

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าเอกสารเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำเสนอ ดังนี้

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
2. ความรู้เกี่ยวกับเครื่องดนตรีสากล
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix)

ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix หรือ 4'Ps) หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย การเสนอส่วนประสมทางการตลาดนักการตลาดจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539 หน้า 12)

ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix หรือ 4'Ps) ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สินค้าหรือบริการ หรือองค์ประกอบ หรือสิ่งที่คาดว่าจะได้รับจากตัวผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้สูงสุด องค์ประกอบต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย หีบห่อ สี สัน ขนาด รูปแบบ ใบบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ รวมทั้งภาพพจน์ ความเชื่อถือ ความมีชื่อเสียงของสินค้าและผู้ผลิตด้วย ซึ่งสามารถแยกออกเป็นข้อๆ ดังนี้ (สุวิษ เยี่ยมเพื่อน, 2540, หน้า 82-106)

1. **ตัวผลิตภัณฑ์ (physical product)** คือ สินค้าที่มีตัวตนสามารถจับต้องได้ รวมทั้งบริการที่ไม่มีตัวตนจับต้องไม่ได้ด้วย เช่น การรักษาโรคของหมอ การรักษาความปลอดภัย การประกันภัย การจัดงานเที่ยว เป็นต้น

ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ (product consist) ประกอบด้วยหีบห่อ ป้าย สลาก ตรา สินค้า แยกอธิบายเป็นข้อๆ ดังนี้

1.1 หีบห่อ คือ ส่วนที่ใช้บรรจุสินค้าเพื่อมิให้สินค้าเกิดความเสียหาย และยังช่วยให้ผู้บริโภคสะดวกสบายต่อการใช้ด้วย จึงมักทำเป็นรูปทรงแบบต่างๆ กัน เพื่อให้เหมาะสมกับผู้บริโภคที่มีความต้องการแตกต่างกัน หีบห่อยังช่วยสร้างแรงกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการแบบฉับพลันหรือซื้อโดยไม่ตั้งใจ ในปัจจุบันผู้บริโภคมีแนวโน้มจะประหยัดในการซื้อมากขึ้น โดยเฉพาะในสินค้าสะดวกซื้อ การใช้บริการของพนักงาน จึงมีแนวโน้มลดลงเพื่อประหยัดในการซื้อสินค้าดังกล่าว หีบห่อจึงมีความสำคัญในการตลาดแบบ self service ดังนั้น ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์จึงจำเป็นต้องออกแบบหีบห่อให้มีสีสันสวยงาม

1.2 ตราผลิตภัณฑ์ (brand) ช่วยบ่งบอกให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกันอย่างไร ใครเป็นผู้ผลิต คุณภาพเป็นอย่างไร ตราผลิตภัณฑ์นี้จะมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผู้เป็นเจ้าของตราจึงง่ายต่อการแยกแยะและจดจำ

ความหมายของตราผลิตภัณฑ์ คือ ชื่อและคำพูดหรือเครื่องหมายหรือข้อความหรือสัญลักษณ์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือรวมกันหลายๆ อย่างเพื่อให้สินค้าหรือบริการมีความแตกต่างไปจากคู่แข่งรายอื่นซึ่งประกอบด้วย

1.2.1 เครื่องหมายการค้า (trade mark) คือ ชื่อ คำพูด หรือสัญลักษณ์ที่กฎหมายยอมรับให้มากำหนดเป็นตราสินค้าได้ และนำชื่อตราสินค้าดังกล่าวไปจดทะเบียน การนำตราสินค้าไปจดทะเบียนได้นั้นจะต้องมีอยู่ในข้อกำหนดของกฎหมาย เช่น ไม่เป็นชื่อที่ไปพ้องกับราชวงศ์ของพระมหากษัตริย์องค์ใดทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งเครื่องหมายที่ได้รับพระราชทานด้วย นอกจากกิจการนั้นได้รับ จึงจะนำมาใช้ได้ นอกนั้นยังมีข้อบังคับอื่นๆ อีกมากมาย

1.2.2 ชื่อตราสินค้า (brand name) เป็นส่วนหนึ่งของตราสินค้า ประกอบด้วยชื่อหรือคำพูดที่สามารถอ่านออกเสียงได้ เช่น สายการบินไทย เฟกเดกซ์ (บริการขนส่ง) เป็นต้น

1.3 บริการ (service) สินค้าบางประเภทผู้บริโภคไม่เพียงแต่ต้องการสินค้าเพียงอย่างเดียว ยังต้องการสิ่งที่ดีมาจับตัวผลิตภัณฑ์นั้นด้วย เช่น การให้บริการหลังการตลาด การให้บริการก่อนการตลาดหรือระหว่างการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทเลือกซื้อ (shopping goods) ซึ่งจะแยกอธิบายเป็นข้อ ๆ ดังนี้

1.3.1 การให้บริการก่อนการตลาด (pre-transaction) ก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าการเลือกซื้อของผู้บริโภคนั้น

1.3.2 การให้บริการระหว่างการตลาด (transaction) สินค้าบางประเภทต้องนำขึ้นส่วนต่าง ๆ มาประกอบก่อนจึงจะใช้ได้ พนักงานขายจึงจำเป็นต้องให้บริการด้านการติดตั้ง การตรวจเช็ค การให้คำแนะนำในการใช้การบำรุงรักษา รวมทั้งการให้สินเชื่อในกรณีที่ผู้บริโภคไม่

สะดวกในการชำระด้วยเงินสด หรือให้บริการด้านหีบห่อให้สะดวกต่อการขนย้ายหรือบริการขนส่งสินค้าถึงบ้านฟรี เป็นต้น

1.3.3 การให้บริการหลังการตลาด (post-transaction) ในการตัดสินใจซื้อสินค้า ราคาต่อหน่วยค่อนข้างแพง ผู้บริโภคเสี่ยงต่อการตัดสินใจซื้อแต่ละครั้งสูง จึงใช้เวลาในการตัดสินใจชื้อนาน นักการตลาดจึงใช้วิธีเสนอบริการต่าง ๆ ต่อไปนี้เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วขึ้นและทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการซื้ออีกด้วย เช่น บริการรับประกันซ่อมฟรี รับคืนสินค้าหรือรับแลกเปลี่ยนสินค้าที่ชำรุด ฯลฯ เป็นต้น ซึ่งการให้บริการทั้งหมดนี้สามารถแสดงความสัมพันธ์ของกิจกรรมทั้งสามได้

2. ราคา (price) หมายถึง มูลค่ารวมของสินค้าและบริการที่ถูกวัดออกมาในรูปจำนวนเงินที่ผู้บริโภคต้องใช้จ่ายไปกับการซื้อขายผลิตภัณฑ์นั้น

การตลาด คือ มูลค่ารวมของสินค้าหรือบริการในการซื้อขายสินค้าหรือบริการในขณะนั้น

ความสำคัญของการตั้งราคา (importance of pricing) มีความสำคัญดังนี้ คือ

1. เป็นตัวกำหนดปริมาณการตลาด กำหนดกำไรของกิจการ ตลอดจนความเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์ในวงจรผลิตภัณฑ์นั้นด้วย

2. เป็นเครื่องมือช่วยในการยังรู้ความต้องการของผู้บริโภค การตั้งราคาระดับหนึ่ง ผู้บริโภคในขณะนั้นอาจยอมรับแต่ในอนาคตผู้บริโภคอาจไม่ยอมรับก็ได้ อันเนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคและคู่แข่งเปลี่ยนแปลงไปนั่นเอง

3. ราคากับการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กันมากคือ ถ้าร้านค้าปลีกมีการส่งเสริมการตลาดหลายๆ ด้าน ย่อมทำให้เกิดรายจ่ายมากขึ้นอย่างแน่นอนและรายจ่ายต่างๆ เหล่านี้จะถูกบวกเข้าไปในราคาสินค้าด้วย จึงทำให้สินค้านั้นแพงขึ้น ถ้าผู้บริโภคไม่ยอมรับในระดับราคาดังกล่าว พ่อค้าปลีกก็ต้องรับภาระรายจ่ายดังกล่าวไว้นั่นเอง

คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจากผลิตภัณฑ์ (product) ราคาเป็นต้นทุน (cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (value) ผลิตภัณฑ์กับราคา ผลิตภัณฑ์นั้นถ้ามูลค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

1. ผู้บริโภคมีการรับรู้ราคา ว่าสินค้านั้นเหมาะสมกับราคานั้นอย่างไร
2. ผู้บริโภครู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสินค้าต่างๆ ได้อย่างไร
3. ปริมาณการลดราคาที่เป็น เพื่อกระตุ้นการซื้อในระหว่างการแนะนำสินค้าใหม่ และการส่งเสริมการตลาดควรเป็นเท่าใด

4. ขนาดส่วนลดให้กับผู้ซื้อด้วยเงินสดเป็นเท่าใด

นโยบายราคา (pricing policy) นโยบายการกำหนดราคาที่ดี จะช่วยส่งเสริมการตลาดให้มีปริมาณสูงขึ้น โดยเฉพาะในหัวข้อดังต่อไปนี้

1. การให้ส่วนลดและเงินช่วยเหลือ (discounts and allowances) การให้ส่วนลดและเงินช่วยเหลือจะทำให้ราคาสินค้าที่ผู้ขายกำหนดไว้ลดลงต่ำลง ส่วนที่ลดให้อาจเป็นในรูปของเงินสดหรือข้อตกลงอย่างอื่นที่ทำให้ผู้ซื้อได้รับประโยชน์มากขึ้น ผู้ขายยอมให้ส่วนลดประเภทนี้แก่ผู้ซื้อเพราะเนื่องจากผู้ซื้อหรือคนกลางเข้ามาร่วมกิจกรรมทางการตลาด ช่วยแบ่งเบาภาระของผู้ผลิตคือช่วยส่งเสริมการตลาดให้ ยอมจ่ายค่าขนส่ง ขนไปเอง เป็นลูกค้าประจำหรือซื้อปริมาณครั้งละมากๆ เป็นต้น

2. การกำหนดราคากรณีพิเศษ (special pricing) วิธีการกำหนดราคาขายนั้นผู้บริหารต้องการผลที่ได้รับจากการกำหนดราคาขายแตกต่างกัน เช่น ต้องการให้ผู้ซื้อช่วยส่งเสริมการตลาดให้ต้องการตลาดให้ได้ปริมาณมาก หรือต้องการลดภาระ หรือการเสี่ยงต่อการจัดเก็บรักษาสินค้าและในหัวข้อต่อไปนี้จะกล่าวถึงวิธีการตั้งราคาอีกประเภทหนึ่งที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มปริมาณการตลาดและกำไร คือ กำหนดราคาแตกต่างกัน กำหนดราคาเดียว กำหนดราคาที่สูงราคา กำหนดราคาเชิงจิตวิทยา กำหนดราคาเพื่อส่งเสริมการตลาด และกำหนดราคาโดยมิใช้ราคาเป็นเครื่องมือ

3. การจัดจำหน่าย (place) หรือระบบช่องทาง และสู่ทางการจัดจำหน่าย (distribution) หมายถึง การเลือกและการใช้ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด ประกอบด้วยบริษัทขนส่งบริษัทเก็บรักษาสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมายโดยสร้างอรรถประโยชน์ด้านเวลา สถานที่ ความเป็นเจ้าของ การจัดจำหน่ายจึงเกี่ยวข้องกับกลไกในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค การตัดสินใจในการจัดจำหน่ายจะได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรมผู้บริโภค

3.1 ลักษณะโครงสร้างการจัดจำหน่ายเพื่อการค้าปลีก อะไรบ้างที่ควรใช้ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์

3.2 ควรจะขายที่ไหน (where) และเป็นจำนวนมากน้อยเพียงใด (how many)

3.3 จะนำสินค้าอะไรบ้างไปยังร้านค้าปลีก (what)

3.4 ความจำเป็นของบริษัทที่จะควบคุมกิจการต่างๆ การควบคุมธุรกิจการจัดจำหน่ายเป็นอย่างไรภาพลักษณ์และลักษณะของร้านค้าปลีกอะไรบ้างที่ควรสร้างขึ้น(what)

3.4 การส่งเสริมการตลาด (promotion) ในสภาพธุรกิจที่มีการแข่งขันในปัจจุบันทำให้การส่งเสริมการตลาดยิ่งมีความสำคัญยิ่งขึ้น โดยเริ่มตั้งแต่การนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดหรือมีการเปลี่ยนแปลงในตัวสินค้าหรือบริการให้เปลี่ยนไปจากเดิม ผู้บริหารจะต้องแจ้งหรือส่งข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อต่อไป

ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึงเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด เพื่อกระจายข่าวสารในส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การสื่อสารจะได้ผลดีไม่น้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของการสื่อสารนั้นเป็นอย่างไร ระบบการสื่อสารจะเริ่มตั้งแต่

4.1 แหล่งข้อมูล (source) อาจเป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย หรือหน่วยงานธุรกิจอื่นๆ ที่ต้องการจะเข้าถึงก็ได้

4.2 การตีความหมาย (encoding) คือ การแสดงความคิดออกมาเป็นรูปภาพหรือสัญลักษณ์หรือข้อความ การเข้า encoding เป็นสิ่งที่สำคัญที่จะทำให้ผู้รับเข้าใจหรือไม่ และเข้าใจมากน้อยเพียงใด ดังนั้นก่อนจะเข้า encoding ควรศึกษาแหล่งข้อมูล (source) ให้ละเอียดเสียก่อนว่ากลุ่มเป้าหมายมีลักษณะความต้องการ ระดับการศึกษา เพศ ฯลฯ เป็นอย่างไร รวมทั้งความแตกต่างระหว่างบุคคลในด้านอื่น ที่จะต้องนำมาประกอบการพิจารณาด้วย การเข้า encoding จึงต้องเหมาะสมกับกลุ่มตลาดเป้าหมาย อันจะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายเป็นอย่างดี

4.3 การใช้สื่อช่วยกระจายข่าวสารหรือข้อมูล (transmission) เพื่อให้ถึงผู้รับได้รวดเร็วสะดวกยิ่งขึ้น สื่อ (media) ที่ใช้กันปัจจุบันคือนิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ผู้สร้าง encoding จะต้องเลือกสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มตลาดเป้าหมายด้วย เช่น กลุ่มเป้าหมายที่เป็นแม่บ้าน ควรเลือกใช้สื่อประเภทนิตยสารแม่บ้าน เพื่อให้ข้อความดังกล่าวเข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมายได้มากนั่นเอง

4.4 ผู้รับข้อมูล (reception) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นตลาดเป้าหมายได้รับข้อมูลผ่านระบบประสาทสัมผัสทั้ง 5 ให้เกิดความเข้าใจในทางบวกหรือในทางลบ

4.5 การถอดความหมาย (decoding) กลุ่มเป้าหมายจะเข้าใจไปในทางใดนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของข่าวสาร สิ่งตีพิมพ์หรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้แทนคำพูด ลักษณะของตัวผู้รับมีความแตกต่างระหว่างบุคคลในรูปใดบ้าง เช่น สถิติปัญญา การรับรู้ ประสบการณ์ในอดีต การศึกษา อาชีพ ฯลฯ เป็นต้น

ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น จึงมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ความรู้สึกนึกคิด ความเข้าใจของกลุ่มตลาดเป้าหมายเป็นอย่างมาก ซึ่งจะออกมาในรูปผลดีหรือผลเสียก็ได้ แต่ถ้าผู้เข้า encoding ได้ศึกษาแหล่งข้อมูล (source) ดีแล้ว มักจะส่งผลดีมากกว่าผลเสีย

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ วัตถุประสงค์ของการติดต่อสื่อสารเพื่อแจ้งข่าวสารเพื่อจูงใจ เพื่อเตือนความทรงจำ ลูกค้าเป้าหมายเกี่ยวกับบริษัทและการส่งเสริมการตลาด

นอกจากนั้นการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การแจ้งข้อมูลหรือข่าวสารโดยการชักชวนหรือเตือนความทรงจำให้กลุ่มตลาดเป้าหมาย มีความสนใจในส่วนผสมทางการตลาดของบริษัทผู้ผลิต ดังนั้นความหมายดังกล่าวแยกอธิบายเป็นข้อๆ ดังนี้

1. มีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร (informing) การนำสินค้าออกสู่ตลาดในขั้นแรกจะขาดเสียมิได้ คือ การนำเสนอข้อมูลในตัวสินค้าหรือบริการ ว่ามีผลิตภัณฑ์อะไรบ้างที่ใช้แล้วให้ประโยชน์แก่ผู้ซื้อโดยตรง หรือมีผลิตภัณฑ์อะไรบ้างที่มีนอกเหนือจากผลิตภัณฑ์เก่าที่มีอยู่แล้วในตลาด ซึ่งเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ให้ผู้บริโภคมีความเฉลียวฉลาดในการตัดสินใจซื้อมากขึ้น หรือเป็นการเสนอทางเลือกใช้สินค้าหรือบริการของผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้นนั่นเอง

2. มีการชักชวนให้ซื้อ (persuading) การชักชวนให้ผู้บริโภคซื้อนั้นจะทำให้ยากถ้ากลุ่มผู้บริโภคนั้นไม่เคยรู้จักตัวผลิตภัณฑ์มาก่อนเลย ในการให้ข้อมูลในขั้นแรกจึงจำเป็นต้องเสนอข้อเปรียบเทียบในส่วนต่างๆ ของสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอื่นที่มีอยู่ในตลาดอยู่แล้วซึ่งเป็นการสร้างความต้องการหรือเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคให้มาสนใจในสินค้าหรือบริการดังกล่าวเมื่อผู้บริโภคสนใจ นักการตลาดจึงชักชวนให้ซื้อ อาจทำได้ 2 กรณี คือ

การชักชวนให้ซื้อแบบบวก มักจะให้ข้อมูลในตัวสินค้าหรือบริการไว้พร้อมและเร่งเร้าผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อ โดยกล่าวว่า “ถ้าซื้อในวันนี้จะแจกของสมนาคุณแก่ท่าน” หรือ “ซื้อมากได้ของแถมมาก” เป็นต้น

การชักชวนให้ซื้อในทางลบ จะให้ข้อมูลในตัวสินค้าหรือบริการพอเพียงต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และเร่งเร้าให้ผู้บริโภคซื้อโดยเร็ว โดยกล่าวว่า “รีบซื้อเดี๋ยวนี้ช้าอาจหมด” หรือ “เรามีของแถมจำนวนจำกัด” เป็นต้น

เตือนความทรงจำ (reminder promotion) ในช่วงชีวิตผลิตภัณฑ์ที่นักการตลาดประสบปัญหาหนักที่สุด คือ สินค้าหรือบริการตกอยู่ในขั้นอิ่มตัวหรือตกต่ำเร็วเกินไป ทั้งนี้เพราะเกิดจากคู่แข่งขึ้นมีบทบาทมากขึ้นนั่นเอง นักการตลาดจึงพยายามหาวิธีกระตุ้นเตือนในชื่อตราของผลิตภัณฑ์นั้น การเตือนความทรงจำนี้เป็นการรื้อฟื้นเรื่องราวในอดีตที่เคยถูกชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อมาก่อนว่าสินค้าหรือบริการนั้นมีคุณภาพดีเลิศเหมาะกับผู้บริโภค การเตือนความทรงจำ จึงเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการซื้อเกิดขึ้นอีกครั้งหนึ่งนั่นเอง เช่น ผูกคำเป็น slogan ว่า “ทุกชีวิตปลอดภัยในวอลโว่” หรือ “สิ้นเหลือนสิ้น ทนเหลือหลาย” เวลลอสส์ เป็นต้น

ในการสื่อสารในตลาดนั้น จะทำเพียงเพื่อให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าเพียงอย่างเดียว นั้นยังไม่เพียงพอที่จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ ผู้บริหารจะต้องนำกิจกรรมหลาย ๆ อย่างมาผสมผสานประกอบกันไป และชื่อเสียงขององค์การด้วย กิจกรรมที่จะต้องนำมาผสมผสานกัน และทำให้เกิดประสิทธิภาพในการส่งเสริมการตลาด คือ

1. การโฆษณา (advertising)
2. การตลาดโดยใช้พนักงาน (personal selling)
3. การส่งเสริมการตลาด (sale promotion)
4. การประชาสัมพันธ์ (public relations)

ทั้ง 4 ข้อดังกล่าว กิจการจะต้องกระทำให้สอดคล้องซึ่งกันและกัน ในเป้าหมายเดียวกัน คือมุ่งกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมายเดียวกัน ซึ่งจะแยกอธิบายดังนี้

1. การโฆษณา (advertising) หมายถึง การติดต่อสื่อสารโดยมิใช่ตัวบุคคลแต่ใช้สื่อต่าง ๆ เข้ามาช่วย โดยบริษัทธุรกิจหรือบุคคลว่าจ้างธุรกิจอื่นให้ระบุชื่อบริษัทของตนไว้ในข้อความหรือในคำชักชวนนั้นด้วย เพื่อให้กลุ่มผู้บริโภคทราบ โดยบริษัทผู้ว่าจ้างเป็นผู้เสียค่าตอบแทนเอง ทั้งนี้บริษัทผู้ว่าจ้างอาจมาหวังผลกำไรเป็นเครื่องตอบแทนก็ได้ ทั้งนี้จากความหมายสามารถที่จะอธิบายลักษณะการโฆษณาได้ ดังนี้

- 1.1 เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ส่งข่าวสารกับผู้บริโภค โดยไม่ใช่ตัวบุคคล
- 1.2 ผู้ส่งข้อความโฆษณาจะต้องเสียค่าตอบแทน
- 1.3 ข้อความโฆษณาจะต้องระบุตัวผู้โฆษณาด้วย
- 1.4 การโฆษณาต้องใช้สื่อเข้ามาช่วยติดต่อสื่อสาร
- 1.5 การโฆษณาต้องเป็นการชักจูงให้ผู้บริโภคปฏิบัติตาม

2. การตลาดโดยใช้พนักงาน (personal selling) การตลาดโดยใช้พนักงานถือว่าเป็นการติดต่อสื่อสารที่ดีที่สุดในระหว่างบริษัทผู้ผลิตกับผู้บริโภคคนสุดท้ายและเป็นการติดต่อสื่อสารแบบ two way communication จึงทำให้กิจการสามารถทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคได้ดี และถูกต้องตรงกับความเป็นจริง นอกจากนี้ยังช่วยให้พนักงานขายสามารถปรับหาวิธีการนำเสนอขายสินค้าหรือบริการในรูปแบบแตกต่างกัน เช่น ชักชวนให้ซื้อโดยตรง แสดงกิจกรรมควบคู่กับการส่งเสริมการตลาดประเภทอื่นรวมทั้งมีการปรับปรุงเทคนิคการเสนอขายของพนักงานขายให้ดีขึ้นด้วย

ลักษณะทั่วไปของงานขาย งานขายเป็นงานที่ไม่มีความแน่นอนคงที่ตายตัว โดยเฉพาะในเรื่องปริมาณการทำงานและความสำเร็จ ซึ่งผู้ปฏิบัติงานจะต้องมีความอดทนค่อนข้างสูง ทั้งนี้เพราะต้องคอยให้บริการหรือเอาใจลูกค้าโดยทั่วไปในบางครั้งอาจเกิดความลำบากใจเมื่อพบลูกค้าที่มีมารยาทไม่ดีหรือดูหมิ่นเหยียดหยามพนักงานขายว่าเป็นคนด้อยค่า อีกทั้งจะต้องทำงานตลอดเวลาไม่มีวันหยุด ไม่มีเวลาเป็นของตัวเองแน่นอน ซึ่งบางครั้งจะต้องเดินทางและจากครอบครัวไปเป็นเวลานาน นอกจากนี้ยังต้องเป็นบุคคลที่มีความเฉลียวฉลาดสามารถโน้มน้าว

จิตใจผู้อื่นให้เคลื่อนย้ายตามได้ ใฝ่หาความรู้แปลกๆ ใหม่ๆ อยู่เสมอ ฯลฯ ลักษณะของพนักงานขายต่างๆ เหล่านี้จึงหายาก ส่วนใหญ่ขาดความอดทนและทำงานเพื่อรองานอื่นมากกว่าจะยึดเป็นอาชีพประจำ

พนักงานขายให้บริการ (service salesman) พนักงานขายประเภทนี้จะมุ่งขายเฉพาะลูกค้าเดิมหรือเป็นลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกซื้อเอง หรือตั้งใจที่จะซื้อมาก่อนแล้ว พนักงานขายจะมีหน้าที่ให้ข้อมูลเพิ่มเติมในตัวสินค้าหรือบริการเหล่านั้น และจัดเสนอขายสินค้าหลายอย่างให้เลือก ซึ่งแรงจูงใจในการตลาด เจียนไปเสิร์ฟรับเงินรวมทั้งการทำหีบห่อจัดส่ง รับคืนสินค้าที่ชำรุดด้วย พนักงานขายประเภทนี้จะเป็นผู้รับใบสั่งซื้อมากกว่าออกไปติดต่อหาลูกค้าเอง

การส่งเสริมการตลาด (sales promotion) คือ กิจกรรมทางการตลาดที่มุ่งกระตุ้นหรือจูงใจให้ผู้บริโภคหรือพ่อค้าคนกลางซื้อสินค้าหรือบริการมากขึ้น โดยใช้กลยุทธ์อื่นๆ กระตุ้นให้พ่อค้าคนกลางเพิ่มประสิทธิภาพในการตลาดมากขึ้น โดยมีส่วนช่วยในการจัดแสดงสินค้า ตกแต่งร้าน ฯลฯ รวมทั้งกิจกรรมอื่น ๆ ที่ช่วยในการตลาดให้มากขึ้นอีกด้วย

การส่งเสริมการตลาดไปยังพนักงานขาย (sales - force promotion) วิธีนี้จะกระทำต้องได้รับความยินยอมจากผู้บริหารของร้านค้าปลีกเสียก่อน เพราะการกระตุ้นการตลาดโดยใช้วิธีนี้อาจไปขัดกับนโยบายการบริหารงานบุคคลของร้านค้าปลีกได้ การส่งเสริมการตลาดไปยังพนักงานขายประกอบด้วย การให้รางวัล โดยการจ่ายผลตอบแทนให้กับพนักงาน

การประชาสัมพันธ์ (public relations) คือ การดำเนินงานในรูปแบบต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างบริษัท หรือองค์การกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บุคคลทั่วไปเชื่อถือและศรัทธา พร้อมทั้งจะสนับสนุนให้บริษัทได้ประสบความสำเร็จหรืออยู่ได้ตลอดไป การประชาสัมพันธ์ คือ การเสนอข้อเท็จจริงของธุรกิจโดยมุ่งกลุ่มบุคคล ดังต่อไปนี้

1. ผู้บริโภคคนสุดท้าย
2. ผู้ถือหุ้นขององค์การ
3. ชุมชนโดยส่วนรวม
4. พนักงานของบริษัท
5. ผู้ขายสินค้า

ความรู้เกี่ยวกับเครื่องดนตรีสากล

เครื่องดนตรีสากลที่ใช้บรรเลงในวงดนตรีประเภทต่างๆ ในปัจจุบัน (สมบัติ จำปาเงิน, 2545, หน้า 34-42) แบ่งออกเป็นพวกใหญ่ๆ ดังนี้

1. เครื่องสาย (stringed instruments)
2. เครื่องเป่า (wood-wind instruments)
3. เครื่องทองเหลือง (brass instruments)
4. เครื่องตี (percussion instruments)
5. เครื่องคีย์บอร์ด (keyboard instruments)

เครื่องสาย

เครื่องดนตรีประเภทนี้มีสายเป็นส่วนสำคัญ และจะมีกล่องเก็บเสียงหรืออู้มเสียงเป็นส่วนประกอบสายอาจได้จากเชือก เอ็น ลวด โลหะ หรือ ไนลอน ซึ่งตึงเพื่อให้เกิดเสียงสูงต่ำ หลักง่ายๆ มี 3 อย่าง คือ ความยาว ความใหญ่ และความตึง

ความยาว (length) สายยาวจะมีเสียงต่ำ (low notes) สายสั้นจะมีเสียงสูง (high notes)

ความใหญ่ หรือหนา (thickness) และน้ำหนัก (weight) ของสายมีผลต่อเสียงมาก กล่าวคือต้องการให้เสียงต่ำก็ต้องใช้สายใหญ่ (thick strings) เป็นต้น

ความตึง (tightness or tension) สายขนาดยาวสั้น โตเล็กเท่ากัน ถ้าสายใดตึงกว่าสายนั้น จะมีเสียงสูงกว่าสายที่ตึงน้อยกว่า

เครื่องสายมีดังนี้

1. ไวโอลิน (violin)
2. ไวโอล่า (viola) บางคนเรียก วิโอลา
3. เซลโล (cello) หรือ ไวโอลาเซลโล (viola cello)
4. เบส (bass) หรือดับเบิลเบส (double bass)
5. พิณฝรั่ง (harp)
6. กีตาร์ (guitar)
7. แมนโดลิน (mandolin)
8. แบนโจ (banjo)
9. ลูต (lute)

เครื่องสายหมายเลข 1-4 วิวัฒนาการมาจากเครื่องดนตรีเก่าแก่ชนิดหนึ่งที่ชื่อว่า ไวโอลัส (viols) ดนตรีชนิดนี้ได้เปลี่ยนแปลงขนาดและรูปร่างเป็นเวลานานับศตวรรษ จนในที่สุดชาวอิตาลีได้ปรับปรุงเข้าขั้นระดับมาตรฐานโลกในราวคริสต์ศตวรรษที่ 17 วงการดนตรีสากลได้ถือเป็นแบบมาจนทุกวันนี้

ไวโอลิน เป็นเครื่องดนตรีสากลที่คนไทยรู้จักดีกว่าชนิดอื่น เพราะมีเสียงดังแหลมเล็ก กังวานไพเราะ ใช้ทำเสียงต่างๆ ได้หลายชนิด ตามปกติเมื่อเล่นกับวงดนตรีทั้งวง ทำนองที่เล่นนำ อยู่ตลอดเวลาติดต่อกันไปมักจะเป็นเสียงไวโอลินเสียเป็นพื้น ในวงซิมโฟนีออร์เคสตรา จะใช้ไวโอลินมากที่สุดคือ 32 คัน เป็นไวโอลินมือหนึ่ง (first violin) 16 คัน เป็นไวโอลินมือสอง (second violin) อีก 16 คัน ไวโอลินมือหนึ่งใช้สีทำนอง (melody) ส่วนไวโอลินมือสองคอยสีประสานตามไวโอลินมือหนึ่ง



ไวโอล่า มีรูปร่างลักษณะคล้ายไวโอลินทุกอย่าง วิธีเล่นก็เหมือนกัน กล่าวคือ หนีบได้คาง ขณะอยู่ในวงดนตรี หรือคุณละที่เกือบสังเกตไม่ได้ว่าไหนเป็นไวโอล่า ไหนเป็นไวโอลิน เพราะคล้ายกันมาก ส่วนที่ผิดกันนั้นอยู่ที่ขนาด ไวโอล่าใหญ่กว่าไวโอลินเพียงเล็กน้อย ถ้าพิจารณาในแง่สีเสียงหรือสีตันของสำเนียง (tone colour) แล้ว เกือบเหมือนกัน



เชลโล หรือที่เรียกเต็มว่า ไวโอล่าเชลโล รูปร่างคล้ายไวโอลินหรือไวโอล่า แต่ขนาดใหญ่โตกว่าประมาณ 3 เท่า เวลาเล่นนักดนตรีต้องนั่งเก้าอี้ เอาเชลโลตั้งไว้หว่างขา หันหน้าออก เสียงของเชลโลต่ำและทุ้มมาก ยิ่งสายสามสายสีด้วยแล้วมีเสียงต่ำอย่างน่ากลัว บรรดาเพลงเศร้า ๆ เหมือนสะอื้นอยู่ในหัวอก มักใช้เชลโล เพราะทำเสียงได้ดีมากจริง ๆ เพลงของไชคอฟสกีที่ถือว่าเป็นเพลงเศร้าบันลือโลกนั้นจะบรรเลงด้วยเชลโลเสมอ



เบส เรียกอย่างครบเครื่องว่า ดับเบิลเบส มีขนาดใหญ่มาก จนมีผู้ตั้งฉายาให้ว่าเป็นปู
ไวโอลินเวลาจะบรรเลง นักดนตรีต้องยืนเล่น เสียงดังกระหึมน่าฟัง ตอนทำเสียงต่ำทำได้ลุ่มลึกน่า
กลัวเหมือนกัน บางทีใช้ดีดเป็นจังหวะดีมาก ในวงดนตรีแจ๊สและวงป๊อปจะขาดเสียมิได้



เครื่องดนตรีทั้งสี่ชนิดนี้ บางครั้งใช้ดีดแทนสีก็ได้ เสียงเวลาดีดพร้อมกันก็ดังน่าฟังไม่
น้อย สำหรับไวโอลิน ไวโอลา และเชลโลมีวิธีพิเศษ เรียกว่า ฮาร์โมนิก (harmonic) คือเอานิ้ว
แตะที่สายเฉย ๆ แล้วสีด้วยคันชักจะมีเสียงคล้าย ๆ การผิวปาก ส่วนเบสเมื่อดีดเป็นจังหวะจะดังพึม
 ๆ กระหึ่มดีมากฟังเร้าใจ

เสียงที่เกิดจากเครื่องดนตรีทั้ง 4 ชนิดนี้ มีผู้สมมติเปรียบเทียบเล่น ๆ ว่า ไวโอลิน ไวโอลา
เหมือนผู้หญิง ส่วนเชลโลกับเบส แน่นอนจะต้องเป็นผู้ชายนั่นเอง

พิณฝรั่ง เป็นเครื่องสายขนาดใหญ่กว่าพิณอินเดียหรือพิณในชาติต่าง ๆ ของเอเชีย ผู้
บรรเลงจะนั่งแล้วใช้นิ้วดีดหรือดีดสาย ตามหลักฐานจากคัมภีร์ไบเบิลว่าต้นเค้าของพิณชนิดนี้มา
จากอียิปต์ แล้วดัดแปลงไปตามความเหมาะสม จนถึงปัจจุบัน รูปร่างเกือบเป็นสามเหลี่ยม
ประกอบด้วยสายใหญ่เล็กยาวสั้นแตกต่างกันราว 44-47 สาย ซึ่งทำด้วยเอ็นไฉลอนหรือลวดโลหะ
ทองเหลือง ฯลฯ จึงกับหมุดเรียงลำดับเสียงสูงตกประมาณ $6\frac{1}{2}$ เสียงซูด (octave) ซูดละ 7 เสียง
หรือเรียกไทย ๆ ว่าคู่ 8 แม้พิณฝรั่งจะมีเสียงมากแต่ไม่สามารถบรรเลงได้ครบทุกบันไดเสียง ในวง
ออร์เคสตราจะนิยมให้มือน้อย 1 หรือ 2 ตัว สำหรับพิณของวงพวงเวลส์และไอริชที่เรียกว่า พิณ
กอลิก (gaelic harps) มีขนาดเล็ก ขนาดมือถือได้สะดวก มีสายน้อย นักเพลงพื้นเมืองมักใช้พิณ
ชนิดนี้ดีดประสานไปกับเสียงเพลงที่ร้องคลอไปด้วยกัน



กีตาร์ ตามประวัติมีกำเนิดมาจากสเปน แล้วแพร่หลายไปทั่วโลก ราวคริสต์ศตวรรษที่ 16 ปัจจุบันยังยอมรับกันว่ากีตาร์สเปนมีชื่อเสียงที่สุด นิยมบรรเลงในวงดนตรีสมัยใหม่ เล่นเพลงป๊อปของพวกหนุ่มสาว กีตาร์มี 6 สาย สายเอก(ที่มีเสียงสูงต่ำ) ทำด้วยเอ็นหรือไนลอน สายอื่นๆ จะทำด้วยสายไหมพิเศษหรือไนลอนหุ้มด้วยขดลวดเงินขนาดเล็ก ปลายสายจะผูกตรึงด้วยหมุด มีปุ่มเร่งสายให้ตึงหย่อนตามต้องการ การบรรเลงผู้เล่นจะนั่งหรือยืนก็ได้ ใช้มือซ้ายจับตัวกีตาร์ มีขวาใช้ดีด ต่อมาก็ได้มีการปรับปรุงเป็นกีตาร์ไฟฟ้าโดยต่อสายจากตัวกีตาร์ไปยังลำโพงและเครื่องขยายเสียง ตลอดจนไปยังผู้พูด (โหมก) และผู้ร้องเพลงให้เข้ากับกีตาร์นั้น



แมนโดลิน, ลูต เครื่องสายที่มีลักษณะรูปร่างคล้ายคลึงกัน มีกำเนิดมาจากอิตาลี ลูต เป็นเครื่องดนตรีแบบโบราณ ลักษณะคล้ายลูกแพร์ มีสายหลากสาย พวกนักขับเพลง (minstret) ที่ชอบขับเพลงเล่นดนตรี สรรเสริญเรื่องวีรบุรุษ แต่โบราณนิยมใช้กันมาก แต่เสียงตรงที่แบบบาง และเล่นยาก แมนโดลินจึงเกิดขึ้นแทน โดยกำหนดสายจำกัดเพียงสี่คู่ (8 สาย) สามารถเล่นตามเสียงของไวโอลินได้ ผู้เล่นใช้มือซ้ายจับตัวแมนโดลิน ดีดด้วยมือขวาโดยใช้กระดูกหรือโลหะที่เรียกว่าเป็ล็กคัม ตรงกลางตัวแมนโดลินจะมีรูใหญ่ปล่อยเสียงก้องที่ตัวแมนโดลินอู่มไว้ขณะดีด ซึ่งจะรัวถี่มากน้อย ช้าเร็วแล้วแต่ทำนองเพลง อย่างไรก็ตามเสียงที่เกิดจากแมนโดลินนับว่ามีคุณภาพเร้าอารมณ์ได้ดีมาก โดยเฉพาะอารมณ์รัก โศก เสียงแมนโดลินจะช่วยสะกดผู้ฟังให้ตรึงอยู่กับที่เคลิ้มฟังโดยไม่รู้ตัวทีเดียว ในวงการดนตรีไทยเคยมีการใช้แมนโดลินเดี่ยวเพลงเอก ๆ ประสบความสำเร็จมาแล้ว



แบนโจ นิยมเล่นในวงดนตรีแจ๊สและป๊อปมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพลงพื้นเมืองของชาวนิโกร ตัวแบนโจประกอบด้วยสายอู้มเสียง ลักษณะกลมและคันยาวออกไปสำหรับจิงสายเข้ามา ตรงคันยาวจะมีนมสำหรับกดสายประทับลงไป เมื่อคิดด้วยมือหรือเครื่องคิดแล้วจะมีเสียงต่างๆ ออกไป ส่วนที่อู้มเสียงจะขุดเป็นโพรงลึกซึ่งปิดด้วยหนังสัตว์ กำกับด้วยวงไม้สวองาม สายของแบนโจมีเพียง 4 แต่สามารถบรรเลงเพลงต่างๆ ได้หลายทำนองอย่างน่าอัศจรรย์ สายที่นิยมใช้มักเป็นเอ็นหรือสายโลหะ

เครื่องเป่า

เครื่องดนตรีประเภทเครื่องเป่าแบ่งออกเป็นสองพวก คือ พวกที่ทำด้วยไม้ (wood-wind instruments) เป็นเครื่องเป่าชนิดที่มีลิ้น อีกพวกหนึ่งทำด้วยโลหะหรือทองเหลือง (brass-wind instruments) ซึ่งเป็นเครื่องเป่าชนิดไม่มีลิ้น เนื่องจากแต่ละพวกยังแบ่งออกอีกมากมายหลายอย่าง จึงมีผู้คิดชื่อต่างๆ ในภาษาไทยว่าเครื่องเป่าเฉยๆ หมายถึงพวกแรก ส่วนพวกหลังเรียกแยกออกเป็นอีกประเภทหนึ่งว่าเครื่องทองเหลือง (brass) เครื่องเป่าแบ่งออกเป็นชนิดต่างๆ ดังนี้

1. กลุ่มขลุ่ย (pipes and recorders)
2. กลุ่มพิเศษ (piccolo and flute)
3. ปี่โอโบ (oboe)
4. ปี่อังกฤษ (cor anglais, English horn)
5. ปี่คลาริเน็ต (clarinet)
6. ปี่บาสซูน (bassoon)
7. ปี่แซกโซโฟน (saxophone)

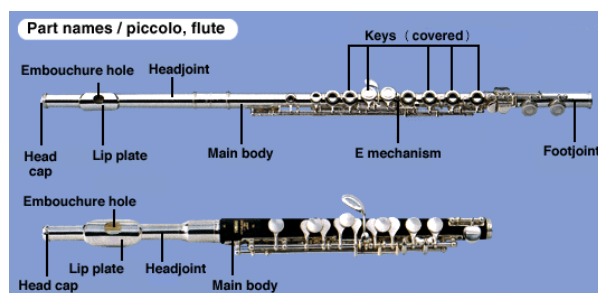
ขลุ่ยขลุ่ย เครื่องเป่าประเภทนี้มีมานานหลายศตวรรษ ถึงกับมีเรื่องเล่าเกี่ยวข้องกับอยู่ด้วยมากมายที่รู้จักกันดีคือเรื่อง เทพเจ้าซึ่งมีชื่อว่าแพน (pan) เล่ากันว่าวันหนึ่งแพนได้ติดตามเทพธิดาองค์หนึ่งไป เผอิญเทพธิดาถูกสาปให้เป็นพันธุ์ไม้ชื่อ เทพแพนตามจนเหนื่อยจึงนั่งลงพัก ขณะนั้นก็ได้ยินเสียงดนตรีดังแว่วมา เทพแพนลุกขึ้นมองหาไปรอบ ๆ พบแต่ต้นอ้อ เมื่อถูกลมกระทบที่ไรก็เกิดเสียงทุกที เทพแพนพอใจมาก มองดูต้นอ้อด้วยความขบขัน เล่ากันต่อมาว่านั่นคือปฐมเหตุของบรรดาขลุ่ยทั้งหลาย

ขลุ่ยเปลี่ยนเสียงต่าง ๆ ได้ด้วยวิธีการปัดรูที่เจาะไว้ข้าง ๆ ต่อมาขลุ่ยได้มีการพัฒนาสวยงามขึ้นเป็นพวก Recorder ซึ่งยังแบ่งออกไปอีก 4 ตามลำดับเสียง คือ สูงมาก (descant) สูง (treble) กลาง (tenor) และต่ำ (bass) เล็กมาหาใหญ่ลดหลั่นกันไป ขลุ่ย



ดังกล่าวเวลาจะเป่าก็ใช้ปากอมส่วนที่เป็นลิ้นแล้วจึงเป่าออกไป ต้องการเสียงใดก็ขยับนิ้วปิดรูที่อยู่ข้าง ๆ ตัวขลุ่ยนั้น ๆ

ขลุ่ยพิเศษ หรือเรียกกับทับศัพท์ว่า ปิคโคโลและฟลูต ที่เรียกพิเศษเพราะใช้ในวงออร์เคสตรา ขลุ่ยปิคโคโลมีเสียงแหลมเล็ก เล่นได้พลิ้วร่าเริงมาก ส่วนฟลูต ลักษณะเหมือนปิคโคโลทุกอย่าง ผิดตรงมีขนาดใหญ่กว่า ทำเสียงได้ทุ้มนุ่มกังวานกว่าปิคโคโล ทำนองเดียวกับไวโอลินที่เหมือนไวโอลิน แต่กังวานและทุ้มกว่า ขนาดใหญ่กว่านั่นเอง



วิธีจับขลุ่ยปิคโคโลและฟลูตไม่เหมือนกับขลุ่ยธรรมดา คือ จับยึดด้วยมือทั้งสองให้ตัวขลุ่ยปิดทางไปทางขวา เป่าลมลงไปที่รูทางเกือบรูซ้ายการบังคับเสียง จะกดนิ้วลงบนปุ่มกำกับเสียง (keynote) ซึ่งทำด้วยโลหะติดอยู่ข้าง ๆ ขลุ่ยนั่นเองให้เป็นเสียงสูงต่ำตามต้องการ

ปี่โอโบ ปี่อังกฤษ ปี่เบสโอโบ ทั้งสามชนิดนี้มีลักษณะเหมือนกัน เสียงก็คล้ายกัน เสียงของโอโบดังคล้ายคนจุมกบี้ หรือปี่พวกแขกเสียงสูงเป่า ส่วนปี่อังกฤษ (cor anglais) และเบสโอโบ (bass oboe) ก็เช่นเดียวกัน ผิดกันตรงที่ใหญ่กว่าโอโบ เสียงทุ้มและลึกกว่าโอโบเท่านั้น เพลงต่าง ๆ ที่แสดงความลึกกลับหรือเกี่ยวกับแขก แขกมักใช้เครื่องดนตรีพวกนี้เป็นพื้น สำหรับปี่โอโบมีเสียงที่ไพเราะสะกดใจคนได้มากตามประวัติเกิดในฝรั่งเศส ประมาณศตวรรษที่ 17 ปัจจุบันถือเป็นเครื่องเป่าชั้นนำในวงออร์เคสตรา ความยาวของโอโบยาว 2 ฟุต ข้าง ๆ ตัวมีรูเจาะและมีเครื่องกำกับเสียงทำด้วยโลหะติดไว้ เมื่อต้องการทำเสียงใดก็กดลงไปที่เครื่องกำกับเสียง (keynote or metal key) นั้น ประโยชน์อีกอย่างหนึ่งของปี่โอโบคือใช้เป็นเครื่องเทียบหรือแต่งเสียง (tune) เครื่องดนตรีอื่น ๆ ในวงออร์เคสตรา คล้ายขลุ่ยในวงดนตรีไทยใช้เทียบเสียงพวกซอต่าง ๆ ให้เข้าระดับก่อนทำการบรรเลง



ปี่โอโบแบบเก่าเป็นที่รู้จักกันในนามว่าโอโบดาโมเรอ (oboe d'amore) ปี่โอโบเป็นต้น
เค้าของปี่อังกฤษหรือคอร์อังกฤษนั่นเอง ปี่อังกฤษมีเสียงทุ้มต่ำกว่าปี่โอโบแต่ใกล้เคียงปี่โอโบมาก

ปี่คลาริเน็ต ปี่เบสคลาริเน็ต เครื่องดนตรีประเภทนี้ประดิษฐ์ในเยอรมนีตอนต้น
คริสต์ศตวรรษที่ 17 เป็นเครื่องเป่าสำคัญอย่างหนึ่งในวงออร์เคสตรา เสียงของคลาริเน็ตหวานหูดัง
กังวานน่าฟังไม่แพ้เครื่องเป่าชนิดใด พูดถึงคุณภาพของเสียงกล่าวกันในหมู่นักดนตรีว่า คลาริเน็ต
มีเสียงสูงชัดเจนกว่าโอโบ แต่ความนุ่มนวลยืดหยุ่นสู้โอโบไม่ได้

ปี่เบสคลาริเน็ต ลักษณะเหมือนปี่คลาริเน็ตทุกอย่าง ผิดที่เบสคลาริเน็ตขนาดโตกว่า
เสียงลึกและทุ้มกว่า



คลาริเน็ต จัดเป็นดนตรีที่ใช้บรรเลงได้หลายลักษณะ ในปัจจุบันนิยมใช้ปี่คลาริเน็ต
บรรเลงในวงดนตรีประเภทแจ๊ส ด้วย



ปี่บาสซูนและคอนทราบาสซูน มีเสียงต่ำและแหบเหมือนผี ส่วนมากไม่ใคร่นำมา
บรรเลงเดี่ยวในวงดนตรีทั้งวง ในประวัติดูเหมือนมีโมซาร์ทเพียงคนเดียวที่ใช้ในเพลงคอนแชร์
โต้ นอกนั้นก็ไม่มีใครกล้าทำ นอกจากเพียงแต่ใช้เสียงประกอบ เสียงประสาน หรือทำเสียง
ประหลาด ๆ ที่น่ากลัวในบางครั้งเท่านั้น



ความจริงปี่บาสซูนนั้นจัดได้ว่าเป็นเครื่องเป่าที่มีลักษณะในสกุลแบบเดียวกับโอโบ ซึ่งอาจจะบรรเลงทำนองเพลงได้ต่ำมาก ตัวปี่บาสซูนมีขนาดยาวประมาณ 8 ฟุต จึงสามารถทำเสียงได้ต่ำกว่าปี่โอโบถึงสองชุดเสียง (two octaves) เนื่องจากมีขนาดใหญ่ เขาจึงทำหลอดเป่าโค้งต่อออกมาจากตัวปี่เพื่อให้เป่าได้สะดวก ผู้บรรเลงจะจับตัวปี่นั่งประทับท่ามุมกับร่างกายพอสมควร ให้ปลายหรือปากปี่ชี้ขึ้นไปในอากาศหรือเบื้องบน สำหรับปี่คอนทราบาสซูน (contra bassoon) หรือบางทีเรียกดับเบิลบาสซูน (double bassoon) นั้นยาวประมาณ 16 ฟุต บิดทบไปมา 4 ทาง ยังมีเสียงต่ำกว่าปี่บาสซูนมากขึ้นไปอีก

ปี่แซ็กโซโฟน ตามประวัติว่านักเป่าคลาริเน็ตชื่อดังคนหนึ่งเป็นผู้ประดิษฐ์ขึ้น เนื่องจากนายคนนี้มีชื่อว่าแซ็กซ์ (sax) ปี่ที่เขาประดิษฐ์ขึ้นเลยได้ชื่อว่าแซ็กโซโฟน นับว่าชื่อได้เหมาะสมมาก ตอนปากเป่าทำด้วยไม้เช่นเดียวกับคลาริเน็ต แต่ลำตัวทำด้วยหลอดโลหะ กว้างบานออกรูปทรงโค้งทำนองเขาสัตว์ จึงมีลักษณะประสมประสานระหว่างเครื่องเป่า (ทำด้วยไม้) กับเครื่องทองเหลือง (ทำด้วยโลหะ) ใช้ในวงออร์เคสตราในบางโอกาส ที่ใช้มากคือในวงดนตรีแจ๊ส และวงเต้นรำ แซ็กโซโฟนยังแบ่งออกเป็นหลายชนิดตามลำดับเสียง เช่น Soprano (สูงหญิง), Alto (ต่ำหญิง), Tenor (สูงชาย), Baritone (เสียงระดับกลางของชาย), Bass (เสียงต่ำมากของชาย)



เครื่องทองเหลือง

เครื่องทองเหลืองเป็นชื่อเรียกสั้น ๆ หมายถึงเครื่องเป่าที่ทำด้วยเครื่องทองเหลือง หรือประเภททองเหลืองไม่มีดีด เครื่องดนตรีประเภทนี้ให้ความรู้สึกทางต้นเต้นคึกคักสนุกสนาน เสียงจากการเป่าเขาสัตว์ เครื่องดนตรีพวกนี้รุ่นแรก ๆ ที่เกิดขึ้นจึงได้ชื่อเลียนแบบว่าฮอร์นหรือเขาสัตว์ ทั้ง ๆ ที่สร้างด้วยทองเหลือง ต่อมาได้วิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่มีเพียง 2-3 เสียง จนมีเพิ่มขึ้นมากเสียงมากชนิดเป็นลำดับ นอกจากเครื่องดนตรีพวกนี้จะนำเอาไปร่วมบรรเลงในวงออร์เคสตราและวงดนตรีประเภทอื่น ๆ แล้ว ยังใช้สำหรับขบวนแห่ และใช้ในพิธีสวนสนามของทหารอีกด้วย

เครื่องทองเหลืองแบ่งออกดังนี้

1. ฮอร์น (horn)

2. ทรัมเป็ต (trumpet)
3. คอรัเน็ต (cornet)
4. บุกเกิล (bugle)
5. ทรอมโบล (trombone)
6. ทูบา (tuba)
7. ซูซาโฟน (sousaphone)

ฮอร์น บางที่เรียกเขาฝรั่งเศส (french horn) ทำเลียนแบบมาจากเขาสัตว์ที่นักล่าสัตว์และคนเลี้ยงแกะใช้เป่ามาแต่โบราณ แต่เมื่อมาสร้างด้วยทองเหลืองได้มีการปรับปรุงการทำเสียงให้กว้างขวางออกไป นอกจากการจะใช้ริมฝีปากแล้วยังมีเครื่องบังคับเสียงเป็นพิเศษอยู่ที่ตัวฮอร์น ผู้บรรเลงจะใช้นิ้วกดลงบนแป้นเล็ก ๆ เป็นเสียงต่าง ๆ เมื่อเป่า คุณภาพเสียงฮอร์นนั่นค่อนข้างจะสดใสและแหลมเล็กจะเล่นให้อ่อนหวานก็ได้ ให้กังวานสง่าก็ได้ ให้ซ่า ๆ โศกเศร้าก็ได้ เสียงของฮอร์นนั่นกล่าวกันว่าดังกังวานสง่าฟ้าเพยยากจะหาเครื่องดนตรีอื่นใดเทียบได้ ในวงออร์เคสตราจึงมีฮอร์นอยู่ด้วยเสมอ



ทรัมเป็ต คอรัเน็ต และบุกเกิล เป็นเครื่องดนตรีจัดอยู่ในสกุลหรือประเภทเดียวกัน บางตำราไม่ยอมเรียกแยกแต่เรียกทรัมเป็ตหมด ทรัมเป็ตมีเสียงดังแหลมหนักไปทางแปร๊ดๆ อยู่สักหน่อย ถ้าเป่าให้ดังลั่นเต็มทีบางคนอาจรู้สึกแสบแก้วหู อย่างไรก็ตามก็อาจเป่าเบาๆ ทำเป็นเสียงพรั่าๆ เหมือนกระซิบกระซาบกันก็ทำได้ นับเป็นลักษณะพิเศษอยู่ไม่น้อย ปัจจุบันทรัมเป็ตจัดเข้าอยู่ในวงดนตรีทั้งออร์เคสตรา วงแจ๊ส และอื่นๆ สำหรับคอรัเน็ตมีขนาดป้อมและย่อมกว่าทรัมเป็ต บางโอกาสก็นำเข้าร่วมวงออร์เคสตรา แต่ส่วนใหญ่จะเล่นในวงดนตรีเบ็ดเตล็ดต่างๆ ไป ส่วนบุกเกิลนับเป็นทรัมเป็ตพิเศษที่มีเสียงจำกัด มักใช้ในกองทัพ ใช้ในโอกาสเฉพาะเท่านั้น



ทรัมเป็ต



คอรัเน็ต



บุกเกิล

ทรอมโบล มีลักษณะง่าย ๆ ประกอบด้วยหลอดยาวๆ เป็นปากเป่าและปากบาน หัวหลอดมีหลอดซ้อนสำหรับชักเข้าออกให้มีระยะยาวสั้น เพื่อเปลี่ยนเสียงอย่างรวดเร็ว ฟังตื่นเต้นเร้าใจ ใช้บรรเลงในวงออร์เคสตรา แจ๊ส และวงเครื่องทองเหลือง เสียงของทรอมโบลดังคล้ายๆ ฮอรั่น แต่มีช่วงกังวานและทุ้มกว่า เนื่องจากเสียงไม่ค่อยจะสดใส สง่าผ่าเผย จึงเหมาะสำหรับทำเป็นเสียงแหบๆ เหมือนคนเป็นหวัดหรือเสียงอ้อๆ แอ้อๆ ได้ดีมาก ต่อมาสมัยหลังมีผู้สร้างทรอมโบลให้มีเสียงทุ้มต่ำกว่าทรอมโบลธรรมดา เรียกว่า เบสทรอมโบล (bass trombone)



ทูบา อันใหญ่เสียงต่ำหนัก ๆ ส่วนมากมักใช้เป่าตอคเป็นจังหวะและทำเสียงประสานไม่เคยปรากฏว่าจะมีใครอุทริเอาทูบามาเป่าเดี่ยว อย่างไรก็ตาม ต่อมาได้มีผู้ประดิษฐ์ทูบาที่มีเสียงเล็กลงเรียกว่า เทเนอร์ ทูบา (tenor tuba)



ซูซาโฟน เป็นเครื่องเป่าชนิดทองเหลืองที่มีปากบานใหญ่ที่สุด คู่กับทูบาซึ่งมีลำตัวเครื่องใหญ่ที่สุด ทูบาเล่นจังหวะประสานเสียงให้ดังสนั่น ส่วนซูซาโฟนช่วยให้เสียงดังหนักแน่น ขณะเดียวกันก็มีความแหลมคมพอจะแหวกอากาศไปได้ไกลๆ ที่เรียกแบบไทยๆ ว่า ดังสนั่น ห้วนไปทั่วพื้นที่เดียว ปกติขบวนแห่ใหญ่ๆ จะขาดเสียงมิได้



เครื่องตี

เครื่องตี บางทีเรียกว่า เครื่องกำกับจังหวะ (percussion instrument) หรือเครื่องให้จังหวะ ส่วนมากไม่มีเสียงสี (น้ำเสียง) เป็นทำนองเพลง (melody) เพราะใช้เป็นเครื่องตีและกระทบให้จังหวะ เช่น ฉาบ กลอง เหล็กสามเหลี่ยม เป็นต้น

ในวงดนตรีถือจังหวะเป็นสิ่งสำคัญมากเช่นเดียวกับทำนองเหมือนกัน เครื่องกำกับจังหวะมักถูกคิดค้นขึ้นมาพร้อมกับเพลงประเภทต่าง ๆ ที่ต้องการใช้ประกอบตามความเหมาะสม จะเห็นได้ว่าในภายหลังเมื่อมีเพลงประเภทมากขึ้นเท่าใด เครื่องกำกับจังหวะก็มีมากขึ้นเท่านั้น เช่นกัน เครื่องกำกับจังหวะบางชนิดไม่มีที่ตั้งระดับเสียงแน่นอน บางชนิดก็มีที่ตั้งระดับเสียงด้วย เครื่องกำกับจังหวะประเภทที่มีที่ตั้งระดับเสียงนั้นใช้บรรเลงเสียงประสานและจังหวะไปพร้อมๆ กัน

เครื่องกำกับจังหวะที่มีมาแต่ดั้งเดิมและสำคัญมากคือกลองนั่นเอง ในสมัยโบราณกลองนับว่าสำคัญเป็นพิเศษ เพราะนอกจากจะตีเร้าจังหวะให้คึกคักสนุกสนานแล้วยังใช้ในการส่งสัญญาณผ่านป่าดง เพื่อความเข้าใจในพวกหมู่ด้วย แม้ในปัจจุบัน การดนตรีได้เจริญวิวัฒนาการมากถึงขั้นแสดงคอนเสิร์ตบนเวทียิ่งใหญ่หรูหราเพียงใด กลองก็ยังคงมีความสำคัญสำหรับการดนตรีเช่นเดิม

เครื่องกำกับจังหวะที่สำคัญ มีดังนี้

1. กลองทิมปานี (tympani or kettle drums)
2. กลองเบสและกลองเทนเนอร์ (bass tenor drums)
3. กลองกลุ่มและฉาบ (team drums and cymbals)
4. กลองเบ็ดเตล็ด (tomba, bongo, conga)
5. ระฆังหลอด (chimes or tubular bells)
6. ระนาดฝรั่ง (xylophone)
7. ระฆังเหล็กสามเหลี่ยม (triangles)
8. กลองเล็ก (tambourine)
9. ฆ้อง (gong)

กลองทิมปานีหรือกลองแคตเติล อาจใช้บรรเลงทำเสียงต่างๆ ได้โดยการชันเครื่องกำกับ ข้างกลองทำให้หนังซึ่งหน้ากลองตึงมากตึงน้อยต่างกัน ไม้ตีเป็นพวกไม้ نرم เพื่อให้ตีเสียงดั่ง นุ่มนวล ใช้ในวงออร์เคสตรามานานแล้ว



กลองเบส กลองเทเนอร์ หรือเรียกง่าย ๆ ว่ากลองทุ้มกลองแหลม ทางกลองทุ้ม (เบส) ไทยเรามักเรียกว่ากลองอเมริกัน ใช้ไม้ نرمตีทั้งสองข้าง ส่วนกลองแหลมหรือกลองเทเนอร์ บางตำราเรียกกลองข้าง (side drum) ไทยเราชอบเรียกง่าย ๆ ว่ากลองแตก ไม้ตีสองอัน ตุ่มหัว ไม้ที่ใช้ตีไม่มีอะไรหุ้มจึงถือเป็นเครื่องตีไม้แข็ง เวลาตีตัวเร็วจะสามารถเรียกความสนใจให้ผู้ดูผู้ฟังตื่นเต้น ตลอดเวลา ทั้งสองชนิดนี้นอกจากใช้ในขบวนแห่สวนสนามแล้ว ยังใช้ในวงดนตรีแจ๊สและป๊อป ด้วย กลองแตกถ้าตีตัวบางลงมาราวครึ่งหนึ่งเรียกว่ากลองบ่วง (snare drum)



กลองเบส



เทเนอร์

กลองกลุ่มหรือกลองหมู่ ประกอบด้วยลักษณะกลองรวมของกลองเบส กลองเทเนอร์ กลองสแนร์นั่นเอง แต่มีระบบการบรรเลงต่างกัน มีฉาบด้วย ใช้บรรเลงเพียงคนเดียว สำหรับขนาดอาจเล็กลงไปตามความเหมาะสมของวง นิยมใช้ในวงดนตรีแจ๊สและวงดนตรีป๊อป มาก



กลองเบ็ดเตล็ด ส่วนมากจะใช้ทั่ว ๆ ไปกับวงดนตรีแจ๊ส ป๊อป พื้นเมือง เพื่อเร่งจังหวะ การเต้นเป็นพิเศษ เช่น กลองทอมบ้า (tomba) กลองบองโก (bongo) กลองคองก้า (conga) เป็นต้น



กลองทอมบ้า



กลองบองโก



กลองคองก้า

กลองเล็กแทมบูรีน ประกอบด้วยวงไม้แบน ๆ ขนาดย่อมพอจับถือได้สะดวก บนวงไม้ เจาะรูใส่จานโลหะขนาดเล็กเป็นคู่ ๆ ประมาณ 7 คู่ ตรึงด้วยหมุดพอลิเมอร์ ฝิวหน้ากึ่งด้านหนึ่งจึง ด้วยหนัง เวลาเล่นใช้นิ้วหรือข้อนิ้วเคาะตบเบา ๆ บนด้านหนึ่งที่ขึงไว้ หรืออาจจะใช้วิธีสั่นรัวให้ จานโลหะกระทบข้าง ๆ เป็นเสียงกรังกรัง เกรียวกราวน่าตื่นเต้นได้ พวกชิปซี ชาวสเปนนิยมใช้ เป็นเครื่องประกอบเวลาเต้นรำมาช้านาน



ระฆังสามเหลี่ยม ทำด้วยโลหะกลมยาวเอามาตัดเข้าเป็นรูปสามเหลี่ยม มีมุมหนึ่งไม่ เชื่อมติดต่อกันมุมหนึ่งใช้ห้อยกับหูที่ทำเตรียมไว้ใช้จับถือ ไม้ตีทำด้วยโลหะแท่งยาวขมวดปลาย เวลาตีจะมีเสียงดังแจ่มใสกังวาน



ระฆังหลอดหรือระฆังราว เป็นระฆังทำด้วยหลอดโลหะ มีขนาดยาวสั้นแตกต่างกัน เพื่อให้เกิดเสียงสูงต่ำต่างกัน หลอดยาวจะมีเสียงต่ำกว่าหลอดสั้น



ระนาดฝรั่ง ประกอบด้วยลูกระนาดทำด้วยไม้ขนาดสั้นยาวลดหลั่นกัน วางตามแนวนอนหรือวางราบบนรางที่มีหมุดตรึงไว้ ไม้ตีเป็นไม้นวมหรือไม้หุ้มด้วยผ้าหรือกระดาษพิเศษ ได้ลูกระนาดจะมีหลอดยาวต่อลงมาเพื่อให้เสียงดังกังวานไพเราะเพิ่มขึ้น ระนาดฝรั่งผิดกับระนาดไทยคือ ระนาดไทยจะเรียงติดเป็นพืดแถวเดียว ส่วนของฝรั่งจะแบ่งออกเป็นสองชั้น ชั้นล่างเป็นเสียงปกติ เรียงติดเป็นพืด ชั้นบนซึ่งตั้งสูงกว่าชั้นล่างเพื่อช่วยให้เล่นดนตรีได้มีเสียงกว้างขวางสมบูรณ์ขึ้น



ฆ้อง เป็นเครื่องตีขนาดใหญ่ทำด้วยโลหะ รูปร่างเหมือนฝากระป๋อง จะหีบถือก็ลำบากจึงต้องทำที่แขวน ปกติมักทำเป็นวงล้อมขนาดใหญ่กว่าตัวฆ้องพอประมาณ ตั้งอยู่บนขาหยั่งสี่ขา ผู้บรรเลงจะยืนบรรเลงเครื่องตีใช้ไม้นวมขนาดเขื่อง ด้านที่ตีมีด้านเดียว เสียงที่เกิดขึ้นจะดังกระหึ่มไปได้ไกล



นอกจากที่กล่าวมาแล้ว เครื่องดีที่ไม่ค่อยปรากฏบ่อยนักยังมีอีกหลายชนิด เช่น ระนาด
กลอง (glockenspiel), ขิมฝรั่ง (dulcimer), กีตาร์โทน(zither), กรับ (castanets), ไม้บล็อก (wood
block) และฉาบเดี่ยว (cymbals) จะอธิบายย่อ ๆ ดังนี้

ระนาดกลอง ลักษณะวิธีการคล้าย ๆ ระนาดฝรั่ง (xylophone) ผิดกันตรงที่มีจำนวนลูก
ระนาดน้อยกว่า เวลาบรรเลงใช้นั่งราบ ๆ กับพื้นไม่ต้องยืน เสียงกระจุ่มกระจิมน่าฟัง



ขิมฝรั่ง มีวิธีการเล่นผิดกับขิมไทยหรือขิมจีน คือมุ่งเล่นเป็นจังหวะมากกว่าเล่นทำนอง
เสียงไม่แหลมมากนัก ในวงดนตรีออร์เคสตราใช้เครื่องดนตรีแบบนี้แทนเปียโนขนาดย่อม ไม้ตีมี
2 อัน ที่ปลายทำเป็นตุ่ม เมื่อเคาะลงบนสายขิมที่ขึงไว้ได้ทีแล้วจะมีเสียงดังกังวานไพเราะมาก
เหมือนกัน



กีตาร์โทน หรือกีตาร์ไลน์ ลักษณะคล้ายกีตาร์แต่ไม่มีคันธนู ทำเป็นตัวไลน์ ๆ ขึงสาย
จำนวน 30-40 เส้น



กรับ ทำด้วยไม้เนื้อแข็งรูปหอยผูกติดกันเป็นคู่ ใช้ในวงเต็นรำสเปน บางโอกาสก็เอา
เข้าวงออร์เคสตรา



ไม้บล็อก เป็นเครื่องกำกับจังหวะที่ใช้ไม่มากนัก



เครื่องดีด-เคาะ

เครื่องดีด-เคาะ เป็นเครื่องดนตรีที่มีกลวิธีสร้างและทำเสียงสลับซับซ้อนมากกว่าเครื่องดีดและเครื่องลมหรือใช้ลม พวกอยู่ในกลุ่มเครื่องดีดคือเปียโนต่าง ๆ ส่วนพวกเครื่องลมมีออร์แกนและหีบเพลงชัก แต่ละอย่างแยกพวกออกไปได้มากมาย ข้อสังเกตสำหรับเครื่องดนตรีพวกนี้คือ ไม่ใช่วิธีดีดหรือเป่าตรงๆ แต่จะมีลิ้นนิ้ว (key-boards) ช่วยอาศัยกด ดีด หรือเคาะก็ได้ตามความเหมาะสม

เปียโน เป็นเครื่องดนตรีที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางเป็นพิเศษในหมู่ผู้มีเงินถือเป็นเครื่องดนตรีประจำบ้าน ประจำวงคอนเสิร์ต นอกจากเป็นเครื่องดนตรีอันดับเอกในทางเดี่ยวแล้ว ยังใช้สำหรับคลอเสียงเครื่องดนตรีชนิดอื่น และใช้คลอเสียงร้องได้อย่างดีเพราะมีช่วงเสียงกว้างขวางถึง $7\frac{1}{2}$ ช่วงเสียง (octaves) สามารถเปลี่ยนระดับได้ทุกระดับเสียง ลิ้นนิ้วมีถึง 88 อันสามารถบรรเลงได้ทั้งทำนอง (melody) และเสียงประสาน (harmony) ในขณะเดียวกันเสียงของเปียโนถือเป็นเสียงมาตรฐานที่ผู้แต่งเพลงใช้เป็นหลักในทางการเขียนต้นฉบับเพลงต่าง ๆ



เปียโน มีวิวัฒนาการมาจากพิณ (harp) นั่นเอง แต่มีลิ้นนิ้วช่วยในการดีด เลยเรียกว่าฮาร์พซิคอร์ด (harpsichord) ซึ่งเกิดในราวคริสต์ศตวรรษที่ 16 รูปร่างเหมือนเปียโนพิเศษ (grand piano) ในปัจจุบันลิ้นนิ้วที่ใช้ดีดบรรเลงมี 2 ชั้น ภายในตัวเครื่องมีสายโลหะซึ่งอยู่ตามขนาดเล็กใหญ่ ยาว สั้น แดกต่างกัน เพื่อทำเสียงให้แตกต่างกัน เมื่อกดลิ้นนิ้วจะไปกระดกไม้ดีดข้างในให้ดีไปยังสายโลหะข้างใน ไม้ดีดจะหุ้มด้วยสักหลาดหรือขนแกะ ทำให้ดังนุ่มหู ฮาร์พซิคอร์ดบางที่

เรียกว่า สปินเนต (spinet) หรือ เวอร์จินาล (virginal) สำหรับพวกมีไม้ตี (ด้านใน) ทำด้วยโลหะ ไม่มีอะไรหุ้ม เวลาบรรเลงจะมีเสียงแกร่งแหลมแสบหู พวกนี้เรียกว่า คลาวิคอร์ด (clavichord)

เมื่อฮาร์ฟคอร์ดได้รับการปรับปรุงถึงที่สุดกลายเป็นเปียโน (piano) จะเปลี่ยนแปลงตรงลิ้นนิ้วเหลือเพียงชั้นเดียวและรูปร่างกะทัดรัดแคบเข้าแล้วยาวออกเพื่อให้บรรจุช่วงเสียง (octaves) ได้มากกว่าจึงเป็นที่สังเกตว่าเปียโนจะต้องมีลิ้นนิ้วเพียงแถวเดียวเท่านั้น ถ้าเป็นเปียโนพิเศษ ก็ต่อตัวเครื่องออกไปทางด้านหลังให้อุ้มเสียงดังกระหึ่มมากขึ้น ส่วนเปียโนธรรมดา เรียกตามศัพท์ว่า เปียโนฟอร์เต้ (pianoforte) หรือ อัฟไรท์เปียโน (up right piano)

ออร์แกน เป็นเครื่องเป่าที่เจริญวิวัฒนาการถึงระดับสูงสุด มีตั้งแต่ขนาดย่อมเล็กกว่าเปียโนจนกระทั่งใหญ่โต ออร์แกนธรรมดามรูปร่างคล้ายเปียโน แต่ขนาดเล็กกว่า เวลาบรรเลงจะใช้เท้าถีบไปมาบนเครื่องสูบลม แล้วจึงใช้มือกดบนลิ้นนิ้ว (manuals เปียโนเรียก key-boards) เปียโนบรรเลงด้วยการเคาะ เสียงจึงไม่ติดต่อยืดยาวเหมือนออร์แกน ซึ่งใช้วิธีกด ดังนั้นเสียงควมูกรางอ้อยสร้อย ออร์แกนจะทำได้ดีกว่าเปียโน

การบรรเลงออร์แกนและเปียโน ในภาษาไทยใช้เหมือนกันด้วยคำง่ายๆ ว่า “ดีด” ทั้งๆ ที่อย่างหนึ่งดีดแบบกด อีกอย่างหนึ่งดีดแบบเคาะก็ตาม ออร์แกนที่สร้างภายหลังโด่งดังเป็นพิเศษหรือออร์แกนไฟฟ้า มักบรรเลงในโบสถ์หรือสถานที่โอโถง บรรเลงเพียงเครื่องเดียวเหมือนกับการบรรเลงดนตรีวงใหญ่ทั้งวงทีเดียว



หีบเพลงชัก (accordion) คัดแปลงมาจากออร์แกนนั่นเอง ใช้หลักการสร้างลมเป่าในหลอดทำเสียง ด้วยวิธีชักเข้าชักออกของถุงลมแล้วกดบังคับเสียงจากลิ้นนิ้วเหมือนออร์แกน หีบเพลงชักมีมากมายหลายแบบจนนับไม่ถ้วน



งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สรชน โรจนตระกูล (2544) ได้ทำการศึกษา “ความต้องการหลักสูตรท้องถิ่น “ดนตรีสากล” ของผู้ประกอบการในจังหวัดพิษณุโลกและใกล้เคียง” พบว่า ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมดนตรีสากล เป็นชายมากกว่าหญิงและมีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษามีมัธยมศึกษาตอนปลาย การดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบรรเลงดนตรีสากลเป็นทั้งอาชีพเสริมและอาชีพหลักมีประสบการณ์ 5-10 ปี เรียนรู้กิจกรรมเกี่ยวกับดนตรีสากลจากผู้สอนในท้องถิ่นมีรายได้ 5,000-8,000 บาท ซึ่งไม่เพียงพอต่อการยังชีพ แต่รายได้พอๆ กับอาชีพอื่นๆ และให้ความสำคัญกับควรมีการพัฒนาการบรรเลงดนตรีสากล ส่วนการดูแลคุณภาพของการบรรเลงดนตรีจากฝีมือการเล่นของนักดนตรี และไม่มีกรรวมกลุ่มกันในระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน ปัญหาของกิจกรรมด้านดนตรีสากลภาพรวมมีความรุนแรงอยู่ในระดับปานกลาง ท้องถิ่นมีความต้องการหลักสูตร “ดนตรีสากล” อย่างมาก และนักดนตรีควรมีคุณภาพ มีความสามารถและความรู้พื้นฐานทางด้านเครื่องดนตรีและดนตรีอย่างแท้จริง

พงษ์ลดา ธรรมพิทักษ์กุล (2545) ได้ทำการศึกษา “ผลสัมฤทธิ์ในการเรียนดนตรีสากลขั้นพื้นฐานตามแนวคิดของ Kodaly ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยฝ่ายประถม” พบว่า ผลสัมฤทธิ์ในการเรียนดนตรีสากลขั้นพื้นฐานของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่เรียนโดยการสอนตามแนวคิด Kodaly กับเรียนโดยการสอนแบบดั้งเดิมมีความแตกต่างกัน เนื่องจากการสอนตามแนวคิดของ Kodaly นั้นทักษะการอ่านโน้ตทุกชั่วโมง จึงทำให้นักเรียนมีความรู้ความสามารถในทักษะการอ่านโน้ต อันเป็นผลทำให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาความรู้ทางดนตรีสากลขั้นพื้นฐานง่ายและแม่นยำยิ่งขึ้น พร้อมทั้งยังมุ่งพัฒนาทักษะด้านการฟัง พัฒนาไสตปประสาท การรับรู้ภายใน โดยเริ่มจากการสอนร้องเพลงโดยไม่ต้องมีดนตรีประกอบ นักเรียนจะได้รับการสอนโดยผสมผสานทักษะต่างๆ ทั้ง 6 ด้าน คือ การฟัง การร้องเพลง การเล่นเครื่องดนตรี การเคลื่อนไหวร่างกาย การคิดสร้างสรรค์ และการอ่าน-เขียนโน้ต ไม่เน้นด้านใดด้านหนึ่ง โดยเฉพาะในการสอนแต่ละครั้งจะเปลี่ยนกิจกรรมเสมอ พร้อมทั้งให้นักเรียนตระหนักถึงประโยชน์และความสำคัญของดนตรีสากลไปพร้อมๆ กัน

พรทิพา สุกใส (2546) ได้ทำการศึกษา “การบริหารงานบุคคลของสาขาวิชาดนตรีสากลในมหาวิทยาลัย” โดยทำการศึกษาสภาพและปัญหาในการบริหารงานบุคคลสาขาวิชาดนตรีสากลในมหาวิทยาลัย รวมถึงความสำคัญของดนตรีสากล พบว่า สาขาวิชาดนตรีสากลมีความจำเป็นสำหรับมหาวิทยาลัย และมองเห็นความจำเป็นในการวางแผน เพื่อให้เห็นภาพของการใช้กำลังคนและการพัฒนาบุคลากร แสดงให้เห็นว่า สาขาวิชาดนตรีไม่ได้มีการวางแผนในเรื่องของอัตรา

กำลังคนหรือจำนวนบุคลากรและการพัฒนาบุคลากรอย่างชัดเจน จึงอาจทำให้เกิดปัญหาเรื่องการขาดแคลนบุคลากรและการดำเนินการในการพัฒนาบุคลากรไม่สามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้บริหารและสาขาวิชาดนตรีสากลควรจัดหาผู้เชี่ยวชาญในการวางแผน ทั้งในเรื่องอัตรากำลังคน อุปกรณ์เครื่องดนตรี เพื่อให้เพียงพอการปฏิบัติงานและในเรื่องของการพัฒนาได้อย่างมีคุณภาพและเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพในการปฏิบัติงานของสาขาวิชาดนตรีสากล และมหาวิทยาลัยควรจัดงบประมาณสนับสนุนในการจ้างผู้เชี่ยวชาญเข้ามาดำเนินการเพื่อสนับสนุนการบริหารบุคลากร

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี