

# กระบวนการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาขนมขบเคี้ยวที่คัดสรร

## The Production Process of Score Soundtrack of Selected Snack Advertisements

กนกวรรณ พันลิวรรกุล\* และสุธี พลพงษ์\*\*

### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาขนมขบเคี้ยวที่คัดสรร” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ผลิตเพลงโดยตรง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณารับผลิตจากผู้รับผลิตเพลงโฆษณาขนมขบเคี้ยวที่คัดสรร 3 ประเภท ซึ่งเป็นสินค้าที่มียอดขายสูงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ได้แก่ 1) มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่น หอยเชลล์อบเนยกระเทียม 2) คุกกี้ ตรา โอรีโอ้ ภาษาไทย 3) เลเยอร์เค้ก ตรา เอลเซ่ รสวานิลลา ว่ามีลักษณะอย่างไรมีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

ผลการศึกษาพบว่า เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาขนมขบเคี้ยวที่คัดสรรมีลักษณะเหมือนกัน คือเป็นเพลงโฆษณาประเภท จิงเกิล (Jingle) โดยเป็นเพลงที่แต่งขึ้นใหม่เพื่อสินค้านั้นๆ โดยเฉพาะ มีความยาว 30 วินาที และมีลักษณะแตกต่างกัน โดยเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่นหอยเชลล์อบเนยกระเทียม เป็นเพลงต้นฉบับ (Original) แต่งเนื้อร้องและทำนองขึ้นมาใหม่ มีขั้นตอนการผลิต 10 ขั้นตอน มีวิธีการสร้างเพลง 4 ข้อ ขับร้องเพลงและแสดงภาพยนตร์โฆษณาโดย 2 พิธีกร นักแสดงชื่อดัง ณเดชน์ คูกิมิยะและอูรสา เสปอร์บันด์ เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา คุกกี้ ตรา โอรีโอ้ เป็นเพลงประยุกต์ (Applied) ใช้ทำนองเพลงภาษาอังกฤษแล้วแต่งเนื้อร้องภาษาไทยขึ้นมาใหม่ มีขั้นตอนการผลิต 6 ขั้นตอน โดยส่งต่องานขั้นตอนการบันทึกเสียงและการผสมเสียงให้บริษัทภายนอกรับผิดชอบต่อ มีวิธีการสร้างเพลง 3 ข้อ นำเสนอภาพยนตร์โฆษณาในรูปแบบแอนิเมชัน เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา เลเยอร์เค้ก ตรา เอลเซ่ รสวานิลลา เป็นเพลงประยุกต์ (Applied) ใช้ทำนองเพลงลูกทุ่งชื่อดังแล้วแต่งเนื้อร้องขึ้นมาใหม่ มีขั้นตอนการผลิต 9 ขั้นตอน โดยส่งต่องานในขั้นตอนการเรียบเรียงเสียงประสาน การบันทึกเสียงและการผสมเสียงให้บริษัทภายนอกรับผิดชอบต่อ มีวิธีการสร้างเพลง 6 ข้อ นำเสนอภาพยนตร์โฆษณาโดยการใช้นักแสดง Copy Show นักร้องลูกทุ่งชื่อดัง

### Abstract

Research on “The Production Process of Score Soundtrack of Selected Snack Advertisements”, a qualitative research, collect the field of depth interview from music producers directly, aims to study the production process of score soundtracks, the company manufactures receivers soundtrack of selected snack in 3 categories. This is a product with high sales, it is very popular, including 1.Crisps brand Lay’s flavor scallops with garlic butter 2.Oreo cookie brand 3.Layer cake brand Else vanilla, to look and find the difference.

The results showed that the production process of score soundtrack of selected snack

\* กนกวรรณ พันลิวรรกุล นักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

\*\* สุธี พลพงษ์ รองศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม

are alike, which is the song of Jingle, a song composed for new products in particular, has a length of 30 seconds and looks different, by the score soundtrack, Crisps brand Lay's flavor scallops with garlic butter is the original music, lyrics and tune up, the process of producing of 10-step, there are four ways to create the music, singing and showing the advertisement by two famous presenters which are Nadech Kogimiyi and Arussaya Sperband. The score soundtrack of cookie brand Oreo, this is an applied music, the melody composing lyrics in English, then composed in Thai, the process of producing are six steps, by step forward the recording and mixing the responsible party, there are three ways to create the music, film, presented in the form of an animation. The score soundtrack layer cake branded Else vanilla flavor, this is an applied music, used the famous folk song lyrics and then tuned up again, with the production process ninth step, by step forward the recording and mixing the responsible party, there are six ways to create the music, presents films by actor Copy Show renowned folk singer.

### บทบาท

ดนตรีเป็นสื่อภาษาสากลที่ชนทุกชาติทุกภาษาสามารถเข้าใจได้ดี เป็นพลังงานในรูปของคลื่นเสียงที่ไม่สามารถจับต้องและไม่สามารถมองเห็นได้ ต้องอาศัยไฮเทคประสาทเท่านั้นเป็นตัวรับรู้ จิตมนุษย์จึงสามารถรับรู้และรู้สึกได้ทันทีโดยไม่ต้องแปล นอกจากดนตรีจะให้ความบันเทิงแล้วดนตรียังถูกนำมาใช้ประโยชน์ในหลายๆด้าน เช่น ดนตรีเพื่อการบำบัดสุขภาพ ดนตรีเพื่อการสื่อสาร และดนตรีเพื่อการโฆษณา เป็นต้น ดนตรีมีความสามารถในการ

กระตุ้นความรู้สึกในเชิงพาณิชย์ เพราะดนตรีสามารถใช้ในการสร้างอารมณ์ให้เกิดความต้องการ ปลูกเร้าอารมณ์ที่เหมาะสม และมีอิทธิพลให้เกิดความชื่นชอบต่อตัวสาร ดนตรีจึงถูกนำมาใช้ในภาพยนตร์โฆษณา ปัจจุบันมีงานด้านเพลงโฆษณาที่ออกอากาศทางโทรทัศน์และสื่อมวลชนแขนงอื่นๆ เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการสำรวจของผู้วิจัย พบว่า ได้มีผู้ก่อตั้งบริษัทรับผลิตงานด้านเพลงโฆษณาหลากหลายบริษัท และมีวิธีการทำงานที่แตกต่างกันไป เช่น บริษัทไทเทเนียม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด บริษัท เอฟซีบี กรุงเทพ จำกัด บริษัทเมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด บริษัทซีเนซาวด์ จำกัด บริษัทซิน ดิจิตอล ซาวด์ สตูดิโอ จำกัด และ บริษัท ไวต์แอ็ดฮาร์ท จำกัด เป็นต้น ซึ่งบางบริษัทอาจมีเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญงานด้านเพลงโฆษณาอยู่แล้ว บางบริษัทอาจส่งต่องานผลิตเพลงโฆษณาให้บริษัทอื่นรับผลิตต่อ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่องกระบวนการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาสินค้าประเภทต่างๆ โดยเฉพาะสินค้าที่นิยมทำเพลงโฆษณาสื่อสารกับกลุ่มเด็กและวัยรุ่น เพื่อต้องการให้เห็นกระบวนการทำงานก่อนที่จะผลิตออกมาเป็นเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่สมบูรณ์ดังที่พบเห็น โดยต้องการศึกษากระบวนการผลิตเพลงประกอบโฆษณาสินค้าที่มีการใช้เพลงในงานโฆษณาอย่างต่อเนื่อง มีการผลิตเพลงขึ้นมาใหม่เพื่อสินค้าประเภทนั้น ๆ โดยเฉพาะ เป็นเพลงคิดหูสร้างการจดจำ และเป็นสินค้าได้รับความนิยมมียอดจำหน่ายสูงเป็นผู้นำทางการตลาด ได้แก่ 1) มั่นฝรังทอดกรอบตรา เลย์ กลิ่นหอยเชลล์อบเนยกระเทียม จากข้อมูลทางการตลาดขนมขบเคี้ยวของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ณ เดือนมิถุนายน 2556 ระบุว่า มั่นฝรังทอดกรอบ ตรา เลย์เป็นผู้นำตลาดด้วยส่วนแบ่งถึง 75% 2) คุกกี้ ตราโอรีโอ ข้อมูลจาก มติชนออนไลน์ เผยว่าคุกกี้ ตรา โอรีโอ คือ แชนวีซซึคุกกี้ที่ขายดีที่สุดในศตวรรษที่ 20 โดยขายออกขายทั่วโลกเมื่อปีที่แล้วไปกว่า 1,500 ล้านดอลลาร์ 3) เลเยอร์คั๊ก ตรา เอลเซ่ คุณสุทธิพงษ์ ภูศิริฤทธิ์ ตำแหน่ง Creative Group-

head บริษัทเมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด ผู้สร้างสรรค์เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา เลเยอร์ เค้ก ตรา เอลซ์ กล่าวว่ “เอลซ์ รส วานิลลา มียอดขายที่ดีที่สุด ในบรรดาขนมเอลซ์รสชาติอื่น” ซึ่งผู้วิจัย จะทำการศึกษากระบวนการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาขนมเค้กดังกล่าว โดยทำการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดการผลิตเพลงโฆษณาทางโทรทัศน์ เพื่อให้ทราบว่าเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาขนมเค้กที่คิดสรร มีลักษณะอย่างไร มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นแนวทางศึกษาหรือใช้ประโยชน์ในการผลิตเพลงประกอบโฆษณาต่อไปได้ในอนาคต

### แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องดนตรีเพื่อการสื่อสาร “เพลงโฆษณา” หมายถึงเพลงหรือดนตรีที่ใช้เพื่อเป็นการโฆษณาเพื่อนำเสนอหรือสรุปเนื้อหาที่ผู้โฆษณาต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้บริโภค สำหรับการนำดนตรีมาใช้ในงานโฆษณานั้น Dubar (1990) ได้ทำการวิจัยเรื่องของดนตรีกับการโฆษณา ซึ่งสรุปได้ว่า ดนตรีสามารถสร้างการสื่อสารได้ 3 ระดับ กล่าวคือ ระดับความรู้สึก ระดับอารมณ์ และระดับสติปัญญา ดนตรีช่วยสร้างให้เกิดอารมณ์ต่อตราสินค้า ตอบสนองอารมณ์ และยังช่วยปรับให้ภาพในโฆษณาดูดีขึ้นอีกด้วย ช่วยให้จดจำเนื้อหาง่ายกว่าคำพูด

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเรื่องเพลงประกอบโฆษณาเพื่อให้ผู้วิจัยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเพลงประกอบโฆษณามากขึ้นก่อนดำเนินการวิจัย

2. ทฤษฎีองค์ประกอบดนตรี ระดับเสียง (Tone) ระดับเสียงในที่นี้ครอบคลุมทั้งเสียงของเครื่องดนตรีและเสียงของผู้ร้อง, จังหวะ (Rhythm) ถ้าฟังดนตรีบรรเลงจังหวะช้า นุ่มนวล อ่อนหวาน จะช่วยพัฒนาด้านสุนทรียภาพ กระตุ้นระบบความทรงจำ มีจิตใจอ่อนโยน แต่ถ้าเป็นดนตรีที่มีจังหวะสนุกสนาน จะช่วยให้อารมณ์ดีมีชีวิตชีวา สดชื่นแจ่มใส ออาก

เคลื่อนไหวร่างกายตามจังหวะที่ได้ยิน, ทำนอง (Melody) คือ การนำระดับเสียงสูง ๆ ต่ำ ๆ มาร้อยเรียงต่อกันอย่างมีศิลปะ บางเพลงมีดนตรีทำนองช้า บางเพลงเร็ว, เสียงประสาน (Harmony) คือ ดนตรีที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานของเสียงมากกว่าหนึ่งแนวเสียง สลับซับซ้อนกว่าจังหวะและทำนอง แสดงถึงความประณีตในการประพันธ์

ผู้วิจัยทำการศึกษาทฤษฎีองค์ประกอบดนตรี เพื่อให้เกิดความซาบซึ้งและเข้าใจในรายละเอียดของบทเพลงที่นำมาเป็นตัวอย่างในการวิจัยได้ดียิ่งขึ้น

3. แนวคิดเรื่องเพลงประกอบโฆษณา เพลงโฆษณาหมายถึงเพลงหรือดนตรีที่ใช้เพื่อเป็นสื่อในการโฆษณา สร้างขึ้นมาเพื่อนำมาใช้ในฐานะเป็นสื่อนำเสนอเสริม หรือสรุปเนื้อหาที่ผู้โฆษณาต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย มีลักษณะเป็นทั้งงานด้านศิลปะและธุรกิจหรือพาณิชย์ศิลป์ (Commercial Art) หรือเป็นดนตรีเพื่อธุรกิจ (Commercial Music) เป็นดนตรีเพื่อการใช้งานที่เรียกว่า Functional Music บทบาทของเพลงหรือดนตรีประกอบโฆษณานี้มีความสำคัญมาก ถึงแม้ในโฆษณาที่เพลงไม่ได้เป็นส่วนเด่นแต่ก็มีความสำคัญอยู่เสมอในการสร้างบรรยากาศให้กับงานโฆษณานั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเรื่องเพลงประกอบโฆษณา เพื่อสามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปได้ว่าผลงานการผลิตเพลงโฆษณาคือเป็นเพลงโฆษณาระเภทใด

### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 “กระบวนการสร้างสรรค์เพลงและเสียงประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่ออกอากาศทางโทรทัศน์” ของ ดนุพรพร ยาท่วม ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการสร้างสรรค์เพลงและเสียงประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ของบริษัทจิงเกิ้ล-เบลล์ จำกัด แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นรับงานจากบริษัทลูกค้า ขั้นผลิตงานตัวอย่าง และขั้นผลิตงานจริง

หลักการสร้างสรรค์เพลงและเสียงประกอบ

ในภาพยนตร์โฆษณาที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ ได้แก่ การคำนึงถึงภาพที่ปรากฏอยู่ การสร้างอารมณ์ให้ผู้ชมหรือผู้ฟังคล้อยตาม การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย การให้ความบันเทิงหรือสร้างอารมณ์ขึ้น การสร้างสรรค์ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย การไม่ตีกรอบจำกัดในการสร้างสรรค์ การยึดความคิดหลักเพียงความคิดเดียว การดึงความสนใจตั้งแต่ตอนต้น การไม่มีข้อความมากเกินไป การสร้างจุดสนใจที่ชัดเจน การพยายามนำเสนอสิ่งใหม่ๆ สร้างจินตนาการ และการสร้างความบันเทิงให้กับผู้รับสาร

กระบวนการสร้างสรรค์เพลงและเสียงประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ ต้องอาศัยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่างๆ จำนวนมาก ได้แก่ ผู้ควบคุมการผลิต หัวหน้าวิศวกรด้านเสียง วิศวกรด้านเสียงประจำห้องบันทึกเสียง ภาพยนตร์โฆษณา วิศวกรด้านเสียงประจำห้องบันทึกเสียงเพลงประกอบโฆษณา เจ้าหน้าที่ประจำห้องสมุดเพลงและเสียงประกอบ ผู้ประพันธ์เพลงโฆษณา ผู้เรียบเรียงเสียงประสาน นักดนตรี นักร้อง และโฆษก

4.2 งานวิจัยเรื่อง “เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ของไทยระหว่างปี 2532-2543” ของ สุพร อรรถสุข ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการคิดสร้างสรรค์งานโฆษณานั้น มักปฏิบัติงานและระดมสมองร่วมกันเป็นกลุ่ม โดยการสร้างสรรค์งานโฆษณาแต่ละชิ้นต้องคำนึงถึงแนวทางที่บริษัทเจ้าของสินค้าได้กำหนดไว้เป็นหลัก ได้แก่ 1) กลุ่มเป้าหมาย 2) วัตถุประสงค์ทางการตลาด 3) วัตถุประสงค์ทางการโฆษณา 4) จุดยืนของสินค้า 5) จุดขายของสินค้า เพลงโฆษณาที่ได้รับรางวัลเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยมระหว่างปี 2532-2543 นั้น มีลักษณะสำคัญดังนี้ 1) เพลงโฆษณาต้องตอบรับกับวัตถุประสงค์ทางการโฆษณา และมีเนื้อหาและลักษณะของดนตรีที่สอดคล้องกับภาพโฆษณา 2) สามารถสื่อสารเนื้อหาที่นำเสนอทั้งหมดได้ในระยะเวลาที่กำหนด 3) มีลักษณะการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ตรงประเด็น 4) มีลักษณะทางดนตรีที่ไม่ซับซ้อน เนื้อร้อง และทำนองสามารถจดจำได้ง่าย 5) ใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ

4.3 งานวิจัยเรื่อง “เพลงโฆษณา... คุณค่าแห่งสำเนียง” ของ ภาวินี บุญสุพ ผลการวิจัยพบว่า เพลงนำจะมีคุณสมบัติต่อผู้รับฟังดังนี้ 1.เพลงมีผลต่อร่างกายและจิตใจของบุคคล ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ 2.ช่วยทำให้บุคคลมีมนุษยสัมพันธ์และ เข้าสู่สังคมได้ 3.เสียงดนตรีที่มีท่วงทำนองและประกอบด้วยลีลาจังหวะการเคลื่อนไหว จะก่อให้เกิดความมีชีวิตชีวาได้ 4.ดนตรีทำให้เกิดความสร้างสรรค์และจินตนาการ 5.ดนตรีอาจเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดสมาธิหรือขัดสมาธิได้ 6.ดนตรีมีผลต่อความเครียดและความกังวล ทั้งการลดและการเพิ่ม การทำเพลงโฆษณาอาจเป็นผลเสียต่อสินค้าผลในทางลบของเพลงประกอบโฆษณา ได้แก่ 1.เพลงเด่นเกินไป 2.นำไปสู่เรื่องราวที่ผิด 3.ความเข้าใจผิดเกี่ยวกับสินค้า 4.การได้กลุ่มเป้าหมายจำกัด 5.การไม่สัมพันธ์กับสินค้า 6.ทำให้ภาพผิดเพี้ยนไป จากปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ดังกล่าว ในการทำเพลงโฆษณาควรจะให้เป็นที่อยู่ที่ของผู้เชี่ยวชาญที่มีความชำนาญหรือมีประสบการณ์โดยตรง เพื่อผลดีอย่างยิ่งต่อสินค้าและโฆษณา โดยประโยชน์ของเพลงโฆษณาที่ดีนั้นมีมากมายดังต่อไปนี้ 1.ช่วยสร้างความจดจำ 2.ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ 3.ความเกี่ยวพันกับสินค้า 4.เข้าใจง่ายกว่าคำพูด 5.หลีกเลี่ยงการย่ำคิดซ้ำทำ 6.ช่วยโน้มน้าวใจ

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### แหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่น่าศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งแหล่งข้อมูลเป็น 3 แหล่ง คือ (1) เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่น หอยเชลล์อบเนยกระเทียม คุกกี้ ตรา โอรีโอ้ ชุด สนุกกับโอรีโอ้ และเลย์เออร์เค้ก ตรา เอลเซอร์วานิลลา (2) แหล่งข้อมูลบุคคล คือ ผู้ควบคุมการผลิต (Producer) ในกระบวนการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา โดยเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์และประพันธ์เพลงโฆษณา ได้แก่

- คุณชั้นเงิน เนื่อนวล ศิลปิน วง โทเทเนียม และ Producer บริษัทโทเทเนียม เอ็นเตอร์เทนเมนต์

จำกัด ผู้ควบคุมการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์  
โฆษณา มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่นหอย  
เชลลอบเนยกระเทียม สัมภาษณ์วันที่ 19 มิถุนายน  
2558 ณ ห้องสรรพลินค้า เอ็มควอเทียร์ ดำเนิน  
การสัมภาษณ์โดยตรง 1 ครั้ง ทางโทรศัพท์ 1 ครั้ง  
ทาง Facebook 1 ครั้ง วิธีดำเนินการ ติดต่อทาง  
แฟนเพจจาทอเนี่ยมใน Facebook ติดต่อผ่าน  
ผู้จัดการส่วนตัว ติดต่อ คุณชนเงิน เนื่อนวล  
โดยตรงทาง Facebook ส่วนตัว

- คุณวศโคม รัตมิตต์ Managing Director บริษัท  
เอฟซีบี กรุงเทพ จำกัด ผู้ควบคุมการผลิตเพลง  
ประกอบภาพยนตร์โฆษณา คุณก็๋ ตรา โอรีโอ้  
เวอร์ชัน ภาษาไทย สัมภาษณ์วันที่ 12 มิถุนายน  
2558 ณ ห้องประชุมบริษัท เอฟซีบี กรุงเทพ  
จำกัด ดำเนินการสัมภาษณ์โดยตรง 1 ครั้ง วิธี  
ดำเนินการ ติดต่อทางบริษัทผู้นำเข้าโอรีโอ้ฝ่าย  
การตลาด ติดต่อไปที่ AE บริษัท เอฟซีบี  
กรุงเทพฯ จำกัด ติดต่อผ่านเลขา คุณวศโคม รัต  
มิตต์ ผู้ผลิตเพลง
- คุณสุทธิพงษ์ ภูศิริฤทธิ์ Creative Grouphead  
บริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด ผู้ควบคุม  
การผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา เลเยอร์  
เค้ก ตรา เอลเซ่ รส วานิลลา สัมภาษณ์ วันที่  
2 มีนาคม 2558 ณ ห้องประชุม บริษัท เมเจอร์  
แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด ดำเนินการสัมภาษณ์  
โดยตรง 1 ครั้ง ทางโทรศัพท์ 1 ครั้ง ทาง Face-  
book 2 ครั้ง

และ (3) เอกสารที่เป็นแหล่งความรู้พื้นฐาน  
เช่น หนังสือ สารนิพนธ์ Internet เป็นต้น

#### การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลหลังจากการ  
สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสร้างสรรค์เพลง  
โฆษณาและข้อมูลจาก หนังสือ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์  
Internet โดยผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์และนำเสนอ  
ข้อมูล โดยการแบ่งรายละเอียดเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้  
1. ข้อมูลทั่วไปของบริษัทผู้ผลิตสินค้า บริษัทตัวแทน

โฆษณา (Agency) และบริษัทผู้ผลิตเพลงโฆษณา  
ประกอบภาพยนตร์โฆษณา 2.กระบวนการผลิตเพลง  
ประกอบภาพยนตร์โฆษณา 3.การนำไปใช้งาน เพื่อ  
ให้เกิดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการ  
ผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา มันฝรั่งทอด  
กรอบ ตรา เลย์ กลิ่นหอยเชลลอบเนยกระเทียม คุณก็๋  
ตรา โอรีโอ้ และเลเยอร์เค้ก ตรา เอลเซ่ รส วานิลลา

#### สรุปผลการศึกษา

งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการผลิตเพลง  
ประกอบภาพยนตร์โฆษณาขนมขบเคี้ยวที่คัดสรร”  
เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์  
แบบเจาะลึกจากผู้ผลิตเพลงโดยตรง มีวัตถุประสงค์  
เพื่อศึกษากระบวนการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์  
โฆษณา บริษัทผู้ผลิตเพลงโฆษณา ขนมขบเคี้ยวที่  
คัดสรร 3 ประเภท ที่เป็นผู้นำทางการตลาดมียอด  
จำหน่ายสูงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ได้แก่  
1.มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่น หอยเชลลอบเนย  
กระเทียม 2.คุณก็๋ ตรา โอรีโอ้ ภาษาไทย 3.เลเยอร์เค้ก  
ตรา เอลเซ่ รสวานิลลา ว่ามีลักษณะอย่างไร มีความ  
เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

ผลการศึกษาพบว่า เพลงประกอบภาพยนตร์  
โฆษณาขนมขบเคี้ยวที่คัดสรรมีลักษณะเหมือนกัน คือ  
เป็นเพลงโฆษณาประเภท จิงเกิ้ล (Jingle) โดยเป็น  
เพลงที่แต่งขึ้นใหม่เพื่อสินค้านั้นๆโดยเฉพาะ มี  
ความยาว 30 วินาที และมีลักษณะแตกต่างกัน ดังนี้  
เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา มันฝรั่งทอดกรอบ  
ตรา เลย์ กลิ่นหอยเชลลอบเนยกระเทียม เป็นเพลง  
ต้นฉบับ (Original) ที่แต่งเนื้อร้องและทำนองขึ้นมา  
ใหม่ มีขั้นตอนการผลิต 10 ขั้นตอน

- 1.การติดต่อประสานงาน
2. การประชุมงาน
3. การจัดสรรหน้าที่บุคลากรฝ่ายสร้างสรรค์
4. การสร้างเพลงโฆษณา
5. การเรียบเรียงเสียงประสาน
6. การบันทึกเสียงเพลงตัวอย่าง
7. การนำเสนองานเพลงตัวอย่าง

8. การบันทึกเสียง
9. การผสมเสียง
10. การเลย์เสียง

มีวิธีการสร้างเพลง 4 ข้อ (1) คำนึงถึงเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์โฆษณา (2) ใช้ภาษาตรงไปตรงมา เข้าใจง่าย (3) เลือกใช้แนวดนตรี Hip-Hop และ (4) กำหนดชื่อสินค้าในเนื้อเพลง ขับร้องเพลงและแสดงภาพยนตร์โฆษณาโดย 2 พิธีเซ้นเตอร์ นักแสดงชื่อดัง ณเดชน์ คูกิมิยะและอู๋รึสา เสปอร์บันด์

เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา คูกี้ ตรา โอรีโอ้ ชุดสนุกกับโอรีโอ้ เป็นเพลงประยุกต์ (Applied) ใช้ทำนองเพลงภาษาอังกฤษแล้วแต่งเนื้อร้องภาษาไทยขึ้นใหม่ มีขั้นตอนการผลิต 6 ขั้นตอน

1. การติดต่อประสานงาน
2. การสร้างเพลงโฆษณา
3. การนำเสนองานเพลงตัวอย่าง
4. การบันทึกเสียง
5. การผสมเสียง
6. การเลย์เสียง

โดยส่งต่องานขั้นตอนการบันทึกเสียงและการผสมเสียงให้บริษัทภายนอกรับผิดชอบต่อ มีวิธีการสร้างเพลง 3 ข้อ (1) คำนึงถึงเรื่องราว เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์โฆษณา (2) ใช้ภาษาที่มีความหมายเหมือนหรือใกล้เคียงกับคำในเนื้อร้องภาษาอังกฤษ และ (3) เลือกใช้แนวดนตรี Electro-Pop นำเสนอภาพยนตร์โฆษณาในรูปแบบแอนิเมชัน

เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา เลเยอร์เค้ก ตรา เอลซ่า รสวานิลลา เป็นเพลงประยุกต์ (Applied) ใช้ทำนองเพลงลูกทุ่งชื่อดังแล้วแต่งเนื้อร้องขึ้นใหม่ มีขั้นตอนการผลิต 9 ขั้นตอน

1. การติดต่อประสานงาน
2. การประชุมงาน
3. การสร้างเพลงโฆษณา
4. การนำเสนองานเพลงตัวอย่าง

5. การขอซื้อลิขสิทธิ์เพลง
6. การเรียบเรียงเสียงประสาน
7. การบันทึกเสียง
8. การผสมเสียง
9. การเลย์เสียง

โดยส่งต่องานในขั้นตอนการเรียบเรียงเสียงประสาน การบันทึกเสียงและการผสมเสียงให้บริษัทภายนอกรับผิดชอบต่อ มีวิธีการสร้างเพลง 6 ข้อ (1) ลักษณะของสินค้า (2) กลุ่มเป้าหมายของสินค้า (3) แนวทางการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค (4) สถานการณ์หรือ กระแสสังคมในช่วงเวลานั้น (5) กำหนดชื่อตราสินค้าในเนื้อเพลง และ (6) นำเสนอสิ่งใหม่เลือกใช้ดนตรีลูกทุ่ง นำเสนอภาพยนตร์โฆษณาโดยการใช้นักแสดง Copy Show นักร้องลูกทุ่งชื่อดัง

### อภิปรายผลการศึกษา

เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาของสินค้า มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิน หอยเชลล์อบเนย กระจ่าง คูกี้ ตรา โอรีโอ้ และเลย์เออร์เค้ก ตรา เอลซ่า รสวานิลลามีความยาว 30 วินาที เหมือนกัน ภาพยนตร์โฆษณาทั่วไปมีความยาว 15, 30, 45, 60 วินาที ถ้าเลือก 15 วินาที อาจน้อยไปสำหรับภาพยนตร์โฆษณาในรูปแบบเพลง อาจไม่มีประสิทธิภาพมากพอในการสื่อสาร ดังนั้น จึงเลือก 30 วินาที ถ้าเลือก 45 และ 60 วินาที จะเปลืองงบประมาณ เพราะภาพยนตร์โฆษณาต้องใช้เวลาเพื่อออกอากาศในราคาสูง ซึ่งสถานีโทรทัศน์แต่ละระบบมีอัตราค่าโฆษณาแตกต่างกันขึ้นอยู่กับ Rating จำนวนผู้รับชม

จากผลสำรวจข้อมูลอัตราค่าโฆษณา ปี 2557 สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ราคา 5,000-100,000 บาทต่อนาที สถานีโทรทัศน์ระบบอนาล็อก 100,000-500,000 บาทต่อนาที สถานีโทรทัศน์ระบบดาวเทียมและระบบเคเบิล ราคา 5,000-50,000 บาท ต่อนาที โดยแต่ละช่วงเวลาการออกอากาศรายการโทรทัศน์ของแต่ละสถานีมีอัตราค่าโฆษณาแตกต่างกัน ช่วงเวลา Prime time คือ ช่วงเวลาที่มียอดผู้ชมจำนวนมาก

มากอัตราค่าโฆษณาจึงมีราคาสูงสุด

จากผลสำรวจอัตราค่าโฆษณาปี 2557 สถานีโทรทัศน์ระบบอนาล็อกโดยไทยรัฐออนไลน์ช่วงเวลาของแต่ละช่องจะมีอัตราค่าโฆษณาที่แตกต่างกัน ช่วงเวลา 19.00-22.00 น. คือ ช่วงเวลา Prime time สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และช่อง 5 อัตราค่าโฆษณาราคา 480,000 บาทต่อนาที ช่อง 7 อัตราค่าโฆษณา 500,000 บาทต่อนาที และช่อง Mcot อัตราค่าโฆษณา ราคา 380,000 บาทต่อนาที ช่วงเวลา 22.00-24.00 น. สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 อัตราค่าโฆษณา ราคา 430,000 บาท ต่อนาที ช่อง 5 อัตราค่าโฆษณา ราคา 380,000 บาทต่อนาที ช่อง 7 อัตราค่าโฆษณา ราคา 390,000 บาท ต่อนาที และช่อง Mcot อัตราค่าโฆษณา ราคา 320,000 บาทต่อนาที ซึ่งรายการโทรทัศน์แต่ละรายการก็จะมีอัตราค่าโฆษณาที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับ Rating ของรายการ ยิ่งรายการไหนมี Rating สูง มียอดผู้ชมรายการจำนวนมาก อัตราค่าโฆษณาก็จะสูงขึ้น เช่น รายการทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 รายการข่าวเรื่องเด่นเย็นนี้ อัตราค่าโฆษณา ราคา 200,000 บาท ต่อนาที รายการทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 รายการการ์ตูนช่วงเช้าวันอาทิตย์ เวลา 07.30 น. อัตราค่าโฆษณา ราคา 150,000 บาทต่อนาที เป็นต้น (SupotNTV, ออนไลน์)

เพลงจึงมีเนื้อหาล้านกระซิบ เข้าใจง่าย ได้ใจความทุกคำ นำเสนอเรื่องราวในรูปแบบที่แตกต่างกัน ภาพยนตร์โฆษณามันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่นหอยเชลล์อบเนยกระเทียมมีทั้งหมด 27 Shot เหตุการณ์เกิดขึ้นที่ทะเล เพื่อให้เข้ากับรสชาติของสินค้าที่ออกวางจำหน่ายในช่วงฤดูใช้ 2 พีรีเซ็นเตอร์ นักแสดงชื่อดัง แบร์รี่ ดนเชน คุกกี้มิยะ และญาญา อุรัสยา เสปอร์บันด์ ทำหน้าที่ขับร้องและแสดงนำในภาพยนตร์โฆษณา ใช้เทคนิคการถ่ายทำดี ภาพสวย ดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้ดี ใช้ต้นทุนในการผลิตสูง และมีทุนในการซื้อสื่อเพื่อโฆษณาสินค้าสูง ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์หลายช่องและหลายช่วงเวลาโดยเฉพาะช่วง Prime time ที่มียอดผู้รับชมจำนวนมากและมีอัตราค่าโฆษณาสูงสุดเนื่องจาก

ตราสินค้า “เลย์” เป็นสินค้าระดับสากล มีจำหน่ายทั่วโลก โดยในประเทศไทย มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ มีราคาจำหน่ายตั้งแต่ 5-60 บาท ต่อซอง เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงและเป็นผู้นำทางการตลาด ด้วยส่วนแบ่งถึง 75% ดังข้อมูลจากฐานเศรษฐกิจ ภาพยนตร์โฆษณาคุกกี้ ตรา โอรีโอ้ เวอร์ชัน ภาษาไทย ชูต สนุกกับโอรีโอ้มีทั้งหมด 37 Shot นำเสนอเรื่องราวในรูปแบบแอนิเมชัน (Animation) สีสันสดใส เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายใช้เทคนิคพิเศษในการถ่ายทำ ภาพสวย ดึงดูดความสนใจได้ดี ใช้ต้นทุนในการผลิตสูง และมีทุนในการซื้อสื่อเพื่อโฆษณาสินค้าสูง ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์หลายช่องและหลายช่วงเวลาโดยเฉพาะช่วง Prime time ที่มียอดผู้รับชมจำนวนมากและมีอัตราค่าโฆษณาสูงสุดเนื่องจาก คุกกี้ตรา “โอรีโอ้” มีราคาจำหน่ายหลายราคาตั้งแต่ 5-100 บาทขึ้นไป เป็นสินค้าระดับสากล มีจำหน่ายทั่วโลกและได้รับความนิยมสูงชาติที่สูงสุดในศตวรรษที่ 20 ท้ายอดขายทั่วโลกเมื่อปีที่แล้วกว่า 1,500 ล้านดอลลาร์ ดังข้อมูลจากมติชน ภาพยนตร์โฆษณาเลย์ออร์เคิ้ล ตรา เอลเซ่ รสวานิลลามีทั้งหมด 34 Shot เหตุการณ์เกิดขึ้นที่ตลาด ไม่ได้ใช้เทคนิคพิเศษถ่ายทำแบบธรรมดาทั่วไป ใช้นักแสดง Copy Show นักร้องลูกทุ่งชื่อดังออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เฉพาะช่อง Mcot รายการการ์ตูน Mcot ช่วงเช้าวันเสาร์-อาทิตย์ เพื่อทำการสื่อสารโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและคนต่างจังหวัด เนื่องจากสินค้ามีจำหน่ายเฉพาะในประเทศไทย ราคาเพียงซองละ 3 บาท ซึ่งเหมาะกับกลุ่มเด็กและกลุ่มคนต่างจังหวัด โดยวานิลลา ได้รับความนิยมและมียอดการจำหน่ายสูงกว่ารสชาติอื่น ดังที่ คุณสุทธิพงษ์ ภูศิริฤทธิ์ ตำแหน่ง Creative Grouphead บริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวิร์ทพีซี จำกัด ผู้สร้างสรรค์เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาเลย์ออร์เคิ้ล ตรา เอลเซ่ กล่าวว่า “เอลเซ่ รส วานิลลา มียอดขายที่ดีที่สุด ในบรรดาขนมเอลเซ่รสชาติอื่น”

เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาทั้ง 3 สินค้า เป็นเพลงประเภทจึงเกิดเหมือนกัน มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้แก่สินค้า ผลิตขึ้นมาเพื่อสินค้า

ประเภทนั้นโดยเฉพาะ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยจากบริษัท อีปซอสส์ (ไทยแลนด์) จำกัด บริษัทที่ให้บริการด้านการวิจัยทางการตลาดโฆษณา และแบรนด์ loyalty อันดับ 3 ของโลก ที่เผยแพร่วิจัย Secrets of Effective TV Advertising เพื่อหาคำตอบของไอเดียโฆษณาในรูปแบบยอดฮิตประเภทต่างๆ พบผลการวิจัยดังนี้ คือ ด้านโฆษณาที่ใช้เสียงเพลงเป็นตัวดำเนินเรื่อง การเชื่อมโยงกับแบรนด์สินค้านำไปถึงความเชื่อในตัวสินค้าจากการเห็นโฆษณาเรื่องนั้นๆ โฆษณาที่ใช้เสียงเพลงจะให้คะแนนที่ดีกว่าและมีคะแนนในดัชนีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและสามารถสร้างพฤติกรรม การซื้อได้ใกล้เคียงกันและเมื่อสำรวจถึงลงไปถึงการ ใช้เพลงในรูปแบบต่างๆ พบว่าเพลงที่ใช้ประกอบ โฆษณาซึ่งถูกแต่งขึ้นเพื่อใช้กับแบรนด์นั้นโดยเฉพาะ มีคะแนนที่สูงทั้งการสร้างการจดจำ การเชื่อมโยงถึงแบรนด์ความน่าเชื่อถือตลอดจนการสร้างพฤติกรรม

การซื้อสินค้า จากผลการศึกษาระบบการผลิตเพลง ประกอบภาพยนตร์โฆษณา สินค้า ประเภท ขนม ขบเคี้ยว ที่ผู้วิจัยนำมาเป็นตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จะเห็นได้ว่าในรายละเอียดของแต่ละขั้นตอนการผลิต เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาขนมขบเคี้ยวที่คัดสรร มีความแตกต่างกัน ดังตารางแสดงเปรียบเทียบ ดังนี้

ตารางแสดงเปรียบเทียบผลการศึกษาระบบการผลิต เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาระหว่างมันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กับมันฝรั่งทอดกรอบตรา คูกี้ ทรัวา โอรีโอ้ ชุด สนุกกับโอรีโอ้ และ เลเยอร์เค้ก ตรา เอลเซ่ สวานิลลา

หัวข้อ	เลย์	โอรีโอ้	เอลเซ่
1.ขั้นตอนการรับงานจากลูกค้า			
1.1การประสานงาน	ผ่านคุณผู้จัดการส่วนตัว ศิลปิน วงไทยเนี่ยม	ผ่านฝ่ายบริหารงานลูกค้า ของบริษัท	ผ่านฝ่ายบริหารงานลูกค้า ของบริษัท
1.2 การประชุมงาน	พิจารณาความคิดสร้างสรรค์ เพลงตามความต้องการ ของบริษัทลูกค้า	ไม่มี	พิจารณาความคิดสร้างสรรค์ เพลงตามความต้องการ ของบริษัทลูกค้า
1.3การจัดสรรหน้าที่	มีทั้งหมด 7 คน 8 ตำแหน่ง	ไม่มี	ไม่มี
ผู้ควบคุมการผลิต	คุณชั้นเงิน นื่อนวล	คุณวศโถม รัชมิทัต	คุณสุทธิพงษ์ ภูศิริฤทธิ์
ผู้ประพันธ์	คุณชั้นเงิน นื่อนวล	คุณวศโถม รัชมิทัต	คุณสุทธิพงษ์ ภูศิริฤทธิ์
ผู้เรียบเรียง	คุณชั้นเงิน นื่อนวล	ไม่มี	คุณเปื้อนบุศลากร ภายนอก



หัวข้อ	เลข	โอริโอ	เอลเซ่
ผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต	คุณคี่ซี่	คุณปริญญา ปริญญาวิวัฒน์กุล	คุณวรพจน์ สุรพันธ์ไกรวัล
วิศวกรด้านเสียง	คุณคี่ซี่	บุคคลากรภายนอก	คุณเปื้อบุคคลากรภายนอก
ผู้ช่วยผู้ประพันธ์	คุณพิทริส พฤกษ์กิจ	ไม่มี	คุณวรพจน์ สุรพันธ์ไกรวัล
ผู้ผสมเสียง	คุณสราวุธ พรพิทักษ์สุข	บุคคลากรภายนอก	คุณเปื้อบุคคลากรภายนอก
นักร้อง	ชั้นงานตัวอย่าง คุณพิทริส พฤกษ์กิจ บุคคลากรภายนอก	บุคคลากรภายนอก	บุคคลากรภายนอก
	ชั้นผลิตงานจริง คุณณเดชน์ คุกิมิยะ คุณอุรัสยา เสปอร์บันด์		
2.ขั้นตอนการผลิตงานตัวอย่าง			
2.1หลักการสร้างสรรค์			
คำนี้ถึงภาพที่ปรากฏ	เรื่องราวที่เกิดขึ้นใน ภาพยนตร์โฆษณา จากStory Board	VDO.ภาพยนตร์โฆษณา ต้นฉบับภาษาอังกฤษ	เรื่องราวที่เกิดขึ้นใน ภาพยนตร์โฆษณา
ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	โดยใช้ภาษาพูดและคำ อูทานเช่นเอ๊ะ, เอ้ากะลาสี บุก, Let's go, Hey มีการ เล่นคำภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ	โดยใช้ภาษาพูดและคำ อูทาน มีการเล่นคำของ ภาษา เช่นบิตตี้, ซิมซี, จุ่ม ตี้, เคี้ยวตี้, Hey เนื้อร้อง ภาษาไทยต้องมีความ หมายใกล้เคียงกับเนื้อร้อง ภาษาอังกฤษ	โดยใช้ภาษาพูดและมีการ เล่นคำของภาษาเช่น หนู เอาเอลเซ่มาฝาก, อยากรู ชิมเอลเซ่ สักสองสาม เซ่ เป็นต้น ให้เข้ากับ ทำนองและจังหวะเพลง ดั้งเดิม
สร้างอารมณ์ให้ผู้ฟังหรือผู้ ชมคล้ายตาม	โดยใช้ดนตรี Hip-Hop จังหวะเร็ว ปานกลาง 95- 97 BPM อยู่ในช่วงจังหวะ ผีเข้าคนเดินสร้าง อารมณ์ สนุก ตึกคัก อยากรู เคลื่อนไหวร่างกาย	โดยใช้ดนตรี Electro – Pop จังหวะเร็ว 135BPM อยู่ในช่วงจังหวะมีชีวิตชีวา กระฉับกระเฉง สร้าง อารมณ์สนุกสนาน ตึกคัก ตื่นเต้น	โดยใช้ดนตรีแนวลูกทุ่ง จังหวะผสม ช้า-เร็วสลับ กันอยู่ในช่วง70-150 BPM สร้างความรู้สึก แปลกใหม่ อารมณ์ สนุกสนาน กระตุ้นความ สนใจ

หัวข้อ	เลย์	โอรีโอ้	เอลเซ่
เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย	ดนตรี Hip-Hop เหมาะกับกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย	ดนตรี Electro – Pop ที่มีทำนองฟังง่าย ติดหู เหมาะกับกลุ่มเด็ก-วัยรุ่นตอนต้น	แนวเพลงลูกทุ่งซึ่งเป็นเพลงที่ได้รับความนิยมเป็นที่รู้จัก เหมาะกับกลุ่มคนต่างจังหวัด
ใส่ชื่อตราสินค้าในบทเพลง	ร้องเน้นย้ำชื่อสินค้า “เลย์” 3 ครั้ง	ร้องเน้นเสียงชื่อสินค้า “โอรีโอ้” 3 ครั้ง	ร้องเน้นย้ำชื่อสินค้า “เอลเซ่” 7 ครั้ง
พิจารณาจากลักษณะของสินค้า	ไม่มี	ไม่มี	สินค้าออกใหม่ ราคาถูก โดยมีแนวคิดว่ายากให้ชาวชนบทที่มีรายได้น้อย ได้มีโอกาสบริโภคแก้คุณภาพดี
แนวทางการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค	ไม่มี	ไม่มี	คนต่างจังหวัดมีความคุ้นเคยและนิยมฟังเพลงลูกทุ่งเหตุการณ์ในภาพยนตร์โฆษณาเกิดขึ้นที่ตลาดเนื่องจากคนต่างจังหวัดนิยมเดินเที่ยวและเลือกซื้อสินค้ากันที่ตลาด
สถานการณ์หรือกระแสสังคม	ไม่มี	ไม่มี	ในช่วงนั้นรายการตีสิบช่วงดันทารา ได้รับความนิยมสูง มักนำบุคคลที่มีใบหน้าและเสียงคล้ายนักร้องชื่อดังมาโชว์ความสามารถ จึงเกิดแนวคิดใช้บุคคลหน้าคล้ายนักร้องลูกทุ่งชื่อดัง (Copy Show) มาแสดง
นำเสนอสิ่งใหม่ๆ	ไม่มี	ไม่มี	ประยุกต์เนื้อเพลงลูกทุ่งที่ได้รับความนิยมสูงและเป็นที่ชื่นชอบของคนต่างจังหวัด นับเป็นโฆษณาตัวแรก ๆ ที่เริ่มใช้นักแสดง Copy Show

หัวข้อ	เลย์	โอรีโอ	เอลเซ่
2.2 การเรียบเรียงเสียงประสาน	ใส่ทำนองวางคอร์ดที่เหมาะสม โดยเพลง รักเลย.. รักเลย ใช้ 3 คอร์ด คือ F#m , Emaj , Amaj	ไม่มี	ส่งงานให้คุณปิอบุคคลากรภายนอก รับผิดชอบต่อ โดยเลือกท่อนฮุคของเพลง ที่ต้องการนำมาตัดต่อเรียบเรียง
2.3 การบันทึกเพลงตัวอย่าง	บันทึกเสียงร้องของคุณพิทวัสและนักร้องหญิงประกอบเสียงดนตรี	ไม่มี	ไม่มี
2.4 การนำเสนองาน	ส่งไฟล์เพลงเสียงร้องประกอบดนตรีให้บริษัท ลูกค้าพิจารณาทาง E-mail	ส่งไฟล์เนื้อเพลงที่แปลงเป็นภาษาไทยให้บริษัท ลูกค้าพิจารณาทาง E-mail	ร้องสดให้ลูกค้าฟังในที่ประชุม
2.5 การขอซื้อลิขสิทธิ์เพลง	ไม่มี	ไม่มี	ขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์จัดทำสัญญาขออนุญาตใช้ลิขสิทธิ์เป็นลายลักษณ์อักษร
3. ขั้นตอนการผลิตงานจริง			
3.1 การบันทึกเสียง	บันทึกเสียงร้อง 2 พรินซ์เตอร์แบร์รี่-ณเดชน์ คุกกี้และ ญาญา-อุรัสยา เสปอร์บันด์	ส่งงานให้บริษัทภายนอก รับผิดชอบต่อ	ส่งงานให้คุณปิอบุคคลากรภายนอก รับผิดชอบต่อ
3.2 การผสมเสียง	นำเส้นเสียงมาผสมกันให้มีความกลมกลืนโดย คุณ สราวุธ พรพิทักษ์สุข	ส่งงานให้บริษัทภายนอก รับผิดชอบต่อ	ส่งงานให้คุณปิอบุคคลากรภายนอก รับผิดชอบต่อ
3.3 การเลย์เสียง	นำไปถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา เพื่อกำหนดทิศทางของภาพยนตร์โฆษณา ทำทางของตัวแสดงให้ความสัมพันธ์กัน จัดวางตำแหน่งเสียงให้เหมาะสม สัมพันธ์กับภาพและเรื่องราวในโฆษณา	จัดวางตำแหน่งเสียงให้เหมาะสม สัมพันธ์กับภาพและเรื่องราวที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์โฆษณา	นำไปถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา เพื่อกำหนดทิศทางของภาพยนตร์โฆษณา ทำทางของตัวแสดงให้ความสัมพันธ์กัน จัดวางตำแหน่งเสียงให้เหมาะสม สัมพันธ์กับภาพและเรื่องราวที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์โฆษณา

ตั้งข้อมูลผลการวิจัยที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ด้านการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ต่อไปในอนาคต สำหรับผู้ที่มีความสนใจและมีความต้องการงานด้านเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาและเพลงโฆษณา ในการผลิตเพลงประกอบโฆษณานั้นควรแต่งเพลงขึ้นใหม่เพื่อใช้กับสินค้าแบรนด์นั้น ๆ โดยเฉพาะ เนื่องจากเพลงที่ใช้ประกอบโฆษณาซึ่งถูกแต่งขึ้นเพื่อใช้กับแบรนด์โดยเฉพาะนั้น สามารถสร้างการจดจำ การเชื่อมโยงถึงแบรนด์ความน่าเชื่อถือตลอดจนถึงการสร้างพฤติกรรมการซื้อสินค้าได้มากกว่าการนำเพลงที่มีอยู่แล้วมาใช้ในงานโฆษณา เพราะเมื่อเวลาผ่านไปเพลงเหล่านั้นจะค่อย ๆ ถูกลดความนิยมลง ดังผลการวิจัยผลวิจัย Secrets of Effective TV Advertising จาก บริษัท อีปซอสส์ (ไทยแลนด์) จำกัด เพื่อให้ได้เพลงที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพในการสื่อสารสร้างการจดจำ ตลอดจนถึงการสร้างพฤติกรรมการซื้อสินค้าเพื่อให้เห็นค่า มียอดจำหน่ายสูงและเป็นผู้นำทางการตลาด อย่างมั่นใจทั้งตลาดรอบ ตรา เลย์ กลีน หอยเชลล์อบเนยกระเทียม คุกกี้ ตรา โอรีโอ้ และเลย์เยอร์เค้ก ตรา เอลเซอร์ สวานิลลา ที่ผู้วิจัยนำมาเป็นตัวอย่างเป็นงานวิจัยครั้งนี้

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเก็บรายละเอียดของข้อมูลในทุก ๆ ขั้นตอนให้ได้ครบถ้วนและมากที่สุด โดยเฉพาะขั้นตอนหลังการผลิตซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา ในขั้นตอนหลังการผลิตนี้ บริษัทผู้รับผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาหรือบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) จะมีการส่งต่องานในส่วนนี้ให้บริษัทภายนอกมารับผลิตขอต่อ ซึ่งผู้วิจัยควรติดตามและเก็บข้อมูลในส่วนนี้ให้ครบถ้วนเพื่อความสมบูรณ์ในเนื้อหาทางการวิจัย และควรมีการวิจัยกระบวนการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา สินค้าประเภทอื่นเพิ่มเติม เช่น สินค้าประเภท เครื่องดื่ม ครีมน้ำปรุง ผิว รยนต์ สถาบันทางการเงิน ร้านอาหาร เป็นต้น เพื่อนำผลการวิจัยสินค้าประเภทอื่นมาวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกับผลการวิจัยครั้งนี้ อันจะทำให้ทราบว่ากระบวนการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาในสินค้าประเภทอื่นมีลักษณะขั้นตอนที่เหมือนกันหรือมีความแตกต่างกันกับสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวอย่างไร เพื่อความหลากหลายและเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ทางกรวิจัย อันจะเป็นประโยชน์ในการสร้างสรรค์ผลงานเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่ดีและมีประสิทธิภาพต่อไป

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- ชยศมน ทรัพย์สุขบวร. เอกสารประกอบการสอนรายวิชาดนตรีเพื่อการสื่อสาร, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- แพง ชินพงศ. (2550). **ดนตรีแสนสุข**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพาเวอร์ พรินท์ จำกัด.
- แพง ชินพงศ. (2551). **ดนตรีเพิ่มพลังสมอง**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพาเวอร์ พรินท์ จำกัด.
- พรทิพย์ สัมปตะวนิช. (2546). **แรงจูงใจกับการโฆษณา**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อริยะ สุพรรณเกษซ์. (2543). **พัฒนา E.Q. ด้วยเสียงเพลง**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย วัดมหาธาตุ ท่าพระจันทร์.
- กীরติกานต์ วันถนอม. **การวิเคราะห์รูปแบบเนื้อหาและปัจจัยที่มีบทบาทต่อการสร้างสรรค์เพลงโฆษณา**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

- วรรณศิริ สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. **อิทธิพลของเพลงในงานโฆษณาทางสื่อวิทยุต่อการจัดจำของผู้บริโภค.** วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- สุพร อรรถลสุข. **เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ของไทยระหว่างปี 2532-2543.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาดนตรี มหาวิทยาลัยมหิดล, 2547.
- ภาวิณี บุญสพ. **เพลงโฆษณา... คุณค่าแห่งสำเนียง.** สารนิพนธ์ วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาวิชาโฆษณา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536.
- พงศ์ธร วงศ์เกียรติขจร. **เพลงในภาพยนตร์โฆษณา.** สารนิพนธ์คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาวิชา ภาพยนตร์และการถ่ายภาพมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.
- รัตจันทร์ งามเอก. **การสร้างเพลงที่ใช้ในงานโฆษณา.** สารนิพนธ์คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขา วิชาการโฆษณา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- دنوپรรษ์ ยาท่วม. **กระบวนการสร้างสรรค์เพลงและเสียงประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่ออกอากาศทางโทรทัศน์.** สารนิพนธ์คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาวิชาภาพยนตร์และการถ่ายภาพ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551.

### **ระบอบออนไลน์**

- กอง บก.ฐานเศรษฐกิจ. (2556). **ตลาดสแน็ก 3 หมิ่นล้านขายจวบ: หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ.** วันที่สืบค้น 20 มกราคม 2558 เข้าถึงได้จาก: [www.thanonline.com](http://www.thanonline.com)
- ข่าวประชาสัมพันธ์ธุรกิจ **สินค้าอุปโภคและบริโภค.** (2557). **ณเดชน์-ญาญ่า ขวนล้มพัสปรรยากาศสุดซิล รับหน้าร้อน ในงาน เลย์ ซัมเมอร์ บีช ปาร์ตี้ พร้อมเปิดตัวสุดยอดความอร่อยใหม่ เลย์ กลิ่นหอยเชลล์อบเนยกระเทียม.** วันที่สืบค้น 18 มกราคม 2558 เข้าถึงได้จาก: [www.newswit.com](http://www.newswit.com)
- องค์ประกอบดนตรี. (2555). วันที่สืบค้น 10 มกราคม 2558 เข้าถึงได้จาก: [www.dynamic.psu.ac.th](http://www.dynamic.psu.ac.th)

### **การสัมภาษณ์**

- ชั้นเงิน นื่อนวล. **ศิลปินและ Producer บริษัท โทเทเนียม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด.** สัมภาษณ์, 19 มิถุนายน 2558.
- วศโธม รัตมิหัต. **Managing Director บริษัท เอฟซีบี กรุงเทพ จำกัด.** สัมภาษณ์, 12 มิถุนายน 2558.
- สุทธิพงศ์ ภูศิริฤทธิ์. **Creative Grouphead บริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด.** สัมภาษณ์, 2 มีนาคม 2558.