไอแอลไอ จำกัด **เว็บไซต์:** www.ili-co.me

บรรณาธิการ: สลิลมา มหันต์เชิดชูวงศ์

นักออกแบบกราฟิกและวาดภาพประกอบ: รัชดาภรณ์ เหมจินดา

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน).

คู่มือการใช้ลิขสิทธิ์ดนตรีที่ชาวออนไลน์ต้องรู้ = Music Copyright 102.-- กรุงเทพฯ :

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2566.

50 หน้า.

1. ดนตรี. 2. ลิขสิทธิ์ -- ดนตรี. I. ชื่อเรื่อง.

780

ISBN 978-616-7789-41-5

คำสงวนสิทธิ์

CEA จัดทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สรุปความรู้เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ดนตรีนี้ขึ้น

เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้ดาวน์โหลดโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

เนื่องจากมิได้มีจุดประสงค์ในการแสวงหากำไร

หากแต่เพียงมุ่งเผยแพร่ความรู้ เพื่อเป็นประโยชน์แก่สังคมไทย

© 2566 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติ

ไม่อนุญาตให้คัดลอกหรือทำซ้ำส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของหนังสือเล่มนี้

ไปเผยแพร่หรือพิมพ์ซ้ำ โดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร

จากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

