

คอลัมน์ “เศรษฐกิจทศวรรษที่ห้าพระจันทร์”

Corporate Thailand มิถุนายน 2540

## Compact Discs

รังสรรค์ ณะพรพันธุ์

อุตสาหกรรมแผ่นเสียง หรือที่ภาษาอังกฤษเรียกว่า Record Industry กำลังอยู่ในภาวะถดถอยชนิดที่ผู้ผลิตกำลังหัววินิดก

คำว่า “แผ่นเสียง” ที่ใช้ในที่นี้มีความหมายครอบคลุมกว้างขวาง มิได้จำกัดเฉพาะแผ่นเสียงในความหมายดั้งเดิม ไม่ว่าจะเป็น Single หรือ Long-playing Record หากมีความหมายครอบคลุม Recorded Music หรือผลิตภัณฑ์ที่บันทึกเสียงดนตรีทั้งหมด ดังนั้นจึงรวมแผ่นเสียง เทปคาสเซ็ท (cassette) และคอมแพ็คดิสก์ (Compact Discs)

อุตสาหกรรมแผ่นเสียง ซึ่งรุ่งเรืองมากในระหว่างปี 2530-2537 ต้องเผชิญภาวะถดถอยในระหว่างปี 2538-2539 และคาดว่าจะยืดเยื้อถึงปี 2540 ในปี 2539ยักษ์ใหญ่ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เสียงเพลงเหล่านี้ บางบริษัทต้องลดคนงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง PolyGram และ Warner Music ธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสียงเพลงได้รับผลกระทบเป็นด้านแรก บรรดายักษ์ใหญ่ในธุรกิจนี้ในสหรัฐอเมริกา ไม่ว่าจะเป็น TransWorld Entertainment, Music Land Group หรือ Blockbuster Music พากันปิดสาขาจำนวนมากในช่วงปี 2538-2539

ภาวะถดถอยหรือความซบเซาทางเศรษฐกิจนับเป็นเหตุปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดภาวะถดถอยในอุตสาหกรรมแผ่นเสียง ในสหรัฐอเมริกาและยุโรปตะวันตก มูลค่าการขายผลิตภัณฑ์เสียงเพลงมีวัฏจักรธุรกิจของมัน โดยยอดขายจะถีบตัวขึ้นสูงในฤดูการพักร้อนหรือตากอากาศ หากการท่องเที่ยวเพื่อพักร้อนหรือตากอากาศลดลง ยอดขายผลิตภัณฑ์เสียงเพลงจะหดตัวตามไปด้วย ดังนั้น ในฤดูการพักร้อนใดที่ยอดขายเทปคาสเซ็ทและคอมแพ็คดิสก์มิได้ถีบตัวสูงขึ้นมากกว่าช่วงเวลาอื่นของปีเดียวกัน ผู้ประกอบการก็ต้องเตรียมรับมือกับความตกต่ำทางธุรกิจ

ในบรรดาผลิตภัณฑ์เสียงเพลงทั้งปวง แผ่นเสียงนับเป็นผลิตภัณฑ์ล้ำสมัย โดยที่เทปคาสเซ็ทมีความล้าหลังรองลงมา และคอมแพ็คดิสก์เป็นผลิตภัณฑ์ (audio product) ล้ำสุดที่มีการผลิตในลักษณะ mass production

แผ่นเสียงมีประวัติย้อนไปไกลถึงประดิษฐกรรมของโทมัส อัลวา เอดิสัน (Thomas Alva Edison) ในปี 2419 เทปคาสเซ็ทต์เริ่มมีการผลิตในปี 2506 ในขณะที่คอมแพ็คดิสก์เป็นประดิษฐกรรมในช่วงปี 2525-2526

คอมแพ็คดิสก์เป็นผลผลิตที่มีพื้นฐานมาจาก Theory of Digital Audio ของ โจเซฟ ฟูริเยร์ (Joseph Fourier, 1768-1830) นักคณิตศาสตร์ชาวฝรั่งเศส แฮร์รี ไนควิสต์ (Harry Nyquist, 1889-1976) นักฟิสิกส์ชาวอเมริกันแห่ง Bell Laboratories ได้นำทฤษฎีของฟูริเยร์มาพัฒนา จนสามารถเสนอบทความเรื่อง "Certain Topics in Telegraph Transmission Theory" ต่อที่ประชุมทางวิชาการของ The American Institute of Electrical Engineers ในปี 2471 อีกสองทศวรรษต่อมา ผลงานของนักคณิตศาสตร์อีกคนหนึ่งของ Bell Laboratories คือ คล็อด เอ็ลวูด แชนนอน (Claude Elwood Shannon, 1916- ) ในบทความเรื่อง "A Mathematical Theory of Communication" นำมาซึ่งศาสตร์แขนงใหม่ อันได้แก่ Information Theory พื้นฐานทางทฤษฎีเหล่านี้มีการพัฒนาต่อมาโดยนักวิจัยแห่ง Massachusetts Institute of Technology ในปี 2503 คือ เออร์วิง รีด (Irving S. Reed) และ กุสตาฟ โซโลมอน (Gustave Solomon)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในด้านอื่น ๆ มีส่วนเกื้อกูลการผลิตคอมแพ็คดิสก์ในเวลาต่อมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งความก้าวหน้าในด้านคอมพิวเตอร์ การผลิตทรานซิสเตอร์ แผงวงจรรหรือไมโครชิป และ working laser ในช่วงทศวรรษ 2510 มีการแข่งขันในการผลิตไฮสเทชันนารีระบบดิจิทัล (digital audio) ระหว่างญี่ปุ่นกับเนเธอร์แลนด์ ฝ่ายญี่ปุ่นประกอบด้วย NHK Technical Research Institute และ Sony Corporation ฝ่ายเนเธอร์แลนด์คือ NV Philips ในกลางทศวรรษ 2510 นั้น มีการผลิตเครื่องบันทึกเสียงระบบดิจิทัล (Digital Recorder) บริษัทไฮสเทชันนารีหลายต่อหลายบริษัทใช้ระบบ Digital Master Recordings ในการผลิตแผ่นเสียง LPs ระบบ analog ครั้นในปี 2521 เริ่มมีการผลิต Laser Videodisc โดยบริษัท Magnavox อันเป็นบริษัทในเครือของ Philips แต่ไม่ประสบความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ Laser Videodisc เป็นแผ่นบันทึกภาพและเสียงในระบบ analog มีขนาดเท่ากับแผ่นเสียง LPs โดยที่มีความยาวด้านละ 1 ชั่วโมง ความสำเร็จในการผลิต Videocassette Recorder ในเวลาต่อมา ทำให้ Laser Videodisc ประสบความล้มเหลวในทางธุรกิจโดยสิ้นเชิง แต่พัฒนาการของประดิษฐกรรมเหล่านี้เกื้อกูลต่อการก่อเกิดของ Compact Disc Technology ในเวลาต่อมา

ในช่วงปลายทศวรรษ 2520 นั้นเอง มีบริษัทและสถาบันต่างๆพยายามพัฒนา Prototype Digital Audio System ที่แตกต่างกันอย่างน้อย 9 ระบบ ในปี 2522 Philips และ Sony ทำสัญญาพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ร่วมกันพัฒนา Prototype Digital Audio System เพื่อ

ให้มีระบบและผลผลิตที่มีมาตรฐานเดียวกัน อันเป็นผลให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์จำเป็นต้องรับมาตรฐานที่กำหนดโดย Philips / Sony ในเวลาต่อมา ในปี 2525 เครื่องเล่นคอมแพ็คดิสก์เริ่มออกจำหน่ายในญี่ปุ่นและยุโรปโดยที่วางตลาดในสหรัฐอเมริกาในปีต่อมา

เมื่อเครื่องเล่นคอมแพ็คดิสก์ออกสู่ตลาดในญี่ปุ่น ยุโรปตะวันตก และสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี 2525-2526 นั้น ตลาดมิได้รู้สึกตื่นเต้นกับประดิษฐ์กรรมใหม่นี้มากนัก ส่วนหนึ่งเป็นเพราะมีข่าวเกี่ยวกับการพัฒนา “ของเล่น” ขึ้นใหม่มานานกว่าครึ่งทศวรรษแล้ว อีกส่วนหนึ่งเป็นเพราะราคาแพง ในประการสำคัญ แม้จะมีเครื่องเล่น แต่ไม่มีคอมแพ็คดิสก์ หรือ CDs สำหรับเล่น เมื่อเครื่องเล่นคอมแพ็คดิสก์ออกสู่ตลาดในปี 2525 นั้น มีโรงงานผลิต CDs อยู่เพียง 2 โรง โรงหนึ่งอยู่ในเยอรมนีตะวันตก อีกโรงหนึ่งอยู่ในญี่ปุ่น แต่แล้วเมื่อตลาดเครื่องเล่นคอมแพ็คดิสก์ขยายตัว โรงงานผลิต CDs เริ่มผุดขึ้นเพื่อผลิต CDsสนองความต้องการของตลาด เริ่มต้นด้วยการนำไฮดรอกไซด์เดียมที่ปรากฏในรูปแบบแผ่นเสียง LPs ก็ดี และเทปคาสเซ็ทดีก็ดี มาแปลงโฉมเป็น CDs

การปรากฏตัวของเทปคาสเซ็ทดีในช่วงปลายทศวรรษ 2500 ยังผลให้ส่วนแบ่งตลาดของแผ่นเสียง LPs ค่อยๆลดลง พอถึงต้นทศวรรษ 2520 เทปคาสเซ็ทดีสามารถแข่งหน้าแผ่นเสียง LPs ครั้นเมื่อ CDs ปรากฏสู่ตลาด แผ่นเสียง LPs ก็เหลือส่วนแบ่งตลาดอันน้อยนิดในปลายทศวรรษ 2520 และไม่มีความสำคัญใดๆ ในทศวรรษต่อมา

การเติบโตของ CDs ในระยะแรกเริ่มเกิดจากอุปสงค์ในการซื้อสินค้าทดแทน (replacement demand) คนที่เคยซื้อแผ่นเสียง LPs หรือเทปคาสเซ็ทดี เมื่อหันมาเล่น CDs มักจะเริ่มต้นด้วยการซื้อเพลงที่เคยซื้อมาก่อนแล้ว ประกอบกับการผลิต CDs ในช่วงแรก มักจะนำเพลงเก่ามาผลิตในรูปแบบ CDs เพราะนอกจากจะผลิตได้ง่ายและรวดเร็วแล้ว ยังเสียต้นทุนการผลิตต่ำอีกด้วย ความต้องการซื้อ CDs ทดแทนไฮดรอกไซด์เดียมปรากฏอย่างชัดเจนในกรณีของเพลงคลาสสิก ไฮดรอกไซด์เดียมที่ผลิตมาเก่าก่อนมีเสน่ห์ทางประวัติศาสตร์ ผู้บริโภคมีโอกาสได้ฟังฝีมือการเล่นดนตรีของนักดนตรีนามอุโฆษในอดีต หลายคนถึงแก่กรรมไปแล้ว ความข้อนี้นำมาซึ่งการฟังดนตรีที่มีวาทะกรชั้นเยี่ยมด้วย ด้วยเหตุนี้ บรรดาบริษัทแผ่นเสียงจึงพากันนำเทปมาสเตอร์ของเก่าออกมาปิดฝู่น และแต่งเสียงโดยอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อผลิต CDs สสนองความต้องการของตลาด งานของ Artur Schnabel, Jascha Heifetz, Bruno Walter, Arturo Toscanini ฯลฯ พรั่งพร้อมสู่ตลาดอย่างไม่ขาดสาย

ความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจมีส่วนผลักดันให้ตลาด CDs ขยายตัวอย่างสำคัญด้วย แม้ว่าเครื่องเล่น CDs ออกสู่ตลาดในช่วงปี 2525-2526 อันเป็นช่วงที่ระบบเศรษฐกิจโลกกำลัง

เผชิญภาวะถดถอยอย่างรุนแรง แต่เมื่อสังคมเศรษฐกิจโลกฟื้นตัวในช่วงหลังของปี 2529 และตามมาด้วยภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในญี่ปุ่นและเอเชียตะวันออก ตลาด CDs ขยายตัวอย่างรวดเร็ว

แต่แล้วตลาด CDs เริ่มถดถอยในปี 2538 โดยเฉพาะอย่างยิ่งการถดถอยของ Classical CDs การพองตัวของภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่ช่วยให้ตลาด CDs ขยายตัวฉับไวด การแตกสลายของเศรษฐกิจฟองสบู่ก็ช่วยจุดตลาด CDs ฉับนั้น ภาวะเศรษฐกิจถดถอยถูกซ้ำเติมด้วยการตกต่ำของอุปสงค์ในการซื้อ CDs ทดแทนแผ่นเสียง LPs และเทปคาสเซ็ทด์ กระบวนการทดแทนอุปสงค์กำลังสิ้นสุดลง ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ทำให้ CDs มีอายุการใช้งานยืนยาวมีส่วนนำมาซึ่งการตกต่ำของอุปสงค์การทดแทนด้วย อายุการใช้งานของ CDs ยิ่งยาวนานเพียงใด ยิ่งยืดเวลาของการมีอุปสงค์การทดแทนออกไปนานเพียงนั้น ความอ่อนไหวของอุปสงค์ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่า CDs มิใช่สินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพ หากแต่เป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ตลาด CDs จะถดถอยยาวนานเพียงใด ขึ้นอยู่กับความล่าช้าในการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของสังคมโลก

สำหรับ Classical CDs ระบบการตลาดของอุตสาหกรรมดนตรี มีส่วนกำหนดขนาดของตลาด CDs ด้วย บริษัทแผ่นเสียงยักษ์ใหญ่ทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็น Sony Music, EMI หรือ Deutsche Grammophon มีจารีตในการทำสัญญาผูกพันในการอัดแผ่นเสียงกับวง Symphony Orchestra ที่มีวาทยากรที่มีชื่อเสียง เพราะมีหลักประกันเกี่ยวกับตลาดระดับหนึ่ง ขณะเดียวกัน วงดนตรียักษ์ใหญ่ทั้งหลายมักจะมีการจัดระบบสมาชิก เพื่อหาหลักประกันเกี่ยวกับจำนวนผู้ชมคอนเสิร์ตตลอดฤดู สมาชิกวง Symphony Orchestra วงหนึ่งวงใดมีแนวโน้มที่จะซื้อ CDs ที่บรรเลงโดยวงดนตรีที่ตนเป็นสมาชิก ระบบสมาชิกของวงดนตรีนอกจากจะช่วยประคองความอยู่รอดทางธุรกิจของวงดนตรีแล้ว ยังจูงใจให้บริษัทแผ่นเสียงทำสัญญาผูกพันในการอัดแผ่นเสียงกับวง Symphony Orchestra ที่มีสมาชิกจำนวนมากอีกด้วย

ระบบการตลาดดังที่เป็นอยู่นี้ ทำให้อุตสาหกรรมดนตรีไม่มีความหลากหลายของผลผลิต (Product Differentiation) ตลาด Classical CDs จะมีแต่การผลิตซ้ำ (re-release) บทเพลงที่เคยปรากฏเป็นแผ่นเสียง LPs และเทปคาสเซ็ทด์มาก่อนแล้ว เพียงแต่เปลี่ยนรูปแบบสื่อภัณฑ์มาเป็น CDs กับบทเพลงที่บรรเลงโดยวงดนตรียักษ์ใหญ่ที่กำกับโดยวาทยากรที่มีชื่อเสียงเท่านั้น วาทยากรและนักดนตรีหน้าใหม่ยากที่จะเสนอผลผลิตที่มีการตีความใหม่ อันแตกต่างไปจากวาทยากรและนักดนตรีหน้าเก่า เพราะบริษัทแผ่นเสียงไม่ต้องการแบกรับภาระ

ความเสี่ยงต่อความล้มเหลวทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขณะที่มีสภาวะความถดถอยทางเศรษฐกิจ ยิ่งบทเพลงของนักแต่งเพลงหน้าใหม่เป็นอันไม่ต้องกล่าวถึง

บริษัทแผ่นเสียงมิได้ต่างจากบริษัทภาพยนตร์ในข้อที่พึ่งการขายชื่อดารา Classical CDs พึ่งการขายชื่อวาทยากร ซึ่งหลายต่อหลายคนถึงแก่กรรมกรรมไปแล้ว ดังเช่น Herbert von Karajan หรือ Eugene Ormandy หรือมีฉะนั้นก็พึ่งการขายชื่อนักดนตรีและนักร้องที่เป็นดารา ดังเช่น Sviatoslav Richter หรือ Maria Callas ยิ่งดนตรีป๊อบด้วยแล้ว ยิ่งต้องวิ่งหาดารา ทุกบริษัทต้องมีดาราใหญ่สังกัด และทุ่มงบโฆษณาในการขายบทเพลงของดาราใหญ่ ดังจะเห็นได้จากจุดขายในปี 2540 ของบริษัทยักษ์ใหญ่ 3 บริษัท BMG ฝากผีฝากไข้กับ *The Preacher's Wife* ของ Whitney Houston, Time Warner หวังพึ่งเพลงจากภาพยนตร์เรื่อง *Evita* ของ Madonna ส่วน Sony Music หวังกวาดเงินจาก *The Mirror Has Two Faces* ของ Barbra Streisand

แต่ธุรกิจแผ่นเสียงก็เหมือนกับธุรกิจภาพยนตร์ที่มีบริษัทเล็กๆที่รับผลิตงานของวาทยากร นักดนตรี หรือนักแต่งเพลงหน้าใหม่ เพียงแต่ว่าตลาดของคน 'หน้าใหม่' เหล่านี้เล็กนัก

ธุรกิจแผ่นเสียงโดยพื้นฐานมีวัฏจักรธุรกิจดูเดียวกับระบบเศรษฐกิจ กล่าวคือมีภาวะความรุ่งเรืองและความซบเซาผันแปรตามสภาวะการณ์ในสังคมเศรษฐกิจ ถึงจะจัดระบบการตลาดให้ดีเลิศเพียงใด ก็ยากที่จะสลัดหลุดจากวัฏจักรธุรกิจดังกล่าวนี้ แต่ระบบการตลาดที่มีประสิทธิภาพจะช่วยยืดอายุของธุรกิจ และป้องกันมรณกรรมก่อนวัยอันควรได้

ถึงธุรกิจแผ่นเสียงจะตกอยู่ในภาวะถดถอย แต่ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมยังคงมีสืบต่อมา พัฒนาการล่าสุดได้แก่ การผลิต Digital Audio Tape (DAT) ในขณะที่ CDs เข้าไปแทนที่ LPs DATs เข้าไปแทนที่เทปคาสเซตดั้งเดิม ทั้งหมดนี้เป็นกระบวนการ Digitalization อันได้แก่ กระบวนการแปรเปลี่ยนเทคโนโลยีภายใต้ระบบ analog ไปสู่ระบบ digital