

MUSIC

COPYRIGHT

103

คู่มือการใช้ลิขสิทธิ์สิ่งบันเทิงเสียง
ตอน สิทธิที่ค่ายเพลงต้องรู้!



ความรู้เบื้องต้นเรื่องลิขสิทธิ์สิ่งบันเทิงเสียง
ฉบับนี้เพื่อค่ายเพลง และผู้ต้องการนำเพลงไปใช้ในธุรกิจทุกรูปแบบ

WELCOME TO THE FACTORY!

ค่ายเพลงหนึ่งค่าย ก็เปรียบเสมือนโรงงานผลิตเพลงขนาดย่อม

ในโรงงานเล็กๆ ที่เรียกว่าค่ายเพลง เมื่อเพลงหนึ่งเพลงถูกร้องและบันทึกลงไปในวันสุดท้ายที่เราคุ้นเคย ไม่ว่าจะเป็ น แผ่นเสียง ซีดี เทปคาสเซ็ท หรือแม้กระทั่งไฟล์เพลงดิจิทัล เราจะเรียกมันว่า ‘สิ่งบันทึกเสียง’ นั่นแปลว่า ต้นฉบับของเพลงนั้นๆ ได้ถือกำเนิดขึ้นมาพร้อมๆ กับสิ่งที่เรียกว่า ‘ลิขสิทธิ์’

แต่เมื่อถามว่า แล้วใครเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในสิ่งบันทึกเสียง? รายได้จากลิขสิทธิ์เหล่านี้ใครเป็นคนได้รับ? ใครเป็นคนดูแล? กลับเป็นเรื่องที่คนดนตรีหรือค่ายเพลงบางแห่งยังไม่มีความเข้าใจมากเพียงพอ และอาจไม่รู้ว่ า เรื่องลิขสิทธิ์นี้มีโอกาสสร้างรายได้ในสายอาชีพของตนมากน้อยเพียงใด ซึ่งมีโอกาสส่งผลให้สูญเสี ยรายได้ที่น่าเสี ยดาย

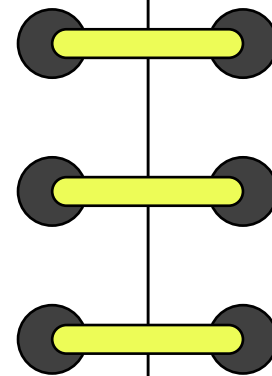
หลังจากผู้จัดทำได้เผยแพร่คู่มือ Music Copyright ออกไปแล้วทั้ง สองฉบับ ได้แก่ **คลิก ฉบับ 101** พาคนรักเสียงเพลงไปทำความเข้าใจภาพใหญ่ของลิขสิทธิ์ดนตรี ตามด้วย **คลิก ฉบับ 102** ว่าด้วยเรื่องราวของลิขสิทธิ์เพลงบนสื่อดิจิทัล ถึงเวลาแล้วที่เราต้องมาสู่ซีรีส์ภาคต่อ ฉบับ 103 ที่จะพา ค่ายเพลงและคนดนตรีไปเปิดโลกลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียงแบบลงลึกแทรก ก่อต่อแทรก

หากคุณคือค่ายเพลง โปรดนำคู่มือฉบับนี้ไปใช้ในโรงงานผลิตเพลงขนาดย่อมของคุณ โดยหวังว่าจะช่วยเป็นสะพานเชื่อมมิติ ทั้งในแง่ความรู้ ลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวกับสิ่งบันทึกเสียง และอำนวยความสะดวกให้เหล่าผู้ต้องการใช้เพลงในธุรกิจ ได้ขออนุญาตใช้ลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง



P. 5-13

START THE ENGINE



รู้จักลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียง

ลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียง คืออะไร
เจ้าของลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียง มีสิทธิ์อะไรบ้าง
ค่ายเพลงมีบทบาทสำคัญอย่างไร
นักร้องมีสิทธิ์ไหม



P. 15-27

RUN THE MACHINE

วิธีบริหารลิขสิทธิ์และจัดเก็บรายได้

การแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ และรหัสสิ่งบันทึกเสียง
รายได้ธุรกิจเพลงในปัจจุบัน มาจากไหน
องค์กรจัดเก็บ (CMO) คือใคร ทำไมถึงสำคัญ



P. 29-33

KNOW YOUR SAFETY SIGN

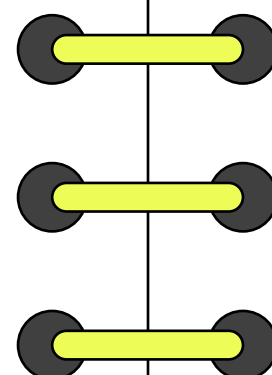


ข้อควรระวังสำหรับเจ้าของสิทธิ์

อนุญาต ไม่เท่ากับ โอน
อย่ายอมให้เกิด 'สตรีมริปปิง'

P. 35-45

FAQS



ถาม-ตอบ จากผู้ต้องการขอใช้เพลง

- Q1 อยากนำเพลงไปเปิดในสถานประกอบการ ต้องขอลิขสิทธิ์อย่างไร?
- Q2 เพลงปลอดลิขสิทธิ์ มีจริงไหม?
- Q3 จ่ายค่าลิขสิทธิ์กับผู้ให้บริการจัดส่งเพลงจากต่างประเทศไปแล้ว ทำไมยังผิด?
- Q4 จะรู้ได้อย่างไรว่าตัวแทนที่เข้ามาจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เพลง เป็นตัวจริงหรือปลอม?
- Q5 อยากนำเพลงไปประกอบภาพนิ่ง/ภาพเคลื่อนไหว ต้องขอลิขสิทธิ์อย่างไร?

P. 46-47

SUPPORTING ORGANIZATIONS

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประสานงาน
ให้ความรู้และสนับสนุนลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียง



START THE ENGINE

รู้จักลิขสิทธิ์ สิ่งบันทึกเสียง

เมื่อเพลงหนึ่งเพลงถูกแต่งโดยนักแต่งเพลง ถูกร้องโดยศิลปินนักร้อง และถูกถ่ายเพลงบันทึกลงในแผ่นเสียง ซีดี เทปคาสเซ็ท หรือไฟล์ดิจิทัล เมื่อนั้น 'สิ่งบันทึกเสียง' จึงกำเนิดขึ้นพร้อมกับ 'ลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียง' ซึ่งลิขสิทธิ์นี้จะนำไปสู่การสร้างค่าตอบแทนในระยะยาวอย่างน้อย 50 ปี (นับตั้งแต่ปล่อยเพลง) ให้กับทั้งค่ายเพลงในฐานะผู้ผลิต ไปจนถึงศิลปินนักร้อง

เนื้อหาในบทนี้จะพาไปอุ่นเครื่องเพื่อทำความเข้าใจว่าทำไมค่ายเพลง ผู้เปรียบเสมือนโรงงานผลิตสิ่งบันทึกเสียงและดูแลบริหารจัดการศิลปินนักร้อง จำเป็นต้องเข้าใจนิยามของลิขสิทธิ์ให้ถ่องแท้

ลิขสิทธิ์สิ่งบันเทิงเสียงคืออะไร?

เมื่อไหร่ก็ตามที่มีการนำทำนองและคำร้อง หรือทำนองอย่างเดียว มาสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นเสียงเพลงและบันทึกลงในสื่อหรือวัสดุใดๆ อันนำกลับมาเล่นซ้ำได้อีก หากไม่ได้มีการลอกเลียนจากผู้อื่น จะถือว่าเป็นงานที่มี 'ลิขสิทธิ์' ที่เรียกว่า **ลิขสิทธิ์สิ่งบันเทิงเสียง** โดยค่ายเพลงหรือผู้ผลิตเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งได้รับการคุ้มครองตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

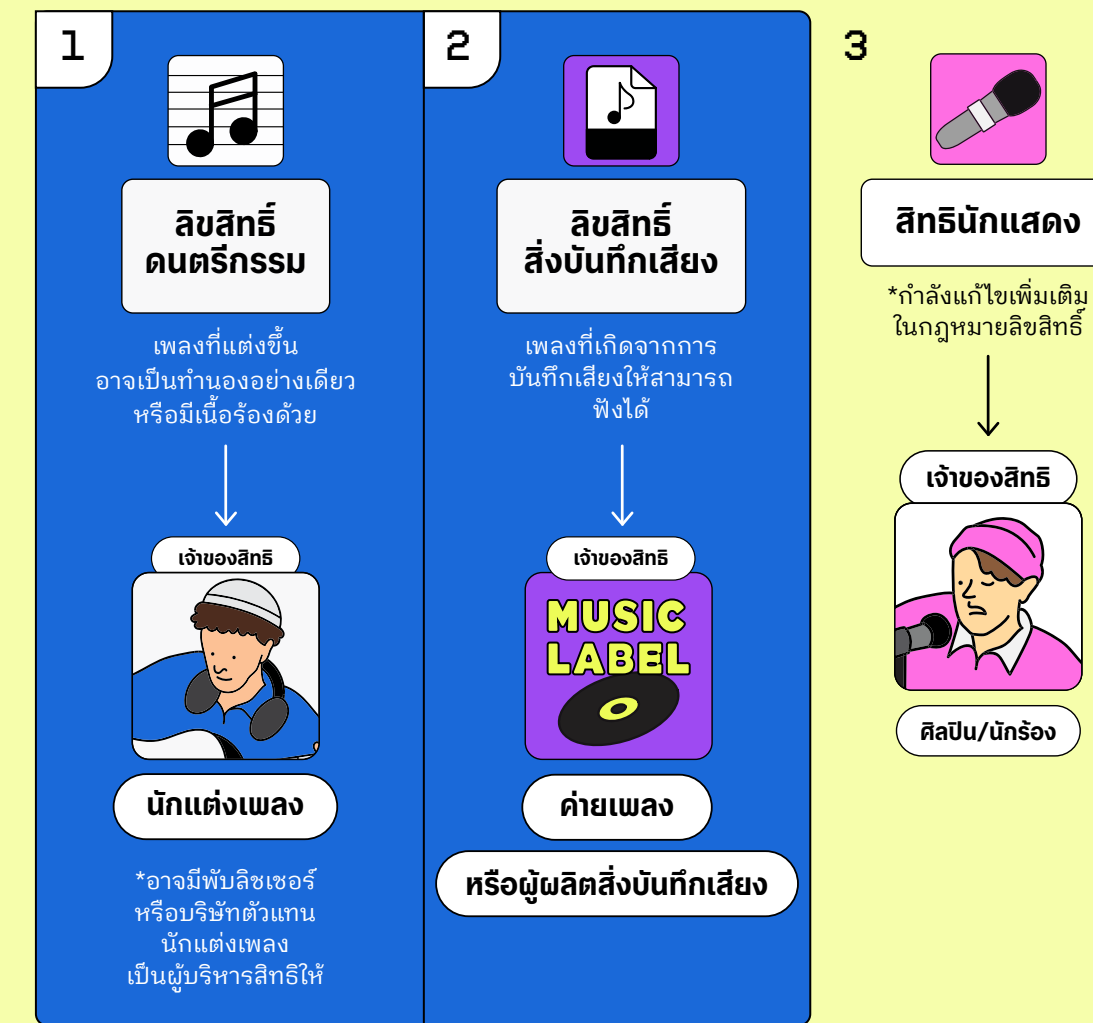
ทำไมสิ่งบันเทิงเสียงถึงมีลิขสิทธิ์ เช่นเดียวกับดนตรีกรรม?

หลายคนอาจทราบกันดีว่า 'ดนตรีกรรม' หรือเพลงที่ผู้สร้างสรรค์แต่งขึ้นโดยอาจมีทำนองอย่างเดียวหรือเนื้อร้องด้วย ถือเป็นงานฝังความคิดสร้างสรรค์ที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์

แต่การจะทำให้ดนตรีกรรมถูกนำเสนอออกมาเป็นเสียงเพลงนั้น **ค่ายเพลงหรือผู้ผลิตเสียงเพลง ก็ต้องผ่านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ประกอบกับความรู้ เทคนิควิธีการต่างๆ รวมทั้งการคัดเลือกศิลปินที่เหมาะสม เพื่อนำเสนอผลงานเพลงดังกล่าว และบันทึกออกมาเป็นเสียงเพลงที่ฟังได้**

ความอุตสาหะในการใช้ทักษะความคิดสร้างสรรค์ตามขั้นตอนต่างๆ นี้เอง ทำให้องค์การทรัพย์สินทางปัญญา (WIPO: World Intellectual Property Organization) เห็นถึงความสำคัญและให้การรับรองว่า สิ่งบันทึกเสียง (Sound Recording) มีคุณสมบัติครบถ้วนที่จะได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นงานลิขสิทธิ์ประเภทหนึ่ง เช่นเดียวกับดนตรีกรรม

ตามหลักสากล เพลงหนึ่งเพลง มีลิขสิทธิ์ 3 ส่วน



ทำไมต้องคุ้มครองสิทธิของผู้สร้างสรรค์/เจ้าของลิขสิทธิ์?

การคุ้มครองสิทธิของผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของลิขสิทธิ์ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ก็เพื่อเป็นการรับรองว่าเจ้าของลิขสิทธิ์จะสามารถหาประโยชน์จากงานที่ตนเองได้ลงทุนลงแรงสร้างสรรค์ขึ้น ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้ผลิตผลงานใหม่ๆ ออกมาสู่สังคม

50 ปี คืออายุการคุ้มครอง 'ลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียง' ตามกฎหมายลิขสิทธิ์ในประเทศไทย

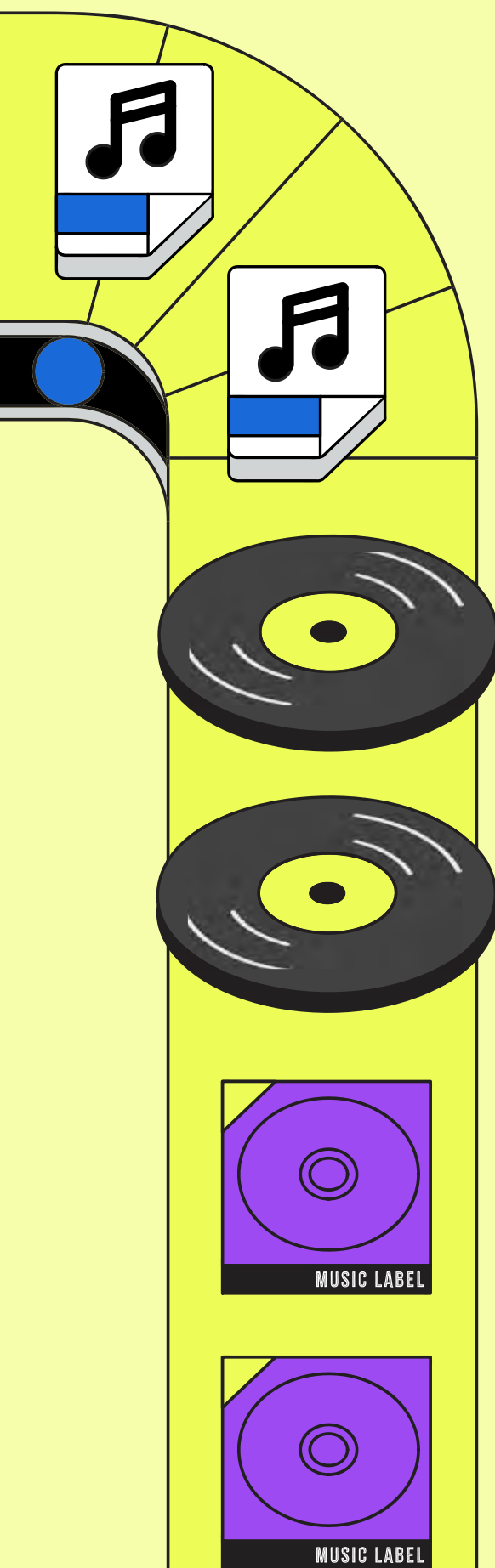
โดยจะคุ้มครองนับแต่ได้สร้างสรรค์งานหรือโฆษณางานเป็นครั้งแรก และหากเจ้าของลิขสิทธิ์เสียชีวิตก่อนสิ้นสุดอายุการคุ้มครอง 50 ปีดังกล่าว อายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์ที่เหลืออยู่ จะโอนไปสู่ทายาทจนครบกำหนดระยะเวลานั้นแล้ว ทายาทจึงมีโอกาสได้รับช่วงต่อผลตอบแทนภายในเวลาที่กำหนดนี้ด้วยเช่นกัน

หมายเหตุ: บางประเทศที่เป็นผู้ผลิตสิ่งบันทึกเสียง อาทิ สิงคโปร์ เกาหลี ญี่ปุ่น และอังกฤษ อายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์มีระยะเวลา **70 ปี** นับแต่ได้สร้างสรรค์งานหรือโฆษณางานเป็นครั้งแรก แต่หากเป็นประเทศสหรัฐอเมริกา มีอายุการคุ้มครองได้หลายแบบทั้ง **70 ปี 90 ปี** และ **120 ปี**

*** NOTE**

ถ้าค่ายเพลงผลิตสิ่งบันทึกเสียงออกมาจำนวน 1 เพลง ลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียงจะมีอายุ 50 ปีนับตั้งแต่วันที่มีการปล่อย (โฆษณา) เพลงวันแรก

แต่ หากเป็นนักแต่งเพลง การคุ้มครองลิขสิทธิ์ดนตรีกรรมจะเริ่มนับหลังจากนักแต่งเพลงทำนสุดท้ายเสียชีวิตไปอีก 50 ปี

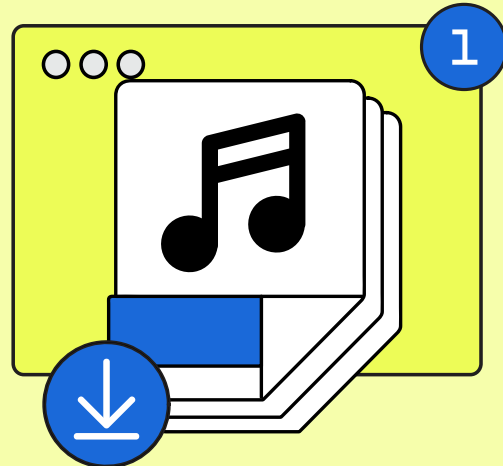


เจ้าของลิขสิทธิ์สิ่งบันเทิงเสียง มีสิทธิ์อะไรบ้าง?

คุณสมบัติที่เข้าเงื่อนไข ‘สิ่งบันเทิงเสียงที่มีลิขสิทธิ์’
 = **สร้างสรรค์ด้วยตัวเอง (ไม่ copy คนอื่น)**
 + **อุตสาหกรรม + ระดับการสร้างสรรค์เพียงพอ**
 > ผู้สร้างสรรค์จะเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียว

หากค่ายเพลง เป็นผู้ผลิตสิ่งบันเทิงเสียงนั้นๆ
ค่ายเพลง = เจ้าของลิขสิทธิ์สิ่งบันเทิงเสียงแต่เพียงผู้เดียว

ค่ายเพลงหรือเจ้าของลิขสิทธิ์สิ่งบันเทิงเสียง มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะ **อนุญาต** หรือ **ไม่อนุญาต** (Licensing) ให้ผู้อื่นนำเพลงไปดำเนินการดังต่อไปนี้



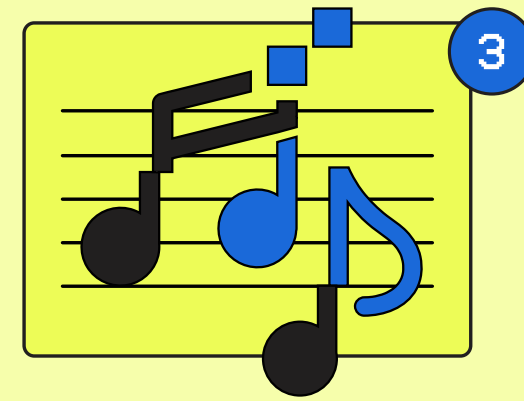
1 ทำซ้ำ (Copy / Record / Reproduction / Download / Upload)

บันทึก คัดลอกไม่ว่าโดยวิธีใดๆ หรือทำสำเนาสิ่งบันเทิงเสียง และ/หรือภาพ (มีวสิทวิดีโอ) จากต้นฉบับหรือจากสำเนาไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน รวมถึงการดาวน์โหลดและอัปโหลดไฟล์เพลงในระบบคอมพิวเตอร์



2 เผยแพร่ต่อสาธารณชน (Communication to Public / Broadcasting / Public Performance / Transmission / Making Available)

นำสิ่งบันเทิงเสียงออกเผยแพร่ต่อสาธารณชน ไม่ว่าจะเป็นการทำให้ปรากฏต่อสาธารณชนโดยการแสดง การเปิดเพลงในสถานประกอบการ การทำให้เข้าถึงได้ การปรากฏด้วยเสียงหรือการจำหน่าย หรือโดยวิธีอื่น รวมถึงการสตรีมมิ่งและการแพร่เสียงแพร่ภาพ ไม่ว่าจะทางสถานีโทรทัศน์หรือวิทยุ หรือวิธีการอื่นที่คล้ายคลึงกัน



3 ดัดแปลง (Adaptation)

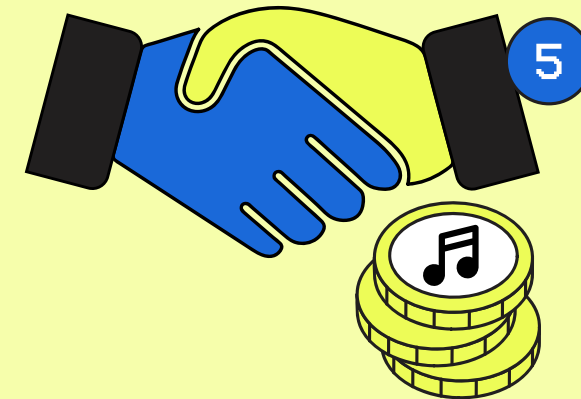
ทำซ้ำโดยเปลี่ยนรูปแบบ ปรับปรุง แก้ไขเพิ่มเติม โดยไม่มีลักษณะเป็นการจัดทำงานชิ้นใหม่ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน รวมถึงการนำเพลง/สิ่งบันเทิงเสียงไปประกอบภาพนิ่ง/ภาพเคลื่อนไหว (Synchronization)

คลิกอ่านเพิ่มเติม Synchronization (Sync Deal)



4 ให้เช่า (Rent)

เฉพาะสิ่งบันเทิงเสียง โสตทัศนวัสดุ



5 ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น

ค่าลิขสิทธิ์ที่ได้รับจากการอนุญาตให้ผู้อื่น ได้แก่ การโอนผลตอบแทนที่ได้จากค่าลิขสิทธิ์ให้แก่บุคคลอื่น



6 อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิ (Licensing)

การอนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิตามข้อ 1-4



โรงงานผลิตเพลงเล็กๆ ที่เรียกว่า ‘ค่ายเพลง’ มีบทบาทสำคัญอย่างไร?

- **สนับสนุนอุตสาหกรรมเพลง** คัดเลือกคำร้องทำนอง บทเพลง ทำให้เกิดการประสานคำร้องเข้ากับทำนอง และเรียบเรียงจนกลายเป็นงานเพลงที่มีคุณภาพสำหรับผู้ฟังกลุ่มต่างๆ
- **ค้นหาศิลปินนักร้อง นักดนตรี** ที่เหมาะสมกับเพลงที่จัดทำ และเรียบเรียงขึ้น รวมทั้งฝึกฝน และเพิ่มเทคนิค
- **ลงทุน** ในการผลิต การบันทึก การสร้างเครือข่ายในการจำหน่าย การส่งเสริมและทำการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์งานเพลงให้เข้าถึงกลุ่มผู้ฟัง ก่อให้เกิดเป็นรายได้กลับมาสู่ผู้เกี่ยวข้องในภาคส่วนต่างๆ
- **ประชาสัมพันธ์และทำการตลาด** ความชำนาญในการทำการตลาดของค่ายเพลง จะช่วยสร้างคอนเทนต์ให้เกิดการรับรู้ และหารายได้ให้ครบทุกช่องทางได้
- **ดูแลและคุ้มครองลิขสิทธิ์สิ่งบันเทิงเสียง** รวมถึงปกป้อง สร้างความเข้าใจ และป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ให้กับ สิทธินักแสดง ศิลปินนักร้อง และผู้สร้างสรรค์เจ้าของลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้อง

“ ในอดีต บทบาทของค่ายเพลง เรียกได้ว่าเป็นคนกำหนดชะตาชีวิตของศิลปินได้เลย แต่ในปัจจุบัน ดูเหมือนว่าทุกคนสามารถเป็นศิลปินได้เอง โดยไม่ต้องพึ่งค่ายเพลงด้วยซ้ำ

จริงๆ แล้ว ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมดนตรีไม่ได้มีแค่ส่วนที่เรา มองเห็นกันอยู่ แต่ในแต่ละค่ายเพลง ยังมีส่วนของหลังบ้าน ทีมการตลาด ทีมคอนเทนต์ ทีมโซเชียลมีเดีย และทีมอื่นๆ อีกมากมายที่ทำงานให้เพลงและศิลปินไปถึงเป้าหมาย

ถ้าถามว่า แล้วค่ายเพลงยังจำเป็นต้องมีอยู่ไหม ส่วนตัวผมมองว่า ศิลปิน ‘จำเป็น’ ต้องมีทีมงานที่ดีที่คอยช่วยสนับสนุนในด้านต่างๆ เพื่อให้ทำงานได้อย่างเต็มที่และต่อยอดผลงานนั้นๆ ให้สำเร็จได้ รวมถึงพาให้เดิน อยู่บนเส้นทางอาชีพนี้ได้อย่างมั่นคงแข็งแรง อย่าลืมนะว่าทุกวันนี้ เฉพาะในประเทศไทย มีเพลงใหม่ๆ ปลอ่ยจำนวนไม่ต่ำกว่า 500 เพลงต่อสัปดาห์ จะทำอย่างไรให้เพลงไปถึงหูคนฟังและได้รับการตอบรับจากคนฟังจริงๆ

ทั้งนี้ คงขึ้นอยู่กับความต้องการของศิลปินด้วย ค่ายเพลงเองก็ต้อง ยืดหยุ่นขึ้น ปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้นเช่นกัน

ข้อมูลจากคุณสามขวัญ ต้นสมพงษ์
กรรมการผู้จัดการบริษัท วอท เดอะ ด็อก จำกัด

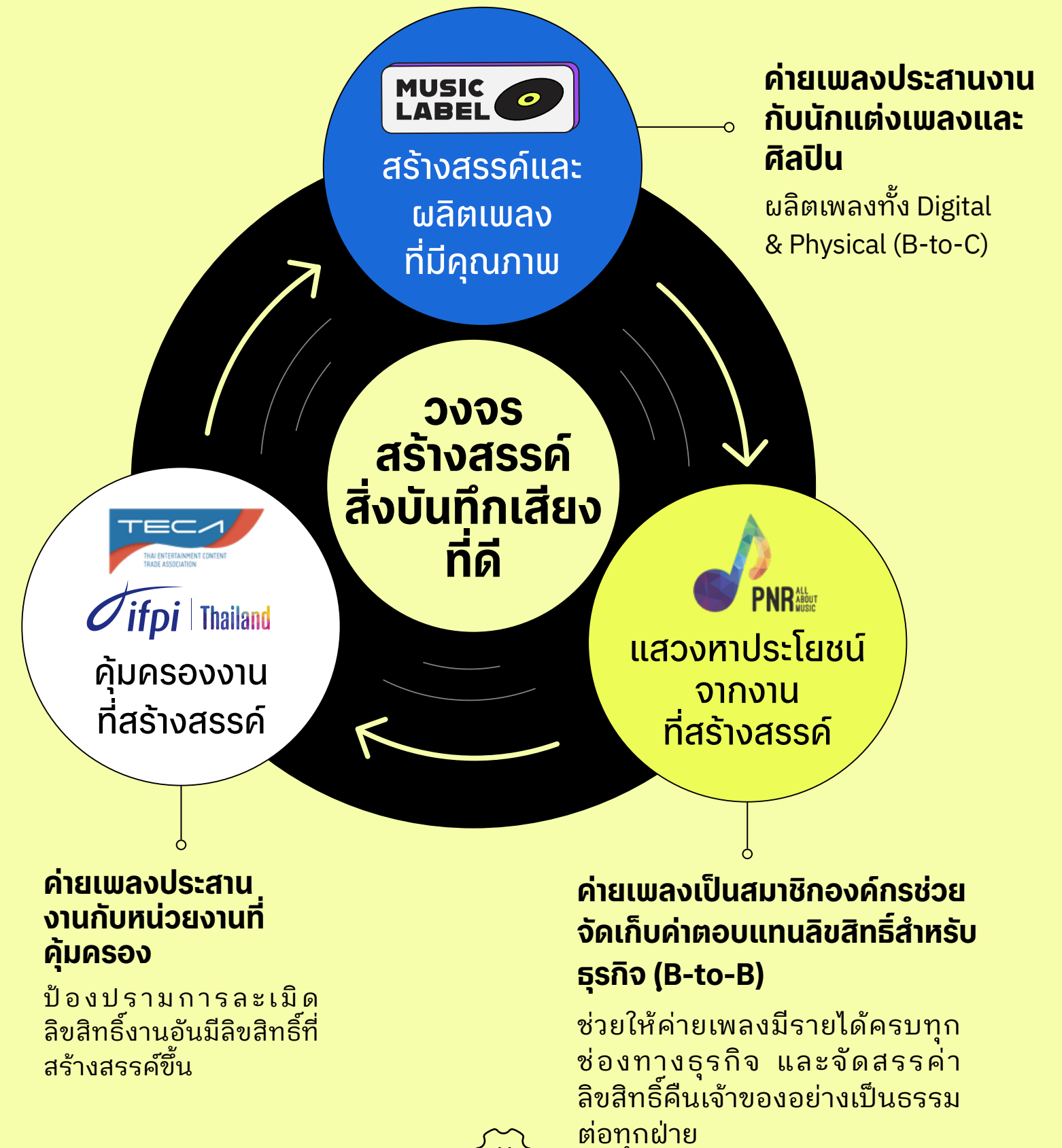


*** NOTE**

Being Smart Creator vs. Long Tail Creator ค่ายเพลงเลือกได้ - ไปต่อยาวๆ หรือ พอแค่นี้

ในฐานะค่ายเพลงผู้สร้างสรรค์สิ่งบันเทิงเสียง คุณเลือกได้ว่าจะเป็นแค่นักสร้างสรรค์เพียงอย่างเดียว (smart creator) หรือจะเป็นนักสร้างสรรค์ที่รู้จักต่อยอดโอกาสทางธุรกิจให้ไปต่อได้ยาวๆ (long tail creator)

หากเลือกอย่างหลัง เพียงแค่อัปเดตความรู้เรื่องลิขสิทธิ์สิ่งบันเทิงเสียง ก็แสวงหาประโยชน์จากงานที่สร้างสรรค์ได้ เพราะนอกจากรายได้จากสตรีมมิ่ง และการจำหน่ายเพลงแล้ว ยังมีรายได้จากลิขสิทธิ์สิ่งบันเทิงเสียงอื่นๆ ที่ตามมาอีกมากมาย โดยปัจจุบัน ค่ายเพลงไม่จำเป็นต้องลงมือทางค่าตอบแทนจากการใช้ลิขสิทธิ์ด้วยตนเองให้ยุ่งยาก เพราะมีองค์กรที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการจัดเก็บค่าตอบแทนในการใช้เพลงสำหรับธุรกิจ เพื่อช่วยให้ค่ายเพลง ผู้สร้างสรรค์ และศิลปินนักร้อง รวมถึงคนทำงานในอุตสาหกรรมเพลง ได้ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม



ค่ายเพลงประสานงานกับนักแต่งเพลงและศิลปิน
ผลิตเพลงทั้ง Digital & Physical (B-to-C)

ค่ายเพลงประสานงานกับหน่วยงานที่คุ้มครอง
ป้องปรามการละเมิดลิขสิทธิ์งานอันมีลิขสิทธิ์ที่สร้างสรรค์ขึ้น

ค่ายเพลงเป็นสมาชิกองค์กรช่วยจัดเก็บค่าตอบแทนลิขสิทธิ์สำหรับธุรกิจ (B-to-B)
ช่วยให้ค่ายเพลงมีรายได้ครบทุกช่องทางธุรกิจ และจัดสรรค่าลิขสิทธิ์คืนเจ้าของอย่างเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย

แล้วนักร้องล่ะ มีสิทธิไหม?

ความสัมพันธ์ระหว่างค่ายเพลงกับศิลปินนักร้องหรือนักแสดง (performers) ส่วนใหญ่มีความใกล้ชิดกันมาก เนื่องจากค่ายเพลงจะเป็นผู้จัดหาหรือคัดเลือกนักร้องที่เหมาะสมกับเพลง โดยค่ายเพลงรุ่นใหม่ในยุคดิจิทัลจะมีรูปแบบธุรกิจที่ยุติธรรมระหว่างกัน และนำเสนอดีลที่เป็นธรรมเพื่อชวนมาทำงานร่วมกัน ดังนั้นนักร้องจะได้รับ 'ค่าตอบแทน = สิทธิข้างเคียง' ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ดังต่อไปนี้

สิทธิของนักร้อง = สิทธิข้างเคียง

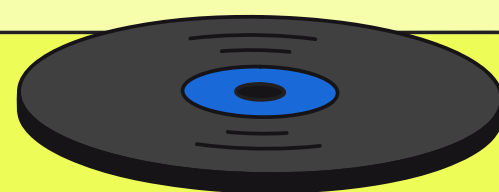
- ได้รับค่าตอบแทน เมื่อมีการนำสิ่งบันเทิงเสียงออกเผยแพร่เพื่อการค้า
- แสดงว่าตนเองเป็นนักแสดงในการแสดงของตน และเรียกร้องให้ระบุว่าตนเป็นนักแสดงในการแสดงของตน
- โอนให้ผู้อื่นใช้สิทธิในการแสดงของตนไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน และจะมีกำหนดเวลาหรือตลอดอายุแห่งการคุ้มครองก็ได้
- ระยะเวลาคุ้มครองสิทธินักแสดง มีอายุ 50 ปีนับแต่วันสิ้นปีปฏิทินของปีที่มีการแสดง ในกรณีที่มีการบันทึกการแสดง ให้มีอายุ 50 ปีนับแต่วันสิ้นปีปฏิทินของปีที่ได้มีการบันทึกการแสดงเช่นกัน
- ผู้ใดกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากนักแสดงหรือไม่จ่ายค่าตอบแทน ถือว่าผู้นั้นละเมิดสิทธิของนักแสดง

สิทธิข้างเคียงของนักร้อง อยู่ตรงไหน?

เมื่อเพลงถูกแต่งขึ้น
เนื้อร้อง/ทำนอง
= **ดนตรีกรรม**

เมื่อเพลงถูกร้อง
การแสดง เสียงร้อง
= **นักแสดง**

เมื่อเพลงถูกบันทึกลงวัสดุ
แผ่นเสียง ซีดี ไฟล์เพลง
= **สิ่งบันเทิงเสียง**



เจ้าของ: นักแต่งเพลง
สถานะ: ลิขสิทธิ์

เจ้าของ: ศิลปิน/นักร้อง / นักดนตรี
สถานะ: สิทธิข้างเคียง
*อ่านต่อที่ Note

เจ้าของ: ค่ายเพลง
สถานะ: ลิขสิทธิ์

สิทธิของค่ายเพลง

ลิขสิทธิ์สิ่งบันเทิงเสียง (Exclusive Rights)

- ทำซ้ำหรือดัดแปลง
- เผยแพร่ต่อสาธารณชน
- ให้เช่า
- ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น
- อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิ

สิทธิของนักร้อง

สิทธิข้างเคียง (Neighboring Rights)

- ได้รับค่าตอบแทน เมื่อมีการนำสิ่งบันเทิงเสียงที่ได้บันทึกไว้ออกเผยแพร่เพื่อการค้า
- แพร่เสียงแพร่ภาพ หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนซึ่งการแสดง
- บันทึกการแสดง ที่ยังไม่มี การบันทึกไว้แล้ว
- ทำซ้ำสิ่งบันทึกการแสดง ที่มีผู้บันทึกไว้โดยไม่ได้รับอนุญาต

VS

* NOTE

สิทธิของศิลปินนักร้อง และนักแสดงในไทย กำลังจะชัดเจนขึ้น!

ทุกวันนี้ศิลปินในไทยตามกฎหมายลิขสิทธิ์ในปัจจุบัน ยังเป็นสิทธิข้างเคียง แต่สำหรับค่ายเพลงมาตรฐานสากลและค่ายเพลงยุคใหม่ จะมีการตกลงให้ค่าตอบแทนกับศิลปินตั้งแต่วันทำสัญญา และค่าตอบแทนจะขึ้นกับเปอร์เซ็นต์ที่ตกลงร่วมกับค่ายเพลงไว้ตั้งแต่ต้น ซึ่งควรจะต้องบาลานซ์เพื่อให้ธุรกิจค่ายเพลงยังคงอยู่ได้ และเป็นดีลที่แฟร์กับทั้งค่ายเพลงและศิลปินนักร้อง

ข่าวดี! เพื่อความชัดเจน ในปี พ.ศ. 2567 พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์อยู่ระหว่างการแก้ไข ให้สิทธินักแสดงมีสถานะเป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียว โดยคาดว่าจะสามารถบังคับใช้ได้ในปี พ.ศ. 2570 นั่นแปลว่าในอนาคต สิทธินักแสดงศิลปินนักร้อง จะมีสิทธิในลักษณะเดียวกับดนตรีกรรมและสิ่งบันเทิงเสียง และมีโอกาสสร้างรายได้จากสิ่งบันเทิงเสียงที่เป็นเสียงของตนเองได้เช่นกัน โปรดรอติดตามตอนต่อไป...

RUN THE MACHINE

วิธีบริหารลิขสิทธิ์ และจัดเก็บรายได้

ปัญหาคลาสสิกของค่ายเพลงและนักสร้างสรรค์ในไทย คือ เมื่อมีเชื้อไฟอยากบริหารจัดการเก็บค่าลิขสิทธิ์ในเพลงที่ตนสร้างสรรค์แล้ว แต่กลับจับต้นชนปลายไม่ถูก ไม่รู้ว่าต้องเริ่มต้นที่ไหน ต้องแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์อย่างไร และมีตัวละครไหนบ้างที่เป็นผู้ช่วยเหลือสนับสนุน

เนื้อหาในบทนี้จะจับมือพาคุณไปกดสวิทช์ลิขสิทธิ์ปุ่มแรกให้ถูกต้อง เปิดประตูสู่โอกาสทางรายได้ระยะยาว และจงมีไ้ไปทำความรู้จักผู้ช่วยจัดเก็บลิขสิทธิ์ ถ้าพร้อมแล้ว ไปเปิดเครื่องจักรให้เดินกัน!

การแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ และรหัสสิ่งบันทึกเสียง

1 ยื่นขอแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์กับ DIP

การรับแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ (Copyright Notification) เป็นบริการของกรมทรัพย์สินทางปัญญา (DIP) มีขึ้นเพื่อให้เจ้าของลิขสิทธิ์นำข้อมูลเกี่ยวกับผลงานลิขสิทธิ์ที่ตนได้สร้างสรรค์ขึ้นมาบันทึกไว้เพื่อเป็นหลักฐานเบื้องต้นสำหรับการพิสูจน์ความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ รวมทั้งเพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับการติดต่อขออนุญาตใช้งานลิขสิทธิ์

***NOTE**

ทำไมค่ายเพลงควรยื่นแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์?

- เป็นหลักฐานเบื้องต้นเพื่ออ้างอิงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ใช้ยืนยันเวลาเมื่อผู้ขอใช้งานเพลง และต้องการเอกสารยืนยันความเป็นเจ้าของ
- เป็นข้อมูลยืนยันเวลาที่สร้างสรรค์เพลง
- ช่วยให้ภาครัฐสร้างฐานข้อมูล (database) เพลงในประเทศไทย มีข้อมูลอ้างอิงในการป้องกัน/ปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์ เพื่อใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเพลงและสนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์หรือซอฟต์แวร์ของประเทศไทย ให้ทัดเทียมระดับโลก

ขั้นตอนง่ายๆ ในการยื่นขอแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ทางออนไลน์

- 1 เข้าไปที่เว็บไซต์ <http://copyright.ipthailand.go.th>
 - 2 ลงทะเบียนยืนยันตัวตน แล้วเข้าสู่ระบบ
 - 3 คลิกเลือก แจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ (แบบฟอร์ม ลข.01)
 - กรอก ข้อมูลเจ้าของลิขสิทธิ์และตัวแทน
 - กรอก ผลงานและผู้สร้างสรรค์พร้อมอัปโหลดไฟล์ผลงาน
 - กรอก สถานที่ติดต่อและส่งเอกสาร
 - ตรวจสอบหลักฐาน และส่งคำขอแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์
 - 4 ดาวน์โหลดใบนำส่งและแบบฟอร์ม ลข.01
 - 5 พิมพ์และลงนามเพื่อนำไปยืนยันตัวตนทางออนไลน์
 - 6 รอพิจารณาคำขอ ติดตามสถานะทางอีเมล
 - 7 หากได้รับอนุมัติ รับหนังสือรับรองดิจิทัลได้ทางอีเมล
- *การแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ไม่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

คลิกอ่านเพิ่มเติม

ขั้นตอนการแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ออนไลน์ หรือโทรสอบถามสายด่วน กรมทรัพย์สินทางปัญญา 1368

2 ยื่นขอรหัสสิ่งบันทึกเสียงสากล กับ TECA/IFPI Thailand

ISRC (International Standard Recording Code) คือ รหัสมาตรฐานสากลของสิ่งบันทึกเสียง ซึ่งใช้เป็นรหัสประจำตัวของเพลงในการนำเพลงขึ้นแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตทั่วโลก โดยสมาคมการค้าผู้ประกอบการธุรกิจบันเทิงไทย (TECA: Thai Entertainment Content Trade Association) เป็นตัวแทนแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยที่ได้รับมอบหมายจากสมาพันธ์ผู้ผลิตสิ่งบันทึกเสียงระหว่างประเทศ (IFPI: International Federation of the Phonographic Industry) ในการออกรหัสนี้ให้กับค่ายเพลงผู้ผลิตสิ่งบันทึกเสียง

คลิกอ่านเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ISRC

***NOTE**

รหัส ISRC มีประโยชน์อย่างไร?

- เป็นรหัสสากลที่เปรียบเสมือนรหัสสินค้า ใช้ในการระบุเจ้าของและรับรายได้จากลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียงลิขสิทธิ์ทั้งในประเทศไทยและในระดับโลก เปรียบเสมือน ID ของแต่ละเพลงที่จำเป็นต้องใช้ในการส่งเพลงขึ้นแพลตฟอร์มต่างๆ
- ใช้ในการตรวจสอบลิขสิทธิ์ เพราะเพลงหนึ่งเพลง อาจมีหลายเวอร์ชัน นั่นแปลว่าต้องมีหลาย ISRC เพื่อการแยกเก็บค่าลิขสิทธิ์ที่ถูกต้องแม่นยำ

ตัวอย่างรหัส ISRC



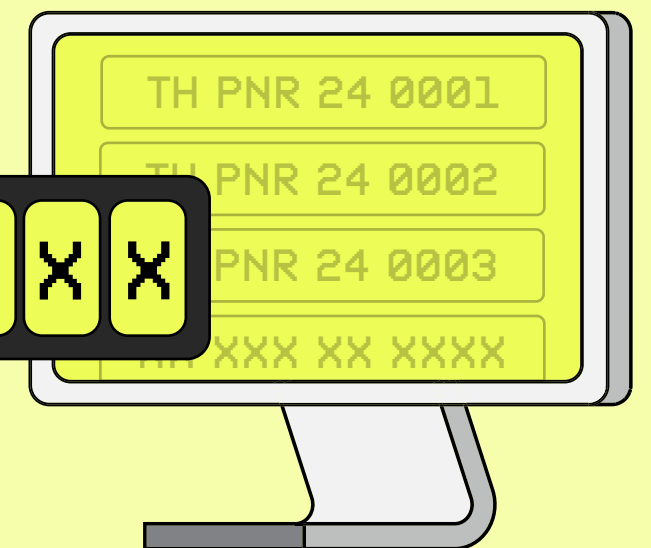
00 — รหัสประเทศ สำหรับประเทศไทย คือ TH

AAA — รหัสชื่อย่อยค่ายเพลงเจ้าของสิ่งบันทึกเสียง (3 ตัวอักษร) เช่น PNR

YY — ปี ค.ศ. ของสิ่งบันทึกเสียง/เพลง

XXXXX — รหัสลำดับสิ่งบันทึกเสียง/เพลงที่ผู้ผลิต/เจ้าของสามารถกำหนดลำดับสิ่งบันทึกเสียงได้เอง

เช่น TH PNR 24 0001



ISRC REQUEST

ขั้นตอนยื่นขอรหัส ISRC ทางออนไลน์

1. เข้าไปที่เว็บไซต์ <https://pnr.co.th/teca-info>
2. ดาวน์โหลดเอกสาร 3 ชุด ได้แก่
 - แบบฟอร์มขอสมัคร ISRC
 - แบบฟอร์มรายละเอียดสิ่งบันทึกเสียงที่ต้องการขอรหัสสิ่งบันทึกเสียงสากล (ISRC)
 - หนังสือรับรองสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียงที่ต้องการขอรหัสสิ่งบันทึกเสียงสากล (ISRC)
3. กรอกเอกสารทั้ง 3 ชุด พร้อมแนบเอกสารอื่นๆ
 - กรณีนิติบุคคล แนบสำเนาหนังสือรับรองบริษัทอายุไม่เกิน 3 เดือน พร้อมสำเนาบัตรประชาชนกรรมการผู้มีอำนาจตามหนังสือรับรอง พร้อมประทับตราบริษัทฯ (ถ้ามี)
 - กรณีบุคคลธรรมดา แนบสำเนาบัตรประชาชนพร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง
4. แนบหนังสือรับรองการจดทะเบียนข้อมูลลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียงจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา (DIP)
5. ส่งหลักฐานทั้งหมด เพื่อตรวจสอบข้อมูลพร้อมโอนค่าธรรมเนียม

คลิกอ่านเพิ่มเติม

ขั้นตอนการยื่นขอ ISRC แบบละเอียด

การส่งรายงานแจ้งรหัสสิ่งบันทึกเสียงสากล (ISRC)

TECA จะจัดส่งรายงาน ISRC ให้เจ้าของสิ่งบันทึกเสียง/เพลงทุก 6 เดือน เพื่อส่งไปยังฐานข้อมูลกลาง (ISRC Database) ของ IFPI สำหรับใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงทั่วโลก และป้องกันการแอบอ้าง ISRC ซ้ำซ้อนจากบุคคลอื่น

***NOTE**

ISRC ต่างจาก ISWC อย่างไร?

ISRC = รหัสสิ่งบันทึกเสียง ค่ายเพลงต้องขอที่ TECA/IFPI Thailand
 ISWC = รหัสดนตรีกรรม นักแต่งเพลงต้องขอที่ MCT/CISAC
 ISWC คือรหัสมาตรฐานสากลของดนตรีกรรม ที่ใช้ระบุเอกลักษณ์ของเพลงแต่ละเพลง ซึ่งเป็นวิธีการที่ใช้เพื่อจัดทำรายละเอียดดนตรีกรรมหรืองานประพันธ์ ตัวเลขนี้จะออกให้โดยสมาพันธ์ผู้ประพันธ์เนื้อร้องและทำนองระหว่างประเทศ (CISAC) โดยรหัส ISWC จะเกี่ยวข้องกับนักแต่งเพลงโดยตรง ส่วนรหัส ISRC จะเกี่ยวข้องกับค่ายเพลงโดยตรง

คลิกอ่านเพิ่มเติม Music Copyright ฉบับ 102

รายได้ของธุรกิจสิ่งบันทึกเสียงมาจากไหน?

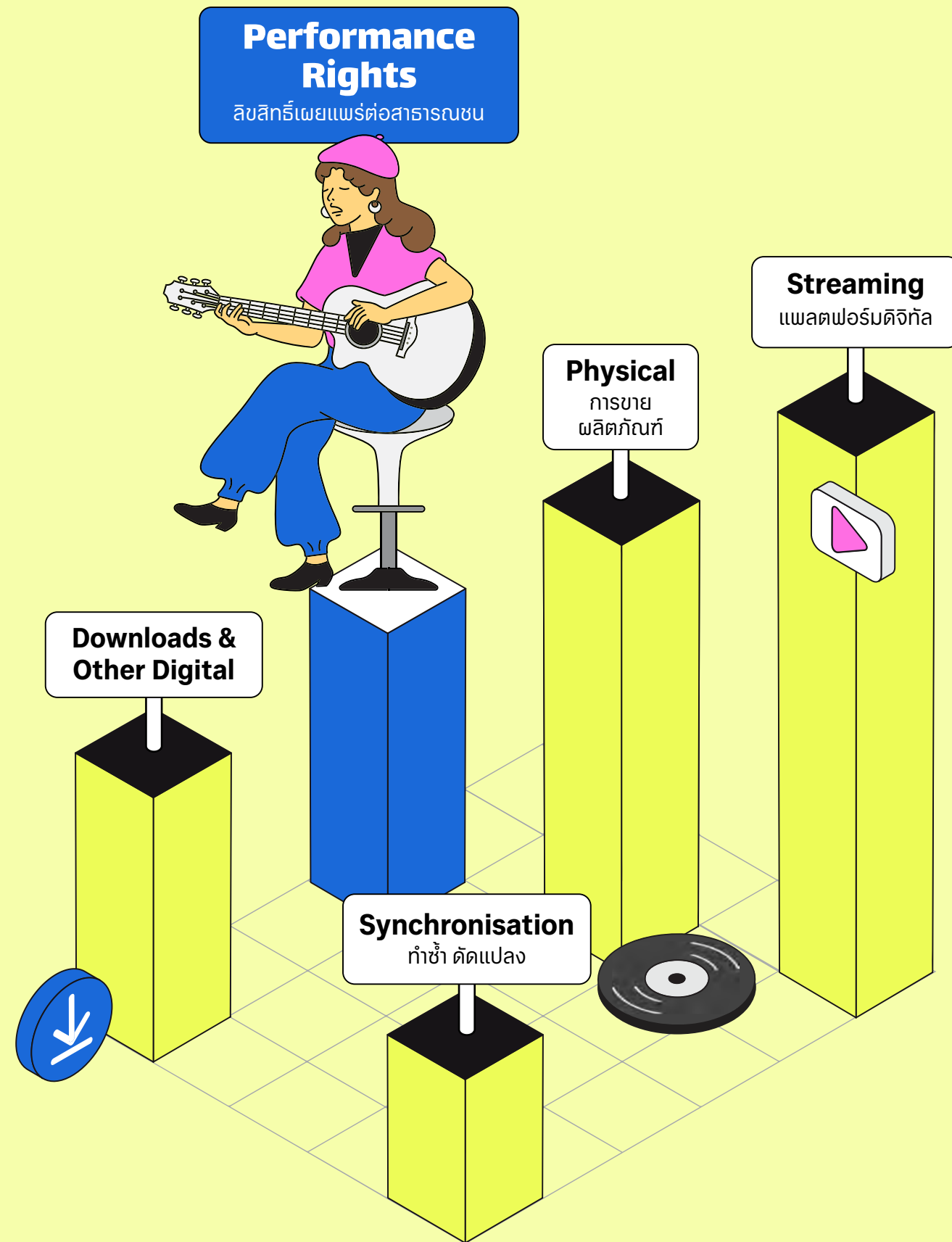
ค่ายเพลงในปัจจุบัน นอกจากเป็นผู้ผลิตสิ่งบันทึกเสียง ยังเพิ่มบทบาทในการส่งเสริม อำนวยความสะดวก ดูแลผลประโยชน์ ทำการตลาด และสร้างเครือข่าย เพื่อเพิ่มช่องทางจำหน่ายเพลงในแพลตฟอร์มดิจิทัล รวมถึงป้องกันคุ้มครองสิทธิ์ให้กับศิลปินในสังกัด นำไปสู่การสร้างรายได้จากหลากหลายช่องทาง ดังต่อไปนี้



โครงสร้างรายได้ของธุรกิจเพลง

ช่องทางรายได้	ลูกค้า/ผู้ใช้เพลง	ผู้บริหารจัดการ
แพลตฟอร์มดิจิทัล หรือธุรกิจ B-2-C	คนทั่วไป ฟังเพื่อความบันเทิงส่วนตัว	ค่ายเพลง หรือ MCN (Multi-Channel Network) SONY MUSIC UNIVERSAL MUSIC WARNER MUSIC ANYMIND Group Solution One (S1) Believe Digital
การขายผลิตภัณฑ์ต่างๆ (Physical)	คนทั่วไป ฟังเพื่อความบันเทิงส่วนตัว	ค่ายเพลง คลิกดูสมาชิกเพิ่มเติม www.pnr.co.th
ค่าลิขสิทธิ์จากการอนุญาตเผยแพร่ต่อสาธารณชน	ธุรกิจ และผู้ประกอบการ	องค์กรจัดเก็บลิขสิทธิ์ (CMO) สำหรับการนำเพลงไปเปิดใช้ คลิกดูเพิ่มเติม www.mpcmusic.co.th
ค่าลิขสิทธิ์ทำซ้ำ หรือธุรกิจ B-2-B	ธุรกิจ และผู้ประกอบการ	องค์กรจัดเก็บลิขสิทธิ์ (CMO) และบริการจัดส่งไฟล์เพลงถูกลิขสิทธิ์ คลิกดูเพิ่มเติม www.pnr.co.th

รายได้อุตสาหกรรม สิ่งบันทึกเสียงจากสมาชิกทั่วโลก : รายได้ที่เจ้าของลิขสิทธิ์อาจลืม?



คลิกอ่านเพิ่มเติม
เกี่ยวกับ GMR

จากรายงานยอดขายรายได้อุตสาหกรรมสิ่งบันทึกเสียงจากสมาชิกทั่วโลก หรือ GMR (Global Music Report) ของ สมาพันธ์ผู้ผลิตสิ่งบันทึกเสียงระหว่างประเทศ (IFPI: International Federation of the Phonographic Industry) ที่รวบรวมกว่า 8,000 สมาชิกจากใน 70 ประเทศ พบว่าในปี ค.ศ. 2024 อุตสาหกรรม สิ่งบันทึกเสียงเติบโตต่อเนื่อง โดย **รายได้จากลิขสิทธิ์เผยแพร่ต่อสาธารณชน เป็นรายได้ที่มากเป็นลำดับที่ 3 ของรายได้สิ่งบันทึกเสียงทั้งหมด แต่เหมือนจะเป็นรายได้ที่เจ้าของสิ่งบันทึกเสียงไม่รู้จัก** นั่นแปลว่าการเรียกเก็บค่าลิขสิทธิ์ในส่วนนี้เป็นสิ่งที่ค่ายเพลงควรให้ความสำคัญ ด้วยการมองหาองค์กรจัดเก็บลิขสิทธิ์ (CMO) มาช่วยในการบริหารจัดการ

องค์กรจัดเก็บ (CMO) คือใคร?

องค์กรจัดเก็บ (Collective Management Organization: CMO) คือหน่วยงานที่จะช่วยผู้สร้างสรรค์เจ้าของลิขสิทธิ์และค่ายเพลง ในการบริหารจัดการค่าตอบแทนลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียงอย่างเป็นธรรม จากการใช้เพลงในสถานประกอบการหรือเพื่อประกอบธุรกิจแบบ B-to-B ตัวอย่างเช่น การนำเพลงไปเปิดในสายการบิน โรงแรม ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ร้านคาราโอเกะ รวมถึงสถานีโทรทัศน์และวิทยุ เพราะองค์กรจัดเก็บเป็นผู้ชำนาญการ มีความรู้ มีมาตรฐาน โดยเฉพาะองค์กรจัดเก็บที่มีเครือข่ายประสานงานร่วมกันทั่วโลก

ตัวละครสำคัญในการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์

องค์กรจัดเก็บ = นิติบุคคลที่มีวัตถุประสงค์หลักในการบริหารจัดการสิทธิการอนุญาตให้ใช้สิทธิเพลงของสมาชิก และจัดเก็บค่าตอบแทนจากผู้ใช้งานเพื่อจัดสรรให้แก่สมาชิก

สมาชิก = เจ้าของสิทธิหรือผู้ถือสิทธิไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ซึ่งองค์กรจัดเก็บรับเข้าเป็นสมาชิก

เจ้าของสิทธิ = เจ้าของลิขสิทธิ์เพลงไม่ว่าจะโดยการสร้างสรรค์ ขอสัญญา การรับมรดก หรือวิธีอื่นใดโดยชอบด้วยกฎหมายหรือเป็นผู้มีสิทธิได้รับค่าตอบแทน

ผู้ใช้งาน = ผู้ต้องการใช้เพลงหรือผู้ขออนุญาต หรือผู้ต้องการใช้ไฟล์เพลงถูกลิขสิทธิ์ เพื่อเปิดในสถานประกอบการหรือประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์และวิทยุ

เพลง = งานอันมีลิขสิทธิ์ประเภทดนตรีกรรมและ/หรือสิ่งบันทึกเสียง

ค่าลิขสิทธิ์ = ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมจากการใช้สิทธิเพลง/สิ่งบันทึกเสียง

NOTICE

ทำไมค่ายเพลงถึงต้องร่วมมือกับ CMO?

1. ความรู้ ความชำนาญ เรื่องการบริหารลิขสิทธิ์เผยแพร่ต่อสาธารณชน และการอนุญาตผู้ใช้เพลงในสถานประกอบการหรือประกอบธุรกิจ
2. สอดคล้องกับผู้ขออนุญาตที่จุดเดียว และคุ้มครองตรวจสอบเพลงให้
3. ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ เพราะเป็นการแชร์ค่าใช้จ่ายร่วมกัน

ค่ายเพลงไม่น้อยมักไม่รู้ว่าสิ่งบันเทิงเสียง มีลิขสิทธิ์แยกต่างหากจากดนตรีกรรมซึ่งเป็นสิทธิของนักแต่งเพลง เนื่องจากองค์กรจัดเก็บในประเทศไทยส่วนใหญ่จะจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์รวมกันทั้ง 2 สิทธิ

ดนตรีกรรม = เนื้อร้อง/ทำนอง > ลิขสิทธิ์ของนักแต่งเพลง
สิ่งบันเทิงเสียง = เพลงที่ผลิตออกมา > ลิขสิทธิ์ของค่ายเพลง

ตามมาตรฐานสากล 2 ลิขสิทธิ์จะแยกบริหารจัดการโดยองค์กรจัดเก็บ 2 แห่ง เนื่องจากเจ้าของลิขสิทธิ์อาจไม่ใช่รายเดียวกัน จึงอาจทำให้การเก็บค่าลิขสิทธิ์ในส่วนของสิ่งบันเทิงเสียง อาจมีการตกลงหรือละเมิดลิขสิทธิ์ ทำให้ค่ายเพลงสูญเสียรายได้ที่น่าเสียดาย



ตัวอย่างการจัดเก็บลิขสิทธิ์สิ่งบันเทิงเสียงของ CMO



รู้จักองค์กรจัดเก็บที่ชื่อ PNR

Phonorights (Thailand) Ltd. (PNR) เป็นองค์กรจัดเก็บ (CMO) รายใหญ่ที่ดำเนินการบริหารจัดการค่าลิขสิทธิ์สิ่งบันเทิงเสียงให้มากกว่า 70 ค่ายเพลงไทย และ 3 ค่ายเพลงยักษ์ใหญ่ ด้วยสโลแกน 'All About Music' โดยในปัจจุบัน ไม่ได้ทำงานแค่ในมุมของการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เพียงอย่างเดียว แต่พัฒนารูปแบบให้เข้ากับยุคดิจิทัล ทำงานในมุมของการนำเสนอเพลงให้กับผู้ใช้ เพื่อเป็นสะพานเชื่อมระหว่างสมาชิกค่ายเพลงเจ้าของลิขสิทธิ์และผู้ต้องการใช้เพลงอีกด้วย

คลิกอ่านเพิ่มเติม

www.pnr.co.th

PNR ช่วยค่ายเพลงและผู้ต้องการใช้เพลงอย่างไร?

1 ให้อนุญาตเผยแพร่ต่อสาธารณชนและจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ทำซ้ำ รวมถึงบริการจัดส่งไฟล์เพลงถูกลิขสิทธิ์ที่อนุญาตให้ใช้สำหรับสถานประกอบการ อาทิ การบันทึกหรือนำไฟล์เพลงไปเปิดในร้านอาหาร ผับบาร์ ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า โรงแรม สถานออกกำลังกาย คาเฟ่ ไอเกะ สายการบิน แม็กระทั่งอีเวนต์และกิจกรรมต่างๆ = ค่ายเพลงได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรม

2

PNR Music Delivery Service

บริการจัดส่งไฟล์เพลง พีเอ็นอาร์มิวสิค เดลิเวอรี่ (PNR Music Delivery Service) ซึ่งเป็นบริการที่รวบรวมเพลงจากสมาชิกค่ายเพลงไทยคุณภาพค่ายเพลงสากลใหญ่ระดับโลก เพลงเกาหลี ญี่ปุ่น และจีน จัดทำเป็นเพลย์ลิสต์แบบต่างๆ ไปนำเสนอธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น เพลงใหม่ เพลงฮิตไทย เพลงฮิตนานาชาติ เพลงสำหรับเทศกาล เพื่อให้สถานประกอบการได้รับเพลงเหมาะกับธุรกิจ เพลงใหม่ เพลงฮิต ไม่มีเอาต์ และคุ้มครองผู้ใช้งานจากผู้อ้างลิขสิทธิ์ที่ถูกต้อง โดยมีใบรับรองลิขสิทธิ์และสติ๊กเกอร์ = ผู้ใช้ได้รับเพลงที่ตรงกับ Mood & Tone และไม่ต้องกังวลเรื่องการใส่เพลงผิดลิขสิทธิ์ CMO (No Worries) พร้อมมีนักกฎหมายดูแลให้ฟรีหากมีตัวปลอมมาหลอกล่อเก็บค่าลิขสิทธิ์เพิ่มเติมโดยไม่มีค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ ค่ายเพลงที่เป็นสมาชิกก็จะได้โปรโมตผลงานใหม่ๆ เป็นผลพลอยได้ด้วย

3

สมาชิกค่ายเพลงจะได้ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมจากการใช้เพลงเพื่อธุรกิจ ภายใต้หลักการดำเนินงานดังต่อไปนี้

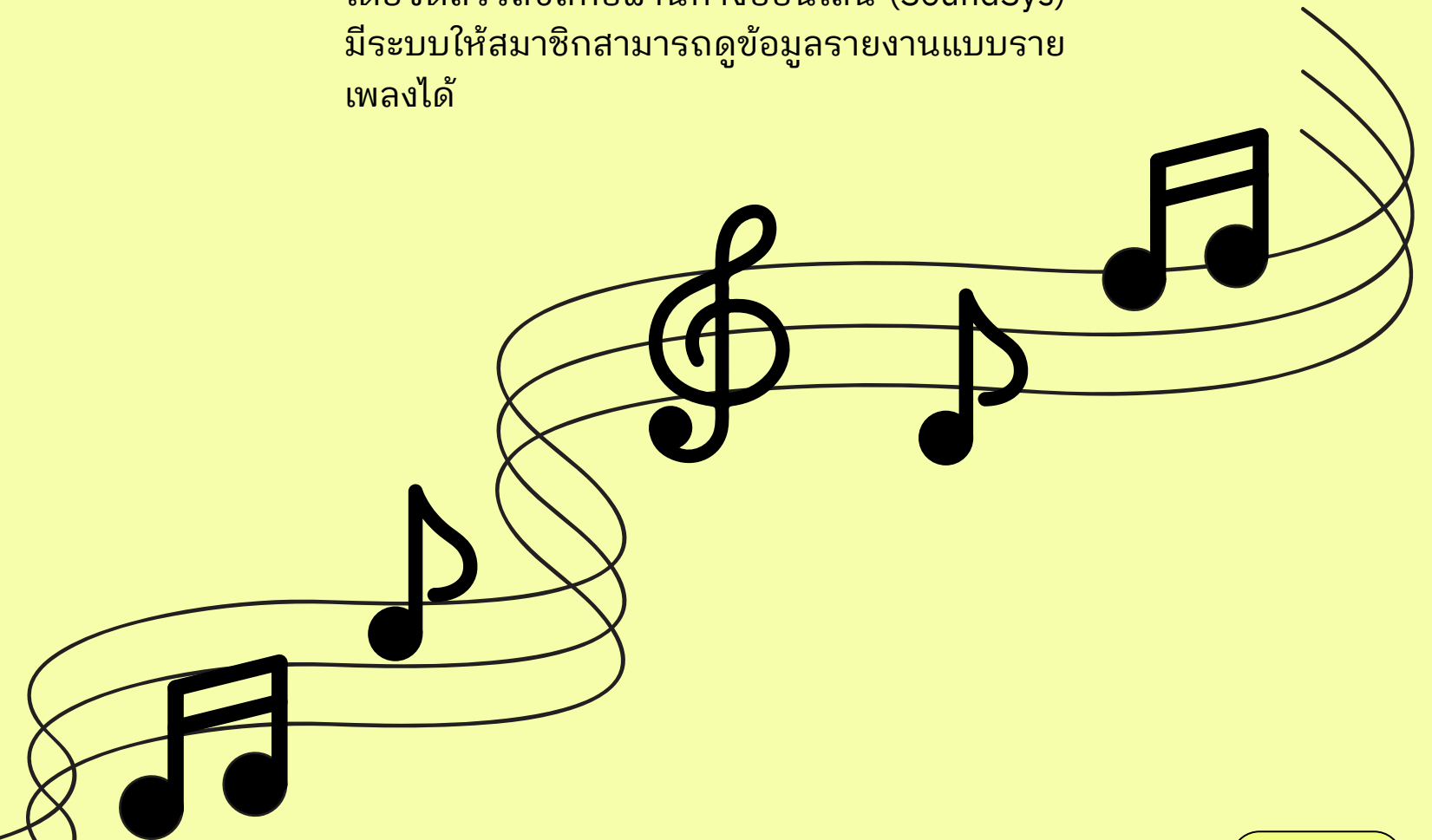
- ดำเนินการเพื่อประโยชน์สูงสุดของสมาชิก ไม่เพียงแต่จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ แต่เป็นศูนย์กลางข้อมูลเพลงและประสานกับ CMO อื่นๆ เพื่อจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ในต่างประเทศ
- ปฏิบัติกับทุกสมาชิกอย่างเท่าเทียมกัน ด้วยความโปร่งใส ตามหลักปฏิบัติที่ดี (Code of Conduct) ของ IFPI และกรมทรัพย์สินทางปัญญา
- มีระบบจัดสรรค่าลิขสิทธิ์คืนสมาชิกเจ้าของลิขสิทธิ์อย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ถูกต้อง และรวดเร็ว โดยจัดสรรลิขสิทธิ์ผ่านทางออนไลน์ (SoundSys) มีระบบให้สมาชิกสามารถดูข้อมูลรายงานแบบรายเพลงได้

คลิกอ่านเพิ่มเติม

Code of Conduct
โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา

คลิกอ่านเพิ่มเติม

รายชื่อองค์กรจัดเก็บที่ดำเนินการตามหลักปฏิบัติที่ดีในการบริหารการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เพลง



*** NOTE**

MPC คือใคร

MPC (ย่อจาก M = MCT, P = PNR, C = Copyright) เกิดจากความร่วมมือระหว่าง MCT และ PNR เป็นองค์กรที่ได้รับมอบหมายในการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เผยแพร่ต่อสาธารณชน เปรียบเป็น One Stop Service ให้นักแต่งเพลงและค่ายเพลง รวมถึงเพื่อความสะดวกในการรับบริการสำหรับสถานประกอบการและธุรกิจต่างๆ รวมถึงสถานีโทรทัศน์และวิทยุ

ขั้นตอนการจัดสรร ค่าลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียง

START
MPC จัดเก็บค่า
ลิขสิทธิ์เผยแพร่ต่อ
สาธารณชน



1



ทีม PNR ดำเนินการ
จัดสรรส่วนแบ่งรายได้



PNR จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์
ทำซ้ำเพื่อเผยแพร่ต่อ
สาธารณชนใน
สถานประกอบการ

2

ทีมจัดสรรส่วนแบ่งรายได้
ลิขสิทธิ์ (Distribution
Team) แบ่งแยกรายได้
ตามหมวดการใช้งาน

1

รายงานจากระบบ
BMAT Monitoring

รายได้จากการเผยแพร่
เสียงและภาพ
จากโทรทัศน์ วิทยุ

2

รายงานจากผู้ใช้บริการ
จัดส่งเพลงของ PNR

รายได้จากการเผยแพร่
ในสถานประกอบการ

3

รายชื่อคาราโอเกะ และ
มิวสิกวิดีโอของสมาชิก

รายได้จากการเผยแพร่
ในคาราโอเกะ

4

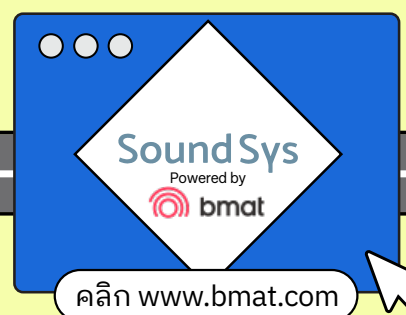
รายได้ส่วนอื่นๆ
หากไม่มีรายงาน

รายงานรวมของกลุ่ม
ลูกค้า+สถานีวิทยุที่มีทั้ง
เพลงสากลและเพลงไทย

3

นำรายได้ + รายงาน +
ฐานข้อมูลเพลงที่แบ่ง
ตามหมวด เข้าระบบ
SoundSys

- ระบบจะนำรายได้แต่ละหมวด ไปจับคู่กับรายงานการใช้เพลง
- จัดทำรายงานออกมาเป็นรายเพลง สรุปให้สมาชิก ค่ายเพลงว่าแต่ละเพลงได้รายได้ไปเท่าไร ถูกใช้งานที่ไหนอย่างไรบ้าง



จัดส่งรายงาน + ส่วนแบ่ง
รายได้ให้แก่สมาชิก
(ค่ายเพลง) ทุกไตรมาส
จำนวน xxxxx

รายได้หลังหักค่าใช้จ่าย
เหล่านี้ ส่งคืนให้
ค่ายเพลงทั้งหมด

FINISH!

ตัวอย่างหัวข้อในรายงาน Distribution Report ที่ค่ายเพลงจะได้รับจาก PNR

Country	Label	ISRC	Artist	Title	Use Type	User	บาท	บาท /หน่วย	รวม เป็นเงิน
TH	Good Partners	THPNR00001	SMART	Sound Recording	Commercial Radio Broadcast	Radio XX.X			
TH	Good Partners	THPNR00002	SMART	Sound Recording	TV simulcast	TV chX			
TH	Good Partners	THPNR00003	SMART	Sound Recording	Public performance, venues and events	Shop, Mall, Hotel, Fitness, Spa			
TH	Good Partners	THPNR00004	SMART	Sound Recording	Public performance, venues and events	Restaurant, Pub, Bar, Karaoke			
TH	Good Partners	THPNR00005	SMART	Sound Recording	Public performance, venues and events	Event, Exhibition, Showroom			
TH	Good Partners	THPNR00006	SMART	Sound Recording	Public performance, venues and events	Airline			



KNOW YOUR SAFETY SIGN

ข้อควรระวังสำหรับ เจ้าของสิทธิ์:

อย่าลืมคุ้มครองและป้องกันลิขสิทธิ์
ของตนเอง

จริงไหม? ที่ค่ายเพลงชอบเอาเปรียบ ... คำตอบคือไม่จริง เพราะค่ายเพลงยุคใหม่มีมาตรฐาน มีความรู้เรื่องลิขสิทธิ์ และความเข้าใจเรื่องการบริหารจัดการลิขสิทธิ์และศึกษา สัญญาที่เป็นธรรมมากขึ้น ทั้งนักแต่งเพลง ค่ายเพลง และ ศิลปินต่างทำให้การทำงานร่วมกันมีความชัดเจน โปร่งใส และยุติธรรม น่าชื่นใจแทนอุตสาหกรรมเพลงไทยที่มีโอกาส พัฒนาไปสู่ในเวทีระดับโลกต่อไปได้

ในบทนี้จะไปเรียนรู้กันต่อว่า เมื่อค่ายเพลงรู้วิธีจัดการสิทธิ และร่วมมือกับองค์กรจัดเก็บ (CMO) แล้ว ยังมีเรื่องอะไร อีกที่ค่ายเพลงต้องระวังในฐานะเจ้าของสิทธิ์สิ่งบันเทิงเสียง อีกบ้าง

‘อนุญาต’ ไม่เท่ากับ ‘โอน’

! ปัญหาที่เกิด = เมื่อนักแต่งเพลง A ขอเอาเพลงที่มีลิขสิทธิ์ของค่ายเพลง B ไปร้อง แต่ทำไม่ถึงยังมีปัญหา คำตอบก็คือ บางครั้งเกิดการเข้าใจผิดในการสื่อสารหรือเลือกใช้คำในสัญญา ระหว่างคำว่า ‘อนุญาต’ และคำว่า ‘โอน’ นั่นเอง

ลิขสิทธิ์เป็นสิทธิส่วนบุคคลของผู้สร้างสรรค์เจ้าของลิขสิทธิ์ ดังนั้นผู้สร้างสรรค์เจ้าของลิขสิทธิ์มีสิทธิในการเลือกการ ‘ให้อนุญาต’ หากสัญญาเป็นแบบให้สิทธิทุกอย่าง

สิ่งที่เจ้าของสิทธิควรทำ = **ไม่โอน แต่ให้อนุญาต**

เงื่อนไขที่เจ้าของสิทธิควรระบุให้ชัดเจน เมื่อ ‘ให้อนุญาต’

- สิทธิที่ต้องการผู้สร้างสรรค์/เจ้าของลิขสิทธิ์ให้อนุญาต คือสิทธิอะไรบ้าง
- อนุญาตให้ใช้อย่างไร ในช่องทางเผยแพร่ใด
- ได้ค่าลิขสิทธิ์ส่วนใดบ้าง ในอัตราเท่าไร รับค่าลิขสิทธิ์อย่างไร มีรายงานหรือไม่
- ขอบเขต/อาณาเขตการอนุญาต คืออะไร ระยะเวลาการอนุญาต นานเท่าไร
- การยกเลิกสัญญา และเงื่อนไขในการยกเลิก เป็นอย่างไร

ข้อแตกต่าง ระหว่าง การโอน และ การอนุญาต

	โอน	อนุญาต
สิทธิ	โอนลิขสิทธิ์ไปทั้งหมด หรือตกลงโอนเพียงบางส่วน	อนุญาตเฉพาะสิทธิที่ตกลงกัน
ผล	ผู้โอนไม่ได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์อีกต่อไป	เจ้าของลิขสิทธิ์ยังมีสิทธิ แต่เพียงผู้เดียวในงานนั้น
รูปแบบ	ต้องทำเป็นหนังสือ ลงลายมือชื่อทั้งผู้โอนและผู้รับโอน	ไม่จำเป็นต้องทำเป็นหนังสือ (แต่ควรทำเพื่อเป็นหลักฐาน)
ข้อจำกัด และ เงื่อนไข	เจ้าของลิขสิทธิ์เดิม โอนลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่นไม่ได้อีก	1. แบบเด็ดขาด (Exclusive) คือ ให้ผู้รับอนุญาตเพียงรายเดียวใช้ลิขสิทธิ์ 2. แบบไม่เด็ดขาด (Non-exclusive) คือ ให้ผู้รับอนุญาตหลายรายใช้ลิขสิทธิ์
	ถ้าไม่กำหนดระยะเวลา ให้ถือว่า โอน 10 ปี หากผู้โอนอยากนำงานลิขสิทธิ์ไปใช้ ต้องกลับไปขออนุญาตผู้รับโอน	ต้องกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจน นำงานลิขสิทธิ์ของตัวเองไปใช้ได้เต็มที่ (เว้นแต่มีข้อห้ามในสัญญา)
	อาจได้รับค่าตอบแทนครั้งเดียว หรือหลายคราวแล้วแต่จะตกลงกัน	ได้รับค่าตอบแทนในแต่ละครั้งที่อนุญาต

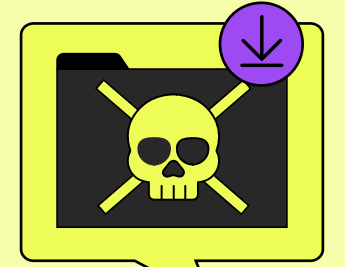
***NOTE**

เมื่อมีปัญหา ต้องยกเลิกสัญญาได้

ผู้ให้อนุญาตต้องยกเลิกสัญญาได้ โดยไม่มีเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรม เพราะปัญหาส่วนใหญ่มักไม่ได้เกิดขึ้นตอนทำสัญญา แต่มักมีปัญหาในตอนให้อนุญาตไปแล้ว ดังนั้น ขอให้พิจารณาอย่างรอบคอบ หรือปรึกษากับทางกรมทรัพย์สินทางปัญญาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

อย่าสนับสนุนให้เกิด ‘สตรีมริปปิง’

! ปัญหาที่เกิด = ค่ายเพลงสูญเสียรายได้และสูญเสียการแข่งขันที่เป็นธรรม จากเว็บไซต์บางประเภทที่ให้บริการที่ผิดกฎหมาย หรือที่เรียกกันว่า ‘เว็บดูดเพลง’ ที่ทำระบบผิดกฎหมายให้สามารถเข้าถึงการดาวน์โหลดเพลงจากสตรีมมิงออนไลน์ อาทิ YouTube Spotify หรือ Apple Music ได้



สตรีมริปปิง คืออะไร?

บริการสตรีมมิง (Streaming)

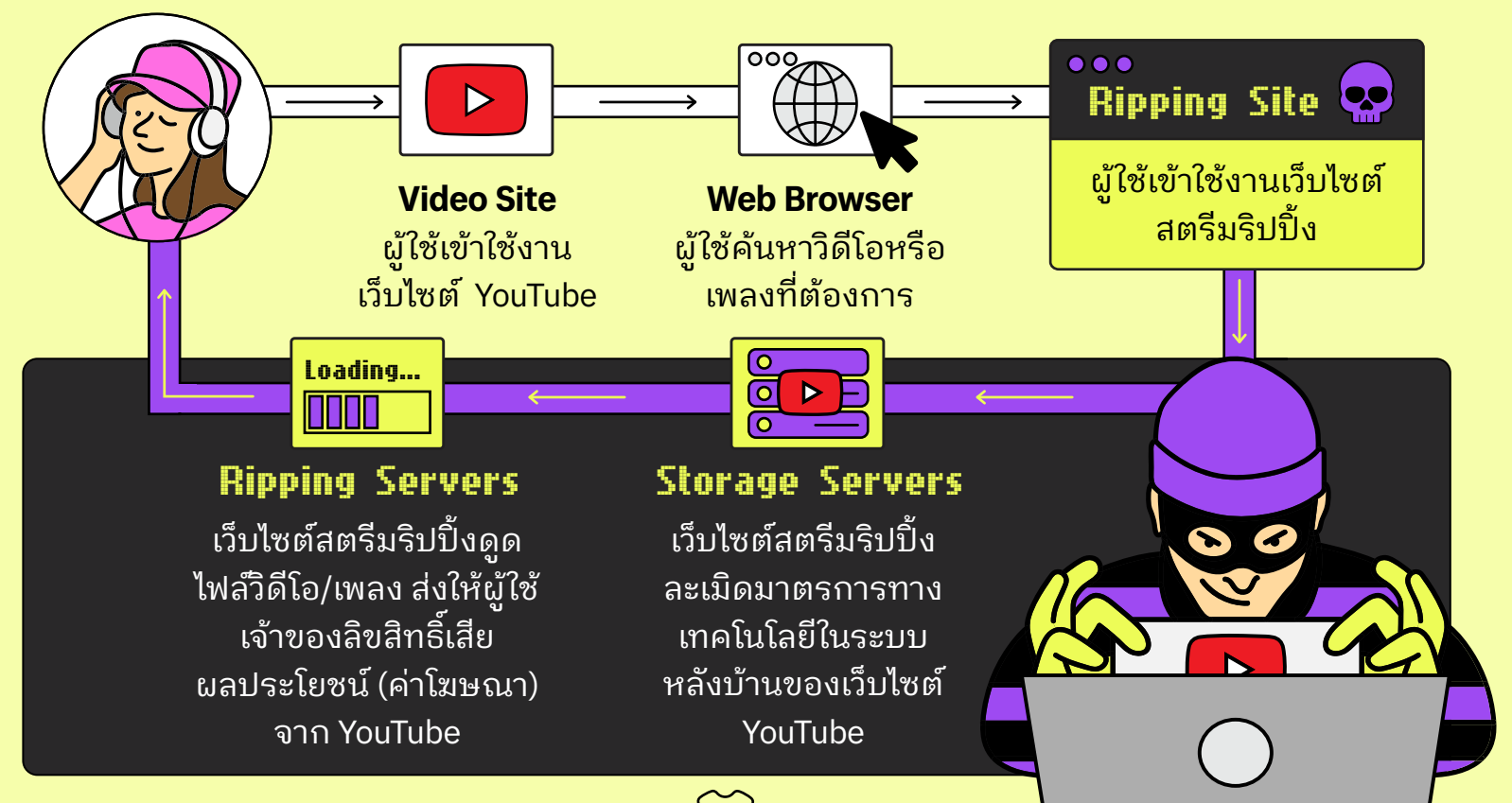
คือบริการที่ให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าดูหรือฟังได้ **แต่ไม่อนุญาต** ให้ดาวน์โหลดหรือนำข้อมูลออกมาไม่ว่าจะโดยเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ เนื่องจากเจ้าของลิขสิทธิ์อนุญาตลิขสิทธิ์ให้กับเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มแบบมีข้อจำกัด (ค่าตอบแทนให้ผู้สร้างสรรค์ที่น้อยกว่า)

สตรีมริปปิง (Stream Ripping)

เป็นการสร้างไฟล์ดาวน์โหลดที่ **ไม่ถูกกฎหมาย** ทำให้บุคคลทั่วไปดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลจากผู้ให้บริการสตรีมมิง โดยการทำงานของสตรีมริปปิง จะทำให้ไฟล์ MP3 ดาวน์โหลดได้จากมีเดียวิดีโอที่สตรีม และสามารถนำกลับมาใช้โดยไม่ต้องใช้สัญญาณอินเทอร์เน็ต (offline) หรือไปใช้นอกระบบอื่น โดยไม่มีค่าตอบแทนที่เป็นธรรมให้แก่เจ้าของลิขสิทธิ์

เว็บไซต์สตรีมริปปิงซึ่งไม่เพียงแต่สร้างไฟล์ดาวน์โหลดโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ แต่ยังทำให้มาตรการทางเทคโนโลยีของผู้ให้บริการสตรีมมิงไม่เกิดผล ซึ่งเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย (พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 53/4, มาตรา 53/6) โดยในปัจจุบัน สตรีมริปปิงเป็นรูปแบบที่แพร่หลายมากที่สุดของการละเมิดลิขสิทธิ์เพลงบนออนไลน์

การทำงานของเว็บไซต์ประเภท Stream Ripping





เว็บไซต์สตรีมริปปิงสร้างปัญหาอะไร?

- ทำรายได้จากอุตสาหกรรมเพลงและหาประโยชน์จากรายได้ที่ผิดกฎหมาย โดยไม่มีการจ่ายค่าตอบแทนใดๆ คืนให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์/ศิลปินนักร้อง/นักแสดงหรือบริษัทผู้ผลิตสิ่งบันทึกเสียง ซึ่งเป็นอันตรายกับธุรกิจเพลงและสิ่งบันทึกเสียง
- สร้างการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม กับบริการเพลงที่ได้รับอนุญาตอย่างถูกต้อง ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อค่าลิขสิทธิ์ที่ศิลปินรวมถึงศิลปินไทยพึงได้รับจากความทุ่มเท ทำงานอย่างหนัก (จากสถิติ *ifpi | Thailand* Chart 2024) เพลงฮิต 9 ใน 10 เพลงเป็นเพลงไทย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการเติบโตของตลาดเพลงไทย จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งกับผู้ซึ่งลงทุนและสร้างเพลง ควรจะได้รับค่าตอบแทนตามสมควรในการลงทุนลงแรง เพื่อผู้บริโภค ซึ่งเป็นแฟนเพลงไทยจะมีความสุขได้เพลิดเพลินกับเพลงที่รักต่อไป

แนวทางแก้ไขปัญหา 'สตรีมริปปิง' ในระดับโลก

IFPI: สมาพันธ์ผู้ผลิตสิ่งบันทึกเสียงระหว่างประเทศ และอุตสาหกรรมสิ่งบันทึกเสียง 80 แห่งทั่วโลกได้ร่วมมือกันเพื่อจัดการปัญหาของสตรีมริปปิง จากรายงานเดือนธันวาคม ค.ศ. 2022 มากกว่า 80 เว็บไซต์สตรีมริปปิงถูกระงับการเข้าถึงในหลายๆ ประเทศรวมถึง ออสเตรเลีย บราซิล เดนมาร์ก อินเดีย เปรู รัสเซีย และสเปนจากการประสานงานร่วมกันทั่วโลก

สตรีมริปปิงถูกตัดสินว่าผิดกฎหมายในหลายประเทศทั่วโลก เช่น คดีคำสั่งระงับการเข้าถึงล่าสุดในสหราชอาณาจักร เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์สตรีมริปปิงชื่อ Fivto.biz, 2conv.com, H2converter.net และแอปพลิเคชันสตรีมริปปิง MP3 Studio ศาลสูงในสหราชอาณาจักรสั่งให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) ระงับการเข้าถึงเว็บไซต์และแอปพลิเคชันดังกล่าว ด้วยเหตุผลที่เว็บไซต์กับแอปพลิเคชันและผู้ใช้งานของพวกเขาละเมิดลิขสิทธิ์ จากรายงานประเทศที่มีความเข้มแข็งในการระงับการเข้าถึงเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพ พบว่าการละเมิดลดลงมากกว่า 60%



แล้วแนวทางแก้ไขปัญหา 'สตรีมริปปิง' ในประเทศไทยล่ะ?



- ✓ ดูแลคุ้มครองลิขสิทธิ์ของสมาชิก การบังคับใช้กฎหมาย ป้องกันและปราบปรามเว็บไซต์ละเมิดที่ดำเนินการจากประเทศไทย
- ✓ การปิดกั้นเว็บไซต์ โดยแจ้งกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมให้ยื่นคำร้องต่อศาล เพื่อดำเนินการปิดกั้นเว็บไซต์สตรีมริปปิง ในกรณีที่การบังคับใช้กฎหมายไม่สามารถปฏิบัติได้ หรือทำได้ทันที่
- ✓ การเปลี่ยนมาตรการทางกฎหมาย รณรงค์ให้ออกกฎหมายที่สอดคล้องกับสนธิสัญญาสิทธิระหว่างประเทศ และมาตรการเพื่อป้องกันการดาวน์โหลดจากบริการสตรีมมิ่งเพลง
- ✓ ผู้ใช้และแฟนเพลงรณรงค์ ไม่สนับสนุนผู้เอาเปรียบเจ้าของลิขสิทธิ์ ทั้งศิลปิน ค่ายเพลง และผู้แต่งเพลง

คลิกอ่านเพิ่มเติม

ใช้เพลงอย่างไรไม่ผิดกฎหมาย

คลิกอ่านเพิ่มเติม

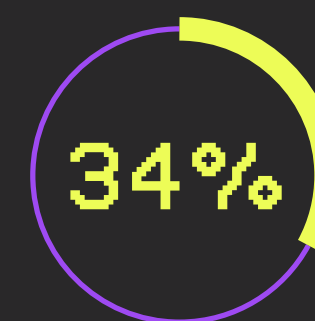
Copyright Infringement



คือจำนวนครั้งการเข้าถึง 10 อันดับเว็บไซต์สตรีมริปปิงที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในไทย ในเวลาเพียง 1 เดือน



คือจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไทยที่เข้าชม 6 เว็บไซต์สตรีมริปปิงในแต่ละเดือน



ของผู้ที่มีอายุ 16-24 ปี ทั่วโลก รัปมิงเพลงจากริปปิงบริการสตรีมริปปิง

แล้วคุณล่ะ... ทำอย่างไรเมื่อเจอเว็บไซต์สตรีมริปปิง?

- ก. โหลดลิคริบ รออะไร
> คุณคืออาชญากร ที่ทำร้ายวงการเพลงและศิลปิน นักสร้างสรรค์ โดยไม่รู้ตัว
- ข. ไม่โหลด เพราะรู้ว่าผิดกฎหมายและใจร้าย
> คุณคือฮีโร่ ที่จะช่วยให้วงการเพลงพัฒนาต่อไปในอนาคต ดังนั้น จงทำดีต่อไปนะ

FAQS (FREQUENTLY ASKED QUESTIONS)

ถาม-ตอบ จากผู้ต้องการ ขอใช้เพลง

อีกหนึ่งตัวละครที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับลิขสิทธิ์สิ่งบันเทิงเสียง ก็คือบรรดา ‘ธุรกิจและผู้ประกอบการ’ ที่ต้องการขอนำเพลงไปเปิดหรือไปใช้ในสถานประกอบการของตน แน่นอนว่าเป็นไปไม่ได้หรอกที่คุณจะเดินไปไล่ขอสิทธิ์กับค่ายเพลงโดยตรง สิ่งที่คุณควรทำก็คือ การติดต่อบงค์กรจัดเก็บ (CMO) ให้เป็นผู้ช่วยที่เชื่อถือได้ในการขออนุญาตใช้เพลง และจ่ายค่าลิขสิทธิ์อย่างถูกกฎหมาย

ในบทนี้ เรารวบรวมคำถามที่พบบ่อยจากธุรกิจและผู้ประกอบการที่ต้องการขอใช้เพลง เพื่อให้ไม่ต้องหลงทางในอุตสาหกรรมเพลง และไม่ต้องโดนเรียกเก็บค่าปรับเพราะความไม่รู้อีกต่อไป!

Q1



อยากนำเพลงไปเปิด ในสถานประกอบการ ต้องขอลิขสิทธิ์อย่างไร?

MUSIC COPYRIGHT 103
QUESTION FORM


DATE:	NOTE:
-------	-------

A1:


ต้องเข้าใจก่อนว่า การนำสิ่งบันทึกเสียงหรือเพลงไปเปิดในสถานประกอบการหลายๆ แห่ง มีส่วนช่วยส่งเสริมเพิ่มรายได้ของธุรกิจได้ไม่น้อย เมื่อเพลงทุกเพลงมีลิขสิทธิ์ การเปิดใช้เพลงจากระบบที่ไม่ได้รับอนุญาต อาจทำให้ท่านมีความผิดฐานละเมิดลิขสิทธิ์ได้โดยไม่รู้ตัว

ดังนั้น ไม่ว่าจะนำเพลงไปเปิดในสถานประกอบการรูปแบบไหน ต้องขออนุญาต CMO ที่ดูแลลิขสิทธิ์นั้น สำหรับค่ายเพลงสมาชิก PNR ผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการขออนุญาตใช้สิทธิใน 2 ลักษณะ ดังนี้

1. สิทธิในการเผยแพร่ ต่อสาธารณชน = การขออนุญาตเปิดเพลง

ขอที่ไหน - ขออนุญาตกับ  ซึ่งเป็นหน่วยงานที่จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เผยแพร่ต่อสาธารณชน ก่อนนำไปเผยแพร่

2. สิทธิในการทำซ้ำ = การอนุญาตให้ใช้ไฟล์เพลง ถูกลิขสิทธิ์

ขอที่ไหน - ขออนุญาตกับ  ซึ่งเป็นหน่วยงานที่จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์การทำซ้ำสิ่งบันทึกเสียง เพราะแม้ว่าจะเปิดจากไฟล์เพลงดิจิทัล การดาวน์โหลดเพื่อนำกลับมาเล่นซ้ำได้อีก หรือสตรีมมิ่งเพลงเข้าอุปกรณ์ของสถานประกอบการเพื่อการค้า ก็นับเป็นการทำซ้ำสิ่งบันทึกเสียงและจำเป็นต้องมีการขออนุญาตใช้สิทธิก่อนเปิดใช้เช่นกัน

ไม่ใช่แค่อนุญาต แต่ PNR ยังจัดทำเพลย์ลิสต์ (Playlist) และไฟล์เพลงที่ถูกลิขสิทธิ์ (PNR Music Delivery Service) ให้อีกด้วย

นอกจากไม่ต้องเดินไปขออนุญาตกับค่ายเพลงเองแล้ว การเลือกใช้บริการกับองค์กรจัดเก็บยังช่วยให้ผู้ประกอบการอุ่นใจได้อีกหลายเรื่อง ดังนี้

- อำนวยความสะดวกและรับรองความปลอดภัยในการใช้ไฟล์เพลงที่ได้ให้อนุญาตไม่ต้องกังวลเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ หากมีบุคคลที่สามมาโต้แย้งถึงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ รวมถึงรับประกันความถูกต้องและดูแลรับผิดชอบด้านกฎหมายและค่าใช้จ่ายทั้งหมดหากมีการถูกร้องเรียนเรื่องละเมิดลิขสิทธิ์
- บางองค์กรอาจมีการให้บริการจัดส่งเพลงเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชนในสถานประกอบการ โดยจะมีการจัดทำเพลย์ลิสต์รายชื่อเพลงแนะนำ (เพลงใหม่เพลงฮิต) ตามบรรยากาศของสถานประกอบการให้กับผู้ขออนุญาตทุกเดือน

Q2

เพลงปลอดลิขสิทธิ์
มีจริงไหม?

MUSIC COPYRIGHT 103
QUESTION FORM

DATE:

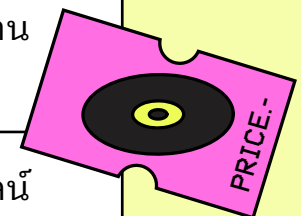
NOTE:

A2:

ไม่มีจริง เมื่อไหร่ก็ตามที่ทำเพลงออกมาโดยไม่ได้ถือลิขสิทธิ์ ย่อมมีลิขสิทธิ์เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ แต่ค่าลิขสิทธิ์นั้นจะถูกเก็บหรือไม่ อาจขึ้นอยู่กับเงื่อนไขต่างๆ ของเจ้าของสิทธิ์ เช่น เจ้าของสิทธิ์อาจยังไม่มีความรู้ในเรื่องค่าลิขสิทธิ์หรือไม่รู้ว่าเพลงของตนเองถูกใช้งานไปในสถานประกอบการไหนบ้าง ส่งผลให้เกิดธุรกิจหัวใส ที่ไปรวบรวมเอาเพลงเหล่านี้มาแอบอ้างว่าเป็นเพลงปลอดลิขสิทธิ์ แล้วนำมาขายให้กับสถานประกอบการ ส่งผลให้เจ้าของกิจการต้องโดนค่าปรับย้อนหลังเป็นจำนวนมหาศาล

สถานประกอบการที่ได้ใช้งานลิขสิทธิ์เพลงของผู้อื่นเพื่อการค้า/เชิงพาณิชย์ควรพิจารณาดังต่อไปนี้

1. การใช้เพลงหรือทำซ้ำเพลงเพื่อใช้ในสถานประกอบการ = เป็นการทำซ้ำและเผยแพร่ต่อสาธารณชนตามกฎหมายลิขสิทธิ์ ซึ่งจะต้องขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียง (เพลง) หรือสื่อทัศนวิสัย (มิวสิกวิดีโอ) เสมอ
2. สถานประกอบการที่เข้าข่ายเพื่อการค้า/เชิงพาณิชย์ได้แก่ **แบบแรก** สถานประกอบการที่ลูกค้าได้รับความบันเทิงจากการฟังเพลงโดยตรง อาทิ ภัตตาคาร คาเฟ่ **แบบที่สอง** สถานประกอบการที่ต้องการสร้างบรรยากาศให้กับสถานที่ อาทิ ร้านอาหาร ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า โรงแรม สายการบิน และ **แบบที่สาม** การใช้เพลงจากสถานีโทรทัศน์และวิทยุ
3. ในกรณีที่ท่านซื้อแผ่นซีดี (CD) หรือแผ่นดีวีดี (DVD) หรือไฟล์ดิจิทัลมาแล้ว = ได้กรรมสิทธิ์ในตัวแผ่นซีดี (CD) หรือ แผ่นดีวีดี (DVD) หรือไฟล์ดิจิทัล และสามารถใช้ในการเพื่อความบันเทิงส่วนตัวหรือภายในครอบครัวเท่านั้น แต่ไม่ครอบคลุมถึงการเปิดเพลงในสถานประกอบการเพื่อการค้า/เชิงพาณิชย์
4. การเปิดเพลงหรือดาวน์โหลดเพลงจากบริการสตรีมมิ่งออนไลน์ อาทิ Spotify JOOX Apple Music หรือสถานีวิทยุออนไลน์ รวมถึงการเปิดเพลงจากให้บริการแบบวีดีโอตามคำขอ ได้แก่ YouTube Tiktok โดยปกติจะได้รับอนุญาตมาในส่วนที่เป็นการใช้เพลงเพื่อความบันเทิงส่วนตัวเท่านั้น แต่ไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ถึงการใช้ในสถานประกอบการเพื่อการค้า/เชิงพาณิชย์
ดูข้อมูลเพิ่มเติม [คลิก www.youtube.com/t/terms](https://www.youtube.com/t/terms)



ย้ำอีกครั้ง เพลงปลอดลิขสิทธิ์ไม่มีจริง หากไม่ใช่บริษัทหรือองค์กรตัวแทนลิขสิทธิ์ที่ถูกต้องมักจะแจ้งให้ผู้ประกอบการใช้เพลงจากที่ไหนก็ได้ เพื่อให้เข้าใจผิดในการชำระค่าลิขสิทธิ์ก่อน และจะไม่มีมารับผิดชอบใดๆ เมื่อผู้ประกอบการถูกดำเนินคดีหรือถูกจัดเก็บลิขสิทธิ์การใช้เพลงซ้ำซ้อนในภายหลัง

Q3

**จ่ายค่าลิขสิทธิ์กับ
ผู้ให้บริการจัดส่งเพลง
จากต่างประเทศไปแล้ว
ทำไมยังผิด?**

MUSIC COPYRIGHT 103
QUESTION FORM

DATE:

NOTE:



A3:

เพราะหลายกรณีที่ผู้ให้บริการ อาทิ เว็บไซต์จากต่างประเทศที่คิดเหมาราคาเป็นรายเดือนในราคาถูก แต่ไม่ได้รับอนุญาตลิขสิทธิ์จากเพลงไทยแบบถูกต้องครบทุกเพลง เมื่อผู้ใช้บริการชำระค่าลิขสิทธิ์ให้กับเว็บไซต์จากต่างประเทศเหล่านั้นแล้ว ความเสี่ยงจะตกอยู่กับผู้ใช้อาจมีความผิดละเมิดลิขสิทธิ์และต้องชำระค่าลิขสิทธิ์ให้กับผู้ถือลิขสิทธิ์ถูกต้องใหม่ อีกรอบ และเนื่องจากผู้ให้บริการอยู่ต่างประเทศจึงไม่มีผู้ดูแลเรื่องกฎหมายให้

ทางแก้ไข คือ เลือกใช้บริการกับองค์กรที่ไว้ใจได้ และมีเครือข่ายในประเทศไทย โดยสามารถตรวจสอบผู้ให้บริการพันธมิตรของเพลงสากลหลักและเพลงไทยของสมาชิก PNR ได้ที่ [คลิก www.pnr.co.th](http://www.pnr.co.th)



Q4



จะรู้ได้อย่างไรว่า
**ตัวแทนที่เข้ามาจัดเก็บ
 ค่าลิขสิทธิ์เพลง**
เป็นตัวจริงหรือปลอม?

MUSIC COPYRIGHT 103
 QUESTION FORM

DATE:

NOTE:

A4:

หลายครั้งที่มีตัวแทนเข้าไปจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เพลงในสถานประกอบการ แต่บางรายอาจแอบอ้างว่าตัวเองนำเชื่อถือ เรามีวิธีตรวจสอบข้อมูลองค์กร บริษัทฯ หรือ ตัวแทนเจ้าของลิขสิทธิ์เพลงที่ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมายได้ดังต่อไปนี้

1. สอบถามชื่อและขอคู่มือตัวแทน และชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ องค์กร/บริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์เพลง

ตรวจสอบรายชื่อบริษัทจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ได้ที่เว็บไซต์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา [คลิก www.ipthailand.go.th](http://www.ipthailand.go.th)

2. สอบถามชื่อค่ายเพลงและรายชื่อเพลงที่ตัวแทนเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ รวมถึงข้อมูลติดต่อเจ้าของลิขสิทธิ์เพื่อยืนยันข้อมูล ในกรณีที่ท่านขออนุญาตเรียบร้อยแล้ว ให้ติดต่อ บริษัทฯ หรือตัวแทนจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ของท่านให้ช่วยประสานการเรียกเก็บลิขสิทธิ์ที่ซ้ำซ้อน

สิ่งสำคัญคือ ไม่ควรหลงเชื่อหรือจ่ายเงินให้กับบุคคลหรือคณะบุคคลที่อ้างว่าสามารถให้ความคุ้มครองได้ โดยไม่ต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์ในการเผยแพร่ต่อสาธารณชน หรือ ขยายสติกเกอร์ในการให้ความคุ้มครอง เพราะการกระทำดังกล่าวไม่ชอบด้วยกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์ และไม่สามารถทำให้หลุดพ้นจากความผิดฐานละเมิดลิขสิทธิ์ได้ รวมถึงเป็นการทำร้ายผู้สร้างสรรค์ นักประพันธ์ ศิลปินนักร้อง และค่ายเพลง

ขอให้คำนึงเสมอว่าการใช้งานลิขสิทธิ์ของผู้อื่นเพื่อการค้า/เชิงพาณิชย์ จะต้องกระทำการให้ถูกต้องตามกฎหมาย มิฉะนั้นท่านอาจถูกจับกุมดำเนินคดี และอาจต้องรับโทษตามกฎหมายโดยไม่เจตนาได้

Q5

อยากนำเพลง ไปประกอบภาพนิ่ง /ภาพเคลื่อนไหว ต้องขอลิขสิทธิ์อย่างไร?

*** NOTE**

ค่าลิขสิทธิ์ Sync Deal จะมีอัตราค่าลิขสิทธิ์มากกว่าการใช้
งานประเภทอื่นๆ และเจ้าของเพลงสามารถกำหนดค่าลิขสิทธิ์เองได้
โดยขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งาน อาทิ

1. ผลิตภัณฑ์คืออะไร
2. ความยาวของเพลงที่ใช้ เช่น 60 วินาที
3. สื่อไหน เช่น TV Radio Online
4. ระยะเวลาการขออนุญาต เช่น 1 ปี 2 ปี
5. ขอบเขตการขออนุญาต เช่น ประเทศไทย ทั่วโลก
6. เนื้อเรื่องเป็นอย่างไร Storyboard/Synopsis

สนใจความรู้เกี่ยวกับการขอลิขสิทธิ์ Sync Deal
ติดต่อได้ที่ จรุวรรณ อมรรัตน์กุลกิจ email: jaruwana@hotmail.com

xxxx

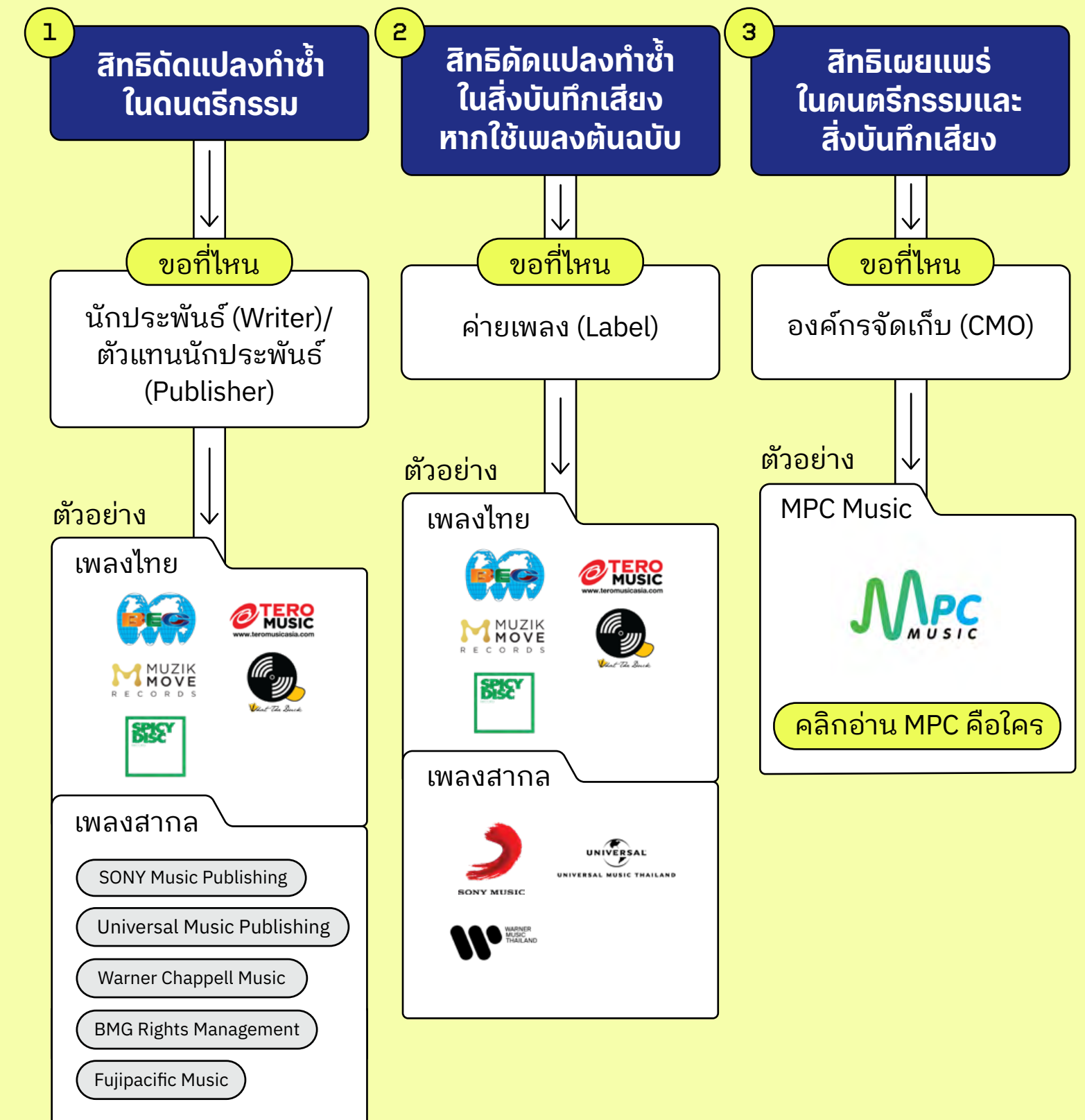
DATE: NOTE:

A5:

การนำเพลงไปประกอบภาพนิ่ง/ภาพเคลื่อนไหว (Synchronization – Sync Deal) คือการนำเพลงเพื่อทำซ้ำ ประกอบภาพผ่านรูปแบบเนื้อหาทางโฆษณา ภาพยนตร์ ตัวอย่าง ภาพยนตร์ สารคดี ซีรีส์ละคร รายการโทรทัศน์ วิดีโอ วิดีโอเกม เป็นต้น

การขออนุญาตใช้เพลงประเภทนี้ต้องขออนุญาตลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 3 ส่วน ได้แก่ สิทธิทำซ้ำในดนตรีกรรม สิทธิทำซ้ำในสิ่งบันทึกเสียง และสิทธิเผยแพร่ในดนตรีกรรมและสิ่งบันทึกเสียง

ขั้นตอนการขออนุญาต Sync Deal



SUPPORTING ORGANIZATIONS

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใน
การประสานงานให้ความรู้
และสนับสนุนลิขสิทธิ์
สิ่งบันทึกเสียง



กรมทรัพย์สินทางปัญญา (DIP: Department of Intellectual Property)

หน่วยงานให้คำปรึกษา รับแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ สนับสนุนและคุ้มครองโดยการออกกฎหมาย และมาตรการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์

เว็บไซต์ [คลิก www.ipthailand.go.th](http://www.ipthailand.go.th)

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA: Creative Economy Agency

หน่วยงานสนับสนุนผู้สร้างสรรค์ และเป็น
เครือข่ายที่มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้กับ
ผู้สร้างสรรค์และผู้ใช้งาน เช่น e-book ฉบับนี้

เว็บไซต์ [คลิก www.cea.or.th](http://www.cea.or.th)



สมาพันธ์ผู้ผลิตสิ่งบันทึกเสียงระหว่างประเทศ (IFPI: International Federation of the Phonographic Industry)

มีสมาชิกมากกว่า 8,000 บริษัทจากกว่า 70 ประเทศทั่วโลก

เว็บไซต์ [คลิก www.ifpi.org](http://www.ifpi.org)

สมาคมการค้าผู้ประกอบการบันเทิงไทย (TECA : Thai Entertainment Content Trade Association)

องค์กรไม่แสวงหากำไร มีหน้าที่หลักในการ
ดูแลป้องกันและปราบปรามการละเมิด
ลิขสิทธิ์และส่งเสริมการบังคับใช้กฎหมายที่
เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ โดย
เป็นสมาชิกตัวแทนเครือข่ายในประเทศไทย
(National Group) ของ IFPI และกรรมการ
สมาคมทรัพย์สินทางปัญญาแห่งประเทศไทย
(IPAT)



เว็บไซต์ [คลิก https://www.pnr.co.th/teca-info](https://www.pnr.co.th/teca-info)



บริษัท โฟโนไทร์ส (ไทยแลนด์) จำกัด (PNR: All About Music)

องค์กรไม่แสวงหากำไรทำหน้าที่บริหาร
จัดการ (CMO ภายใต้ IFPI) และได้รับสิทธิ
จากสมาชิกในการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เผยแพร่
ต่อสาธารณชนและทำซ้ำเพื่อเผยแพร่ต่อ
สาธารณชน รวมถึงบริการจัดส่งไฟล์เพลง
ดิจิทัลลิขสิทธิ์ สำหรับการอนุญาตใช้ลิขสิทธิ์
สิ่งบันทึกเสียง/เพลงสำหรับสถานประกอบการ
ของสมาชิก

เว็บไซต์ [คลิก www.pnr.co.th](http://www.pnr.co.th)

Music Copyright 103

คู่มือการใช้ลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียง ตอน สิทธิที่ค่ายเพลงต้องรู้!

จัดทำครั้งแรก เดือนกรกฎาคม 2567

เลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ 978-616-7789-44-6

ผู้จัดทำ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA

ข้อมูล: สมาคมการค้าผู้ประกอบการธุรกิจบันเทิงไทย หรือ TECA / IFPI Thailand

ข้อมูลเพิ่มเติม: กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์

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

บรรณาธิการ: สลิลา มหันต์เชิดชูวงศ์

นักออกแบบกราฟิกและวาดภาพประกอบ: รัชดาภรณ์ เหมจินดา

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน).
คู่มือการใช้ลิขสิทธิ์สิ่งบันทึกเสียง ตอน สิทธิที่ค่ายเพลงต้องรู้! = Music Copyright 103.
-- กรุงเทพฯ :
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2567.
50 หน้า.

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

780
ISBN 978-616-7789-44-6

คำสงวนสิทธิ์

CEA จัดทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สรุปความรู้เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ดนตรีขึ้น
เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้ดาวน์โหลดโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
เนื่องจากมีได้มีจุดประสงค์ในการแสวงหากำไร
หากแต่เพียงมุ่งเผยแพร่ความรู้ เพื่อเป็นประโยชน์แก่สังคมไทย

© 2567 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติ

ไม่อนุญาตให้คัดลอกหรือทำซ้ำส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของหนังสือเล่มนี้
ไปเผยแพร่หรือพิมพ์ซ้ำ โดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร
จากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

