บทที่ 5
การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง ของ สังกัดเพลง/บริษัทเพลงในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

รูปแบบและเนื้อหาการนำเสนอรายการโทรทัศน์ ในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

จากการศึกษาพบว่า รายการโทรทัศน์ที่ผลิตโดยกลุ่มธุรกิจสื่อในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ทั้งหมด 18 รายการ ที่นำมาใช้เป็นช่องทางในการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง ในช่วงเดือนกรกฎาคม ถึง เดือนธันวาคม รวม 23 ชุด นั้น สามารถจำแนกออกได้ 5 รูปแบบ คือ รายการเพลง , รายการเกมโชว์ , รายการวาไรตี้วัยรุ่น , รายการละครโทรทัศน์ และ รายการเด็ก ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. **รายการเพลง** มีทั้งหมด 10 รายการ ได้แก่

1) <u>รายการแบงแบงแบง</u> เป็นรายการเพลงที่นำเสนอมิวสิควีดีโอผลงานเพลงใหม่ล่าสุด พร้อมการสัมภาษณ์และการแสดงโชว์พิเศษของศิลปินที่กำลังมีผลงาน ออกอากาศทุกวันอังคาร เวลา 23.30 น.-24.30 น. ความยาว 60 นาที ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อสมท. เน้นกลุ่มเป้าหมายนักเรียนและนักศึกษา อายุ 13-28 ปี ดำเนินรายการโดย อชิตะ ปราโมท ณ อยุทธยา (อิงค์) และ เมธินี กิ่งโพยม (ลูกเกด)

2) <u>รายการอู่หู</u> เป็นรายการที่นำเสนอมิวสิควีดีโอและสกู๊ปของศิลปินที่กำลังอยู่ในความนิยม และ เกมสนุกๆ มีโลโก้รายการเป็นภาพจำลองลำโพง 2 ข้าง ซึ่งมีความหมายว่า ที่นี่มีแต่เสียงเพลงดีๆ ที่ฟังแล้วสบายหู ออกอากาศทุกวันอังคาร เวลา 24.20-01.20 น. ความยาว 60 นาที ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เน้นกลุ่มเป้าหมาย นักเรียน นิสิต นักศึกษา อายุ 16-30 ปี ดำเนินรายการโดย พิยดา อัครเศรณี (อ้อม) และ น้าเน็กซ์ (หุ่นมือ)

3) <u>รายการเกมฮอตเพลงฮิต</u> เป็นรายการเพลงสดนำเสนอมิวสิควีดีโอ สกู๊ป ของศิลปินใหม่ที่กำลังมีผลงาน สลับกับการเล่นเกมกับผู้ชมทางโทรศัพท์ – เพจเจอร์ – อีเมล์ รวมไปถึงการสัมภาษณ์สดศิลปินที่กำลังมีผลงานอยู่ในขณะนั้น ออกอากาศทุกวันพฤหัสบดี เวลา 12.15-

13.15 น. ความยาว 60 นาที ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เน้นกลุ่มเป้าหมายผู้ชมรายการภาคกลางวัน วัยรุ่นชาย-หญิง อายุ 15 ปีขึ้นไป ดำเนินรายการโดย สมพล ปิยะพงศ์ศิริ

4) <u>รายการ Meet Music</u> เป็นรายการเพลงที่นำเสนอสาระความรู้เรื่องดนตรีมาผสมผสานกับความบันเทิง (Edutainment) ในรูปแบบของการนำเสนอมิวสิควีดีโอและสกู๊ป ออกอากาศทุกวันศุกร์ เวลา 23.45-24.45 น. ความยาว 60 นาที ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เน้นกลุ่มเป้าหมาย วัยรุ่นชาย-หญิง อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ดำเนินรายการโดย จิรายุส วรรธนะสิน (โจ) และ สหรัถ สังคปรีชา (ก้อง)

5) <u>รายการคอนเสิร์ตทีวี 5</u> เป็นรายการถ่ายทอดการแสดงคอนเสิร์ตสดของนักร้องยอดนิยมกับการแสดงสด แสง สี เสียง เต็มรูปแบ
บ จากห้องคอนแวนชั่น ชั้น 6 ศูนย์การค้าอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 12.00-13.00 น. ความยาว 60 นาที ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เน้นกลุ่มเป้าหมาย วัยรุ่นทั่วไป และ ผู้ที่สนใจความบันเทิงในรูปแบบคอนเสิร์ต ดำเนินรายการโดย วิศวะ กิจตันขจร (ดีเจเป้)

6) <u>รายการแฮปปี้เบิร์ดเดย์</u> เป็นรายการที่นำเสนอบรรยากาศและภาพคอนเสิร์ตของศิลปินดังหลากหลาย จาก MCC Hall เดอะมอลล์ บางกะปิ พร้อมกิจกรรมร่วมสนุกกับผู้ชม ณ พื้นที่แสดง ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 09.00-10.00 น. ความยาว 60 นาที ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เน้นกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น ชาย-หญิง อายุ 13-25 ปีและบุคคลทั่วไป ดำเนินรายการโดย เจตริน วรรธนะสิน (เจ) และ ชาลี พุ่มดอกมะลิ

7) <u>รายการวันจันทร์วันแจม</u> เป็นรายการที่นำเสนอมิวสิควีดีโอผลงานเพลงใหม่ๆ ที่กำลังได้รับความนิยมพร้อมสกู๊ป ออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 14.00-15.00 น. ความยาว 60 นาที ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อสมท. เน้นกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นอายุ 18 ปีขึ้นไป ดำเนินรายการโดย ภราดร ทวีวัฒนสมบูรณ์ (แมกกี้)

8) <u>รายการ Teen Center</u> เป็นรายการที่นำเสนอศูนย์กลางทางความคิดและการแสดงออกอย่างถูกทางของวัยรุ่น ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง แฟชั่น กีฬา ความงาม เกร็ดความรู้ต่างๆ รวมไปถึง ความบันเทิงทางด้านเสียงเพลง เช่น มิวสิควีดีโอและสกู๊ปต่างๆ ของศิลปินวัยรุ่น ออกอากาศ

ทุกวันอังคาร เวลา 12.10-13.10 น. ความยาว 60 นาที ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เน้นกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นชาย-หญิง อายุ 13-18 ปี และ คนทำงานรุ่นใหม่ ที่เป็นผู้นำทางความคิด ต้องการค้นหาสิ่งแปลกใหม่ ดำเนินรายการโดย กลุ่มตัวแทนวัยรุ่นสลับสับเปลี่ยนหมุนเวียนมาเป็นพิธีกรในแต่ละสัปดาห์

9) รายการแบบว่าโลกเบี้ยว เป็นรายการที่นำเสนอมุขตลกสลับกับการนำเสนอมิวสิควีดีโอเพลง ออกอากาศทุกวันพุธ เวลา 13.00-13.30 น. ความยาว 30 นาที ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพช่อง 5 เน้นกลุ่มเป้าหมายทุกเพศ ทุกวัย ดำเนินรายการโดย ทีมโลกเบี้ยว โญ , ปู , ก้าว และ มอริส

10) รายการเพลงติดดาว เป็นรายการเพลงที่นำเสนอผลงานเพลงลูกทุ่ง หมอลำทั่วไป ออกอากาศทุกวันพุธ เวลา 13.10-13.40 น. ความยาว 30 นาที ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เน้นกลุ่มเป้าหมายแม่บ้าน , กลุ่มผู้ใช้แรงงาน และ ผู้นิยมเพลงไทยลูกทุ่ง หมอลำ เป็นหลัก ดำเนินรายการโดย มยุรา เศวตศิลา

2. **รายการเกมโชว์** เป็นรายการที่มีจุดขายอยู่ที่ศิลปินที่ถูกเชิญมาร่วมกับทางรายการ ปัจจุบันมีการผลิตรายการเกมโชว์ 1 รายการ คือ รายการเกมโชน ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 14.00-15.00 น. ความยาว 60 นาที ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. เน้นกลุ่มเป้าหมายทุกเพศทุกวัย ดำเนินรายการโดยวิลลี่ แมคอินทอช และ มอริส เค โดยรูปแบบและการนำเสนอรายการในช่วงแรกนั้นเน้นการใช้ไหวพริบ ความแม่นยำ และความช่างสังเกต ในการแข่งขันตอบคำถามในรายการ ต่อมาได้มีการพัฒนารูปแบบรายการโดยการปรับเปลี่ยนเกมที่ใช้เล่นในรายการให้มีความดึงดูดผู้ชมกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น โดยการอาศัย เพลง เข้ามาเป็นแกนหลักในการเล่นเกม

จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนในการผลิตและสร้างสรรค์รายการเกมโชนเกี่ยวกับรูปแบบ และการนำเสนอรายการ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมผลงานเพลงของบริษัทในเครือแกรมมี่ นั้นพบว่า เป็นข้อตกลงกันระหว่างบริษัท แมส มอนิเตอร์ กับ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ว่าทิศทางและรูปแบบรายการควรจะนำ เพลง เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในรายการเกมโชน

"....สำหรับรายการเกมโชนของเรานั้น เป้าหมายหลัก ๆ ของมัน ไม่ได้มีไว้สำหรับ Support ผลงานเพลงเลยทีเดียวนะ มันเป็นเพียงแค่ Point นึงเท่านั้น ซึ่งตอนแรกเลยนั้น มันเป็น Pure Game ด้วยซ้ำไป ไม่มีเพลงเข้ามาเกี่ยวข้องเลย แต่ต่อมาเมื่อมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเกม ทางผู้ใหญ่ ซึ่งก็คือ พี่เล็ก บุษบา กับ พี่แหม่ม พิไลวรรณ เค้าคุยกัน เลยได้ข้อสรุปว่าน่าจะมีเพลงเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในรายการเรานะ อย่างน้อยก็จะได้ช่วยส่งเสริมผลงานเพลง รูปแบบรายการเกมของเราจึงเปลี่ยนไป เน้นเรื่องเพลง เข้ามามากขึ้น..." (สัมภาษณ์ เอกชัย บุญล้น , รองกรรมการผู้อำนวยการ สายงานผลิต บริษัท แมส มอนิเตอร์ , 30 พฤษภาคม 2544)

3. **รายการวาไรตี้วัยรุ่น** เป็นรายการที่มีการนำเสนอความบันเทิงสอดแทรกเนื้อหาสาระ ความรู้ (Edutainment) โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นเป็นหลัก นำเสนอในรูปแบบที่ทันสมัยแปลก ในเรื่องราวที่วัยรุ่นสนใจ อาทิเช่น แฟชั่น , เครื่องแต่งกาย , กีฬา , ภาพยนตร์ และนอกจากนี้ยังมีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ผลงานเพลง ศิลปิน ดารา นักร้อง โดย ดวงสมร เอี่ยมดี ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า

" ด้วยว่า รายการวาไรตี้วัยรุ่น เป็นรายการที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นเป็นหลัก และสิ่งแรกที่วัยรุ่นสนใจแน่ๆ คือ นักร้องและเพลง มันจึงต้องมี 2 สิ่งนี้เข้ามาเกี่ยวข้องเป็นเปอร์เซ็นต์ที่ค่อนข้างมาก โดยศิลปินจะเป็นใครก็ได้ไม่จำเป็นต้องเป็นวัยรุ่น แต่ต้องเป็นคนที่วัยรุ่นสนใจและชื่นชอบ และบังเอิญว่า ทีนทอล์ก เป็นบริษัทในเครือแกรมมี่ มันจึงดูเหมือนว่า รายการวาไรตี้ เป็นรายการที่จัดอยู่ในหมวด Corporate เพลง ซึ่งจริงๆ แล้วมันเป็นการเกื้อหนุนกันมากกว่า ตรงที่นอกจากจะช่วยโปรโมทผลงานเพลงและศิลปินแล้วในขณะเดียวกันตัวรายการของเราเองก็ได้ประโยชน์ในเรื่องเรตติ้งและเนื้อหาสาระรายการเหมือนกัน" (สัมภาษณ์ ดวงสมร เอี่ยมดี , Executive Producer บริษัท ทีนทอล์ก จำกัด , 29 พฤษภาคม 2544)

ปัจจุบันมีการผลิตรายการวาไรตี้วัยรุ่นทั้งหมด 3 รายการ ดังต่อไปนี้

1) <u>รายการอีฟอทีน</u> เป็นรายการปกิณกะบันเทิงสำหรับวัยรุ่น ที่นำเสนอเรื่องราวความบันเทิงที่สอดแทรกความรู้ภาษาอังกฤษ (Edutainment) ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 11.00-11.30 น. ความยาว 30 นาที ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เน้นกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นอายุ11-25 ปี และ บุคคลที่สนใจเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ดำเนินรายการโดย ซาคริต แย้มนาม และ ซาร่า ผุงประเสริฐ

2) <u>รายการมันไม่เม้ม</u> เป็นรายการที่นำเสนอความบันเทิงทุกแขนงและกิจกรรมสร้างสรรค์ที่วัยรุ่นสนใจ ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 10.00-11.00 น. ความยาว 60 นาที ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เน้นกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น 11-25 ปี และ บุคคลที่สนใจเรื่องราวของวัยรุ่น ดำเนินรายการโดย พิธีกรดารา นักร้อง นักกีฬาวัยรุ่นที่มีชื่อเสียงสลับสับเปลี่ยนทุกสัปดาห์

3) <u>รายการทีนทอล์กอินเตอร์</u> เป็นรายการที่นำเสนอเรื่องราวชีวิตของวัยรุ่นทั่วโลก ทั้ง 5 ทวีป ได้แก่ ทวีปยุโรป , ทวีปอเมริกา , ทวีปออสเตรเลีย , ทวีปเอเชีย และ ทวีปแอฟริกา โดยนำเสนอสัปดาห์ละ 1 ประเทศ ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 11.30-12.00 น. ความยาว 30 นาที ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เน้นกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น 12-18 ปี ดำเนินรายการโดย เรย์ แมคโดนัลด์

4. **รายการละครโทรทัศน์** นำเสนอหลังข่าว ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 ทุกวันศุกร์-อาทิตย์ เวลา 20.15-21.30 น. ความยาว 1 ชั่วโมง 15 นาที เน้นกลุ่มเป้าหมายทุกเพศทุกวัย ปัจจุบันมีการผลิตละครโทรทัศน์ที่ผ่านมาแล้วทั้งหมด 64 เรื่อง ได้แก่ วังน้ำวน , เคหาสน์ดาว , ยามเมื่อลมพัดหวน , รอยอดีต , และตะวันตัดบูรพา เป็นต้น โดยมีละครโทรทัศน์ในช่วงที่ทำการศึกษา 3 เรื่อง ได้แก่ เรื่องมายา ออกอากาศช่วงเดือน ก.ค.-ก.ย.43 นำแสดงโดย คัทรียา แมคอินทอช และ ชาคริต แย้มนาม , เรื่องสาวใช้หัวใจซิคาโก้ ออกอากาศในช่วงเดือน ก.ย.- ต.ค.43 นำแสดงโดย เมทินี กิ่งโพยม และ สหรัถสังคปรีชา และ เรื่องรอยรักรอยแค้น ออกอากาศในช่วงเดือน ต.ค.-ธ.ค.43 นำแสดงโดย เก็จมณี พิชัยรณรงค์สงคราม และ กัปตัน ภูธเนศ หงส์มานพ

5. **รายการเด็ก** รายการสาระบันเทิงเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาการของเด็ก (Edutainment) ปัจจุบันมี 1 รายการ คือ "รายการทีวีมหัศจรรย์" ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 10.30-11.00 น. ความยาว 30 นาที ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อสมท. เน้นกลุ่มเป้าหมายกลุ่มเด็กอายุ 2-12 ปี และครอบครัว รูปแบบการนำเสนอเน้นเนื้อหาสาระเพื่อพัฒนาการของเด็กเป็นสวนใหญ่ ดังคำกล่าวสนับสนุน ของ สุขจิต เชษฐ์สันติคุณ ว่า

"...โดยรูปแบบรายการของเรานั้น มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเด็กและครอบครัวเป็นหลัก จึงพยายามหารูปแบบการนำเสนอที่ดีมีประโยชน์ มีสาระเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และเน้นความบันเทิงด้วยไปในตัว รายการจึงออกมาในแนว Edutainment คือสอดแทรกทั้งสาระ ความรู้ และ ให้ความบันเทิงด้วยในขณะเดียวกัน เช่น การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อ

ให้เด็กๆ ได้รับความรู้พร้อมความสนุกสนาน โดยนำตัวการ์ตูนที่เด็กๆชื่นชอบมาเป็นพิธีกร และ นำศิลปินที่พวกเค้าขื่นชอบมาเป็นแขกรับเชิญเพื่อเพิ่มสีสันให้กับรายการ" (สัมภาษณ์ สุขจิต เชษฐ์สันติคุณ , กรรมการผู้จัดการ บริษัท แกรมมี่ คอมมิวนิเคชั่นส์ , 10 กุมภาพันธ์ 2544)

ข้อมูลดังกล่าวข้างต้นเกี่ยวกับรูปแบบรายการโทรทัศน์ ของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1. แสดงรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่ผลิตโดยกลุ่มธุรกิจสื่อ ในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

รูปแบบรายการ	ชื่อรายการ	รูปแบบการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย	วันเวลาออกอากาศ	ผู้ดำเนินรายการ
1. **รายการเพลง**	1) รายการแบงแบงแบง	- นำเสนอมิวสิควีดีโอและสกู๊ปใหม่ล่าสุดของศิลปินพร้อมการแสดงโชว์ของศิลปินที่กำลังมีผลงาน	-วัยรุ่น อายุ 13-28 ปี	-ทุกวันอังคาร เวลา 23.30-24.30น. ช่อง 9 อสมท.	-อชิตะ ปราโมช ณ อยุธยา -เมธินี กิ่งโพยม
	2) รายการอู่หู	- นำเสนอมิวสิควีดีโอและสกู๊ปของศิลปินที่กำลังอยู่ในความนิยมพร้อมเกมสนุกสนาน	-วัยรุ่น อายุ 16-30 ปี	-ทุกวันอังคาร เวลา 24.00-01.20 น. ช่อง 7	-พิยดา อัครเศรณี (อ้อม) -น้าเน็กซ์ (หุ่นมือ)
	3) รายการเกมฮอตเพลงฮิต	-รายการสดที่นำเสนอมิวสิควีดีโอสกู๊ปของศิลปินใหม่ สลับกับการเล่นเกม พร้อมการสัมภาษณ์สดศิลปินที่กำลังมีผลงานขณะนั้น	-วัยรุ่น อายุ 15ปีขึ้นไป	-ทุกวันพฤหัสบดี เวลา12.15-13.15 น. ช่อง 7	-สมพล ปิยะพงศ์ศิริ
	4) รายการ Meet Music	-นำเสนอสาระความรู้เรื่องราวทางดนตรีผสมผสานความบันเทิงในรูปของมิวสิควีดีโอและสกู๊ป	-วัยรุ่นอายุ 15 ปีขึ้นไป	-ทุกวันศุกร์ เวลา 23.45-24.45น. ช่อง 7	-จิรายุส วรรธนะสิน (โจ) -สหรัถ สังคปรีชา (ก้อง)
	5) รายการคอนเสิร์ตทีวี 5	-ถ่ายทอดสดการแสดงคอนเสิร์ตของนักร้องที่กำลังได้รับความนิยมในขณะนั้น จากห้องคอนแวนด์ชั่น ชั้น 6 อิมพีเรียลเวิลด์ ลาดพร้าว	-วัยรุ่นทั่วไป	-ทุกวันอาทิตย์ เวลา12.00-13.00 ช่อง 5	-วิศวะ กิจตันขจร (ดีเจเป้)

ตารางที่ 5.1. แสดงรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่ผลิตโดยกลุ่มธุรกิจสื่อ ในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

รูปแบบรายการ	ชื่อรายการ	รูปแบบการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย	วันเวลาออกอากาศ	ผู้ดำเนินรายการ
1. **รายการเพลง**	6) รายการแฮปปี้เบิร์ดเดย์	-นำเสนอภาพบรรยากาศการแสดงคอนเสิร์ต จาก MCC HALL เดอะมอลล์ บางกะปิ	-วัยรุ่นอายุ 13-25 ปี	-ทุกวันอาทิตย์เวลา 09.00-10.00 ช่อง 5	-เจตริน วรรธนะสิน (เจ) -ชาลี พุ่มดอกมะลิ
	7) รายการวันจันทร์วันแจม	-นำเสนอมิวสิควีดีโอเพลงและสกู๊ปพิเศษของศิลปินยอดนิยม	-วัยรุ่นอายุ 18ปีขึ้นไป	-ทุกวันจันทร์ เวลา 14.00-15.00 ช่อง 9	-ภราดร ทวีวัฒนสมบูรณ์
	8) รายการ Teen Center	-นำเสนอความบันเทิงสำหรับวัยรุ่นเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ที่อยู่ในความสนใจวัยรุ่น พร้อมนำเสนอมิวสิควีดีโอเพลงของศิลปินวัยรุ่น	-วัยรุ่นอายุ 13-18 ปี	-ทุกวันอังคาร เวลา12.10-13.10 ช่อง 7	-กลุ่มตัวแทนวัยรุ่นสลับสับเปลี่ยนทุกสัปดาห์
	9) รายการแบบว่าโลกเบี้ยว	-นำเสนอมุขตลก สลับกับการนำเสนอมิวสิควีดีโอที่กำลังได้รับความนิยม	-ทุกเพศทุกวัย	-ทุกวันพุธ เวลา 13.00-13.30 น ช่อง 5	-ทีมโลกเบี้ยว ได้แก่ โญ , ปู ก้าว และ มอริส
	10) รายการเพลงติดดาว	-นำเสนอมิวสิควีดีโอและสกู๊ปผลงานเพลงลูกทุ่ง และ หมอลำ	-กลุ่มแม่บ้าน และผู้ที่นิยมเพลงลูกทุ่ง/หมอลำ	-ทุกวันพุธ เวลา 13.10-13.40 น. ช่อง 7	-มยุรา เศวตศิลา
2. **รายการเกมโชว์**	1) รายการเกมโซน	-รายการเกมที่เน้นการใช้ไหวพริบและความแม่นยำ และความช่างสังเกตในการแข่งขัน	-ทุกเพศทุกวัย	-ทุกวันเสาร์ เวลา14.00-15.00 น ช่อง 9	-วิลลี่ แมคอินทอช - มอริส เค

ตารางที่ 5.1. แสดงรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่ผลิตโดยกลุ่มธุรกิจสื่อ ในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

รูปแบบรายการ	ชื่อรายการ	รูปแบบการนำเสนอ	กลุ่มเป้าหมาย	วันเวลาออกอากาศ	ผู้ดำเนินรายการ
3. **รายการวาไรตี้วัยรุ่น**	1) รายการอีฟอทีน	-นำเสนอความบันเทิงสำหรับวัยรุ่นและสอดแทรกความรู้ภาษาอังกฤษ	-วัยรุ่น อายุ 11-25ปี และผู้สนใจภาษาอังกฤษ	-ทุกวันเสาร์ เวลา11.00-11.30น. ช่อง 5	-ชาคริต แย้มนาม -ซาร่า ผุงประเสริฐ
	2) รายการมันไม่เม้ม	-นำเสนอเรื่องราวความบันเทิงทุกแขนงพร้อมกิจกรรมสร้างสรรค์ที่วัยรุ่นให้ความสนใจ	-วัยรุ่น อายุ 12-20 ปี	-ทุกวันอาทิตย์ เวลา10.00-11.00 ช่อง 5	-ศิลปิน นักแสดงวัยรุ่น สลับสับเปลี่ยนทุกสัปดาห์
	3) รายการทีนทอล์กอินเตอร์	-นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับวัยรุ่นทั่วโลกทั้ง 5 ทวีป ได้แก่ ทวีปเอเชีย ทวีปอเมริกา,ทวีปยุโรป,ทวีปอาฟริกา และ ทวีปออสเตรเลีย	-วัยรุ่นอายุ 11-29 ปี	-ทุกวันเสาร์ เวลา 11.30-12.00น ช่อง 5	-เรย์ แมคโดนัลด์
4. **รายการละครโทรทัศน์**	1) เรื่องเมืองมายา 2) เรื่องสาวใช้หัวใจซิคาโก้ 3) เรื่องรอยรักรอยแค้น		-ทุกเพศทุกวัย	-ทุกวันศุกร์-อาทิตย์ เวลา20.15-21.30 น.	-
5. **รายการเด็ก**	1) รายการทีวีมหัศจรรย์	-นำสนอสาระความรู้และความบันเทิงส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาการของเด็ก	- เด็ก อายุ 2-12 ปี และครอบครัว	-ทุกวันอาทิตย์ เวลา10.30-11.00 ช่อง 9	

แผนกลยุทธการใช้รายการโทรทัศน์ของกลุ่มธุรกิจสื่อเพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง

ในการวางแผนการใช้รายการโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลงของสังกัด/บริษัทเพลงในเครือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) นั้น ประกอบด้วยยุทธวิธีดังนี้

1. <u>การกำหนดตารางเวลาการใช้รายการโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง</u>

ทีมงานฝ่ายส่งเสริมการตลาดแต่ละสังกัดจะต้องวางแผนตารางเวลาในการออกอากาศเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลงไว้ล่วงหน้า โดยจะต้องเลือกช่วงเวลาให้สอดคล้อง เหมาะสม ทั้งในช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่ายและในช่วงที่ผลงานเพลงวางจำหน่าย นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงเรื่องความถี่ และความต่อเนื่อง เพื่อให้ผลงานเพลงเป็นที่รู้จัก คุ้นหู และ กระตุ้นให้ผู้บริโภคให้เกิดพฤติกรรมการซื้อด้วย ดังคำสัมภาษณ์สนับสนุน ต่อไปนี้

" เลือกรายการในการออกอากาศต้องมีการวางแผนการออกอากาศไว้ล่วงหน้าว่าอยากจะให้ออกรายการไหน ช่วงเวลาไหน โดยให้เหมาะสมและสอดคล้องกับช่วงเวลาที่ผลงานที่วางจำหน่ายด้วย ส่วนใหญ่ก็จะมี 2 ช่วง คือ ช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย และ ช่วงผลงานวางจำหน่าย จะต้องวางให้เหมาะสม อย่างเพลงชุด City Woman ของพี่แอม นั้น จะวางแผนไว้โดยไม่ทิ้งช่วงนานเกินไปเพราะเพลงอาจจะยังไม่เป็นที่รู้จัก ควรวางให้มีความถี่ต่อเนื่อง ไม่น้อยเกินไปและ ก็ไม่มากจนคนดูรู้สึกเบื่อ" (สัมภาษณ์ ณจิต ดีปานวงศ์ , Executive Promotor สังกัด แกรมมี่แกรนด์ , 30 พฤษภาคม 2544)

"สำหรับการวางแผนการใช้สื่อนั้นผลงานร้อยเพลงรักไม่รู้จบ ของ เบิร์ด ธงไชย นั้น เราจะเน้นในเรื่องความถี่ในการออกอากาศในรูปของ สปอต และ MV. ทั้งในช่วงก่อนและหลังที่เทปวาง แต่ถ้าสังเกตดูดีดี ในช่วงที่เทปวางแผงแล้ว จะเห็นว่าโปรโมทต่อเนื่องและถี่นานมากเกือบทุกรายการ เพราะต้องการให้ผลงานเพลงเป็นที่รู้จักและติดหูคนฟัง " (สัมภาษณ์ กริช จิตตมัย , Executive Promotor , สังกัดกรีนบีนส์ ,17 ธันวาคม 2543)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีการวางแผนการใช้สื่อโทรทัศน์ล่วงหน้าก็ตาม บางครั้ง บริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ก็ประสบกับปัญหาในเรื่อง ตารางในการออกอากาศด้วยเช่นกัน ดังคำสัมภาษณ์ ของ รัชดาภรณ์ จันทร์เจริญ ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ว่า

" แม้ว่ารายการเพลงของค่ายแกรมมี่มีเยอะถึง 10 รายการ แต่อย่าลืมนะว่า ผลงานเพลงของค่ายแกรมมี่ ที่ทำออกมาแต่ละเดือนนั้นก็เยอะเหมือนกัน แต่ละค่ายก็ต้องการจะลงรายการที่มีเรตติ้งดีๆ กันทั้งนั้น จึงต้องมีการวางแผนกันล่วงหน้าก่อนเป็นเดือนๆ เลย โดยจะมีการประชุมกันและให้แต่ละค่ายเค้าเลือกกันมาว่าจะลงรายการไหน ตอนไหน แล้วพี่เองจะเป็นคนรวบรวมและจัดสรรเวลาให้ ในกรณีที่คิวมันไม่ได้คือเต็มหรือชนกัน ก็จะมีวิธีการเลือกโดยให้ความสำคัญกับศิลปินเก่าบอร์ใหญ่ๆก่อน อย่างเช่น เบิร์ด นี่ก็จะมีโอกาสได้ลงในรายการที่เลือกมาค่อนข้างมากหน่อย เพราะเป็นตัวทำรายได้ ส่วนศิลปินเบอร์เล็กๆ ที่มีค่อนข้างจะมากนั้น ก็พยายามจัดสรรให้มีความเท่าเทียมกัน โดยดูที่กลุ่มเป้าหมายและรูปแบบการนำเสนอ รวมไปถึงแนวเพลงเป็นหลัก แต่ที่ผ่านมาส่วนมากก็ไม่ค่อยมีปัญหานะ เพราะศิลปินแต่ละคนมีออกเทปในช่วงเวลาไม่ตรงกัน แต่ละค่ายเค้าก็รู้ๆกันอยู่ว่าใครจะออกเทปช่วงไหนบ้าง ก็พยายามเลี่ยงๆไม่ให้ตรงกันอยู่แล้ว ก็จะไม่ค่อยมีปัญหาสักเท่าไหร่ แต่ถ้าบังเอิญออกเทปตรงกันก็คงต้องแบ่งๆกันไปนะ อาจจะสลับกันลงในแต่ละช่วงของรายการ โดยเฉพาะรายการที่มีเรตติ้งดีๆ อย่าง แบงแบงแบง ที่ทุกค่ายก็อยากให้ศิลปินของตนเองได้ลง " (สัมภาษณ์ รัชดาภรณ์ จันทร์เจริญ , อดีตผู้อำนวยการฝ่ายผลิต บริษัท เอ็กซ์ทรอกาไนเซอร์ จำกัด , 26 ตุลาคม 2543)

ข้อเท็จจริงที่ได้จากบทสัมภาษณ์ข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ฝ่ายการตลาด ของ บริษัท จี เอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ได้มีการวางแผนการจัดสรรตารางเวลารายการโทรทัศน์ที่ใช้ในการส่งเสริมผลงานเพลงของศิลปินแต่ละคน เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการแย่งคิวหรือคิวชนกัน โดยให้ทุกสังกัดเพลงมาประชุมกันเพื่อคัดเลือกเวลาในการออกอากาศ โดยคำนึงถึงหลักเกณฑ์ความมีชื่อเสียงของศิลปินเป็นหลัก โดยศิลปินเบอร์ใหญ่ที่มีชื่อเสียงมีโอกาสเลือกใช้รายการโทรทัศน์ก่อน อาทิเช่น เบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์ ส่วนศิลปินหน้าใหม่และศิลปินเบอร์เล็ก อย่าง ศิลปินวง The Big Apple , ศิลปินวง Room 99 , ศิลปินวง Drgaon 5 , หนุ่ย นันทกานต์ นาร์วิน ต้าร์ ฯลฯ จะได้รับการจัดสรรรายการโทรทัศน์ โดยคำนึงความเหมาะสมในเรื่องแนวเพลง รูปแบบการนำเสนอรายการ และ กลุ่มเป้าหมาย เป็นหลัก

2.<u>รูปแบบและเนื้อหาที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด</u>

ในการวางแผนการใช้รายการโทรทัศน์จำเป็นต้องมีการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาที่ใช้ให้เหมาะสม สอดคล้องกับผลงานเพลงของศิลปินและช่วงระยะเวลาที่วางจำหน่ายด้วย โดยในช่วงระยะเวลาก่อนผลงานเพลงวางจำหน่ายนั้น นิยมนำเสนอทีเซอร์เปิดตัวศิลปิน , สปอตโฆษณาบอก

วันวางจำหน่าย และ สกู๊ป เป็นหลัก ส่วนในช่วงเวลาที่ผลงานเพลงวางจำหน่ายแล้ว นิยมนำเสนอมิวสิควีดีโอ , สปอตโฆษณา , สัมภาษณ์ และการปรากฏตัวทางรายการโทรทัศน์ เป็นต้น ในส่วนของรูปแบบและเนื้อหาที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดผลงานเพลงแต่ละชุดนั้นมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมผลงานเพลงของศิลปินและจุดมุ่งหมายด้วย ดังบทสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบเนื้อหาที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดต่อไปนี้

" ในช่วงแรกของการโปรโมทอัลบั้ม ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ นั้น เราจะเริ่มที่สกู๊ปก่อนเลยเพื่อแจ้งที่มาที่ไปของอัลบั้มชุดนี้ว่า ทำไมถึงมีตั้ง 10 อัลบั้ม ร้องตั้ง 100 เพลง ในรายละเอียดนอกจากจะบอกที่มาแล้ว ยังบอกถึงเป้าหมายของการทำงานด้วยว่า ทำขึ้นมาเพื่ออะไร อย่างชุดนี้ก็ทำขึ้นมาเพื่อเป็นสื่อกลาง กระชับความสัมพันธ์ของครอบครัว และก็เป็นของขวัญส่งท้ายปี 2000" (สัมภาษณ์ กริช จิตตมัย , 17 ธันวาคม 2543)

" ก่อนมาทำอัลบั้มชุดนี้ นัทเค้าหายหน้าไปนานมาก กลับมาคราวนี้จึงอยากเซอร์ไพรส์คนฟัง จึงทำทีเซอร์ขึ้นมาในช่วงแรกเลย เพื่อดึงดูดความสนใจของคนฟัง ซึ่งในรายละเอียดก็ไม่มีอะไรมาก เป็นเพียงแค่ภาพนิ่ง 2-3 นาที พร้อมโลโก้คอนเซ็ปต์อัลบั้มชุดนี้ โดยภาพและข้อความมันมีความหมายในตัวของมันเองอยู่แล้ว" (สัมภาษณ์ จินตณา เสวิกุล , Executive Promotor สังกัด แกรมมี่ แกรนด์ , 30 พฤษภาคม 2544)

3. <u>การเลือกรูปแบบและเนื้อหารายการที่เหมาะสม</u>

รายการโทรทัศน์แต่ละรายการมีรูปแบบและเนื้อหาการนำเสนอแตกต่างกันไป ดังนั้นการเลือกใช้รายการโทรทัศน์ในการส่งเสริมผลงานเพลงจำเป็นต้องพิจารณารูปแบบและการนำเสนอรายการแต่ละรายการเป็นองค์ประกอบด้วย ดังบทสัมภาษณ์สนับสนุน ว่า

" รายการทุกรายการมันมีรูปแบบของมัน ซึ่งเราคงต้องดูตรงจุดนี้ด้วย บางครั้งสิ่งเหล่านี้ก็เป็นข้อจำกัดอย่างมาก เช่น เพลงแนวลูกทุ่ง จะไปเลือกลงรายการเพลงที่นำเสนอเพลงป๊อป เพลงร็อค มันก็คงไม่ได้ และ ไม่ใช่รูปแบบที่เหมาะกับแนวเพลงของเรา เพลงลูกทุ่งจึงมีข้อจำกัดในการเลือกใช้รายการโทรทัศน์ค่อนข้างมากกว่าเพลงแนวอื่นๆ ตรงที่สามารถลงได้เพียงรายการเดียว คือ เพลงติดดาว ซึ่งเป็นรายการเพลงที่มีรูปแบบการนำเสนอเฉพาะเพลงลูกทุ่ง หมอลำ ดังนั้น เพลงลูกทุ่ง จึงจำเป็นต้องอาศัยรายการโทรทัศน์จากข้างนอกช่วยโปรโมทผลงานเพลงค่อน

ข้างมากหน่อย " (สัมภาษณ์ ธเนตร ปาระมะ , รองกรรมการผู้อำนวยการ สังกัดแกรมมี่ โกลด์ , 21 พฤษภาคม 2544)

" การเลือกลงรายการโทรทัศน์ในเครือนั้น เราจะมีการวางแผนกันล่วงหน้าเป็นเดือนๆ เลย บางครั้งก็ไม่ได้ลงในรายการตามที่เลือกไว้นะ เพราะว่า คิวมันชนกัน อย่าง Big Apple นี่ เป็นศิลปินหน้าใหม่ ถ้าบังเอิญว่า ไปเลือกลงรายการที่ตรงกับศิลปินเบอร์ใหญ่ในช่วงนั้นที่เค้ากำลังมีผลงาน ก็แน่นอนว่า คิวเราคงไม่ได้ ซึ่งตรงจุดนี้ พี่อ้อย รัชดาภรณ์ ที่ EO เค้าจะเป็นคนจัดสรรเวลาให้โดยดูที่ความเหมาะสมและตัวศิลปินเป็นหลัก แต่นั่นก็ไม่ได้หมายความว่า ศิลปินเราจะไม่ได้คิวออกอากาศเลยนะ ก็ได้ลงในช่วงอื่นๆ แทนในรายการที่เลือกหรือในรายการอื่นๆ ในเครือที่มีรูปแบบการนำเสนอคล้ายๆ กัน " (สัมภาษณ์ อมร อธิคมปัญญาวงศ์ , ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการตลาด สังกัดจีนี่ เรคคอร์สด , 18 ธันวาคม 2543)

" วิธีการเลือกรายการแต่ละรายการนั้น เราจะต้องมีการจองคิวกันไว้ล่วงหน้าก่อนว่าเลือกลงรายการอะไรบ้างกี่ครั้งก็ว่าไป แต่จะได้หรือไม่ได้มันอยู่ที่ ฝ่ายรายการเค้าจะเป็นคนจัดสรรให้ตามความเหมาะสม แต่สำหรับอัลบั้มรวมฮิตของเรานั้น ก็จะเงื่อนไขอยู่ตรงที่ว่า ถ้าเมื่อไหร่ที่วางแผนไว้ว่าจะลงรายการนั้น แล้วประจวบเหมาะกับเทปเบอร์ใหญ่ๆ อย่างเช่น พี่เบิร์ด หรือว่า พี่ป้อม เทปรวมฮิตของเราคงต้องหลบไปให้เทปเบอร์ใหญ่ๆ เค้าก่อน คือ พูดตรงๆ ว่า เปิดโอกาสให้เค้าได้โปรโมทก่อนเพราะเพลงเค้ายังใหม่ต้องใช้เวลาโปรโมทมากซึ่งมันก็เป็นธรรมดา "(สัมภาษณ์ ประธาน อภิชาติสกล ,ผู้จัดการแผนกส่งเสริมการตลาด , 25 พฤษภาคม 2544)

4. <u>การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย</u>

รายการโทรทัศน์แต่ละรายการมีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันไป ดังนั้น การเลือกใช้รายการโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องพิจารณาเรื่องประสิทธิภาพในการเข้าถึง (Reach) และ ความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย (Coverage) ด้วย ดังบทสัมภาษณ์สนับสนุน ต่อไปนี้

" กลุ่มเป้าหมายนี่สำคัญมาก เป็นเกณฑ์สำหรับทีมงานในการตัดสินว่า จะเลือกลงในรายการไหนบ้าง ผลงานเพลงชุด Inside Out นี้ เราไม่ได้ Plan เอาไว้ว่าให้ลงในทุกรายการนะ เช่น รายการไหนที่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะอย่าง เพลงติดดาว และ Teen Center นั้น ก็จะไม่ได้ลง จะเห็นบ่อยๆ ก็ในรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายกว้าง ๆ อย่าง แบงแบงแบง อู่หู และโดยเฉพาะMeet

Music รายการที่นำเสนอเพลงร็อคเป็นส่วนใหญ่ "(สัมภาษณ์ บริภัณฑ์ โพธิ์แดง , Executive Promotor บริษัท มอร์มิวสิค จำกัด , 26 กันยายน 2543)

" เวลาเราจะเลือกใช้สื่อนั้น ที่สำคัญเราต้องรู้ว่า สินค้า ของเราคืออะไร กลุ่มเป้าหมายเค้าเป็นใคร อย่าง ลีโอ พุฒิ และเพื่อนๆ ในวงนั้น เค้าเป็นวัยรุ่น เป็น Idol แน่นอนว่า กลุ่มเป้าหมายหลักของเค้าก็ต้องเป็นวัยรุ่น เวลาเลือกรายการที่โปรโมทเค้า ก็ต้องเลือกรายการที่วัยรุ่นดู จะไปเลือกลงรายการที่กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ใหญ่ ก็เสียเวลาโปรโมทไปเปล่า ๆ อย่าง รายการ Teen Center , อู่หู นี่ก็ได้ เพราะกลุ่มเป้าหมายเน้นวัยรุ่น ส่วนรายการ แบง แบง , เกมฮอต พวกนี้ก็ยังได้อยู่เพราะกลุ่มเป้าหมายเค้ากว้าง ซึ่งนอกจากนี้ก็ยังมีรายการพวกวาไรตี้ทั้งหลายที่วัยรุ่นชอบดูอีกหลายรายการด้วย "(สัมภาษณ์ กริช จิตตมัย , Executive Promotor , 17 ธันวาคม 2543)

"สำหรับการเลือกรายการในการโปรโมทผลงานเพลงในอัลบั้มชวนชิมนั้น ก็จะพยายามเลือกลงในเกือบทุกรายการนะ ที่ลงบ่อยมากที่สุดก็จะเป็นพวกรายการวัยรุ่น ทั้งหลาย เช่น อู่หู และ Teen Center ซึ่งเป็นรายการที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย นอกนั้นก็จะเป็นรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายกว้างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มนะ ในส่วนของรูปแบบที่ใช้โปรโมทก็จะหนักไปที่สปอตโฆษณาและ มิวสิควีดีโอเป็นหลัก ชุดนี้ เราทำเป็นซีรีส์ติดต่อกัน ก็ได้รับความสนใจมากพอสมควร "(สัมภาษณ์ รัชตะ สมบัติไพบูลย์ , Promotion Manager บริษัท เมกเกอร์เฮด จำกัด , 21 พฤษภาคม 2544)

"อัลบั้มของ นัท ชุดนี้ เราไม่ได้ขายเฉพาะวัยรุ่นเท่านั้นนะ ขายคนเกือบทุกกลุ่มเลย แต่จะหนักไปที่วัยรุ่นที่ชอบสีสันทางดนตรี ส่วนรูปแบบการโปรโมทนั้นอย่างที่บอกว่า จะเน้น MV. กับสปอต ที่วางเอาไว้ก็จะมีปรากฏในรายการเพลง แล้วก็เวลาโฆษณาของละคร ตรงนี้เพราะว่า นัท เค้าเป็นนักแสดง เราเน้นขายกลุ่มคนตรงนั้นด้วย" (สัมภาษณ์ จินตณา เสวิกุล , Executive Promotor สังกัด แกรมมี่ แกรนด์ , 30 พฤษภาคม 2544)

" เพลงของพี่เสือ เป็นเพลงที่ฟังดูแล้วจะออกมาในแนวป๊อปที่มีความเป็นเพื่อชีวิตนิดๆ รูปแบบที่ใช้โปรโมทส่วนมากก็คงไม่พ้น สปอตโฆษณา และก็ MV. โปรโมทเพลงในอัลบั้มเพื่อให้คนฟังติดหูนะ รายการเพลงที่เลือกลงส่วนมากก็จะเป็นรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายกว้างๆ อย่าง แบง แบง แบง , เกมฮอตเพลงฮิต นี่ก็ได้ แล้วก็รายการที่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่มีรูปแบบการ

นำเสนอเพลงร็อกและเพลงเพื่อชีวิต อย่าง Meet Music นี่จะลงบ่อยมาก เพราะมันเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี " (สัมภาษณ์ รัชตะ สมบัติไพบูลย์ , 21 พฤษภาคม 2544)

" ผลงานเพลง ของ China Doll นั้น ชุดนี้ ก็มีระยะเวลาโปรโมทไม่มากนัก ในช่วงที่โปรโมท ก็จะมีแค่ ทีเซอร์ นิดหน่อย สปอตโฆษณา แล้วก็มิวสิควีดีโอ ส่วนรายการที่ออกอากาศส่วนใหญ่จะเป็นรายการที่รายการที่มีกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นเป็นหลัก เพราะตรงกับ Target ของเพลงในอัลบั้มที่เป็นเพลงเต้นสนุก สนุก "(สัมภาษณ์ ธนวัฒ สืบสุวรรณ , กรรมการผู้อำนวยการ สังกัดอังกอร์ , 15 ตุลาคม 2544)

5.<u>ความคุ้มทุนในการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์</u>

รายการโทรทัศน์ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการซื้อเวลา , ค่าใช้จ่ายในการผลิตและการสร้างสรรค์งานโฆษณามีต้นทุนที่สูงมาก ซึ่งงบประมาณในการใช้จ่ายผลงานเพลงแต่ละชุดมีจำนวนไม่เท่ากัน โดยเฉลี่ย 400,000 บาท ถึง 1,000,000 บาทขึ้นไป ดังนั้น เพื่อประสิทธิภาพในการเลือกรายการโทรทัศน์ในการส่งเสริมผลงาเพลง จึงจำเป็นต้องพิจารณาถึงความคุ้มค่า , ความคุ้มทุน ดังบทสัมภาษณ์สนับสนุน ต่อไปนี้

"รายการเพลงเรามีเยอะ 10 รายการ ก็ 10 แบบ ต้องเลือกรายการที่คิดว่า ออกไปแล้ว คุ้มเงินที่สุด ที่สำคัญต้องเหมาะกับ ผลงานเพลง และ ศิลปินด้วย อย่าง พี่แอม นั้น งานเพลงเค้าจะเน้นกลุ่มคนฟังที่เป็นผู้ใหญ่ วัยรุ่นขาโจ๋ทั้งหลายก็มีบ้างแต่ก็ไม่มาก รายการที่เลือกไว้ ก็จะเป็น รายการเพลง ที่มีกลุ่มเป้าหมายกว้าง ทั้งผู้ใหญ่และวัยรุ่น เป็นหลัก " (สัมภาษณ์ ณจิต ดีปานวงศ์ , Executive Promotor สังกัด แกรมมี่ แกรนด์ , 30 พฤษภาคม 2544)

"สำหรับการโปรโมทผลงานเพลงในอัลบั้มชุดนี้ ทางทีมงานเราค่อนข้างจะเลือกรายการนะ เพราะอยากให้ออกไปแล้ว คุ้มเงินที่เสียไปมากที่สุด เพราะเท่าที่รู้กันอยู่แล้วว่า รายการเพลงในเครือแกรมมี่ฯ นั้นมีเยอะมาก แต่ละรายการก็มีรูปแบบการนำเสนอแตกต่างกันไป จึงต้องพิถีพิถันในการเลือกรายการให้เกิดประโยชน์กับผลงานและตัวศิลปินเรามากที่สุด "(สัมภาษณ์ บริภัณฑ์ โพธิ์แดง , Executive Promotor บริษัท มอร์มิวสิค จำกัด , 26 กันยายน 2543)

" การวางผังรายการในการออกอากาศนั้น สำคัญนะ ทุกอย่างมันเป็นเงินหมด คงต้องรอบคอบกันนิดนึง อย่าง นัท มีเรีย นั้น เราวางมีเดียเยอะก็จริง แต่ไม่ทุกรายการนะ รายการไหนที่เรตติ้งไม่ดี ออกอากาศในช่วงที่ไม่มีคนดู ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เราก็ไม่เลือกลง เช่น เพลงติดดาวนั้นเพราะกลุ่มเป้าหมายรายการไม่ใช่ เราพยายามจะเลือกรายการที่ค่อนข้างจะเป็น mass ที่มีกลุ่มเป้าหมายกว้างครอบคลุมทุกกลุ่ม(สัมภาษณ์ จินตณา เสวิกุล , Executive Promotor สังกัด แกรมมี่ แกรนด์ , 30 พฤษภาคม 2544)

" รายการเพลงของค่ายเรามันมีเยอะ จะเลือกใช้ทุกรายการเลย ก็คงไม่คุ้ม เพราะทุกอย่างมันคือค่าใช้จ่าย คงต้องเลือกรูปแบบและการนำเสนอที่เหมาะกับผลงานเพลงและศิลปินเราจริงๆ ศิลปินแต่ละคนมีความแตกต่างกัน รายการบางรายการก็ไม่เหมาะสำหรับศิลปินบางคน อย่าง พี่เสือ ธนพล เราวางเค้าไว้ในฐานะศิลปินนักร้อง ก็คงไม่เหมาะนักถ้าจะให้พี่เค้าไปเล่นเกมโชว์ตามรายการต่างๆ หรือ แสดงละคร ซึ่งขัดกับบุคลิกของตัวศิลปิน แต่จะใช้วิธีการให้ไปปรากฏตัว ให้สัมภาษณ์ หรือ แสดงความสามารถทางด้านการร้องเพลงเล่นดนตรีแทน เพราะมันได้ประโยชน์มากกว่า " (สัมภาษณ์ รัชตะ สมบัติไพบูลย์ , ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการตลาด บริษัท เมก เกอร์เฮด จำกัด , 21 พฤษภาคม 2544)

" FLY ชุดนี้ เป็นผลงานเพลงพิเศษที่ทำขึ้นมาเพื่อกระตุ้นยอดขายของอัลบั้มชุดที่ผ่านมา ดังนั้น เราจึงไม่มี Budget มากมายนักในการโปรโมท ไม่เหมือน ผลงานเพลงชุดใหม่ ที่มีงบประมาณในการโปรโมทผลงานค่อนข้างมาก เมื่องบฯมีน้อยก็คงต้องเลือกรายการที่คิดว่าเข้าถึงและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยเสียเงินน้อยที่สุด " (สัมภาษณ์ จินตณา เสวิกุล , Executive Promotor สังกัด แกรมมี่ แกรนด์ , 30 พฤษภาคม 2544)

ยุทธวิธีการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมการตลาด

ผลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ได้อาศัยรายการโทรทัศน์ต่างๆ ที่ผลิตโดยกลุ่มธุรกิจสื่อในเครือบริษัทเป็นช่องทางในการส่งเสริมศิลปินและผลงานเพลงในช่วงเดือนกรกฎาคม ถึง เดือนธันวาคม 2543 จำนวนทั้งหมด 23 ชุด โดยสามารถอภิปรายจำแนกรายการต่างๆ ได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. **<u>รายการแบงแบงแบง</u>** นำมาใช้ส่งเสริมผลงานเพลงดังนี้

1) ผลงานเพลงชุด City Woman ของ แอม เสาวลักษณ์ ลีละบุตร

ในช่วงก่อนที่ผลงานเพลงวางจำหน่ายมีการนำเสนอสกู๊ป จำนวน 2 ครั้ง คือ วันที่ 20 , 27 มิถุนายน 2543 โดยรายละเอียดในสกู๊ปนั้นมีเน้นการนำเสนอแนวคิดผลงานเพลงชุดCity Woman เป็นหลัก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

รายละเอียดในสกู๊ป อัลบั้ม City Woman ของ แอม เสาวลักษณ์

Amp
City woman

ในความสับสนวุ่นวายและการใช้ชีวิตที่ต้องเร่งรีบ
อาจทำให้ความละเอียดอ่อนทางจิตใจของผู้คนในเมืองใหญ่กลายเป็นสิ่งหายาก
แต่ถึงกระนั้น ก็ใช่ว่าจะขาดแคลนไปเสียทีเดียว
เพราะในบางมุม เราอาจจะยังเห็นความรัก ความเอื้ออาทร และ ความมีน้ำใจ
ที่คนเมืองหยิบยื่นให้กันอย่างไม่หวงแหนได้อยู่
บางทีในความแห้งแล้ง หากไม่สิ้นหวัง ก็ยังจะได้เห็นความสวยงาม
เช่นเดียวกับที่ แอม-เสาวลักษณ์ ลีละบุตร ที่ได้เห็น
City Woman จึงเป็นความคิดของแอมที่เกิดขึ้นเพื่อจะสื่อเรื่องราวของคนเมือง
เพื่อบอกเล่าเรื่องราวของความเป็นเมืองที่ยังมีความงดงามที่สัมผัสได้
โดยความตั้งใจแล้วไม่ได้จะสื่อถึงชีวิตคนเมืองที่เป็นผู้หญิงเท่านั้น
แต่หมายถึงทุกคนที่มีชีวิตอยู่ท่ามกลางความดิ้นรน
ในขณะเดียวกันก็ยังสามารถใช้ชีวิตได้อย่างสุนทรีย์และมีความสุข

นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอสปอตโฆษณาบอกวันวาง จำนวน 1 ครั้ง คือ วัน ที่ 27 มิถุนายน 2543 ในรายละเอียดของสปอตโฆษณาเน้นนำเสนอแนวคิดของผลงานเพลง และ แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับวันวางจำหน่าย ดังข้อความในสปอตโฆษณาต่อไปนี้

สปอตโฆษณาบอกวันวางจำหน่าย ความยาว 30 วินาที

" จะอยู่ตรงไหนของเมือง ไม่ใช่เรื่องสำคัญ หากทำแต่ละวัน ให้มีความสุข
Amp City Woman บทสรุปของคนเมือง
พบกับ แอม เสาวลักษณ์ อัลบั้ม City Woman 6 กรกฎาคม นี้ "

ส่วนในช่วงที่ผลงานเพลงวางจำหน่าย วันที่ 6 กรกฎาคม 2543 มีการนำเสนอสปอตโฆษณาวันนี้ตัวเดียวกัน อีกจำนวน 4 ครั้ง ได้แก่ วันที่ 11,18,25 กรกฎาคมและ 1 สิงหาคม 2543 โดยรายละเอียดของสปอตโฆษณาจะเน้นที่ ผลงานเพลงเด่นที่กำลังได้รับความนิยม คือ เพลง คิดถึงคนแปลกหน้า ดังข้อความในสปอตโฆษณาต่อไปนี้

โฆษก ....เจอกันเพราะความอ่อนไหว....
ท่อนเพลง ฉันไม่รู้มันเกิดได้ไง ฉันไม่รู้ว่าเธอเป็นใคร
โฆษก .....จากไปพร้อมกับความผูกพัน.....
ท่อนเพลง อยากบอกเธอว่าคิดถึงเธอ ไม่รู้เพราะอะไร
amp city woman วันนี้

และในช่วงที่ผลงานเพลงวางจำหน่าย นำเสนอของมิวสิควีดีโอ เพลง สวัสดีความรัก ในวันที่ จำนวน 2 ครั้ง คือ วันที่ 11,18 กรกฎาคม และ เพลงคิดถึงคนแปลกหน้า 1 ครั้ง ในวันที่ 1 สิงหาคม 2543

สำหรับมิวสิควีดีโอ เพลงสวัสดีความรัก เนื้อหาในมิวสิควีดีโอ เป็นการพูดถึงเรื่องราวความรัก ความมีน้ำใจ ของคนในเมือง โดย พันณิดา ปั้นงา ให้สัมภาษณ์ว่า

" ใน MV. เพลง สวัสดีความรักนั้นพยายามนำเสนอ มุมมองความรัก ของ แอม ในแบบเฉพะาที่เน้นเนื้อหาสนุกสนาน โดยฉากแรกนั้น เนื้อหาส่วนใหญ่จะเน้นไปที่ ภาพบรรยากาศโดยรอบ ซึ่งก็เป็นความวุ่นวายของชีวิตคน ทั้ง กรรมกร แม่อุ้มลูก คู่รัก ฯลฯ ส่วนฉากที่ 2 นั้น เป็นเรื่องราวความกุ๊กกิ๊กของ แอม กับ หนุ่มหล่ออารมณ์ดี แกรี่ สจ๊วต เนื้อหาในมิวสิควีดีโอจึงเน้นไปทั้งที่ตัวศิลปินและก็เพลงที่มีจังหวะสนุกสนาน นำทั้ง 2 ฉากมาผูกเรื่องราวเพื่อให้เกิดความลงตัว และต้องการสื่อว่า ในความสับสนวุ่นวายของคนในเมืองนั้น บางครั้งก็ยังมีสิ่งที่สัมผัส

ได้ก็คือ ความรัก ความมีน้ำใจ " (สัมภาษณ์ พันณิดา ปั้นงา , ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการตลาด แกรมมี่ แกรนด์ , 5 พฤศจิกายน 2544)

ภาพที่ 5.1. ตัวอย่างมิวสิควีดีโอ เพลง สวัสดีความรัก

ส่วนเนื้อหาของมิวสิควีดีโอ เพลงที่ 2 คิดถึงคนแปลกหน้า มีเนื้อหามิวสิควีดีโอจะมีแตกต่างไปจากเพลงแรก มีการนำเสนอความรักในอีกแง่มุมหนึ่ง โดย คุณพันณิดา ปั้นงา ให้สัมภาษณ์เพิ่มเติมว่า

" ...อีกเพลงที่เลือกมาก็คือ คิดถึงคนแปลกหน้า ที่เลือกมาเพราะมันแปลก และเป็นอีกหนึ่งมุมมอง ที่แตกต่างไปจากเพลงแรก ตรงที่ เป็นเพลงช้า และ เป็นอีกอารมณ์ ตรงตามคอนเซ็ปอัลบั้มที่พูดถึงเนื้อหาที่มีหลากรส หลากอารมณ์ ความรู้สึก เพลงนี้ เป็นเรื่องของมุมมองความรักที่แปลกและก็คาดไม่ถึงว่ามันเกิดขึ้นได้ยังไงกับการที่ผู้หญิงคนนึงมีความรู้สึกคิดถึงผู้ชายคนนึง ซึ่งเพิ่งรู้จักกัน โดยเฉพาะในสังคมเมือง " (สัมภาษณ์ พันณิดา ปั้นงา , ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการตลาด แกรมมี่ แกรนด์ , 5 พฤศจิกายน 2544)

ภาพที่ 5.2 ตัวอย่าง มิวสิควีดีโอ เพลง "คิดถึงคนแปลกหน้า

นอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์ศิลปิน แอม เสาวลักษณ์ ในวันที่ 25 กรกฎาคม 2543 สัมภาษณ์โดย อิงค์ (อชิตะ ปราโมช ณ อยุธยา) โดยประเด็นในการสัมภาษณ์มุ่งไปที่ แนวคิดของผลงานเพลงชุด City Woman ที่นำเสนอมุมมองวิถีชีวิตของคนเมือง เป็นหลัก ดังรายละเอียดในบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

บทสัมภาษณ์ ศิลปิน แอม เสาวลักษณ์ ในรายการแบงแบงแบง

อชิตะ : คอนเซ็ปต์งานในอัลบั้มชุดนี้เป็นอย่างไรบ้างครับ พี่แอม

เสาวลักษณ์ : ก็เป็นเพลงในแนวป๊อปเหมือนเดิมนะ ชุดนี้คอนเซ็ปต์ของเพลงจะเป็นการเล่าเรื่องมากกว่า คือ พี่เป็นคนที่เกิดและโตที่กรุงเทพฯ ก็อยู่ในเมืองใหญ่มาตลอด จึงได้เห็นได้ใกล้ชิดชีวิตในเมืองใหญ่คล้ายๆกับพูดแทนชีวิตของคนที่อยู่ในเมืองใหญ่หลายๆ คน ในรูปแบบของบทสรุปคนเมือง เพื่อต้องการจะสื่อให้เห็นว่า คนในเมืองใหญ่ เค้าเจออะไรกันบ้าง คิดยังไงกันบ้าง ก็นำมาถ่ายทอดออกมาเป็นบทเพลงในอารมณ์ที่แตกต่างกัน

2) ผลงานเพลงชุด Extra Mild ของ แอน ธิติมา ประทุมทิพย์

ในช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่าย นำเสนอสปอตโฆษณาบอกวันวาง จำนวน 2 ครั้ง คือ วันที่ 19,26 กันยายน 2543 โดยในรายละเอียดเน้นประเด็นในเรื่องความไพเราะผลงานเพลงในชุด Extra Mild และ วันวางจำหน่าย ดังข้อความในสปอตต่อไปนี้

เพลง " Intro.. เพลง เสียงของหัวใจ
โฆษก นี่คือ เสียงที่ไพเราะที่สุดในขณะนี้
เพลง ท่อน Hook ก็เพราะหัวใจมันบอกว่าต้องใช่เธอ
โฆษก Ann extra Mild 28 กันยายน นี้ ทั่วประเทศ "

และนำเสนอสกู๊ปเปิดตัวอัลบั้ม Extra Mild ในช่วงที่ผลงานเพลงวางจำหน่าย จำนวน 3 ครั้ง ได้แก่ วันที่ 5,19,26 กันยายน 2543 รายละเอียดในสกู๊ป เป็นการบอกเล่า เรื่องราว ประวัติ และ ที่มาของอัลบั้มชุดนี้ ว่า มีความเป็นมาอย่างไร เนื่องจาก ผลงานเพลงชุดนี้ แอน ธิติมา กลับมาเป็นศิลปินเดี่ยว ซึ่งแตกต่างจากผลงานเพลงชุดที่ผ่านมา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(ข้อความในสกู๊ป)

" สาวน้อยคนนี้ เธอชื่อ แอน ธิติมา ประทุมทิพย์ ส่วนมากคนจะรู้จักเธอดีในนาม ของ แอน คุณสามหลายคนติดใจในเสียงของเธอตั้งแต่ได้ยินเพลงรักใช่ไหม เพลงประกอบละคร ชื่อดังที่เธอร้องไว้ และ ยิ่งติดใจเธอมากขึ้นจากเพลง รักเลย ฝันไปหรือเปล่า ปล่อยมือ ในอัลบั้ม คุณสามซูเปอร์แก๊งค์ และ เพลง โลกยังหมุน หูฟาด ในอัลบั้ม ดินฟ้าอารมณ์ ที่ร้องคู่กับโอ๋เพื่อนซี้

แอน เป็นคนที่ชอบร้องเพลงมาตั้งแต่เด็ก พอโตขึ้นด้วยความเป็นคนที่ชอบร้องเพลง ที่บ้านก็แนะนำให้เข้าประกวด Thailand Junior Singing Contest จนได้รับรางวัลดีเด่น และ หลังจากนั้น ต่อมา ในปี 2539 เธอก็ได้เข้าประกวดในโครงการ Star Search และก็ได้รับคัดเลือกให้เป็นนักร้องดีเด่น และ นั่นเป็นก้าวแรกของเธอที่ทำให้เธอได้เข้าสู่วงการเพลง

วันนี้ ...กับผลงานเดี่ยวของเธอ Ann ExtraMild ที่จะวางแผง 28 กันยายน นี้ ก็สมารถทำให้หลายคนติดใจกับเสียงของเธอไปแล้ว "เสียงของหัวใจ" ใช้เวลาเพียง 1 อาทิตย์ เพลงของเธอก็สามารถเข้าไปอยู่ในชาร์ตเพลงฮิตของหลายคลื่นวิทยุ และ อีกไม่นานเพลงไพเราะในอัลบั้มของเธอในชุดนี้ก็จะเข้าไปอยู่ในชาร์ตเพลงฮิตของใครอีกหลายคน

ส่วนในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย วันที่ 28 กันยายน 2543 มีการนำเสนอสปอตโฆษณาเดียวกันกับที่นำเสนอในช่วงก่อนวางจำหน่าย จำนวน 3 ครั้ง ได้แก่ วันที่ 24 ต.ค. , 21 พ.ย.และ 5 ธ.ค.2543 และนำเสนอมิวสิควีดีโอ เพลงเสียงของหัวใจ จำนวน 2 ครั้ง คือวันที่ 24 ต.ค. , 21 พ.ย.2543 และ นำเสนอมิวสิควีดีโอ เพลงจดหมายจากพระจันทร์ จำนวน 1 ครั้ง ได้แก่ วันที่ 5 ธ.ค.2543 สำหรับเนื้อหาในมิวสิควีดีโอทั้ง 2 เพลงนั้น กริช จิตตมัย ให้สัมภาษณ์ว่า

" MV. เปิดตัวเพลงแรก ของ แอน คือ เสียงของหัวใจ เพลงที่หลายคนคุ้นหู เพลงนี้ดังก่อนจะทำมิวสิคฯเสียอีก เรื่องราวเกี่ยวกับความรัก สดใส ของ สาวน้อยช่างฝัน ที่อยากให้ชายหนุ่มที่หลงไหลรับรู้ความในใจ ซึ่งเราได้ นาเดีย นางเอกสาวสวยมาเล่นมิวสิควีดีโอให้ ส่วนน้อง แอน ศิลปินของเรา ก็ทำหน้าที่ ถ่ายทอด เส้นเสียง ซิงค์เพลงให้เข้ากับภาพ มิวสิคฯตัวนี้ออกมาได้อย่างน่ารัก สมวัย ส่วนเพลง ที่ 2 นั้น เป็น MV.Pack มีเพลง 2 เพลงรวมกัน คือ ฉันขอโทษ และ จดหมายจากพระจันทร์ รวมอยู่ใน 1 เพลง ที่เราจับมันมาทำร่วมกัน ก็เพราะว่า เนื้อหาของเพลงมันสอดคล้องกัน เรื่องราวที่ออกมามันสามารถถ่ายทอดอารมณ์ได้ชัดเจนกว่า "(สัมภาษณ์ กริช จิตตมัย , Executive Promotor สังกัดกรีนบีนส์ , 17 ธันวาคม 2544)

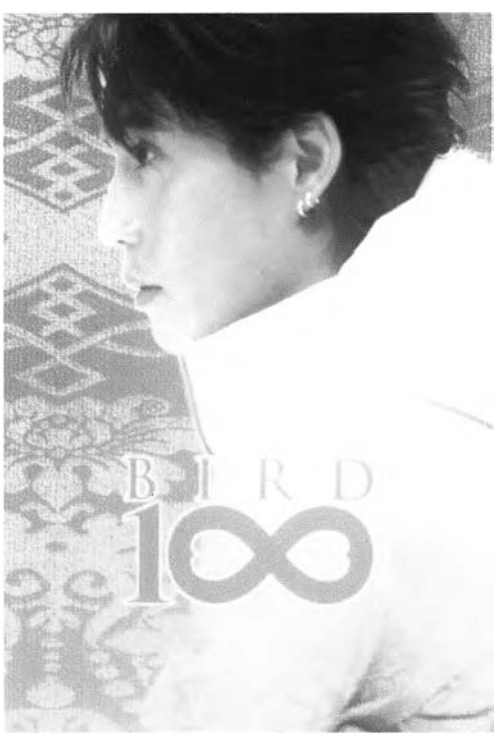
ภาพที่ 5.3. ตัวอย่างมิวสิควีดีโอเพลง เสียงของหัวใจ

3) ผลงานเพลงชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ ของ เบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายมีการนำเสนอ สกู๊ปเปิดตัวอัลบั้ม จำนวน 2 ครั้ง คือ วันที่ 21,28 พ.ย.43 เนื้อหารายละเอียดของสกู๊ปนำเสนอแนวคิดผลงานเพลง เน้นที่ของขวัญในช่วงเทศกาลปีใหม่ คือ การส่งความสุขผ่านเสียงเพลง ดังรายละเอียดในข้อความและภาพต่อไปนี้

(ข้อความในสกู๊ป)

" 100 เพลงรักไม่รู้จบ อีกหนึ่งโครงการพิเศษส่งท้ายปี 2000 จากแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ โดยเป็นการรวบรวมเพลงไทยที่เคยได้รับความนิยมสูงสุด มาถ่ายทอดโดย นักร้องยอดนิยม ธงไชย แมคอินไตย์ เพื่อเป็นการส่งมอบความสุขให้แก่ทุกท่าน ผ่านบทเพลงอันไพเราะประทับใจ สูงสุด ตลอดกาล พร้อมกับ บทเพลงพิเศษ "บ้านหลังน้อย" ของ ครอบครัวแมคอินไตย์ ก็ได้นำมารวมไว้ให้ได้อบอุ่นร่วมกัน เชื่อมความสัมพันธ์ครอบครัว อีกหนึ่งของขวัญสำหรับคนพิเศษ "



ภาพที่ 5.4 ภาพในสกู๊ปเปิดตัว ศิลปิน เบิร์ด ธงไชย ผลงานชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ

และนำเสนอสปอตโฆษณาบอกวันวาง ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย จำนวน 2 ครั้ง คือ วันที่ 21,28 พ.ย.43 โดยในรายละเอียดของสปอตนั้น เน้นการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลงานเพลงไพเราะที่บรรจุอยู่ในอัลบั้มชุดนี้ มีมากถึง 100 เพลง ดังเหตุผลสนับสนุน ของ คุณกริช จิตตมัย ฝ่ายส่งเสริมการตลาด ว่า

"เนื้อหารายละเอียดสปอตก็จะเน้นไปที่ผลงานเพลงเป็นหลัก เพราะอัลบั้มชุดนี้มีเพลงเยอะมากเป็นประวัติการณ์เลยก็ว่าได้ที่ศิลปินคนหนึ่งจะออกอัลบั้มแล้วร้องเพลงได้เยอะขนาดนี้ ในสปอตเราจึงพยายามประชาสัมพันธ์เพลงให้คนได้รู้จักกันให้มากที่สุด ซึ่งก็ล้วนแล้วแต่เป็นเพลงที่รู้จักและดังมาแล้วทั้งนั้น ในชุดนี้สปอตก็จะมี 2 แบบเหมือนกันนะ ทั้ง สปอตวันวางและสปอตวันนี้ เน้นขายช่วงเทศกาล ช่วงที่พี่เบิร์ดออกอัลบั้มก็เป็นตรงกับเทศปีใหม่พอดี เราเลยเน้นคอนเซ็ปในเรื่อง ของขวัญต้อนรับปีใหม่ การส่งความสุขทางเสียงเพลง "(สัมภาษณ์ กริช จิตตมัย , Executive Promotor , 17 ธันวาคม 2543)

สปอตบอกวันวาง ผลงานเพลงชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ

เพลง	Sound Logo (Backing Track พรานทะเล)
Sfx	กรุ้งกริ้ง
Vo.	ธงไชย แมคอินไตย์ กับร้อยเพลงรักไม่รู้จบ
	<u>รวมความสุข ความทรงจำสำหรับทุกคน</u>
เพลง	ท่อน a พรหมลิขิต , เธอ , หวงรัก , ลมจ๋า , รักข้ามขอบฟ้า
Vo.	100 ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ รวมหนึ่งร้อยเพลงรักยอดนิยม
	ที่ครองความประทับใจสูงสุดตลอดกาล
	8 ธันวาคม นี้
Sfx.	Backing Track พรหมลิขิต

นอกจากนี้ในช่วงที่ผลงานเพลงวางจำหน่าย ในวันที่8ธันวาคม 2543 มีการนำเสนอสปอตโฆษณาวันนี้จำนวน 3 ครั้ง ได้แก่ วันที่ 12,19,26 ธ.ค.43 โดยในรายละเอียดของสปอตโฆษณานั้นเน้นที่ความคุ้มค่า ความประหยัด และ รายได้จากการขายที่เข้าร่วมโครงการหลวง เป็นหลัก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

Sound Logo	(Backing Track พรานทะเล)
Sfx	กรุ๋งกริ๋ง
Vo.	ธงไชย แมคอินไตย์ กับร้อยเพลงรักไม่รู้จบ
	<u>รวมความสุข ความทรงจำสำหรับทุกคน</u>
เพลง	พรหมลิขิต , เธอ , หวงรัก , ลมจ๋า , รักข้ามขอบฟ้า เพลง
Vo.	*100 ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ รวมหนึ่งร้อยเพลงรักยอดนิยม* ที่ครองความประทับใจสูงสุดตลอดกาล หาซื้อได้แล้ววันนี้ ทุกแผงเทป และ ที่ปั๊มน้ำมัน ปตท. ทั่วประเทศใน ราคาพิเศษ ชุดละ 5 ม้วน จากราคาปกติ ชุดละ 495 บาท เหลือเพียง 350 บาท รายได้ส่วนหนึ่งจากการจัดจำหน่าย เข้าร่วมมูลนิธิโครงการหลวง

นอกจากยังมีการนำเสนอมิวสิควีดีโอ เพลงพรหมลิขิต จำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 12 ธ.ค.43 และ มิวสิควีดีโอเพลง เพียงคำเดียว 1 ครั้ง วันที่ 19 ธ.ค.43 และ บ้านหลังน้อย 1 ครั้ง ในวันที่ 26 ธ.ค.43

สำหรับเนื้อหาในมิวสิควีดีโอ เพลงพรหมลิขิต นั้น เป็นการจำลองภาพการแสดงคอนเสิร์ตขึ้นมาโดย เบิร์ด ธงไชย เป็นผู้แสดงคอนเสิร์ต ดังคำสัมภาษณ์ ของ คุณดล ผดุงวิเชียร ว่า

" เพลง พรหมลิขิต นั้น เนื้อหาในมิวสิควีดีโอ ก็จะเป็นการแสดงคอนเสิร์ตเล็กๆ ที่เบิร์ด ร้องให้พี่ป้าน้าอา พ่อแม่พี่น้องฟังกัน อารมณ์จะเป็นแบบเบิร์ดร้องให้ครอบครัวฟังมากกว่าเป็นคอนเสิร์ต ซึ่งตัวศิลปิน คือ เบิร์ด นั้นก็จะร้องไปส่งยิ้มทักทายไป มันเหมือนเป็นการจำลองภาพความสุข ความรัก ความผูกพันในครอบครัว โดย เบิร์ด ทำหน้าที่ถ่ายทอดบทเพลงให้คนในครอบครัวฟัง บรรยากาศที่ออกมามันจึงเป็นภาพที่มีความผูกพันในครอบครัวหลากหลาย ซึ่งสลับกับฉากที่เป็นภาพเต็มไปด้วยเหตุการณ์ความรักความผูกพันของครอบครัวนับร้อย ที่จัดใส่กรอบรูปติดเต็มผนัง เบิร์ดก็ต้องแสดงอารมณ์ท่าทางว่ากำลังเพลิดเพลินไปกับแต่ละเหตุการณ์ในภาพ ซึ่งทุกภาพก็ล้วนเป็นภาพที่ประทับใจที่เกิดขึ้นจริง ๆ โดยเรานำมาจับให้มันเข้ากันเพื่อให้ภาพที่ออกมาแล้วดูได้บรรยากาศและเข้ากับเพลง"(สัมภาษณ์ ดล ผดุงวิเชียร , รองกรรมการผู้อำนวยการ สังกัดกรีนบีนส์ , 15 ตุลาคม 2544)

ภาพที่ 5.5ตัวอย่างภาพในมิวสิควีดีโอ เพลง พรหมลิขิต

ส่วนเพลงที่ 2 ที่ถูกนำมาผลิตเป็นมิวสิควีดีโอ คือ เพลง เพียงคำเดียว ซึ่งเป็นเพลงช้าที่ได้รับความนิยมในอดีตเช่นกัน โดยคุณดล ผดุงวิเชียร ในฐานะผู้กำกับมิวสิควีดีโอ ในอัลบั้มชุดนี้ ได้เล่าถึงบรรยากาศและเนื้อหาของมิวสิควีดีโอในแต่ละเพลงเพิ่มเติม ว่า

" ...สำหรับเพลงที่ 2 เพียงคำเดียว เพลงนี้ไปถ่ายกันที่ พรีเมียร์ พระราม 9 โดยมีนางเอกสาวหน้าหวาน บัวชมพู มาร่วมเล่น ส่วน เบิร์ด ศิลปินของเราก็เล่นเป็นกามเทพสื่อรักแบบไม่ตั้งใจ เพราะจดหมายของนางเอก ปลิวมาที่เบิร์ด เรื่องราวสนุกๆมันก็เลยเกิดขึ้น เพราะ เบิร์ดต้องทำให้นางเอกได้รับจดหมายจากคนรัก เพลงนี้ ก็ได้ภาพสวยๆ ออกมาอย่างที่เห็น "(สัมภาษณ์ ดล ผดุงวิเชียร , รองกรรมการผู้อำนวยการ สังกัด กรีนบีนส์ , 15 ตุลาคม 2544)

ภาพที่ 5.6 ตัวอย่างภาพใน มิวสิควีดีโอเพลง เพียงคำเดียว

และมิวสิควีดีโอเพลงที่ 3 เพลง บ้านหลังน้อย ซึ่งเป็นเพลงประจำตระกูล แมคอินไตย์ ที่พูดถึง เรื่องราวความรักภายในครอบครัวของเบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์ มีความพิเศษแตกต่างจากเพลงอื่นตรงที่เป็นมิวสิควีดีโอรวมเพลงหลายเพลง ซึ่ง คุณดล ผดุงวิเชียร ผู้กำกับมิวสิควีดีโอ อธิบายรายละเอียดว่า

" สำหรับเนื้อหาในมิวสิควีดีโอเพลง บ้านหลังน้อย นั้น ก็เป็นภาพบรรยากาศสบายๆ ที่ยกทีมงานไปถ่ายกันที่สตูดิโอพระราม 9 ให้เป็นฉากสวนหลังบ้านที่มีต้นไม้เพื่อสร้างบรรยากาศให้อบอุ่นขึ้น โดยต้องการจะสื่อถึงเรื่องราวความอบอุ่นภายในบ้านหลังน้อยๆ ที่เบิร์ดยืนอยู่ มิวสิควีดีโอเพลงนี้จะแตกต่างจากเพลงอื่นๆ ตรงที่ไม่มีเรื่องราว แต่จะเป็นมิวสิควีดีโอในรูปแบบของเมดเล่ย์มากกว่า สาเหตุที่เป็นแบบนี้เพราะว่า เพลงในอัลบั้มนี้มีเยอะมาก ถ้าต้องทำมิวสิคฯวีดีโอทั้งหมดคงไม่ไหว เราจึงต้องหาทางที่จะโปรโมทเพลงให้คนฟังรู้จักให้มากที่สุด ก็มาลงเอยที่มิวสิควีดีโอเพลงนี้ ซึ่งเป็นการโปรโมทเพลง ที่มีลักษณะคล้ายๆ กับ MV Pack โดยมีเพลง นำเสนอเพลง ลมจ๋า , ความรักเพรียกหา , เท่านี้ก็ตรม , รักข้ามขอบฟ้า , น้ำตาแสงตา แล้วก็มาถึงเพลงสุดท้าย คือ เพลง บ้านหลังน้อย ซึ่งเป็นเพลงที่มีความหมายกับเบิร์ดมาก "(สัมภาษณ์ ดล ผดุงวิเชียร , รองกรรมการผู้อำนวยการ สังกัด กรีนบีนส์ , 15 ตุลาคม 2544)

ภาพที่ 5.7 ตัวอย่างภาพในมิวสิควีดีโอ เพลง บ้านหลังน้อย

4) ผลงานพลงชุด Seven ของศิลปินวง Seven

ในช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่าย นำเสนอ Teaser เปิดตัวอัลบั้มจำนวน 2 ครั้ง ได้แก่ วันที่ 14,28 พ.ย.43 รูปแบบของ ทีเซอร์ ที่ปรากฏในรายการเป็นภาพนิ่งที่ประกอบไปด้วยศิลปินทั้งหมด 7 คน และ มี ตัวอักษรขึ้น ว่า Seven และ คำว่า Coming Soon ซึ่งเป็นการเชิญชวนให้ผู้ฟังพบกับปรากฏการณ์ครั้งยิ่งใหญ่สำหรับวงการเพลง ที่มีการรวมตัวของศิลปินชื่อดังที่มาร่วมกันถึง 7 คน

นอกจากนี้มีการนำเสนอสปอตโฆษณาบอกวันวาง จำนวน 2 ครั้ง ได้แก่ วันที่ 14,28 พ.ย.43 โดยรายละเอียดในสปอตโฆษณาพูดถึงแนวคิดของผลงานเพลง (Concept) เกี่ยวกับความแตกต่างในเรื่องมุมมองความรัก ดังรายละเอียดในสปอตโฆษณาต่อไปนี้

โฆษก	ธรรมชาติสร้างความต่างให้ผู้หญิง 7 คน
ภาพ	ศิลปินทั้ง 7 คน
โฆษก	ภาษาดนตรีทำให้เธอทั้งหมดมารักกัน
เพลง	ความรักทั้งเจ็ด

โฆษก	มุมมอง ความคิด ชีวิต ของ ผู้หญิงทั้ง 7
	SEVEN 20 เพลงใหม่ ใน 2 อัลบั้ม
	30 พฤศจิกายน นี้

ส่วนในช่วงที่ผลงานเพลงวางจำหน่าย 30 พฤศจิกายน 2543 นำเสนอสปอตโฆษณาวันนี้ จำนวน 5 ครั้ง ในวันที่ 5,13,20,27 ธันวาคม 2543 รายละเอียดในสปอตโฆษณาเป็นการแนะนำผลเพลงเด่นในอัลบั้มชุดนี้ ดังข้อความในสปอตโฆษณาต่อไปนี้

เพลง	กลับมาหาเพื่อน >> ฉันไม่เป็นไร >> เธอแหละ
โฆษก	ไม่มีข้อแม้ในมิตรภาพที่แท้จริง
เพลง	อยากกลับมาหามาเจอคนที่พร้อมจะเข้าใจ ไม่ว่าเลวร้ายสักเพียงไหน...
โฆษก	ไม่มีช่องว่าง แม้รูปแบบชีวิตจะต่างกัน
เพลง	ฉันไม่เป็นไรหรอกมันก็รักรักนั่นแหละ ทะเลาะนิดๆหน่อยๆก็พอไหว.....
โฆษก	ไม่มีอะไรที่ให้กันไม่ได้ แม้จะมากแค่ไหน
เพลง	เธอแหละเธอแหละเธอ บอกว่าเขาชอบเธอแน่นอน....(เธอแหละ)
เสียง	พบกับพลังแห่งความรักและมิตรภาพจากผู้หญิงทั้ง7 คนได้แล้ววันนี้

นอกจากนี้ในช่วงที่ผลงานเพลงวางจำหน่าย ยังมีการนำเสนอมิวสิควีดีโอ เพลงความรักทั้งเจ็ด จำนวน 2 ครั้ง วันที่ 5,13 ธ.ค.43 , เพลงเหตุการณ์ไม่เคยเปลี่ยน ร้องโดย มาช่า จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 20,27 ธันวาคม 2543 , เพลงอ่อนไหว ร้องโดย นัท มีเรีย ในวันที่ 20 ธ.ค. 43 และเพลงเหตุนี้จึงรักเธอ ร้องโดย นิโคล ในวันที่ 27 ธันวาคม 2543 โดยในเนื้อหามิวสิควีดีโอนั้น บรรจง แสงวิสุทธิ์ใส ในฐานะผู้กำกับ , ฝ่ายส่งเสริมการตลาด ให้สัมภาษณ์ ว่า

" อัลบั้ม Seven ผลงานเพลงนั้น เราทำ MV. หลายตัวมากเลย อย่างเพลงเหตุการณ์ไม่เคยเปลี่ยน ของ มาช่า เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวชีวิตรักของช่ากับชายคนหนึ่ง เพลงนี้ก็ไปถ่ายกันที่สตูดิโอ 125 ส่วนเพลงถัดมาเป็นของ นัท ในเพลงอ่อนไหว เพลงที่มีเนื้อหาเศร้ามาก เนื้อหาก็เป็นเรื่องราวความรักเหมือนกัน แตกต่างตรงที่ความรักของนัทเค้าเจ็บปวด เพราะคนรักบอกเลิก จนไม่อยากมีชีวิตอยู่ จนสุดท้ายเธอก็เริ่มต้นชีวิตใหม่และพยายามลืมผู้ชายคนนั้น เพลงนี้เศร้ามาก มิวสิควีดีโอดูแล้วก็ยิ่งเศร้า ต่อมาเป็นเพลงเหตุนี้จึงรักเธอ ของ นิโคล นั้น เราก็จะเน้นความสดใส ความน่ารัก ในมิวสิควีดีโอ ก็จะเป็นเรื่องราวระหว่างนิโคลกับเด็กน่ารักๆ ในฐานะคุณครูใจดี

ที่มาปราบหนูน้อยอนุบาลแสนซน วุ่นวายมากเหมือนจับปูใส่กระด้ง" (สัมภาษณ์ บรรจง แสงวิสุทธิ์ใส , ผู้กำกับมิวสิควีดีโอ สังกัดแกรมมี่ แกรนด์ , 20 กุมภาพันธ์2544)

ภาพที่ 5.8 ภาพในมิวสิควีดีโอเพลง เหตุนี้จึงรักเธอ

5) ผลงานเพลงชุด The Big Apple ของศิลปินวง Big Apple

มีการนำเสนอ Teaser ช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่าย จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 1,22 ส.ค.43 , สปอตโฆษณาบอกวันวาง จำนวน 2 ครั้ง วันที่ 22 ส.ค. , 5 ก.ย 43 โดยเนื้อหาในสปอตโฆษณาผลงานชุด The Big Apple มุ่งประเด็นที่การแนะนำศิลปินและแนวคิดผลงานเพลงเป็นหลัก ดังรายละเอียดในสปอตโฆษณาต่อไปนี้

ศิลปิน	วง Big Apple
เพลง	ตั้งสาย
เสียง	ฟิ้บ !! แนะนำชื่อศิลปินทีละคน เริ่มจาก ปิง , บิ๊ก , ปุ้ย และ เอก
ภาพ	ลูกแอปเปิ้ลหมุนๆ
โฆษก	Apple สายพันธุ์ใหม่ บางทีก็มันส์ บางวันก็หวาน
เพลง	...ฉันไม่ได้เอาอะไรมาเลยสักอย่าง ฉันแค่เดินทางมาพร้อมกับหัวใจ...
โฆษก	Big Apple ใหม่สด ครบทุกรส วันนี้ แกรมมี่ จีนี่ เรคคอร์ดส

และนอกจากนี้ ในช่วงที่ผลงานเพลงวางจำหน่าย ในวันที่ 7 กันยายน 2543 มีการนำเสนอสปอตโฆษณา 4 ครั้ง ในวันที่ 12,19 ก.ย. 3 , 17 ต.ค. 43 และนำเสนอมิวสิควีดีโอ เพลง ฉันไม่ได้เอาอะไรมาเลย จำนวน 3 ครั้ง วันที่ 12,19 ก.ย. และ 3 ต.ค. 2543

6) ผลงานเพลงชุด คัลเลอร์ฟูล ของ นัท มีเรีย

ในช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่ายมีการนำเสนอ Teaser เปิดตัว จำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 29 ส.ค.43 รายละเอียดในทีเซอร์เป็นเพียงภาพนิ่งพร้อมข้อความคำว่า Coming Soon เพื่อกระตุ้นความสนใจเท่านั้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ภาพที่ 5.9 ภาพ Teaser ของ นัท มีเรีย ที่ใช้เปิดตัวผลงานชุด คัลเลอร์ฟูล

นอกจากนี้ยังในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายนำเสนอสปอตโฆษณาบอกวันวางจำหน่าย จำนวน 2 ครั้งในวันที่ 5,12 กันยายน 2543 โดยเน้นที่ ผลงานเพลง เป็นหลัก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

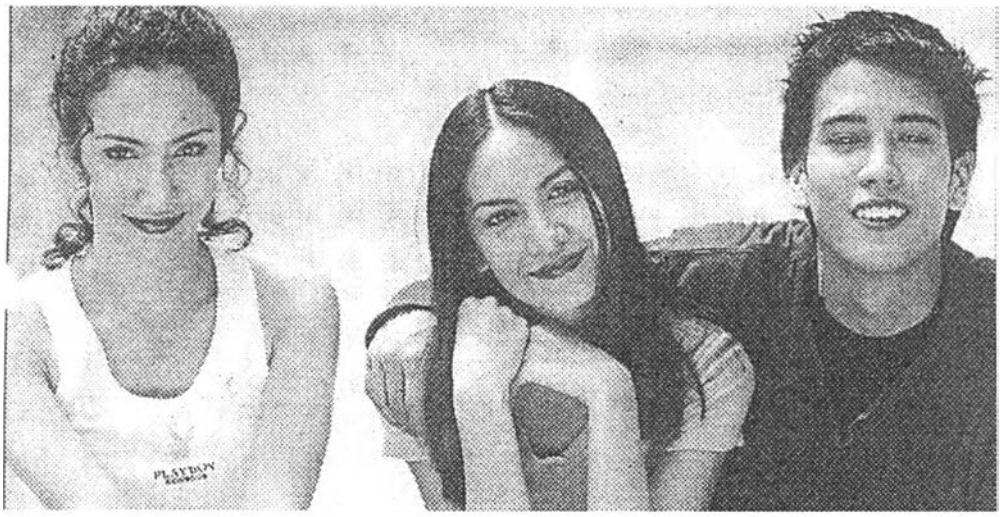
โฆษก	ระหว่าง เธอ และ คุณ
	เรา .... ต่าง เป็นคนพิเศษของกันและกัน
เพลง	อยากมีคนพิเศษสักคนไหม ....
โฆษก	ด้วยหัวใจ แด่คนพิเศษทุกคน
	พบกับ นัท มีเรีย คัลเลอร์ฟูล 21 กันยายน นี้
	ทุกแผงเทป ทั่วประเทศ

และในช่วงที่ผลงานเพลงวางจำหน่าย วันที่ 21 ก.ย.43 มีการนำเสนอสปอตโฆษณาวันนี้ จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 10,30 ต.ค.43 โดยเน้นจุดขายที่เพลง ผู้ชายคนนั้นฉันให้เธอ เพลงในอัลบั้มคัลเลอร์ฟูลที่กำลังได้รับความนิยม ดังรายละเอียดในสปอตต่อไปนี้

คลาวเดีย	ถ้าเกิดเพื่อนเรากับแฟนเรามาชอบกันเหรอคะ ก็คงต้องคุยกันให้รู้เรื่อง
เต๋า	สำหรับตัวเองเป็นคนรักเพื่อนมาก ก็คงจะยอมเสียสละให้เพื่อน
นัท	ก็คิดว่า อย่าให้เกิดเหตุการณ์แบบนี้กับใครทั้งสิ้นเลย
เพลง	"อยากบอกเธอคำเดียว เสียใจ เสียใจ"
VO.	ผู้ชายคนนั้น ฉันให้เธอ" คำตอบระหว่างเพื่อนกับคนรัก
	จาก นัท มีเรีย คัลเลอร์ฟูล วันนี้

และในช่วงผลงานวางจำหน่ายยังบมีการนำเสนอมิวสิควีดีโอเพลงผู้ชายคนนั้นฉันให้เธอ จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 10,30 ต.ค.43 เนื้อหามิวสิควีดีโอเพลง "ผู้ชายคนนั้นฉันให้เธอ" เป็นเพลงที่มีท่วงทำนองช้า เนื้อหากินใจ ดังบทสัมภาษณ์ ของ คุณบรรจง แสงวิสุทธิใส ว่า

"เพลง ผู้ชายคนนั้นให้เธอ เป็นเพลงที่มีจังหวะช้า และเนื้อหาเศร้า ตรงใจคนที่อกหักหลายคน โดยเพลงนี้ ในส่วนของเส้นเรื่อง ทางทีมงานได้ดารานักแสดงฝีมือดี 2 คน คลาวเดีย กับ เต๋า สโรชา มาร่วมงาน เนื้อเรื่องก็เป็นเรื่องราวความรักสามเส้าระหว่างเพื่อน ที่คิดไม่ถึงว่าแฟนจะมาชอบเพื่อนของตัวเอง เนื้อร้องสอดคล้องกับเนื้อหาของเพลงมาก ภาพที่ออกมาค่อนข้างจะลงตัวและได้อารมณ์ "(สัมภาษณ์ บรรจง แสงวิสุทธิ์ใส , ผู้กำกับ สังกัด แกรมมี่ แกรนด์ , 30 มิถุนายน 2544)



ภาพที่ 5.10 ตัวอย่างภาพในมิวสิควีดีโอ เพลง "ผู้ชายคนนั้นฉันให้เธอ"

นอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์ในรายการแบงแบงแบง ในวันที่ 26 กันยายน 2543 โดยมุ่งประเด็นในการการสัมภาษณ์ พูดคุย เน้นที่เนื้อหาการนำเสนอในมิวสิควีดีโอเพลงที่สอดคล้องกับเพลงเป็นหลัก ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

(บทสัมภาษณ์ นัท มีเรีย ในรายการ แบง แบง แบง)

อชิตะ : ก่อนพบกับ เจ้าของอัลบั้มตัวจริง เราไปชมมิวสิควีดีโอเพลงไพเราะๆ ซึ้งๆ กันก่อนนะครับ กับเพลงที่มีชื่อว่า "ผู้ชายคนนั้นฉันให้เธอ" นัท มีเรีย ครับ (มิวสิควีดีโอ เพลง "ผู้ชายคนนั้นฉันให้เธอ")

อชิตะ : ก็คงจะถูกอกถูกใจใครหลายคนกันแล้วนะครับ วันนี้เจ้าของอัลบั้มตัวจริงมานั่งคุยกับเราตรงนี้แล้ว มีเรีย เบเนเดดตี้ เจ้าของอัลบั้ม คัลเลอร์ฟูล เป็นไงครับ กับผลงานเพลงที่ผ่านไปที่ถูกกล่าวถึงกันมากที่สุดในช่วงนี้

นัท : เพลงนี้ เนื้อหาก็จะเป็นรักสามเส้าที่เกิดขึ้น ซึ่งนัทว่า มันเป็นเรื่องที่หลายๆ คนอาจเคยเจอกับตัวเองบ้าง เพลงนี้ พี่ดี้ (นิติพงษ์ ห่อนาค) เขียนเนื้อร้องให้ค่ะ ชอบมากเลย เพราะเนื้อหาโดนใจ มาก โดยเฉพาะท่อน "อยากบอกเธอคำเดียว เสียใจ เสียใจ ที่บังเอิญไว้ใจสองคนเขาและเธอ" มันสื่ออารมณ์ได้ค่อนข้างจะลึกซึ้ง และ นัทก็คิดว่า คงโดนใจใครต่อใครอีกหลายคน

7) ผลงานชุด ชวนชิม ของ นาร์วิน ต้าร์

ในช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่ายมีการนำเสนอสปอตโฆษณาบอกวันวาง 2 ครั้ง ในวันที่ 28 พ.ย. , 5 ธ.ค. 43 ในสปอตโฆษณานั้น เน้นประชาสัมพันธ์เพลงในอัลบั้มที่ใช้ในการเปิดตัว ซึ่งตรงกับชื่ออัลบั้มด้วย คือ เพลงชิม และ เพลงพิเศษในผลงานเพลงชุดนี้จากละครโทรทัศน์ที่ร้องโดย นาร์วิน ต้าร์ รายละเอียดในตัวอย่างสปอตต่อไปนี้

เพลง	Intro...เพลงชิม
โฆษก	รสดี แบบไทย รสเด็ดถูกใจ นาวินต้าร์...**ชวนชิม**
โฆษก	นาวิน ต้าร์ ชวนชิม อื้มมมม....
	15 ธันวาคม ชวนชิมให้ชื่นใจไปทั้งประเทศ
	พิเศษสุด กับ Bonus Track เพลงใต้เงารัก จากละครเรื่อง ใต้ร่มไม้เลื้อย เรือนศิรา รีบชวนกันมาชิม รับรองจะอิ่ม..ติดใจ

และ ในช่วงที่ผลงานเพลงวางจำหน่ายในวันที่ 25 ธ.ค. 2543 มีการนำเสนอ สปอตโฆษณาวันนี้ จำนวน 2 ครั้ง คือ วันที่ 19,26 ธ.ค. 43 และ นำเสนอมิวสิควีดีโอเพลง น้ำน้อยแพ้ไฟ และ สะกดใจ จำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 19 ธ.ค.43 เพลงน้ำน้อยแพ้ไฟ และ เพลงสะกดใจ มีลักษณะเนื้อหาเป็น ซีรีย์ ที่มีเรื่องราวต่อเนื่องกัน ซึ่ง คุณรัชตะ สมบัติไพบูลย์ ได้ให้คำอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับมิวสิควีดีโอ 2 เพลงนี้ว่า

" ชุดนี้ เพลงที่เอามาทำมิวสิคฯ นั้นมี 3 เพลง แต่จะมีเพลงช้าที่เป็นเพลงเด่นของอัลบั้ม เรานำมาทำเป็นซีรีส์ยาวติดต่อกัน อยู่ 2 เพลง ก็คือ เพลงน้ำน้อยแพ้ไฟ และ เพลงสะกดใจ ซึ่งเป็นเพลงที่มีเนื้อหาประติดประต่อเป็นเรื่องเดียวกันอยู่ 2 เพลงนี้ ก็ได้ กบ สุวนันท์ มาเล่นเป็นนางเอกให้ โดยในเนื้อหาของมิวสิคฯนั้นก็จะเป็นเรื่องราวความรักสามเส้า ที่ นางเอกประสบอุบัติเหตุรถคว่ำจนทำให้ตาบอด โดยมี นาวิน ต้าร์ ศิลปินของเราแอบหลงรัก เรื่องราวความผิดหวังของพระเอกจึงเกิดขึ้น เพลงนี้มันเลยต้องมีภาคสองต่อ หลังจาก นางเอกเข้ารับการรักษาที่ร.พ. ก็มาเป็นเรื่องราวในอีกเพลงต่อมาซึ่งก็คือ เพลงสะกดใจ ตอนต่อจากเพลงน้ำน้อยแพ้ไฟ ทั้ง 2 เพลงนี้ก็จัดว่าได้รับความสนใจจากแฟนเพลงของต้าร์ได้พอสมควรเลย เพราะเนื้อหาในมิวสิควีดีโอชวนติดตามและแมทกับเพลงที่เลือกมามาก "(สัมภาษณ์ รัชตะ สมบัติไพบูลย์ , Promotion Manager บริษัท เมกเกอร์เฮด จำกัด , 21 พฤษภาคม 2544)

ภาพที่ 5.11 ตัวอย่างภาพในมิวสิควีดีโอ เพลงน้ำน้อยแพ้ไฟ+สะกดใจ

8) ผลงานชุด China More ของศิลปินวง China Dolls

ในช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่าย นำเสนอทีเซอร์เปิดตัว ในรายการแบงแบงแบง 1 ครั้ง ในวันที่ 12 ธ.ค.43 ซึ่งภาพที่ใช้ในทีเซอร์เปิดตัวนั้น ค่อนข้างจะแตกต่างจากผลงานเพลงชุดอื่นๆ คือ ใช้รูปภาพ "ตุ๊กตาจีน" เป็นสัญลักษณ์แทนศิลปินทั้งสองคน ดังเหตุผลสนับสนุน ของ คุณธนวัฒ สืบสุวรรณ ว่า

" ..อันนี้มันสืบเนื่องมาจากชุดที่แล้ว คือ ว่า ผลงานเพลงชุดแรกนั้น ไชน่าดอลล์ ดังมากชนิดที่ว่า พี่และทีมงานเองก็ไม่คาดว่าจะดัง พอเพลงดังแล้ว ทีมงานจึงต้องรีบทำสปอตและถ่าย MV. ทุกอย่างเร่งด่วน เพื่อให้เสร็จทันวางแผง เราจึงใช้กราฟฟิกเข้ามาช่วย โดยนำเอารูปตุ๊กตาสองหมวย มาเป็นสัญลักษณ์ใช้ถ่ายหน้าปก สปอต MV. ทุกอย่าง มันก็เลยกลายมาเป็น Symbol ของ ไชน่าดอลล์ ไปเลยว่า ถ้าพูดถึง ไชน่าดอลล์ ต้องนึกถึงภาพ ตุ๊กตาจีนสองหมวยหน้ากลมๆ ชุดนี้ ทีเซอร์ ที่เปิดตัวมันเลยต้องเป็น รูปตุ๊กตา เหมือนเดิม ซึ่งพอเห็นปุ๊บคนฟังเค้าจะรู้ทันทีเลยว่าเป็นใคร ส่วนรายละเอียดข้างในก็ไม่มีอะไรมาก แค่มีภาพแล้วก็ท่อนเพลงนิดหน่อย เพื่อตอก

ย้ำการกลับมาอีกครั้งของ ไชน่า ดอลล์ เท่านั้นเอง ..." (สัมภาษณ์ ธนวัฒ สืบสุวรรณ , กรรมการผู้อำนวยการ สังกัด อังกอร์ , 15 ตุลาคม 2544)

ภาพที่ 5.12 ภาพทีเซอร์เปิดตัวผลงานเพลงชุดใหม่ ของ วง China Dolls

(ข้อความในทีเซอร์)

....โอ๊ะ โอ๊ะ โอ๊ะ เจ็บ โอ๊ะ โอ๊ะ โอ๊ะ โอ๊ะ โอ๊ะ เจ็บ.. (เพลง โอ๊ะ โอ๊ะ โอ๊ะ) มาเต้นกันให้ สนุก สุดมันส์กันอีกครั้ง กับสองหมวย China Doll 15 ธันวาคม นี้ แน่นอน ....

และในช่วงผลงานเพลงวางจำหน่ายนำเสนอมิวสิควีดีโอเพลง คนหน้าม. จำนวน และสปอตโฆษณาวันนี้ จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 19,26 ธ.ค.43 โดยรายละเอียดข้อความภายในสปอตนั้น เน้นประเด็นเรื่องความนิยม และ ความมสนุกสนานผลงานเพลง เป็นหลัก ดังข้อความในสปอตต่อไปนี้

Vo.	มาแรงอันดับ 1 ต้องยกให้ เพลง โอ๊ะ โอ๊ะ โอ๊ะ ของ China Doll
เพลง	...โอ๊ะ โอ๊ะ โอ๊ะ เจ็บ โอ๊ะ โอ๊ะ โอ๊ะ โอ๊ะ เจ็บ...
Vo.	มาเต้นกันให้สนุกสุดมันส์ กับ China Doll ได้แล้ววันนี้
	ทุกแผงเทป ทั่วประเทศ

9) ผลงานชุด Dragon 5 ของ ศิลปินวง Dragon 5

ในช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่ายมีการนำเสนอ ทีเซอร์ ในวันที่ 24 ต.ค. 43 , โดยการเปิดตัวด้วยทีเซอร์ของ 5 หนุ่มวง Dragon 5 นั้น มาแปลกไม่เหมือนใคร ด้วยการอำพรางรูปลักษณ์ของศิลปิน สร้างความสนใจให้กับผู้ชมเป็นอย่างมาก โดย คุณดล ผดุงวิเชียร ผู้มีส่วนร่วมในการวางแผนการใช้สื่อในอัลบั้มชุดนี้ ให้สัมภาษณ์ว่า

" สำหรับ ทีเซอร์ เปิดตัวของ Dragon 5 นั้น ก็เป็นอีกชิ้นงานที่ได้รับความสนใจไม่น้อย เพราะเป็นการเปิดตัวที่แปลกไม่ซ้ำใคร คือ แทนที่จะได้เห็นหน้าตาหล่อๆ ใสๆ ของศิลปินกลับกลายเป็น 5 หนุ่ม หน้าดำ ตัวดำสนิท ชนิดที่ว่า จำกัดแทบไม่ได้ โดยฝีมือช่างแต่งหน้าเอฟเฟกต์ฝีมือดีจากฮอลีวู้ดมาแปลงโฉมให้ สำหรับทีเซอร์ เปิดตัวชิ้นนี้ เนื้อหาแทบจะไม่มีอะไรมาก เราเน้นที่ความแปลกในการเปิดตัว ซึ่งก็เป็นกลยุทธอย่างหนึ่งในการเรียกร้องความสนใจของคนดูได้ค่อนข้างมากพอสมควร "(สัมภาษณ์ ดล ผดุงวิเชียร , รองกรรมการผู้อำนวยการ สังกัดกรีนบีนส์ , 16 พฤศจิกายน 2544)

ภาพที่ 5.13 ทีเซอร์ เปิดตัวผลงานเพลงศิลปินวง Dragon 5

นอกจากนี้ยังนำเสนอสกู๊ปเปิดตัว ในวันที่ 31 ต.ค.43 โดยในรายละเอียดสกู๊ป เปิดตัวศิลปินวง Dragon 5 เป็นการเล่าเรื่องราว ที่มาเกี่ยวกับอัลบั้มชุดนี้ คอนเซ็ปต์ของอัลบั้ม การรวมตัวของศิลปินในวง เพื่อสร้างความรู้จักและความคุ้นเคยกับศิลปินวง Dragon 5 ดังรายละเอียดในสกู๊ปต่อไปนี้

".....มังกรหนุ่มทั้ง 5 หน้าละม้ายคล้ายมังกรแห่งอาทิตย์อุทัย ลักษณะนิสัย คลั่งไคล้ดนตรี แดนซ์ พวกเขามารวมตัวกัน หมั่นฝึกฝนวิชาการเต้น เพียรปฏิบัติทางด้านการร้องมาเป็นแรมปี เพื่อวันนี้ พวกเขาจะนำพลังทางดนตรีที่คุโซน มาให้ทุกคนได้สนุกกันกับ 5 หนุ่มในนาม Dragon 5...."

ส่วนในช่วงที่ผลงานเพลงวางจำหน่าย วันที่ 16 พ.ย. 2543 มีการนำเสนอ สปอตโฆษณาวันนี้ จำนวน 5 ครั้ง ในวันที่ 21,28 พ.ย. , 5,12,26 ธ.ค.43 และ มิวสิควีดีโอเพลง Non Stop จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 21,28 พ.ย. 43 , เพลงหยุดหลอกตัวเอง จำนวน 2 ครั้ง วันที่ 5,12 ธ.ค.43 และ เพลงหยุดหลอกตัวเองเสียที จำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 26 ธ.ค.43

สำหรับเพลง Non Stop ซึ่งเป็นเพลงเต้นที่มีจังหวะสนุกสนาน สามารถเรียกความสนใจจากผู้ชมได้มาก เนื่องจากเนื้อเรื่องมิวสิควีดีโอแปลก น่าติดตาม โดย คุณกริช จิตตมัย , โปรโมเตอร์ ฝ่ายส่งเสริมการตลาด ได้ให้สัมภาษณ์เพิ่มเติม ว่า

" มิวสิควีดีโอที่เลือกมาเปิดตัวอัลบั้มของ 5 หนุ่ม ดรากอน ไฟฟ์ คือ เพลง Non Stop ในเนื้อหามิวสิควีดีโอก็ต่อเนื่องมาจากทีเซอร์เปิดตัว โดยเพิ่มในส่วนของเนื้อหาเข้าไปให้ดูน่าสนใจ โดย 5 หนุ่ม ต้องแปลงโฉมลงบอดี้เพนต์สีดำทั่วตัวอีกครั้ง เพื่อเป็นเทพเจ้าของญี่ปุ่นที่รักการเต้นเป็นชีวิตจิตใจ และ หลับอยู่ใต้ดินเป็นเวลานาน จนกระทั่งถูกนำมาตั้งในพิพิธภัณฑ์และได้เจอกับหญิงสาวที่มาร่ายมนต์ให้ 5 หนุ่ม คืนชีพมาร่วมเต้นด้วย มิวสิควีดีโอเพลงนี้หลังจากที่เราออนแอร์ไป ปรากฏว่า Feedback ดีมากๆ คนที่ได้ชมเพลงนี้ บอกว่าสนุก และ มันส์ ทุกคน ก็จัดได้ว่าเป็นการเปิดตัวที่ค่อนข้างจะประสบความสำเร็จพอสมควรเลย กับ เพลง Non Stop " (สัมภาษณ์ กริช จิตตมัย , Executive Promotor , 17 ธันวาคม 2543)

ภาพที่ 5.14 ตัวอย่างภาพในมิวสิควีดีโอเพลง Non Stop

10) ผลงานชุด X-Ray ของ ปีเตอร์ คอร์ปไดเรนดัล

ในช่วงก่อนวางจำหน่าย มีการนำเสนอสปอตบอกวันวาง ทีเซอร์เปิดตัวจำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 19,29 ก.ย. , 3 ต.ค.43 ทีเซอร์ เป็นรูปแบบการนำเสนอที่ใช้เปิดตัวศิลปิน มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการกระตุ้นความสนใจของผู้ฟัง โดย วิศิษฐ์ ชัยวิชาชาญ , Creative ฝ่ายส่งเสริมการตลาดผลงานเพลงในอัลบั้มชุด X-Ray ของ ปีเตอร์ กล่าวว่า

" ในอัลบั้มชุดนี้ เริ่มต้นจาก Teaser ก่อนเลย เพื่อเปิดตัว ปีเตอร์ หลังจากที่หายหน้าหายตาไปนาน กลับมาอีกครั้งมันก็เลยต้องมีอะไรเซอร์ไพรส์ และกระตุ้นความสนใจของคนฟังกันหน่อย ทีมงานก็เลยได้ไอเดียว่าน่าจะทำเป็น Teaser ขึ้นมาก็จะเป็นภาพของปีเตอร์ ในรูปโฉมใหม่ ที่ไม่เน้นความหล่อ ความสดใส เหมือนทุกชุดที่ผ่านมา โดยคอนเซ็ปต์ของชุดนี้จะเป็นอะไรที่ ดูเข้ม และ แข็งแรงขึ้นกว่าชุดก่อน ภาพในทีเซอร์จะเป็นภาพนิ่ง ซึ่งบางคนอาจจำไม่ได้ด้วยซ้ำว่าเป็นปีเตอร์

ก็เป็นอะไรที่ดึงดูดความสนใจคนดูได้มากเหมือนกัน เพราะ Look แปลกกว่าเดิม " (สัมภาษณ์ ไพศาล เงินพุ่ม , Executive Promotor, 20 กุมภาพันธ์ 2544)

ส่วนในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย วันที่ 5 ตุลาคม 2543 มีการนำเสนอ สปอตโฆษณาวันนี้ จำนวน 3 ครั้ง วันที่ 10,31 ต.ค และ 7 พ.ย.43 และนำเสนอ มิวสิควีดีโอเพลง จะรักกันนานเท่าไหร่ 3 ครั้ง วันที่ 17,31 ต.ค., 7 พ.ย.43

สำหรับเนื้อหามิวสิควีดีโอเพลง จะรักกันนานเท่าไหร่ รายละเอียดเน้นที่ตัวผลงานเพลง มากกว่าเน้นเรื่องราวเนื้อหาในมิวสิควีดีโอ ดังบทสัมภาษณ์ ของ ไพศาล เงินพุ่ม ว่า

"ส่วนเพลง จะรักกันนานเท่าไหร่ เราก็ไม่ได้เน้นเนื้อหาอะไรมากนัก ส่วนใหญ่จะเน้นภาพศิลปินซิงค์เพลงมากกว่า ต้องการขายเพลง จะมีก็เพลงเปิดตัวจะรักกันนานเท่าไหร่ เพลงนี้แหละที่มีเรื่องราว และเป็นมิวสิคฯที่ใช้นางแบบเปลืองมากที่สุด เพราะใช้นางแบบถ่ายกันถึง 30 คนเลย และส่วนใหญ่ก็เป็นนางแบบที่มีชื่อด้วย เนื้อหาของมิวสิคฯเพลงนี้จะดีไซน์ออกมาเป็นแบบซิมโบลิกที่เน้นภาพสวยๆ มากกว่าที่จะเป็นเรื่องราวความรักอย่างที่เห็นกันทั่วไป "(สัมภาษณ์ ไพศาล เงินพุ่ม , 20 กุมภาพันธ์ 2544)

ภาพที่ 5.15 ตัวอย่างภาพในมิวสิควีดีโอ เพลง จะรักกันนานเท่าไหร่

นอกจากนี้มีการสัมภาษณ์ศิลปิน ปีเตอร์ คอร์ปไดเรนดัล ในวันที่ 17 ต.ค.43 โดยประเด็นของการสัมภาษณ์เน้นพูดคุยเกี่ยวกับความพึงพอใจของศิลปินสำหรับผลงานเพลง และ เรื่องราวส่วนตัวเกี่ยวกับศิลปิน ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

อชิตะ : ปีเตอร์ พอใจกับงานชุดนี้มากน้อยแค่ไหน

ปีเตอร์ : ก็ค่อนข้างพอใจและตรงกับความต้องการของตัวเองมาก เหมือนเวลาเราปรุงอาหาร ก็ต้องบอกว่าอาหารเราอร่อย แต่คนอื่นจะอร่อยหรือเปล่า มันอีกเรื่องหนึ่ง

อชิตะ : แล้วมาถึงเรื่องหัวใจกันบ้าง มีน้องๆ หลายคนเค้าอยากรู้ว่า คนที่สนิทและเป็นข่าวอยู่ตอนนี้ เป็นแฟนหรือเปล่า

ปีเตอร์ : ไม่ใช่ครับ เพราะแฟนเพลงของเตอร์คงไม่อยากให้เตอร์มีแฟน (หัวเราะ) ไม่ใช่ครับ คือ เป็นเพื่อนนี่แหละครับดีที่สุดแล้ว สบายใจ

บทสัมภาษณ์ข้างต้น จะเห็นได้ว่า ประเด็นการพูดคุยจะเน้นไปที่ แนวคิดผลงานเพลงชุด X-Ray เป็นหลัก และ นอกเหนือจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์ในเรื่องส่วนตัวของศิลปินด้วย เกี่ยวกับประเด็นดังกล่าว คุณอภิชาติ พูนตระกูลเกียรติ , Co-Promotor อัลบั้มชุดนี้ชี้แจงเพิ่มเติมว่า

" ข่าวที่ออกมาของปีเตอร์ในช่วงที่โปรโมทอัลบั้มนั้น ที่ถูกถามถึงกันบ่อยมาก เวลาไปให้สัมภาษณ์ที่ไหนต้องมีประเด็นความถามเรื่องของความรัก เป็นเพราะว่าศิลปินอยู่ในความสนใจของคนฟัง ซึ่งพวกเขาจะติดตามข่าวตลอด ข่าวพวกนี้จะขายดีกว่าข่าวผลงานเพลงเสียอีก คนฟังส่วนใหญ่เค้าอยากรู้ อยากได้ยินจากตัวปีเตอร์เอง และทุกครั้งที่ ปีเตอร์ ไปสัมภาษณ์ที่รายการไหนๆ มันมักจะหนีไม่พ้นคำถามเกี่ยวกับ เรื่องแฟน , เรื่องบุคคลที่ใกล้ชิดบ้าง ว่า จริงหรือเปล่า ซึ่งจริงๆ แล้วมันก็ไม่เกี่ยวอะไรเลยนะกับผลงานเพลง ก็เป็นจุดขายที่แปลกอีกจุดหนึ่งที่ช่วยเสริมในเรื่องความนิยมของศิลปิน "(สัมภาษณ์ อภิชาติ พูนตระกูลเกียรติ , 20 กุมภาพันธ์ 2544)

11) ผลงานชุด Inside Out ของ หนุ่ย นันทกานต์

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายมีการนำเสนอ สกู๊ปเปิดตัว จำนวน 2 ครั้ง วันที่ 4,18 ก.ค.43 โดยรายละเอียดในสกู๊ปเปิดตัว ของ หนุ่ย นันทกานต์ อัลบั้ม Inside Out เน้นเรื่องราวความเป็นมา , การเข้ามาสู่วงการเพลง , การทำงานในผลงานเพลงชุดใหม่ ที่มาพร้อมกับอัลบั้มเดี่ยวในชีวิต รวมไปถึง แนวคิดผลงาน ชุดนี้ เป็นหลัก ดังรายละเอียดในสกู๊ปต่อไปนี้

(ข้อความในสกู๊ป)

" ย้อนหลังกลับไปประมาณสองปีที่แล้ว เราได้ทำความรู้จักกับ หนุ่ย ในฐานะนักร้องนำแห่งวง OHO นับเป็นการเปิดตัวสู่สาธารณะชนครั้งแรก ถัดมาอีกไม่นาน หนุ่ย ก็ได้มีโอกาสร่วมงาน Cover ในเพลง ลงเอย เพลงที่มีชื่อเดียวกับอัลบั้ม และนำเอางานเพลงเก่าของนักร้องดังอย่าง อัสนี-วสันต์ มาขับร้อง ถึงวันนี้ หนุ่ย นันทกานต์ ฤทธิวงศ์ เธอได้กลับมาพร้อมกับฝีมือที่พัฒนาไปตามเวลา และ รูปแบบใหม่ในแนว Solo Artist หรือ ศิลปินเดี่ยวในสไตล์มั่นที่จะนำเอาเรื่องราวจากภายในตัวตน ออกมาให้ใครๆ ได้สัมผัส ผ่านบทเพลงของเธอ ภายใต้ ชื่อว่า Inside Out ซึ่งเป็นการทำงานที่ผ่านขั้นตอนการถ่ายทอดจากประสบการณ์จริงของเธอคนนี้ หนุ่ย นันทกานต์ ฤทธิวงศ์ ศิลปินที่มากด้วยความสามารถอีกคน "

ส่วนในช่วงผลงานวางจำหน่าย วันที่ 20 ก.ค. 43 มีการนำเสนอสปอตโฆษณาวันนี้ 3 ครั้ง ในวันที่25 ก.ค. , 1,8 ส.ค.43 และ มิวสิควีดีโอเพลงเธอหมดใจ 2 ครั้ง ในวันที่ 25 ก.ค.,1 ส.ค.43 สำหรับเนื้อหาในมิวสิควีดีโอเพลงนี้ คุณประพัฒน์ คูศิริวานิชกร ในฐานะผู้กำกับมิวสิควีดีโอ ให้สัมภาษณ์ว่า

"ส่วนเรื่องราวในมิวสิคฯ เพลง เธอหมดใจ นั้น ฟังชื่อก็รู้แล้วว่ามันต้องเกี่ยวกับความรักแน่ๆ ก็เป็นความรักแบบรักสามเส้านะ ที่ทำให้ชีวิตของทั้ง 3 คนต้องมาพัวพันกัน สุดท้ายมันก็ต้องมีการสูญเสีย เพลงนี้ทีมงานได้ทาบทามพระเอก-นางเอกน้องใหม่วงการ อย่าง น้องธามาศ และ แดน รัตนพล ที่ไม่เคยผ่านงาน MV เรื่องไหนเลยมาเล่น เรียกได้ว่าสดสุดๆ ซึ่งการถ่ายทำก็เป็นไปได้อย่างสบายๆ ส่วน หนุ่ย ศิลปิน ของเราก็จะถ่ายกันในส่วนของเส้นร้องโดยจะทำหน้าที่เป็นคนซิงค์เพลงเพื่อให้มันได้อารมณ์สอดคล้องกับเนื้อเรื่องมากขึ้น ซึ่งทั้ง 2 เพลงก็ได้รับการตอบรับอย่างดีและก็โดนใจใครหลายคน " (สัมภาษณ์ ประพัฒน์ คูศิริวานิชกร , ผู้กำกับมิวสิควีดีโอ , 26 กันยายน 2543)

ภาพที่ 5.16 ตัวอย่างภาพในมิวสิควีดีโอเพลง เธอหมดใจ

12) ผลงานชุด Fly 2 U ของ ศิลปินวง Fly

ในช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่ายมีการนำเสนอสปอตโฆษณา 1 ครั้ง ในวันที่ 1 ส.ค.43 เช่นเดียวกับ ช่วงผลงานวางจำหน่าย วันที่ 18 ส.ค. 43 มีการนำเสนอสปอตโฆษณาแบบเดียวกัน อีกจำนวน 2 ครั้ง วันที่ 21,28 ส.ค.43

เนื่องจากผลงานเพลง อัลบั้ม FLY 2 U นั้น เป็นผลงานเพลงรวมฮิตที่รวบรวมเอาผลงานเพลงที่เคยได้รับความนิยมมารวบรวมทำเป็นอัลบั้มชุดใหม่ ดังนั้น รูปแบบการใช้สื่อโทรทัศน์ที่ใช้ส่งเสริมผลงานเพลงนั้น จึงค่อนข้างแตกต่างไปจากผลงานเพลงชุดอื่น โดยเน้นไปที่รูปแบบของการใช้ สปอตโฆษณา เป็นหลัก โดย คุณจินตณา เสวิกุล , โปรโมเตอร์ ฝ่ายส่งเสริมการตลาดผลงานเพลงชุดนี้ให้เหตุผลว่า

" FLY ชุดนี้ เป็นผลงานเพลงพิเศษที่ทำขึ้นมาเพื่อกระตุ้นยอดขายของอัลบั้มชุดที่ผ่านมา ดังนั้น เราจึงไม่มี Budget มากมายนักในการโปรโมท ไม่เหมือน ผลงานเพลงชุดใหม่ ที่เราต้องใช้งบฯ โปรโมทค่อนข้างมาก แต่ผลงาน ของ Fly ชุดเฉพาะกิจนี้ เราใช้ระยะเวลาในการโปร

โมทไม่มากโดยเน้นไปที่สปอตโฆษณาเป็นหลัก ส่วนมิวสิควีดีโอ นี่ จะไม่มีเลย เพราะเป็นเพลงในอัลบั้มชุดนี้ เป็นเพลงเก่าที่เราเคยทำมิวสิควีดีโอมาแล้วทั้งนั้น จึงไม่มีประโยชน์อะไรที่ต้องหยิบมันมาปัดฝุ่นแล้วทำใหม่ ไม่คุ้มหรอก ผลงานเพลงรวมฮิตแบบนี้ เน้นแค่ สปอตโฆษณาเจ๋ง เจ๋ง ตัวเดียว ก็เพียงพอแล้ว" (สัมภาษณ์ จินตณา เสวิกุล , Executive Promotor สังกัด แกรมมี่ แกรนด์ , 30 พฤษภาคม 2544)

เนื้อหาของสปอตโฆษณาเน้นประเด็นเรื่อง ความคุ้มค่าและความนิยมของผลงานเพลงเป็นหลัก ดังบทสัมภาษณ์สนับสนุน ของ จินตณา เสวิกุล

"ส่วนเนื้อหาในสปอตก็จะเน้นไปที่ ความคุ้มค่า คุ้มราคา คุ้มเงิน คือดึงเอาคอนเซ็ปต์ในเรื่องความคุ้มค่า ความประหยัดมาเป็นจุดขาย ต้องเข้าใจว่า เศรษฐกิจยุคนี้ ไม่เหมือนเมื่อก่อน คนจะซื้อของก็ต้องคิดหน้าคิดหลัง ในสปอตเราจึงเน้น พรีเซ้นต์ ไปที่ ความคุ้มค่าของการซื้อ ความดัง ความแรงของเพลง รวมไปถึง ความนิยมของเพลงต่างๆที่เราเอามารวบรวมไว้เพื่อกระตุ้นยอดขาย " (สัมภาษณ์ จินตณา เสวิกุล , Executive Promotor สังกัด แกรมมี่ แกรนด์ , 30 พฤษภาคม 2544)

สปอตโฆษณา	อัลบั้ม FLY 2 U
Vo.	เพลงชาวนากับงูเห่า อันดับ 1 นานสูงสุดถึง 4 สัปดาห์ ติดชาร์ตยาวนานสูงสุดกว่า 100 วันในคลื่นวิทยุทั่วประเทศ
ภาพ	ซูเปอร์โลโก้คลื่น Hotwave 91.5 Mhz. RVS 93.5 MHz. และ V Top 20หาดใหญ่
Vo.	เพลงแพ้คนสวย อีกเพลงที่แรงไม่แพ้กัน
ภาพ	คอนเสิร์ต คนดูร้องเพลงตาม
Vo.	คอนเสิร์ตมากกว่า 300 รอบ จากเกือบ 76 จังหวัดทั่วประเทศ และจำนวนแฟนเพลงที่รวมกันมากเป็นประวัติการณ์ นับพันนับหมื่นคน ในทุกๆการแสดงดนตรีของพวกเขา คือ บันทึกแห่งความมันส์ ความสนุกทุกครั้ง และเป็นความประทับใจที่ไม่มีใครอยากให้จบลง
Vo.	เสียงตอบรับที่มากมายจากทุกสารทิศ คือ แรงกำลังที่ทำให้ Fly กลับมาอีกครั้งกับผลงานดนตรีในแบบที่คุณชื่นชอบ FLY 2 U วันนี้ ทั่วประเทศ

13) **ผลงานชุด** Room 99 **ของศิลปินวง** Room 99

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายมีการนำเสนอสกู๊ปเปิดตัว จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 15,29 ส.ค.43 โดยเนื้อหาในสกู๊ปเปิดตัวนั้น เน้นการนำเสนอเกี่ยวกับการกลับมาทำงานเพลงของศิลปินลีโอ พุฒิ ในฐานะ ศิลปินกลุ่ม เป็นหลัก ดังรายละเอียดในสกู๊ปต่อไปนี้

(ข้อความในสกู๊ปเปิดตัวอัลบั้มใหม่ Room 99)

จุดเริ่มต้น

Room 99 คือ พุฒิและเพื่อน ๆ เดิมทีก่อนที่พุฒิจะได้ทำอัลบั้มชุดแรก พุฒิได้ชวนเพื่อนๆ มาร่วมกันทำผลงานเพลง โดยตั้งใจว่าจะทำเป็นวง เพราะน่าสนุกกว่าทำคนเดียว เพราะมีคนช่วยกันคิดช่วยกันทำ แต่ด้วยภาระกิจและเวลาที่ไม่ลงตัว ความคิดนั้นจึงล้มเลิกไป แต่มาถึงวันนี้ ทุกคนพร้อมแล้วครับ ผมกลับมาพร้อมกับเพื่อนๆ อีก 3 คน คือ เด่น ตอง และ พี่ป๋วย ทุกคนร่วมกันทำงานอย่างเต็มที่

จุดประกาย

การทำงานในอัลบั้มนี้ เริ่มต้นขึ้นเมื่อปี 2541 หลังจากเสร็จจากอัลบั้มล่าสุด ชุด สิงห์พุฒสุดรัก ก็เริ่มมองตัวเองว่าน่าจะลองทำอะไรมากกว่านี้ เลยลองไปชวนเพื่อน แล้วเริ่มต้นที่ เดโม แต่งานก็ไม่ได้คืบหน้าไปมากนัก ด้วยความที่ขาดประสบการณ์ จึงนำไอเดียไปคุยกับ พี่ราม (รามจิตติ หงสกุล) ก็ได้พี่ๆ เขาเนี่ยแหละครับ ช่วยให้งานออกมาเป็นรูปเป็นร่างขึ้นเยอะ

แนวดนตรี

แนวเพลงในชุดนี้ยังคงเป็น ป๊อป อยู่ครับ แต่จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนแรก จะอยู่ตรงกลาง ระหว่าง คนฟังกับพวกเรา

ส่วนสอง จะเป็นการทดลอง เดาใจคนฟังส่วนใหญ่ ขอเน้นนะครับว่าส่วนใหญ่

ส่วนสาม จะเป็นสิ่งที่พวกเราอยากจะบอก อยากจะเล่าว่าสิ่งที่พวกเราชอบเป็นยังไง เหมือนการแชร์ความรู้สึกคนฟัง ขอความคิดเห็นคนฟังมากกว่า มันจึงมาลงตัวที่ Room 99

ในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย วันที่ 31 สิงหาคม 43 มีการนำเสนอ สปอตโฆษณาจำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 5,12,26 ก.ย. 43 และ มิวสิควีดีโอ เพลงเจ้าจำปี 2 ครั้ง วันที่ 5,12 ก.ย.43, เพลง เช้าไม่กลัว 1 ครั้ง ในวันที่ 26 ต.ค. 43 และ เพลงมือเปล่า 1 ครั้ง วันที่ 3 ต.ค.43

สำหรับเนื้อหาของมิวสิควีดีโอเพลง เจ้าจำปี เป็นเรื่องราวสนุกสนานที่พูดถึงชายหนุ่มที่เจ้าชู้ โดยคุณ กฤษณพงษ์ กระตุฤกษ์ ผู้กำกับมิวสิควีดีโอผลงานเพลงในอัลบั้มชุดนี้ กล่าวว่า

"เนื้อหาเพลง เจ้าจำปี ก็เป็นการแซวกันสนุกๆ ซึ่งก็เป็นเรื่องราวของหนุ่มเพลย์บอย ประมาณว่า วันๆไม่ทำอะไรเอาแต่ลอยไปลอยมา ท้ายที่สุดคงจะต้องเหี่ยวเฉา เหลือตัวคนเดียวเพราะไม่เคยจริงใจกับใคร ซึ่งพระเอกในมิวสิควีดีโอเพลงนี้ก็รับบทโดยลีโอ พุฒิ นักร้องนำของวง ตรงนี้พุฒิเค้าได้อยู่แล้วเพราะเป็นนักแสดงด้วย มิวสิควีดีโอเพลง เจ้าจำปี นี้ก็ลงทุนมาก ถึงขนาดยกทีมงานลงเรือซูเปอร์สตาร์ แอเรียส์ ล่องสู่กัมพูชาเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของ คาสโนวาหนุ่มผู้มี ดอกจำปี เป็นสัญลักษณ์ ที่เที่ยวแจกความรักให้กับหญิงสาวไปทั่ว และ ด้วยความที่ไม่เคยรักใครจริง วันนึงจึงมาพบกับความเหงา เพราะทุกคนหนีหายไปหมด เปรียบดั่ง ดอกจำปีที่แม้ว่าจะหอมแค่ไหน ก็มีวันเฉา ก็เป็นมิวสิควีดีโอสนุก สนุก อีกเรื่องหนึ่ง "(สัมภาษณ์ กฤษณพงษ์ กระตุฤกษ์ , ผู้กำกับ สังกัดกรีนบีนส์ , 10 กรกฎาคม 2544)

ภาพที่ 5.17 ตัวอย่างภาพในมิวสิควีดีโอเพลง เจ้าจำปี

ส่วนมิวสิควีดีโอถัดมา 2 เพลง คือ เพลง มือเปล่า เป็นเพลงช้าที่พูดถึงเรื่องราวความรักที่ไม่สมหวัง ดังบทสัมภาษณ์ ของ กฤษณพงษ์ กระตุฤกษ์ ว่า

"เพลงมือเปล่า นั้นเป็นเพลงช้า ที่พูดถึงเรื่องราวของผู้ชายคนนึงซึ่งมีมือเปล่า และมีเพียงหัวใจที่รักจริง ส่วนบรรยากาศในการถ่ายทำเพลงนี้นั้น ทีมงานเราไปถ่ายทำกันที่ สนามบิน

หนองงูเห่า ย่านบางนา เป็นเรื่องราวความรักที่ผู้หญิงพบรักใหม่ ซึ่ง พุฒิ พระเอกของเราก็ไม่ยอมแพ้ ไม่ว่าจะเจออุปสรรคใดๆ งานนี้ พุฒ สะบัดสะบอมพอสมควรเพราะต้องมีซีนที่เข้าฉากที่มีเอฟเฟกต์ มีระเบิดด้วย ฉากนี้ใช้เวลานานพอสมควรเพราะต้องมีการซักซ้อมคิวกันก่อนเพื่อความปลอดภัยของตัวศิลปิน ภาพที่ออกมาก็สวยงามและดูสมจริงสมจังมาก พระเอกของเราเรียกคะแนนความส่งสารจากคนฟังได้พอสมควรเลย "(สัมภาษณ์ กฤษณพงษ์ กระตุฤกษ์ , ผู้กำกับสังกัดกรีนบีนส์ , 10 กรกฎาคม 2544)

ภาพที่ 5.18 ตัวอย่างภาพในมิวสิควีดีโอ เพลง มือเปล่า

ส่วนมิวสิควีดีโอเพลงที่ 3 คือ เพลงเช้าไม่กลัว เพลงที่มีเนื้อหาและจังหวะสนุกสนาน นั้น คุณกฤษณพงษ์ กระตุฤกษ์ ในฐานะผู้กำกับ ได้เล่าบรรยากาศการถ่ายทำมิวสิควีดีโอเพลงนี้ ว่า

" ...ส่วนเพลงที่ 3 เป็นเพลงเร็ว จังหวะสนุกๆ ในเพลง เช้าไม่กลัว เพลงนี้ เราไปถ่ายกันที่ถนนข้าวสาร บางลำพู ในช่วงตอนกลางคืน เลยตั้งชื่อตอนว่า ตะลุยราตรี ส่วนเนื้อหาของมิวสิคฯเพลงนี้ ก็จะเป็นการพูดถึงอารมณ์ของชายหนุ่มเวลาไปเจอหญิงสาวที่ถูกใจ และได้มี

โอกาสพาออกไปเที่ยวราตรี ก็มักจะมีความรู้สึกว่าอยากจะอยู่ด้วยนานๆ ไม่อยากให้เช้าเลย ก็เท่านั้นเอง ไม่มีอะไรมาก เนื้อหาค่อนข้างแตกต่างไปจากเพลงมือเปล่า เพราะจบแบบแฮปปี้ "(สัมภาษณ์ กฤษณพงษ์ กระตุฤกษ์ , ผู้กำกับ สังกัดกรีนบีนส์ , 10 กรกฎาคม 2544)

ภาพที่ 5.19 ตัวอย่างภาพในมิวสิควีดีโอเพลง เช้าไม่กลัว

14) ผลงานชุด คนใช้ชีวิต ของ เสือ ธนพล

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอทีเซอร์เปิดตัว จำนวน 3 ครั้ง วันที่ 5,12,19 ก.ย.43 และ สปอตโฆษณาบอกวันวาง จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 12,19 ก.ย.43 เนื้อหาในสปอตบอกวันวาง เน้นที่แนวคิดผลงานเพลงชุด คนใช้ชีวิตเป็นหลัก ดังข้อความในสปอตต่อไปนี้

เพลง	คนใช้ชีวิต (ลา..ลา..ลา..)
โฆษก	ยินดีต้อนรับสู่การเดินทางของ คนใช้ชีวิต
เพลง	คนใช้ชีวิต (ยิ้มไว้เถอะยิ้มไว้คนดี.....)
โฆษก	21 กันยายน ร่วมเดินขบวน ประเดิมความมันส์ไปกับ เสือ ธนพล คนใช้ชีวิต พร้อมกันทั่วประเทศ

ส่วนในช่วงผลงานวางจำหน่าย วันที่ 21 ก.ย. 43 มีการนำเสนอสปอตโฆษณา จำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 26 ก.ย. , 3,17 ต.ค 43 และมิวสิควีดีโอ เพลง รักเดียวใจเดียว จำนวน 3 ครั้งเช่นกัน ในวันที่ 26 ก.ย. , 3,17 ต.ค 43

สำหรับเนื้อหามิวสิควีดีโอเพลงรักเดียวใจเดียวพูดถึงเรื่องราวเกี่ยวกับ ความรัก ความอบอุ่น ของครอบครัว ทุกรูปแบบ

"อีกหนึ่งเพลงที่เป็นที่รู้จัก และ มิวสิควีดีโอถึงพูดถึงกันมาก็คือ เพลงรักเดียวใจเดียว ซึ่งเป็นเพลงช้า ซึ้ง ๆ ที่เนื้อหาพูดถึงความรักความอบอุ่น การให้ในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นความรักระหว่าง หนุ่มสาว พ่อ-แม่ พี่-น้อง ได้หมด มิวสิคฯ เพลงนี้ก็ได้รับเกียรติจากศิลปินหลายคนมากมาร่วมเล่นมิวสิคฯให้ ภาพที่ออกมาดูดีมาก ซึ่งก่อนทำมิวสิคฯ เพลงนี้ก็ได้รับความนิยมอยู่แล้ว และพอหลังออกอากาศมิวสิคฯ ทำให้เพลงก็ยิ่งดังขึ้นมาอีก "(สัมภาษณ์ รัชตะ สมบัติไพบูลย์ , Promotion Manager บริษัท เมกเกอร์เฮด จำกัด , 21 พฤษภาคม 2544

ภาพที่ 5.20 ตัวอย่างภาพในมิวสิควีดีโอ เพลง รักเดียวใจเดียว

15) ผลงานชุด คนเดินถนน ของ พลพล

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายมีการนำเสนอเฉพาะสกู๊ปเปิดตัว 1 ครั้งในวันที่ 15 ส.ค.43 โดยรายละเอียดในเนื้อหาของสกู๊ปนั้นเน้นประเด็นเรื่อง การแนะนำศิลปิน และ ผลงานเพลงที่ผ่านมา รายละเอียดดังข้อความในสกู๊ปต่อไปนี้

(ข้อความในสกู๊ป)

" นับเป็นอีกชิ้นงานหนึ่งจาก สังกัด จีนี่ เรคคอร์ดส ที่ตั้งใจนำเสนอผลงานเพลงที่ไม่ธรรมดา จาก ผู้ชายที่ไม่ธรรมดา ที่เคยฝากผลงานมาแล้วหลายชิ้น ล่าสุดร่วมร้องเพลงในวง ดีซี 2000 ในเพลง ต้องมีสักวัน พลพล พลกองเส็ง ชื่อของเค้า อ่านว่า พละ – พน ศิลปินเดี่ยวคนล่าสุด ที่มาพร้อมกับเสียงร้องคุณภาพ กับอัลบั้มที่มีชื่อว่า "คนเดินถนน" ซึ่งเป็นฝีมือการทำงานจากโปรดิวเซอร์คนเก่ง อย่าง "เทียนชัย เกียรติปรุงเวช" ซึ่งเคยฝากฝีมือการแต่งเพลงไว้ให้กับศิลปินที่มีชื่อเสียงหลายคน ผลงานเพลง คนเดินถนน นี้ เป็นเพลงที่มีเนื้อหาตรงไปตรงมาก ผ่านฝีมือการร้องเพลงจากผู้ชายธรรมดาๆ กับ ลีลาน้ำเสียงที่โดดเด่น ไม่เหมือนใคร ติดตามชมผลงานเพลงที่ไม่ธรรมดาของผู้ชายคนนี้ได้ เร็วๆ นี้ "

ส่วนใน ช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย วันที่ 24 ส.ค.43 นำเสนอสปอตโฆษณาวันนี้ จำนวน 5 ครั้ง , มิวสิควีดีโอเพลง คนเดินถนน และ ห่วงใย จำนวน 4 ครั้ง ได้แก่ วันที่ 5,12 ก.ย.43 และ 10,17 ต.ค.43 สำหรับเนื้อหามิวสิควีดีโอเพลง คนเดินถนน นั้นพูดถึงเรื่องความรักที่ไม่สมหวัง

"เพลงคนเดินถนน ซึ่งเป็นเพลงที่ตรงกับคอนเซ็ปต์และเป็นชื่อเดียวกับอัลบั้มชุดนี้ เส้นเรื่องในมิวสิคฯ นำเสนอมุมมองความรักระหว่างนายกระจอกกับดอกฟ้าผู้สูงส่ง ซึ่งก็ได้ น้องเจนนี่ วงแจมซ์ มาร่วมเล่นให้ เรื่องราวมันก็มีอยู่ว่า นางเอกออกจากบ้านเพราะหนีการแต่งงาน ทำให้บังเอิญมาเจอพระเอกซึ่งเป็นคนเดินถนนธรรมดาๆ เรื่องราวความรักมันจึงเกิดขึ้นอย่างช่วยไม่ได้ ซึ่งในที่สุดก็จบแบบไม่แฮปปี้ ส่วน ศิลปิน ของ เรา พลพล นั้น ทำหน้าที่ ในส่วนของเส้นร้องซิงค์เพลง คนเดินถนน ในเพลงเพื่อให้ได้อารมณ์สอดคล้องกัน " (สัมภาษณ์ อมร อธิคมปัญญาวงศ์ , ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการตลาด สังกัด จีนี่ เรคคอร์ดส , 18 ธันวาคม 2543)

ภาพที่ 5.21 ตัวอย่าง ภาพในมิวสิควีดีโอเพลง คนเดินถนน

16) **ผลงานเพลงรวมฮิตชุด** Extra Hot & Extra Cool

ช่วงก่อนวางจำหน่าย นำเสนอสปอตโฆษณา 1 ครั้ง วันที่ 18 ก.ค. 43 และช่วงผลงานเพลงวางจำหน่าย วันที่ 25 ก.ค. 43 มีการนำเสนอสปอตโฆษณาตัวเดียวกันอีก 2 ครั้ง ในวันที่ 8,16 ส.ค.43 โดยรายละเอียดของสปอตโฆษณาจะเน้นในเรื่องความคุ้มค่า ความประหยัด เป็นหลัก ดังตัวอย่างสปอตโฆษณาต่อไปนี้

VDO	โลโก้ แกรมมี่ เอ็กซ์ตร้า คูล และ เอ็กซ์ตร้า ฮอต
	ซูเปอร์ แกรมมี่ เอ็กซ์ตร้า คูล และ เอ็กซ์ตร้า ฮอต
FVO	แกรมมี่ เอ็กซ์ตร้า คูล
VDO	ภาพ แกรมมี่ เอ็กซ์ตร้า คูล
	ซูเปอร์ เพราะ x 2
FVO	อัลบั้มที่เพราะเป็นสองเท่า
VDO	ภาพศิลปินต่าง ๆ
	ซูเปอร์ เพลงเพราะที่สุดจากศิลปินสุดฮิตของแกรมมี่
FVO	เต็มอิ่มกับเพลงเพราะที่สุดจากศิลปินสุดฮิตของแกรมมี่
VDO	ภาพ MV ทำไมต้องเธอ/ธงไชย แมคอินไตย์
	MV ใจหายไปเลย / Mr.team
FVO	*พิเศษสุด ! อัลบั้มแพ็คคู่ เพียง 105 บาท*
VDO	*โลโก้ แกรมมี่ เอ็กซ์ตร้า คูล+เอ็กซ์ตร้า ฮอต*
	เทป 2 ม้วน 105 บาท , ซีดี 2 แผ่น 290 บาท
	วีดีโอ 2 ม้วน 350 บาท , วีซีดี 2 แผ่น 350 บาท
FVO	*เพราะ / คุ้มคูณสอง ขนาดนี้ไม่มีไม่ได้แล้ว*

สปอตโฆษณา รวมเพลงฮิต ชุด Extra-Cool+Extra Hot ผลงานเพลงที่ขายคู่กันในราคาที่ต่ำและคุ้มค่า เนื้อหารายละเอียดในสปอตโฆษณาเน้นในเรื่องของความประหยัดเป็นหลัก โดยในตัวสปอตจะบอกรายละเอียดเกี่ยวกับราคาซื้อขาย อาศัยยุทธวิธีจูงใจด้วยการลดราคา ดังบทสัมภาษณ์ ของ คุณประธาน อภิชาติสกล ฝ่ายส่งเสริมการตลาด ว่า

" ธรรมดาถ้าจะขายของมันต้องมีการโฆษณา ซึ่งรายละเอียดนั้นก็จะไม่มีอะไรมากโดยเราจะเน้นไปที่ความคุ้ม ความประหยัด ความสะดวก เป็นหลัก เพราะจริงๆ แล้วเนี่ย โดย Nature ของคนนั้น เวลาซื้อเพลงรวมฮิตก็เพราะต้องการประหยัด เหตุผลเพราะไม่อยากไปซื้อเพลงหลายอัลบั้ม ซื้อแค่อัลบั้มเดียวก็ได้ฟังหมด ดังนั้น สปอต จึงเป็นช่องทางสำคัญเลย สำหรับเราที่จะทำยังไงก็ได้ พยายามให้คนฟังเค้าได้เห็น ได้ฟังเพลง ที่มีอยู่ในอัลบั้มนั้นๆ ให้มากที่สุดภายในเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัด พร้อมกับรายละเอียดที่บอกถึงความคุ้มค่าในราคาที่ดึงดูดใจ เท่านี้ก็เพียงพอแล้ว สำหรับอัลบั้ม X-Tra Cool และ X-Tra Hot นั้น เราขายเป็นแพกคู่ จึงทำออกมาเป็นสปอตตัวเดียวแต่ขายผลิตภัณฑ์ 2 ตัว โดยในรายละเอียดก็จะเน้นเรื่อง คอนเซ็ปต์ , งานเพลงในอัลบั้ม

และ ก็ความคุ้มค่า เป็นหลัก " (สัมภาษณ์ ประธาน อภิชาติสกล ,ผู้จัดการแผนกส่งเสริมการตลาด , 25 พฤษภาคม 2544)

17) **ผลงานเพลงรวมฮิตชุด** Easy time

มีการนำเสนอสปอตโฆษณาช่วงผลงานวางจำหน่าย 2 ครั้ง ในวันที่ 26 ต.ค., และ วันที่ 10 พ.ย.43 โดยเนื้อหารายละเอียดในสปอตโฆษณาเน้นเรื่อง ความไพเราะของผลงานเพลงที่บรรจุอยู่ในผลงานรวมฮิตชุดนี้ เป็นหลัก รายละเอียดดังสปอตโฆษณาต่อไปนี้

MVO	เพลงฟังสบายสไตส์ Easy Times
เพลง	คนสุดท้าย/อัสนี
เพลง	ห่วงใย / พลพล
เพลง	ไม่รักเธอได้อย่างไร / บูโดกัน
เพลง	หัวใจเดียวกัน / เสือ ธนพล
เพลง	ฝากเอาไว้ก่อน / ปีเตอร์
เพลง	จดหมายจากพระจันทร์ / แอน ธิติมา
เพลง	คนพิเศษ / นัท มีเรีย
VDO	*ภาพ ปกอัลบั้ม รวมฮิต ชุด Easy Times*
	โลโก้ แกรมมี่ บิ๊ก , เอ็มจีเอ
	ซูเปอร์ อัลบั้ม รวมฮิต ชุด Easy Times ทั้ง เทปและซีดี

18) **ผลงานรวมฮิตชุด** Grammy Best of the Year 2001

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายนำเสนอสปอตโฆษณาบอกวันวาง ในวันที่ 14พ.ย.43 และในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย วันที่ 16 พ.ย 43 นำเสนอสปอตโฆษณาตัวเดียวกันอีก จำนวน 2 ครั้ง ใน วันที่ 5,12ธ.ค.43 โดยในรายละเอียดของสปอตโฆษณาเน้นจุดขายเรื่องผลงานเพลงที่ดีที่สุดและไพเราะในปี 2543 ที่นำมารวมไว้ในอัลบั้มเดียว รายละเอียดดังสปอตต่อไปนี้

VDO	ภาพ โลก
	ซูเปอร์ นี่คือการรวมเพลงที่ดีที่สุด จาก แกรมมี่
	โลโก้ แกรมมี่ เบสท์ ออฟ เดอะ เยี่ยร์ 2000
MVO	*อัลบั้มนี้มีแต่อันดับหนึ่ง....ปี้ง Grammy Beat of The Year 2000*
VDO	ภาพ MV.เพลงจิ๊จ๊ะ/ ปก Silly Fools
MVO	*แรงอันดับหนึ่ง*
VDO	ภาพ MV.เพลงคนเดินถนน / ปก พลพล
MVO	*โดนใจอันดับหนึ่ง*
VDO	ภาพ MV.เพลงจะรักกันนานเท่าไหร่ / ปก ปีเตอร์
MVO	*ฮิตอันดับหนึ่ง*
VDO	ภาพ MV.เพลงคนใช้ชีวิต / ปก เสือ ธนพล
MVO	*กินใจอันดับหนึ่ง*
VDO	ภาพ MV.เพลงนักโทษประหาร / ปก จิระศักดิ์
MVO	*ร็อคอันดับหนึ่ง*
VDO	ภาพ MV.เพลงขอได้ไหม / ปก ปนัดดา
MVO	*ถูกขอมากเป็นอันดับหนึ่ง*
VDO	ภาพ MV.เพลงตัวจริงของเธอ / ปก Double U
MVO	*เพราะเป็นอันดับหนึ่ง*
VDO	ภาพ MV.เพลงจิ๊จ๊ะ/ ปก Silly Fools
MVO	*แรงอันดับหนึ่ง*
VDO	*ภาพ ปกอัลบั้ม Grammy Best of The Year 2000*
	ซูเปอร์ สรุปความเป็นที่หนึ่งทั้ง 16 เพลงวันนี้

2. **<u>รายการอู่หู</u>** นำมาใช้ส่งเสริมผลงานเพลงดังต่อไปนี้

1) ผลงานเพลง City Woman **ของ แอม เสาวลักษณ์**

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย ได้นำเสนอสกู๊ป เช่นเดียวกับที่นำเสนอในรายการแบงแบง แบง จำนวน 1 ครั้งในวันที่ 27 มิ.ย.43 และ ในช่วงผลงานวางจำหน่าย วันที่ 6 ก.ค. 43 มีการนำเสนอสปอตโฆษณา 2 ครั้ง และ นำเสนอมิวสิควีดีโอ เพลง คิดถึงคนแปลกหน้า 2 ครั้ง ในวันที่ 11,18 ก.ค.43

2) ผลงานเพลงชุด Extra Mild **ของ แอน ธิติมา**

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายนำเสนอ สกู๊ปเปิดตัวอัลบั้ม 1 ครั้ง ในวันที่ 5 ก.ย 43 และในช่วงผลงานวางจำหน่าย ในวันที่ 28 ก.ย 43 มีการนำเสนอ สปอตโฆษณา และ มิวสิควีดีโอเพลง เสียงของหัวใจ จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 3,24 ต.ค., 21 พ.ย.43

3) ผลงานชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ ของ เบิร์ด ธงไชย

ในช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่าย มีการนำเสนอ สกู๊ป และ สปอตโฆษณาบอกวันวาง จำนวน 2 ครั้ง ในวันเดียวกัน คือวันที่ 21,28 พ.ย. 43 และในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย วันที่ 8 ธ.ค. 43 มีการนำเสนอสปอตโฆษณา 6 ครั้ง ในวันที่ ในวันที่ 12,19,26 ต.ค.43 และ มิวสิควีดีโอ เพลง พรหมลิขิต 3 ครั้ง ในวันที่ 12,19,26 ต.ค.43

4) ผลงานชุด Seven **ของ ศิลปินวง** Seven

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายนำเสนอ ทีเซอร์เปิดตัวผลงานเพลง ในวันที่ 14 พ.ย.43 , , มิวสิควีดีโอเพลง ความรักทั้งเจ็ด 1 ครั้ง วันที่ 21 พ.ย. 43 และ สปอตโฆษณาบอกวันวาง จำนวน 3 ครั้ง ได้แก่ วันที่ 14,21,28 พ.ย.43 นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอสกู๊ป ในวันที่28 พ.ย.43โดยในเนื้อหาของสกู๊ปเปิดตัวนั้น เป็นการนำเสนอเรื่องราวความแตกต่างของผู้หญิงทั้ง 7 คน ในมุมมองความรักที่แตกต่างกัน ดังภาพและข้อความสกู๊ปที่ปรากฏต่อไปนี้

ภาพที่ 5.22 ตัวอย่างภาพสกู๊ปเปิดตัว วง Seven

ใหม่ เจริญปุระ	ผู้หญิง...ผู้เดินทางอยู่ระหว่างโลกความฝันและความจริง
นัท มีเรีย	ผู้หญิง...ที่มองความรักเป็นสิ่งสวยงาม อ่อนไหว
นิโคล เทริโอ	ผู้หญิง..ที่มองโลกในแง่ดี อารมณ์ดี สดใส
ตอง ภัครมัย	ผู้หญิง.. คนรุ่นใหม่ กับวัยที่กำลังค้นหาคำตอบ
อุ๊ หฤทัย	ผู้หญิง..ที่ลึกลับ กับความคิดกลับด้านของเธอ
แอม เสาวลักษณ์	ผู้หญิง..แกร่ง ดอกไม้เหล็กดอกเดิม ที่ผ่านพายุฝนมาหลายครั้ง
มาช่า	ผู้หญิง...ที่มองความรักในมุมส่วนตัว ลึกซึ้ง และ แตกต่าง

(ข้อความในสกู๊ป)

ผู้หญิงเจ็ดคนเรียงตามลำดับตัวอักษรข้างต้น คือ ผู้หญิงที่เป็นที่รู้จักของนักฟังเพลงไทยหลายรูปแบบ คือ ผู้หญิง ที่มีความเป็นมนุษย์ผู้หญิงอันแตกต่างหลากมุม คือ ผู้หญิงที่มีความอ่อนโยนที่สุดถึงร้อนแรงที่สุด มีสองสิ่งที่พวกเธอเหมือนกัน คือ พวกเธอเป็นนักร้อง และ พี่น้องในบ้านเดียวกัน ...แกรมมี่ แกรนด์...

วันนี้ พลังของพวกเธอทั้งเจ็ด หลอมรวมกันอย่างเรียบง่าย แต่ทว่าเกิดขึ้นได้ไม่ง่าย ด้วยเหตุผลของชีวิตและภาระที่แตกต่าง พวกเธอจึงเป็นตัวแทนของผู้หญิงเจ็ดแบบที่รวบรวมความแตกต่างมาพูดถึงเรื่องราวเดียวกัน คือ ความรัก

ผู้หญิงเจ็ดคนนี้ เชื่อเหมือนกันว่า ในวันข้างหน้า ความรักจะเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับมนุษย์ชาติไม่ว่าจะเป็นความรักระหว่างเพื่อน หนุ่มสาว พืชพันธุ์ สรรพสัตว์ และโลกแคบๆ ใบนี้ปัญหาเล็กใหญ่ น่าจะแก้ไขได้ด้วยคำเล็กๆ คำหนึ่ง คือ ความรัก

ส่วนในช่วงที่ผลงานวางจำหน่ายแล้ว วันที่ 30 พ.ย. 43 ก็มีการนำเสนอสปอตโฆษณาวันนี้อีกจำนวน 4 ครั้ง ในวันที่ 5,13,19,26 ธ.ค.43 และ นำเสนอมิวสิควีดีโอเพลง แค่หลับตา 3 ครั้งในวันที่ 13, 19 ธ.ค. 43 , เพลงอกหักใช่มั้ย จำนวน 2 ครั้ง วันที่ 5,13 ธ.ค.43 , เพลงดอกไม้กับแจกัน จำนวน 1 ครั้ง วันที่ 26 ธ.ค. 43 สำหรับเนื้อหารายละเอียดในมิวสิควีดีโอเพลงข้างต้นนั้น บรรจง แสงวิสุทธิ์ใส ผู้กำกับมิวสิควีดีโอ ได้ให้สัมภาษณ์เพิ่มเติมว่า

"....ส่วนเพลง หลับตา ของ อุ๊ ก็ดึงเอามุมมองความรักของอุ๊มาถ่ายทอด แต่ทำเป็นแนวซิมโบลิก ให้เห็นว่าสิ่งที่เราเห็นอาจไม่ใช่ของจริง เพลงนี้ทำออกมาเป็นอาร์ตเท่ๆ ส่วนเพลงถัดมา อกหักใช่มั้ย ของ ตอง ถ่ายทำหลายที่มากในกรุงเทพฯ ก็เป็นเรื่องราว ของ ตองที่แอบรักเพื่อนชาย แต่เขากลับคิดกับตองแค่เพื่อน ส่วนใหม่กับเพลงดอกไม้กับแจกัน ไปถ่ายทำกันที่อ่าวพร้าว เป็นเรื่องราวของคนทำงานหนักมาตลอดและอยากพักบ้าง ก็เลยทำตามใจตัวเองด้วยการไปเที่ยวพักผ่อนตามที่เธอต้องการ ส่วนเพลงสุดท้ายของพี่แอม ใหม่ใหม่ก็ดี ก็เป็นเพลงที่ถ่ายทอดให้เห็นถึงสัจธรรมความรักของคนส่วนใหญ่ เมื่อรักกันใหม่ๆ อะไรก็ดูดีเอาใจสารพัด พอนานวันความรักก็หดหาย อะไรก็แย่ไปหมด มิวสิคฯก็ออกมาแนวฮาๆ เพื่อให้คนดูรู้สึกสบาย"(สัมภาษณ์ บรรจง แสงวิสุทธิ์ใส , ผู้กำกับมิวสิควีดีโอ สังกัดแกรมมี่ แกรนด์ , 20 กุมภาพันธ์2544)

ภาพที่ 5.23 ตัวอย่าง ภาพในมิวสิควีดีโอ เพลงดอกไม้กับแจกัน

นอกจากนี้ในช่วงผลงานเพลงวางจำหน่าย ผลงานชุด Seven ยังถูกนำมาเป็นเกมเพื่อให้ผู้ชมทางบ้านตอบคำถาม ในช่วง Ask & Answer วันที่ 13 ธ.ค.43 โดยรูปแบบจะเริ่มต้นด้วย พิธีกรบอกคำถาม พร้อมกับตัวเลือก 3 ข้อให้เลือกตอบ1ข้อ โดยการโทรศัพท์เลือกตอบที่เบอร์ 1900 999 093 ซึ่งเป็นระบบ Audiotex ที่สามารถเลือกตอบได้โดยกดปุ่มโทรศัพท์ ซึ่งรูปแบบการนำเสนอดังกล่าวเป็นการสร้างจุดสนใจให้กับผู้ฟังและให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมนอกเหนือจากการรับชมเพียงอย่างเดียว

คำถามเกี่ยวกับผลงานชุด Seven (วันที่ 13 ธ.ค.43)

อ้อม อัลบั้ม Seven ที่มีศิลปินทั้งหมด 7 คน มีเพลงที่ร้องหมู่ทุกคน กี่เพลง

น้าเน็กซ์ ก. 2 เพลง ข. 3 เพลง ค. 4 เพลง รู้คำตอบแล้วกดมาที่ 1900 999 093 ด่วน

4)ผลงานชุด The Big Apple **ของศิลปินวง** Big Apple

ช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายนำเสนอทีเซอร์เปิดตัว ในวันที่ 1 ส.ค.43 และ สปอตบอกวันวาง ในวันที่ 5 ก.ย. 43 ส่วนในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย วันที่ 7 ก.ย. 43 มีการนำเสนอ สปอตโฆษณาอีกจำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 6,12,19,ก.ย. และ มิวสิควีดีโอเพลง ฉันไม่ได้เอาอะไรมาเลย จำนวน 4 ครั้ง ในวันที่ 12,19,ก.ย. และ 3,10 ต.ค.43

5) ผลงานชุด คัลเลอร์ฟูล ของ นัท มีเรีย

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายมีการนำเสนอ ทีเซอร์เปิดตัว 1 ครั้ง ในวันที่ 6 ก.ย.43 , สปอตโฆษณา 1 ครั้ง วันที่ 12 ก.ย 43 และ มิวสิควีดีโอเพลงทายปัญหา 1 ครั้ง ในวันที่ 12 ก.ย.43 ส่วนในช่วงผลงานวางจำหน่าย วันที่ 21 ก.ย 43 มีการนำเสนอ สปอตโฆษณา จำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 26 ก.ย,10,24 ต.ค 43 และ มิวสิควีดีโอเพลง ผู้ชายคนนั้นฉันให้เธอ จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 10,30ต.ค.43

6) ผลงานชุด ชวนชิม ของ นาร์วิน ต้าร์

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย มีการนำเสนอ สปอตโฆษณาบอกวันวาง จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 28 พ.ย , 5,12 ธ.ค.43 , สกู๊ปเปิดตัวอัลบั้มใหม่ และ มิวสิควีดีโอ เพลง ชวนชิม 1 ครั้ง ในวันเดียวกัน คือ วันที่ 5 ธ.ค.43 ส่วนในช่วงที่ผลงานวางจำหน่ายแล้ว มีการนำเสนอสปอตโฆษณาบอกวันวางอีก จำนวน 4 ครั้ง และ มิวสิควีดีโอ เพลง น้ำน้อยแพ้ไฟ และ สะกดใจ จำนวน 2 ครั้ง วันที่ 19,26 ธ.ค.43

7) ผลงานชุด China More **ของ ศิลปินวง** China Dolls

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย มีการนำเสนอ ทีเซอร์เปิดตัวอัลบั้ม 2 ครั้ง ในวันที่ 5,12 ธ.ค.43 และ สปอตโฆษณาบอกวันวาง จำนวน 1 ครั้ง วันที่ 12 ธ.ค. 43 ส่วนช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย ในวันที่ 16 ธ.ค. 43 มีการนำเสนอ สปอตโฆษณาวันนี้ และ มิวสิควีดีโอ อีกจำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 19 ,26 ธ.ค. 43 นอกจากนี้ยังมีการนำเอาผลงานเพลง หนี่เฉี่ยวไท้ ในอัลบั้มชุด China More มาเป็นเกมในรายการ วันที่ 26 ธ.ค.43 ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

น้าเน็กซ์ : อู่หูเกมส์ในวันนี้ เราจะมาย้ำคำถามจากสัปดาห์ที่แล้ว ที่ถามว่า ในอัลบั้ม China More มีเพลงหนึ่งที่เป็นภาษาจีนว่า หนี่ไท้เฉี่ยว ถามว่าแปลว่าอะไร

1. เล็กๆ 2. สูงๆ 3. อ้วนๆ

รู้แล้วโทรเข้ามาตอบคำถามที่ 1900-999-093 นาทีละ 9 บาททั่วไทย

รูปแบบการนำเสนอดังกล่าว เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมผลงานเพลง ของ China Dolls เพราะสร้างความสนใจให้ผู้ชมมากขึ้น เนื่องจากผู้ชมต้องติดตามและให้ความสนใจเท่านั้น จึงสามารถตอบคำถามได้

8) ผลงานชุด Drgaon5 **ของศิลปินวง** Dragon 5

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย มีการนำเสนอทีเซอร์ ในวันที่ 24 ต.ค 43 , สกู๊ป จำนวน3 ครั้ง ในวันที่ 18,24,31 ต.ค. 43 และ สปอตบอกวันวาง จำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 31ต.ค. , 7,14 พ.ย.43 ส่วนช่วงผลงานวางจำหน่าย ในวันที่ 16 พ.ย 43 ได้มีการนำเสนอ สปอตโฆษณาวันนี้และ

มิวสิควีดีโอเพลง Non stop 2ครั้ง ในวันที่ 21,28 พ.ย. 43 และเพลงหยุดหลอกตัวเอง รวม 3 ครั้ง ในวันที่ 5,12,19 ธ.ค 43

ภาพที่ 5.24 ตัวอย่างภาพใน มิวสิควีดีโอ เพลง หยุดหลอกตัวเอง

9) ผลงานชุด X-Ray ของปีเตอร์

ในช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่าย มีการนำเสนอ ทีเซอร์เปิดตัวอัลบั้ม จำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 19,26,ก.ย , 3 ต.ค.43 และ สปอตบอกวันวาง 2 ครั้ง ส่วนช่วงที่ผลงานวางจำหน่ายแล้ว มีการนำเสนอ สปอตโฆษณาบอกวันวาง และ มิวสิควีดีโอเพลง เธอทำให้ฉันต้องผิดหวัง 2 ครั้ง ในวันที่ 10,17 ต.ค. 43 และ เพลง เรามาประท้วง 2 ครั้ง ได้แก่ วันที่ 31 ต.ค. , 7 พ.ย.43

10) ผลงานชุด Inside Out ของ หนุ่ย นันทกานต์

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายมีการนำเสนอ สกู๊ปบอกที่มาผลงานเพลง ในวันที่ 4,18 ก.ค.43 และ สปอตโฆษณาบอกวันวาง วันที่ 18 ก.ค. 43 หลังจากช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย วันที่ 20 ก.ค.43 ก็มีการนำเสนอ สปอตโฆษณาวันนี้อีกจำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 25 ก.ค,1,8 ส.ค.43

11) **ผลงานชุด** Fly 2 U **ของ ศิลปินวง** FLY

ในช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่ายมีการนำเสนอสปอตโฆษณา วันที่ 11 ส.ค.43 และช่วงเทปวางจำหน่ายตัวเดียวกัน จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 21,28 ส.ค.43

12) **ผลงานชุด**Room99 **ของ ศิลปินวง** Room 99

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายมีการนำเสนอสกู๊ปและสปอตโฆษณาบอกวันวาง ในวันที่ 8 ส.ค. 43 และ ในช่วงผลงานวางจำหน่าย นำเสนอ สปอตโฆษณา 3 ครั้ง ในวันที่ 5,12,26 ก.ย.43 และ มิวสิควีดีโอเพลง มือเปล่า , เจ้าจำปี จำนวน 4 ครั้ง ในวันที่ 5,12,26 ก.ย และ 3 ต.ค.43

13) **ผลงานชุด คนใช้ชีวิต ของ เสือ ธนพล**

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอทีเซอร์เปิดตัวอัลบั้มใหม่ 2 ครั้ง ในวันที่ 5,12 ก.ย.43 และ ในช่วงที่ผลงานวางจำหน่ายแล้ว นำเสนอสปอตโฆษณาวันนี้ และ มิวสิควีดีโอเพลง รักเดียวใจเดียว จำนวน 2 ครั้ง คือ วันที่ 26 ก.ย และ 17 ต.ค.43

14) **ผลงานชุด คนเดินถนน ของ พลพล**

ในช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่าย มีการนำเสนอสกู๊ปเปิดตัวในวันที่ 15 ส.ค.43 และ ในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย วันที่ 24 ส.ค. 43 นำเสนอ สปอตโฆษณาวันนี้ และ มิวสิควีดีโอ เพลง ห่วงใย 2 ครั้ง ในวันที่ 12,26 ก.ย 43 และ มิวสิควีดีโอเพลง คนเดินถนน จำนวน 2 ครั้ง ได้แก่ วันที่ 10,17 ต.ค.43

15) **ผลงานรวมฮิตชุด** X-tra Hot & Extra Cool

มีการนำเสนอสปอตโฆษณาในช่วงผลงานวางจำหน่าย จำนวน 2 ครั้ง ได้แก่ วันที่ 25 ก.ค และ 1 ส.ค.43

16) **ผลงานรวมฮิตชุด** Eay time

ในช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่ายนำเสนอสปอต 1 ครั้งในวันที่ 12 ต.ค 43 และ ในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสปอตอีกจำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 19 ต.ค.43

17) **ผลงานรวมฮิตชุด** Grammy Superstar

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสปอตโฆษณาจำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 26 ก.ย และ 8 ต.ค.43

18) **ผลงานรวมฮิตชุด** The Best of Grammy

ในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย 16 พ.ย 43 นำเสนอสปอตโฆษณา จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 21,28 พ.ย.43

3. **<u>รายการเกมฮอตเพลงฮิต</u>** นำมาใช้ส่งเสริมผลงานเพลงดังนี้

1) **ผลงานชุด** City Woman **ของ แอม เสาวลักษณ์**

ในช่วงผลงานวางจำหน่ายมีการนำเสนอสปอตโฆษณา จำนวน 4 ครั้ง ในวันที่ 6,13,20,27 ก.ค. 43 และ การสัมภาษณ์สด ศิลปิน แอม เสาวลักษณ์ ลีละบุตร ในวันที่ 6 ก.ค.43 ตรงกับวันที่ผลงานวางจำหน่าย สัมภาษณ์โดย สมพล ปิยะพงศ์สิริ หัวข้อประเด็นในการพูดคุยจะเน้นเกี่ยวกับเรื่องแนวคิดผลงานเพลงเป็นหลัก รายละเอียดดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

สมพล : เป็นไงครับ พี่แอม สำหรับ อัลบั้ม City Woman นี้ ใช้เวลาทำงานนานมั้ยครับ

เสาวลักษณ์ : นานมาก... คือ เริ่มทำมาตั้งแต่ต้นปี แต่ประชุมงานปลายปี ทำงานมาเรื่อย ๆ ก็มีแก้ มี Reject ผลงานกันตลอด แต่ก็สนุกนะ ได้ทำงานที่เราชอบ

สมพล : ผลงานชุดนี้ ที่บอกว่า พูดแทนคนเมืองใหญ่ ในเนื้อหาเพลงพูดถึงอะไร

เสาวลักษณ์ : ทุกเรื่องเลยค่ะ .. พูดแทนทุกคน อย่างทุกคนที่นั่งอยู่ในที่นี่ ก็ต้องรู้หมดว่า Life Style ของเราที่จะทำในแต่ละวันมันมีอะไรบ้าง ลองนึกภาพกรุงเทพฯ ดูสิ คิดยังไงกันบ้าง มองภาพของตัวเองดู เห็นอะไรบ้าง คือ มันไม่ได้บังคับมุมมองของคนเลยนะ เรื่องของใคร ของมัน เพียงแต่แชร์ความรู้สึกร่วมเท่านั้นเอง ว่า กรุงเทพฯ

มัน คนจอแจ นะ รถติด อากาศเสีย หรืออะไรก็ตามแต่ แต่มันหมายความว่า บางทีที่เราคิดจะหนีออกไปพักผ่อนจากเมืองใหญ่ พี่ก็อยากจะแนะนำว่า ถ้าไม่มีเวลาจริงๆ ทำได้มากที่สุด ก็คือ เรามามองหาความงามที่ซ่อนอยู่ข้างในเมืองใหญ่ที่บางครั้งเราอาจมองข้ามไปให้เจอให้ได้

สมพล : แสดงว่า อัลบั้มชุดนี้ พี่แอม มีส่วนร่วมในการทำงานด้วย

เสาวลักษณ์ : ก็เหมือนทุกชุดที่ผ่านมาค่ะ ที่พี่ได้มีส่วนร่วมในการทำงาน อัลบั้มชุดนี้ เรียกว่าเป็นตัวของตัวเองมาก ก็เต็มที่ค่ะ สำหรับผลงานชุดนี้ ยังไงก็ขอฝากไว้ด้วยนะค่ะ ลองฟังกันดูนะค่ะ แล้วจะรู้ว่า ในเมืองที่แสนจะวุ่นวายก็ยังมีความงามซ่อนอยู่เหมือนกัน

2) **ผลงานชุด** Extra Mild **ของ แอน ธิติมา**

ในช่วงแรกมีการนำเสนอสกู๊ปเปิดตัว ในวันที่ 3 ต.ค.43 และในช่วงผลงานวางจำหน่าย มีการนำเสนอสปอตโฆษณา และ มิวสิควีดีโอเพลง เสียงของหัวใจ 2 ครั้ง ในวันที่ 3,24 ต.ค. 43 และเพลงจดหมายจากพระจันทร์ 1 ครั้ง ในวันที่ 21 พ.ย.43

3) **ผลงานชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ ของ เบิร์ด ธงไชย**

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายนำเสนอสกู๊ปและสปอตบอกวันวาง 2 ครั้ง ในวันที่ 21,28 พ.ย.43 ส่วนในช่วงผลงานวางจำหน่าย นำเสนอ สปอตโฆษณาวันนี้ จำนวน 8 ครั้ง และ มิวสิควีดีโอเพลง พรหมลิขิต 2 ครั้ง ในวันที่ 21,28 ธ.ค. 43

4) **ผลงานชุด** Seven **ของศิลปินวง** Seven

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอทีเซอร์เปิดตัว 1 ครั้ง ในวันที่ 14 พ.ย 43 , สปอตโฆษณา จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 9,23 พ.ย.43 และ มิวสิควีดีโอ เพลงความรักทั้งเจ็ด ในวันที่ 23 พ.ย.43 ส่วนในช่วงที่ผลงานวางจำหน่ายแล้ว นำเสนอมิวสปอตโฆษณาวันนี้อีกจำนวน 4 ครั้ง และนำเสนอ มิวสิควีดีโอ เพลง กลับมาหาเพื่อน , อกหักใช่มั้ย , ใหม่ๆ ก็ดี รวม 6 ครั้ง ในวันที่ 8,14,21 ธ.ค. และ วันที่ 11 ม.ค.44 นอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์ศิลปินวง Seven ในวันที่ 30 พฤศจิกายน 2545 รายละเอียดดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

บทสัมภาษณ์ ในรายการ เกมฮอตเพลงฮิต (วันที่ 30 พฤศจิกายน 2543)

สมพล : การทำงานร่วมกันในอัลบั้มชุดนี้ รู้สึกยังไงกันบ้างครับ

แอม : รู้สึกตื่นเต้นนะ คิดว่า มันน่าจะสนุก แล้วก็วุ่นวายด้วย แต่ดีใจที่ได้มาร่วมงานกันหลายๆ คน ซึ่งกว่าจะมาเจอกันได้ก็ยากลำบาก

สมพล : นี่ก็เป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้นของความรู้สึกจาก พี่ใหญ่สุด อย่าง พี่แอม แล้วคนอื่นๆ ล่ะครับ มีรู้สึกยังไงกันบ้าง

นิโคล : ดีใจค่ะ และก็โชคดีที่เป็นส่วนหนึ่งใน 7 สาว ไม่เคยคิดเลยว่าจะได้มาร่วมงานกันกับนักร้องที่เป็นขวัญใจของนิโคลทุกคนเลย

ตอง : ตองก็รู้สึก ภูมิใจในตัวเองนะค่ะที่ได้เข้ามาอยู่ตรงนี้ แล้ว พี่ๆ ทุกคนทำงานได้มืออาชีพมากๆ ทำให้ตองพัฒนาฝีมือตัวเองขึ้น

สมพล : แล้ว พี่ช่า กับ พี่ใหม่ ล่ะครับ

มาช่า : จริงๆ แล้วเราเจอกันบ้างนะตามงานต่างๆ แต่ไม่เคยได้ร่วมงานกันเป็นจริงเป็นจังแบบนี้กันมาก่อนเลย รู้สึกดีใจมากๆ ที่ได้เจอกัน สนุกมาก

ใหม่ : สำหรับใหม่นั้น มันก็คงเป็นความรู้สึกดีใจเหมือนกันค่ะ ก็รู้สึกถึงความเป็นเพื่อน เป็นครอบครัวเดียวกัน

สมพล : แล้ว นัท กับ สาวห้าวของวงล่ะครับ อุ๊ รู้สึกยังไงมาที่ได้มาทำงานร่วมกัน

อุ๊ : ดีใจมากค่ะ ที่ได้มาร้องเพลงในอัลบั้มนี้

นัท : รู้สึกประทับใจค่ะ เวลาที่มาร่วมกันจะสนุกมาก ทุกคนจะมีรอยยิ้ม เสียงหัวเราะ นัทชอบบรรยากาศแบบนี้มากค่ะ

จากตัวอย่างบทสัมภาษณ์ข้างต้น จะเห็นได้ว่า ประเด็นในการสัมภาษณ์พูดคุยเน้นที่ความรู้สึกของศิลปินทั้ง 7 คนที่มีโอกาสได้มาร่วมงานกันในอัลบั้มพิเศษ เป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีการนำเอาผลงานเพลง อกหักใช่มั้ย มาเป็นปริศนาเกมในรายการอีกด้วย ในวันที่ 14 ธ.ค 43

<u>ตัวอย่าง</u> คำถาม ในมิวสิควีดีโอเพลง อกหักใช่ไหม ของวง Seven นั้น สถานที่ในการดำเนินเรื่องทั้งหมดมีกี่ที่ รู้แล้วรีบตอบเข้ามาด่วน ของรางวัลรออยู่.....

5)ผลงานชุด The Big Apple ของ ศิลปินวง Big Apple

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายมีการนำเสนอทีเซอร์และสปอตบอกวันวาง 1 ครั้ง ในวันที่ 5 ก.ย.43 และในช่วงผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสปอตโฆษณาและมิวสิควีดีโอเพลงฉันไม่ได้เอาอะไรมาเลย 1 ครั้ง ในวันที่ 28 ก.ย.43

6) ผลงานชุด คัลเลอร์ฟูล ของ นัท มีเรีย

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายนำเสนอทีเซอร์เปิดตัว 2 ครั้ง ในวันที่ 1,8 ก.ย.43 และสปอตโฆษณาบอกวันวาง จำนวน 2 ครั้ง วันที่ 7,14 ก.ย.43 ส่วนช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย นำเสนอ สปอตโฆษณา และ มิวสิควีดีโอ เพลง ทายปัญหาและ ผู้ชายคนนั้นฉันให้เธอ รวม 3 ครั้ง ในวันที่ 21 ก.ย ,5,26 ต.ค.43 และนอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์ศิลปิน นัท มีเรีย ในวันที่ 21 ก.ย.43 โดยเน้นประเด็นการสัมภาษณ์เน้นเรื่องแนวคิดผลงานเพลงเพื่อต้องการจะนำเสนอความแตกต่างที่แปลกใหม่ในอัลบั้มชุดนี้ที่มาพร้อมกับสีสัน ดังรายละเอียดในบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

บทสัมภาษณ์ นัท มีเรีย ในรายการ เกมฮอต เพลงฮิต

สมพล : ดีใจมากเลยที่วันนี้ นัท มีเรีย ให้เกียรติมาสัมภาษณ์ในรายการเรา

นัท : ตั้งใจจะมาอยู่แล้วค่ะ ....

สมพล : ไหนลองเล่าถึง การทำงานที่ว่ามีการเปลี่ยนแปลงในอัลบั้มชุดนี้ให้ฟังหน่อย

นัท : ในอัลบั้มชุดนี้ ก็จะเห็นนัทแตกต่างไปจากชุดที่ผ่านมา อย่างเสื้อผ้า ก็จะมีหลายแบบ ไม่ว่าจะแขนสั้น แขนกุด เสื้อกล้าม มีครบทุกสีเลย ทรงผมก็ซอยสั้นดูแปลกตาไปอีกแบบ แรกๆ นัทเองก็ไม่ชิน

สมพล : แล้วในเรื่องของผลงานเพลงล่ะครับ เป็นยังไงบ้าง

นัท : ก็มีความหลากหลายขึ้นนะ มีหลายอารมณ์ ทั้งเพลงช้า เพลงเร็ว แล้วก็เพลงเต้นสนุกสนาน ตามสไตส์ที่นัทชอบ ยังไงก็อย่าลืมติดตามนะค่ะ นัท มีอะไรมาให้เซอร์ไพร์สเยอะเลยค่ะ เตรียมมาให้เพื่อนๆ ได้สนุกกัน แต่จะเป็นอะไรนั้น ต้องติดตามชมกันให้ได้นะค่ะ

7) ผลงานชุด ชวนชิม ของ นาร์วิน ต้าร์

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอ สปอตโฆษณา 3 ครั้ง และ มิวสิควีดีโอ เพลงชิม 2 ครั้ง ในวันที่ 7,14 ธ.ค.43 สำหรับมิวสิควีดีโอเพลงชิม นั้นเป็นเพลงเต้นที่เน้นจังหวะสนุกสนาน ที่มีเนื้อหาตรงกับแนวคิดผลงานเพลงในอัลบั้มชุดนี้ ซึ่ง รัชตะ สมบัติไพบูลย์ ให้สัมภาษณ์ว่า

" สำหรับมิวสิควีดีโอเพลงแรกที่เราคัดเลือกมาเป็นเพลงที่ใช้เปิดตัวอัลบั้ม ก็คือ เพลงชิม ซึ่งเป็นเพลงที่มีชื่อเดียวกับอัลบั้ม สาเหตุที่เลือกเพลงนี้มาเป็นเพลงแรก มันก็ไม่มีอะไรมากนะ เป็นเพราะว่าเนื้อหาของเพลงตรงกับคอนเซ็ปต์ผลงานเพลงในอัลบั้มชุดนี้มากกว่า คือเราอยากให้คนฟังเข้ามาลองชิม ลิ้มรสกับผลงานเพลงชุดใหม่ของต้าร์ ก็เลยได้ไอเดียว่าน่าจะใช้เพลงที่มีเนื้อหาท้าทายมาเป็นเพลงเปิดตัวอัลบั้ม ส่วนเนื้อหาในมิวสิควีดีโอนั้นไม่ได้มีเรื่องราวอะไรมากมาย ส่วนใหญ่จะหนักไปที่ภาพการโปรโมทนักร้องมากกว่า " (สัมภาษณ์ รัชตะ สมบัติไพบูลย์ , Promotion Manager บริษัท เมกเกอร์เฮด จำกัด , 21 พฤษภาคม 2544)

ภาพที่ 5.25 ตัวอย่างภาพในมิวสิควีดีโอ เพลงชิม

ส่วนช่วงที่ผลงานวางจำหน่ายแล้ว นำเสนอสปอตโฆษณาอีกจำนวน 5 ครั้ง และ มิวสิควีดีโอเพลงน้ำน้อยแพ้ไฟ+สะกดใจ จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 21,28ธ.ค.43

8) **ผลงานชุด** China More **ของศิลปินวง** China Dolls

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย มีการนำเสนอสปอตโฆษณา 2 ครั้ง ในวันที่ 7,14 ธ.ค.43 และ ในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย นำเสนอมิวสิควีดีโอเพลง คนหน้าม. จำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 21 ธ.ค 43 และ มีการสัมภาษณ์ศิลปินในวันที่ 21 ธ.ค.43 ซึ่งเป็นเทปบันทึกการสัมภาษณ์ ทั้งนี้เนื่องจาก ศิลปินติดคิวโชว์ตัวที่ประเทศไต้หวัน จึงไม่สามารถมาร่วมให้สัมภาษณ์ได้ ส่วนประเด็นในการสนทนานั้นเน้นความสามารถในการมีส่วนร่วมของศิลปินในการทำงานเพลงชุดนี้ รายละเอียดดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

บทสัมภาษณ์ ศิลปินวง ไชน่า ดอลล์ ในรายการเกมฮอตเพลงฮิต
(ออกอากาศวันที่ 21 ธันวาคม 2543)

สมพล : ในอัลบั้มชุดนี้ ทั้งเบลล์ และ หวาหว่า มีส่วนร่วมในการทำงานยังไงบ้างครับ

เบลล์ : อัลบั้มชุดนี้ นอกจากจะร้องคอรัสแล้ว พวกเราสองคนยังมีส่วนร่วมในการแต่งเนื้อร้องด้วยถึง 3 เพลง คือ เพลง หมาหมา , หนี่ไท้เฉี่ยว และ เพลง น้อย น้อย หน่อย และก็ช่วงท่อนแร็พจีนบ้าง

หวาหว่า : มันก็เป็นงานที่สนุกนะค่ะ อยากลองทำมานานแล้ว แต่พอเอาเข้าจริงก็ยากเหมือนกัน เพราะต้องแต่งเนื้อร้อง ทำนอง และ เนื้อหาให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ก็ดีค่ะ ถือเป็นประสบการณ์ ได้ฝึกตัวเองด้วย

นอกจากนี้ยังมีการนำผลงานเพลง คนหน้าม. เป็นปริศนาเกมในรายการด้วยการทายปัญหาเกี่ยวกับภาพมิวสิควีดีโอ แล้วให้ผู้ชมทางบ้านตอบคำถาม ในวันที่ 21 ธ.ค.43รูปแบบการนำเสนอดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้ผู้ชมสนใจและตั้งใจในการชมมิวสิควีดีโอแต่ละเพลง เป็นประเด็นสำคัญ

<u>ตัวอย่าง</u> คำถาม ในมิวสิควีดีโอเพลง คนหน้าม. ของ ศิลปินวง China Dolls มีคนนั่งรออยู่ที่ป้ายรถเมล์ทั้งหมดกี่คน ...รู้แล้วรีบตอบคำถามเข้ามาด่วน....

9) **ผลงานชุด** X-Ray **ของ ปีเตอร์**

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสปอตโฆษณาเพียง 1 ครั้ง ใน วันที่ 28 ก.ย.43 โดยในช่วงผลงานเพลงวางจำหน่ายนำเสนอ สปอตโฆษณาอีกจำนวน 4 ครั้ง และมิวสิควีดีโอเพลง จะรักกันนานเท่าไหร่ รวม 3 ครั้ง ในวันที่ 12,26 ต.ค , 2 พ.ย.43 และ มีการสัมภาษณ์ในวันที่ 5 ต.ค.43 ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

บทสัมภาษณ์ ปีเตอร์ ในรายการเกมฮอต เพลงฮิต

สมพล : ศิลปินรับเชิญของเราวันนี้ เป็นศิลปินหนุ่มรูปหล่อ ขวัญใจวัยรุ่นที่เรียกเสียงกรี๊ดกร๊าดจากสาวๆ ได้ดังเป็นพิเศษ เขาคนนั้นคือ ปีเตอร์ คอร์ปไดเรนดัล เป็นไงบ้างครับกับผลงานเพลงชุดใหม่ล่าสุด X-Ray คอนเซ็ปต์ชุดนี้เป็นยังไง

ปีเตอร์ : ก็เป็นแนวป๊อปร็อกเหมือนเดิม แต่ดนตรีมีสีสันขึ้น ทั้งทรัมเป็ตแล้วก็โซโล

สมพล : เนื้อหาของเพลงในอัลบั้มชุดนี้พูดถึงอะไร

ปีเตอร์ : ก็จะพูดถึงในเรื่องของความรักเยอะเหมือนกัน เรื่องนี้พูดถึงแล้วจะโดนใจคนมาก เพราะเป็นสิ่งที่ทุกคนสัมผัสได้ (หัวเราะ)

สมพล : แล้วทำไมถึงใช้ชื่ออัลบั้มว่า X-ray

ปีเตอร์ : ก็เป็นการนำเอาเรื่องราวของเตอร์มาเป็นเพลงต่างๆ ให้แฟนเพลงได้รู้จักเรามากขึ้น อัลบั้มชุดนี้ก็เลยเหมือนเอ็กซ์เรย์ตัวเตอร์ออกมา

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้น จะเห็นได้ว่า หัวข้อการสัมภาษณ์ศิลปินในช่วงที่มีผลงานนั้น มุ่งประเด็นที่ แนวคิดผลงานเพลง และ เนื้อหาของเพลงที่นำเสนอเรื่องราวความเป็นตัวตนของศิลปินเป็นหลัก

10) **ผลงานชุด** Inside Out **ของ หนุ่ย นันทกานต์**

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสกู๊ปเปิดตัว 1 ครั้ง ในวันที่ 13 ก.ค. 43 และ ช่วงผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสปอตโฆษณาและ มิวสิควีดีโอเพลง เธอหมดใจ จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 20 ก.ค.และ 3 ส.ค.43

11) ผลงานชุด Room 99 ของ ศิลปินวง Room 99

ในช่วงแรกนำเสนอสกู๊ปและมิวสิควีดีโอเพลงเจ้าจำปี 1 ครั้ง ในวันที่ 24 ส.ค.43 และ ในช่วงผลงานวางจำหน่าย มีการสัมภาษณ์ในวันที่ 31 ส.ค. 43 โดยประเด็นในการสัมภาษณ์นำเสนอเกี่ยวกับการกลับมาของศิลปินหนุ่ม ลีโอ พุฒิ ในฐานะศิลปินวง และ การทำงานร่วมกันในนามวง Room 99 โดยเน้นประเด็นการสัมภาษณ์พูดคุยเกี่ยวกับการทำงานในผลงานเพลงชุดนี้ เป็นหลัก ดังรายละเอียดของบทสัมภาษณ์ที่ปรากฏต่อไปนี้

บทสัมภาษณ์ ลีโอ พุฒ กับ อัลบั้ม Room 99 ในรายการเกมฮอตเพลงฮิต (ออกอากาศวันที่ 31 สิงหาคม 2543)

สมพล : การกลับมาคราวนี้ ไม่เหมือนทุกครั้งที่ผ่านมา รู้สึกยังไงบ้างครับกับการทำงานเป็นทีม จะทำให้เราสูญเสียความเป็นศิลปินเดี่ยวไปหรือเปล่า

ลีโอ พุฒ : การรวมตัวกันเป็นกลุ่มนั้น ผมไม่ได้มองเรื่องการสูญเสียความเป็นศิลปินเดี่ยว เพราะ พุฒ คิดว่า การเล่นดนตรีหลาย ๆ คน มันสนุกกว่า และ การทำงานหัวเดียวมันก็ดีสู้กับการทำงานหลายหัวไม่ได้อยู่แล้ว ดังนั้น งานเพลงชุดนี้ พุฒ ถือว่าเป็นงานที่ค่อนข้างจะลงตัวอย่างมาก เพราะว่าเป็นงานที่พวกเราทุกคนช่วยกันทำและมันได้ในสิ่งที่เราต้องการ

สมพล : คำว่า ลองเชิงแฟน ๆ ในที่นี้ หมายความว่ายังไงครับ พุฒ

ลีโอ พุฒ : ลองเชิง ในที่นี้มันก็เหมือนกับลองใจคนฟังด้วย ว่า เมื่อก่อน พุฒ ออกเดี่ยวและตอนนี้มาเป็นกลุ่มแฟนๆ ยังให้การต้อนรับดีเหมือนเดิมมากน้อยขนาดไหน

สมพล : ดีครับดี ให้มันรู้กันไปเลยว่าจะรักกันจริงหรือเปล่า แล้ว Room 99 ล่ะคืออะไร

ลีโอ พุฒ : ก็คือชื่อวงของพวกเรา เพราะรู้สึกว่ามันเป็นชื่อที่เรียกง่ายและมีความน่ารัก ไม่มีอะไรมา 99 เพราะเลขสวยดีครับ

12) ผลงานชุด คนใช้ชีวิต ของ เสือ ธนพล อินทฤทธิ์

ในช่วงที่ผลงานวางจำหน่ายนำเสนอสปอตโฆษณา และ มิวสิควีดีโอเพลง รักเดียวใจเดียว 1 ครั้ง วันที่ 28ก.ย 43 , และเพลง หัวใจเดียวกัน 2 ครั้ง ในวันที่ 5,26 ต.ค.43

13) **ผลงานชุด คนเดินถนน ของ พลพล**

ในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย มีการนำเสนอสปอตโฆษณาบอกวันนี้ 2 ครั้ง ในวันที่ 14 ก.ย. และ 12 ต.ค.43 , มิวสิควีดีโอเพลง ห่วงใย 1 ครั้ง ในวันที่ 28 ก.ย 43 และ สกู๊ปตอกย้ำความนิยม 1 ครั้ง ในวันที่ 12 ต.ค.43 รายละเอียดในสกู๊ปเน้นประเด็นเรื่องความนิยมของผลงานเพลงชุดคนเดินถนน รายละเอียดดังปรากฏในสกู๊ปต่อไปนี้

เพลง	...คนเดินถนน...
โฆษก	เริ่มต้นแค่คนเดินถนนธรรมดาๆ แต่มาด้วยใจที่เต็มร้อย เตรียมพร้อมและรอคอยมาตลอดชีวิต เพื่อการร้องเพลง
สัมภาษณ์	ทีมงานโปรดิวเซอร์ (พี่เป้า – พี่ใหญ่ – พี่เก้ – พี่หมี) เรื่องเสียงพลพล
เพลง	..ห่วงใย...
โฆษก	เพลงแล้วเพลงเล่าทยอยเข้าสู่ความนิยมอย่างต่อเนื่องจนถึงวันนี้ นับเป็นอีกหนึ่งงานดนตรีที่น่าฟังทั้งอัลบั้ม และ ได้รับความนิยมอย่างสูงแห่งปี
โฆษก	คือ บทพิสูจน์ว่า .. พรสวรรค์และพลังที่เต็มเปี่ยม บวกกับ งานเพลงที่มีคุณภาพย่อมสร้างความสำเร็จที่สง่างามและสมศักดิ์ศรี พลพล คนเดินถนน วันนี้ จีนี่ เรคคอร์ดส

14) **ผลงานรวมฮิตชุด** Extra Hot & Extra Cool

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายนำเสนอ สปอตโฆษณา 1 ครั้ง ในวันที่ 20 ก.ค.43 และในช่วงวางจำหน่าย 1 ครั้ง ในวันที่ 1 ส.ค.43

15) **ผลงานรวมฮิตชุด** The Best of Grammy

ในช่วงผลงานวางจำหน่ายนำเสนอสปอตโฆษณา จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 21 , 28 พ.ย.43

4. **<u>รายการ</u>** <u>Meet Music</u> นำมาใช้ส่งเสริมผลงานเพลง ดังต่อไปนี้

1) **ผลงานชุด** City Woman **ของ แอม เสาวลักษณ์**

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายนำเสนอสกู๊ปเปิดตัว 1 ครั้ง ในวันที่ 23 มิ.ย.43 , สปอตโฆษณาวันนี้ วันที่ 30 มิ.ย.43 และ ในช่วงที่ผลงานวางจำหน่ายแล้ว นำเสนอ มิวสิควีดีโอเพลง สวัสดีความรัก จำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 17 ก.ค.43

2) **ผลงานชุด** Extra Mild **ของ แอน ธิติมา ประทุมทิพย์**

ในช่วงแรกมีการนำเสนอสปอตและสกู๊ปเปิดอัลบั้ม จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 14,21 ก.ย 43 และ ในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย มีการนำเสนอสปอตโฆษณาวันนี้ จำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 29 ก.ย , 27 ต.ค ,1 ธ.ค.43 และ นำเสนอมิวสิควีดีโอ เพลงเสียงของหัวใจ 2 ครั้ง ในวันที่ 29 ก.ย และ 27 ต.ค.43

3) **ผลงานชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ ของ เบิร์ด ธงไชย**

ในช่วงผลงานวางจำหน่ายแล้ว มีการนำเสนอ สปอตโฆษณา จำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 8,15,29 ธ.ค.43 และ นำเสนอ มิวสิควีดีโอเพลง พรหมลิขิต จำนวน 3 ครั้ง วันที่ 8,15,29 ธ.ค.43

4) **ผลงานชุด** Seven **ของ ศิลปินวง** SEVEN

ในช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่าย นำเสนอ สกู๊ปและสปอตบอกวันวาง จำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 24 พ.ย 43 ส่วนในช่วงผลงานวางจำหน่ายแล้ว นำเสนอสปอตโฆษณา จำนวน 3 ครั้ง และ มิวสิควีดีโอ เพลง ความรักทั้งเจ็ด 3 ครั้ง ในวันที่ 1,15,22 ธ.ค. 43 และ มิวสิควีดีโอเพลงเหตุการณ์ไม่เคยเปลี่ยน 1 ครั้ง ในวันที่28 ธ.ค.43

5) ผลงานชุด คัลเลอร์ฟูล ของ นัท มีเรีย

ในช่วงผลงานวางจำหน่ายนำเสนอสปอตโฆษณาวันนี้ จำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 29 ก.ย, 20,26 ต.ค.43 และ มิวสิควีดีโอเพลง ทายปัญหา จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 29 ก.ย, 26 ต.ค.43

6) ผลงานชุด X-Ray ของ ปีเตอร์

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายนำเสนอทีเซอร์เปิดตัว 2 ครั้ง ในวันที่ 22,29 ก.ย43 และในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสปอตโฆษณา จำนวน 4 ครั้ง ในวันที่ 6,20 ต.ค.43 , 3,17 พ.ย43 และ นำเสนอมิวสิควีดีโอ เพลง เรามาประท้วง จำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 20 ต.ค.,3,17 พ.ย 43

7) ผลงานชุด Inside Out ของ หนุ่ย นันทกานต์

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสกู๊ปเปิดตัว จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 7,14 ก.ค.43 และ ในช่วงผลงานวางจำหน่าย นำเสนอ สปอตโฆษณาจำนวน 4 ครั้ง และ มิวสิควีดีโอเพลง เธออยู่ไหน จำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 21,28 ก.ค,4 ส.ค.43

8) ผลงานชุด Fly 2 U ของศิลปินวง Fly

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสปอตโฆษณา จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 7 ส.ค.43 และ ในช่วงวางจำหน่าย นำเสนอ สปอตโฆษณา จำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 18,22,29 ส.ค.43

9) ผลงานชุด คนใช้ชีวิต ของ เสือ

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอทีเซอร์เปิดตัว จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 8,15 ก.ย 43 และ ในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย นำเสนอ สปอตโฆษณาจำนวน และ มิวสิควีดีโอเพลง รักเดียวใจเดียว , หัวใจเดียวกัน รวมทั้งหมด 6 ครั้ง ในวันที่ 22,29 ก.ย , 6,13,20,27 ต.ค.43

10) **ผลงานชุด คนเดินถนน ของ พลพล**

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสกู๊ปเปิดตัว จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 11,18 ส.ค.43 และ ในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย นำเสนอ สปอตโฆษณา จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 1,29 ก.ย 43

11) **ผลงานรวมฮิต** Extra Hot & Extra Cool

ในช่วงผลงานวางจำหน่ายนำเสนอสปอตโฆษณาจำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 4,11 ส.ค.43

12) **ผลงานรวมฮิต** Grammy Superstar

ในช่วงผลงานวางจำหน่ายนำเสนอสปอตโฆษณาจำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 6,13 ต.ค.43

13) **ผลงานรวมฮิต** The Best Of Grammy

ในช่วงผลงานวางจำหน่ายนำเสนอสปอตโฆษณาจำนวน 2 ครั้ง วันที่ 23,30 พ.ย.43

5.**<u>รายการคอนเสิร์ตทีวี 5</u>** นำมาใช้ในการส่งเสริมผลงานเพลงในรูปแบบของการนำเสนอภาพการแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินต่างๆ ดังนี้

-ศิลปิน แอม เสาวลักษณ์ ผลงานชุด City Woman (30 กรกฎาคม43)

-ศิลปิน หนุ่ย นันทกานต์ ผลงานชุด Inside Out (6 ส.ค.43)

-ศิลปินวง Room 99 ผลงานชุด Room 99 (3 กันยายน 43)

-ศิลปินวง Fly ผลงานชุด Fly 2 U (24 กันยายน 43)

-ศิลปิน นัท มีเรีย ผลงานชุด คัลเลอร์ฟูล (8 ตุลาคม 43)

-ศิลปิน พลพล ผลงานชุด คนเดินถนน (22 ตุลาคม 43)

-ศิลปินวง Big Apple ผลงานชุด The Big Apple (15 ตุลาคม 43)

-ศิลปินวง ปีเตอร์ ผลงานชุด X-ray (12 พฤศจิกายน 43)

-ศิลปิน แอน ธิติมา ประทุมทิพย์ ผลงานชุด Extra Mild (3 ธันวาคม 43)

-ศิลปิน นาร์วิน ต้าร์ ผลงานชุด ชวนชิม (17 ธันวาคม 43)

-ศิลปินวง China Dolls ผลงานชุด China More (24 ธันวาคม 43)

-ศิลปินวง SEVEN ผลงานชุด SEVEN (31 ธันวาคม 43)

6.**<u>รายการแฮปปี้เบิร์ดเดย์</u>** นำมาใช้ในการส่งเสริมผลงานเพลงในรูปแบบของการถ่ายทอดการแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินต่างๆ เช่นเดียวกับ รายการคอนเสิร์ตทีวี 5 ได้แก่

-ศิลปินวง Room 99 ผลงานชุด Room 99 (3 กันยายน 43)

-ศิลปินวง Fly ผลงานชุด Fly 2 U (10 กันยายน 43)

-ศิลปิน พลพล ผลงานชุด คนเดินถนน (8 ตุลาคม 43)

-ศิลปิน ธนพล ผลงานชุด คนใช้ชีวิต (15 ตุลาคม 43)

-ศิลปิน แอน ธิติมา ประทุมทิพย์ ผลงานชุด Extra Mild (22 ตุลาคม 43)

-ศิลปินปีเตอร์ คอร์ปไดเรนดัล ผลงานชุด X-Ray (7 พฤศจิกายน 43)

-ศิลปินวง Dragon 5 ผลงานชุด Dragon 5 (26 พฤศจิกายน 43)

นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอ สปอตโฆษณา ผลงานเพลงชุดต่างๆ ดังนี้

1) **ผลงานชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ ของ ธงไชย** ในช่วงผลงานวางจำหน่าย จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 24 ,31 ธ.ค 43

2)**ผลงานชุด** SEVEN **ของศิลปินวง** SEVEN ช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย 2 ครั้ง วันที่ 17,24 พ.ย43 ในช่วงผลงานวางจำหน่าย จำนวน 2 ครั้ง วันที่ 16,23 ธ.ค.43

3) **ผลงานชุด** China More **ของ ศิลปินวง** China Dolls ในช่วงผลงานวางจำหน่ายจำนวน 2 ครั้ง วันที่ 24,31 ธ.ค.43

4) **ผลงานชุด** Dragon 5 **ของ ศิลปินวง** Dragon 5 ในช่วงผลงานวางจำหน่าย จำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 3,10,17 ธ.ค.43

5) **ผลงานชุด** X-ray **ของ ศิลปินวง ปีเตอร์** ในช่วงผลงานวางจำหน่าย จำนวน 2 ครั้งในวันที่16 ต.ค. และ 12 พ.ย.43

6) **ผลงานชุด** Fly 2 U **ของ ศิลปินวง** Fly ในช่วงผลงานวางจำหน่าย จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 20,27 ส.ค.43

7) **ผลงานรวมฮิตชุด** Easytime ในช่วงก่อนวางจำหน่าย 1 ครั้ง วันที่ 17 ต.ค.43 และ ช่วงผลงานวางจำหน่าย 1 ครั้ง ในวันที่ 24 ต.ค.43

8) **ผลงานรวมฮิตชุด** The Best of Grammy ในช่วงก่อนวางจำหน่าย 1 ครั้งในวันที่ 12 พ.ย.43 และ ในช่วงผลงานวางจำหน่าย 1 ครั้ง วันที่ 26 พ.ย 43

7. <u>**รายการวันจันทร์วันแจม**</u> นำมาใช้ส่งเสริมผลงานเพลง ดังนี้

1) **ผลงานชุด** City Woman **ของ แอม เสาวลักษณ์**

ในช่วงก่อนวางจำหน่าย นำเสนอ สกู๊ป และ สปอตโฆษณาบอกวันวาง 1 ครั้ง ในวันที่ 26 มิ.ย 43 และ ในช่วงผลงานวางจำหน่าย นำเสนอ สปอตโฆษณา จำนวน 4 ครั้ง และ มิวสิควีดีโอเพลง สวัสดีความรัก จำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 11 ก.ค. 43 และ เพลงคิดถึงคนแปลกหน้า จำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 31 ก.ค. 43

2) **ผลงานชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ ของ ธงไชย**

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย มีการนำเสนอสกู๊ปและสปอตโฆษณาบอกวันวาง 2 ครั้ง ในวันที่ 27 พ.ย. และ 4 ธ.ค.43 ส่วนในช่วงที่ผลงานเพลงวางจำหน่ายแล้วมีการนำเสนอ สปอตโฆษณาและมิวสิควีดีโอเพลง เพลงบ้านหลังน้อย จำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 18 ธ.ค43

3) **ผลงานชุด** Seven **ของศิลปินวง** SEVEN

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายนำเสนอทีเซอร์เปิดตัว ในวันที่ 13 พ.ย.43 และ สปอตโฆษณาบอกวันวาง 2 ครั้งในวันที่ 14,20 พ.ย 43 ส่วนในช่วงที่ผลงานวางจำหน่ายแล้ว มีการนำสปอตโฆษณาวันนี้ จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 4,18 ธ.ค.43 และ มิวสิควีดีโอเพลง กลับมาหาเพื่อน จำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 5,12,19, ธ.ค.43

4) **ผลงานชุด คัลเลอร์ฟูล ของ นัท มีเรีย**

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสปอตโฆษณาบอกวันวาง จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 4,18 ก.ย 43 และ ในช่วงผลงานวางจำหน่าย นำเสนอ สปอตโฆษณา และ มิวสิควีดีโอเพลง ผู้ชายคนนั้นฉันให้เธอ 1 ครั้ง ในวันที่ 16 ต.ค.43

5) **ผลงานชุด X-Ray ของ ปีเตอร์ คอร์ปไดเรนดัล**

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอ ทีเซอร์เปิดตัวอัลบั้มใหม่ และ สปอตโฆษณา ในวันที่ 3 ต.ค.43 และ ในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสปอตโฆษณา และ มิวสิควีดีโอ เพลง เอ็กซ์เรย์ และ จะรักกันนานเท่าไหร่ จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 23,30 ต.ค.43

6) **ผลงานชุด คนเดินถนน ของ พลพล**

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสกู๊ปเปิดตัวและสปอตโฆษณาบอกวันวาง ในวันที่ 21 ส.ค.43 และ ในช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสปอตโฆษณา จำนวน 4 ครั้ง , มิวสิควีดีโอเพลง คนเดินถนน ห่วงใย และ ผู้ชายคนนี้ จำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 28 ส.ค , 4 ก.ย และ 23 ต.ค.43 นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอสกู๊ปเพื่อสร้างกระแสความนิยมอีก 1 ครั้ง ในวันที่ 2 ต.ค.43

7) **ผลงานชุด คนใช้ชีวิต ของ เสือ ธนพล**

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอทีเซอร์และสปอตบอกวันวาง 1 ครั้ง ส่วนในช่วงที่ผลงานวางจำหน่ายแล้ว มีการนำเสนอสปอตโฆษณา และ มิวสิควีดีโอเพลง รักเดียวใจเดียว จำนวน 5 ครั้ง ในวันที่ 25 ก.ย , 2,9,23,30 ต.ค.43

8) **ผลงานรวมฮิตชุด** Yes

ในช่วงก่อนวางจำหน่ายนำเสนอสปอตโฆษณาบอกวันวาง 1 ครั้งในวันที่ 18 ต.ค.43 และในช่วงที่ผลงานวางจำหน่ายในวันที่ 5 พ.ย.43

9) **ผลงานรวมฮิตชุด** The Best of Grammy

ในช่วงผลงานวางจำหน่ายมีการนำเสนอสปอตโฆษณา จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 27 พ.ย. และ 11 ธ.ค.43

8. **<u>รายการ</u>** <u>Teen Center</u> ถูกนำมาใช้ส่งเสริมผลงานเพลง ดังนี้

1) **ผลงานชุด** Extra Mild **ของ แอน ธิติมา**

ในช่วงก่อนเทปวางจำหน่ายมีการนำเสนอสปอต และ สกู๊ปเปิดตัวอัลบั้มใหม่ 2 ครั้ง ในวันที่ 5,19 ก.ย.43 ส่วนในช่วงที่ผลงานวางจำหน่ายแล้ว นำเสนอสปอตโฆษณาวันนี้ 4 ครั้ง , นำเสนอมิวสิควีดีโอเพลง ฉันขอโทษ และ เสียงของหัวใจ 3 ครั้ง ในวันที่ 10,24,30 ต.ค.43 ซึ่งนอกจากนี้ยังมีการพาไปชมเบื้องหลังการถ่ายทำมิวสิควีดีโอ เพลงจดหมายจากพระจันทร์ ในวันที่ 21 พ.ย 43

2) **ผลงานชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ ของ ธงไชย**

ในช่วงที่ผลงานวางจำหน่ายแล้ว มีการนำเสนอ สปอตโฆษณา 1 ครั้ง ในวันที่ 19 ธ.ค.43 และ มิวสิควีดีโอเพลง พรหมลิขิต จำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 12 ธ.ค 43

3) **ผลงานชุด** SEVEN **ของศิลปินกลุ่ม** SEVEN

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่ายนำเสนอสปอตและมิวสิควีดีโอเพลงความรักทั้งเจ็ด 1 ครั้ง ในวันที่ 21 พ.ย 43 ส่วนช่วงที่ผลงานวางจำหน่ายแล้ว นำเสนอ สปอตโฆษณา 3 ครั้ง และ มิวสิควีดีโอเพลง กลับมาหาเพื่อน , อกหักใช่มั้ย จำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 5,12 ธ.ค.43 นอกจากนี้ยังนำเสนอเบื้องหลังการถ่ายทำ มิวสิควีดีโอ เพลงความรักทั้งเจ็ด ในวันที่ 12 ธ.ค 43

4) **ผลงานชุด** The Big Apple **ของศิลปินวง** Big Apple

ในช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่าย นำเสนอทีเ.ซอร์เปิดตัวศิลปิน 3 ครั้ง ในวันที่ 1,15,29 ส.ค.43 ส่วนในช่วงที่ผลงานวางจำหน่ายนำเสนอสปอตโฆษณา 3 ครั้ง และ มิวสิควีดีโอเพลง ฉันไม่ได้เอาอะไรมาเลย 4 ครั้ง ในวันที่ 12,19 ก.ย , 6,20 ต.ค.43

5) **ผลงานชุด ชวนชิม ของ นาร์วิน ต้าร์**

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสปอตโฆษณา 3 ครั้ง , สกู๊ปเปิดตัว 2 ครั้ง และมิวสิควีดีโอเพลง ชวนชิม 1 ครั้ง ในวันที่ 12 ธ.ค.43 ส่วนช่วงที่ผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสปอตโฆษณา 2 ครั้ง และ มิวสิควีดีโอเพลง น้ำน้อยแพ้ไฟ+สะกดใจ 3 ครั้ง นอกจากนี้ยังพาไปชมเบื้องหลังมิวสิควีดีโอเพลงดังกล่าว ในวันที่ 26 ธ.ค.43

6) **ผลงานชุด** China More **ของศิลปินวง** China Dolls

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอ ทีเซอร์เปิดตัวอัลบั้ม 1 ครั้ง วันที่ 5 ธ.ค43 และช่วงผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสปอตโฆษณา 3 ครั้ง และ มิวสิควีดีโอ เพลง คนหน้าม. และ หนี่เฉี่ยวไท้ 2 ครั้ง วันที่ 20,27 ธ.ค 43

7) **ผลงานชุด** Dragon 5 **ของ ศิลปินวง** Dragon 5

ในช่วงก่อนวางจำหน่ายนำเสนอทีเซอร์เปิดตัว 1 ครั้ง , สปอตโฆษณา และ สกู๊ปแนะนำศิลปิน 2 ครั้ง ในวันที่ 31 ต.ค , 14 พ.ย.43 ส่วนในช่วงผลงานวางจำหน่ายนำเสนอเบื้องหลังการถ่ายทำทีเซอร์เปิดตัว ในวันที่ 23 พ.ย 43 , สปอตโฆษณา 5 ครั้ง และ มิวสิควีดีโอเพลง Non Stop , หยุดหลอกตัวเอง และ อยากดีกว่านี้ จำนวน 4 ครั้ง

8) **ผลงานชุด** X-Ray **ของ ปีเตอร์**

ในช่วงก่อนวางจำหน่าย นำเสนอ สปอตโฆษณาบอกวันวาง 2 ครั้ง ในวันที่ 21 ก.ย , 4 ต.ค 43 และ ช่วงผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสปอตโฆษณา และ มิวสิควีดีโอเพลง เรามาประท้วง , ฝากเอาไว้ก่อน รวม 3 ครั้ง วันที่ 10,17 ต.ค.43

9) **ผลงานชุด** Room 99 **ของ ศิลปินวง** Room 99

ในช่วงก่อนวางจำหน่ายนำเสนอสกู๊ปเปิดตัว 1 ครั้ง , สปอตโฆษณา 2 ครั้ง และ มิวสิควีดีโอเพลง เจ้าจำปี ในวันที่ 29 ส.ค. 43 ส่วนช่วงที่ผลงานวางจำหน่ายแล้ว นำเสนอสปอตโฆษณา และ มิวสิควีดีโอเพลง เข้าไม่กลัว และ มือเปล่า รวม 3 ครั้ง ในวันที่ 5,12,26 ก.ย.43

9. **<u>รายการแบบว่าโลกเบี้ยว</u>** เนื่องจากช่วงเวลาในการออกอากาศมีจำกัดเพียง 30 นาที จึงไม่สามารถนำเสนอมิวสิควีดีโอได้มากนัก จากการศึกษาพบว่า มีการนำเสนอมิวสิควีดีโอ ผลงานของศิลปิน ดังนี้

- มิวสิควีดีโอผลงานชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ ของ ธงไชย แมคอินไตย์ (4 ครั้ง)
- มิวสิควีดีโอผลงานชุด SEVEN ของศิลปินวง SEVEN (2 ครั้ง)
- มิวสิควีดีโอผลงานชุด ชวนชิม ของ นาร์วิน ต้าร์ (1 ครั้ง)
- มิวสิควีดีโอผลงานชุด China More ของ ศิลปินวง China Dolls (2 ครั้ง)
- มิวสิควีดีโอผลงานชุด X-Ray ของ ปีเตอร์ (3 ครั้ง)
- มิวสิควีดีโอผลงานชุด Inside Out ของ หนุ่ย นันทกานต์ (1 ครั้ง)
- มิวสิควีดีโอผลงานชุด คนเดินถนน ของ พลพล (3 ครั้ง)

10. **<u>รายการเพลงติดดาว</u>** เป็นรายการเพลงที่นำเสนอผลงานเพลงแนวลูกทุ่ง หมอลำ เป็นหลัก ด้วยข้อจำกัดในเรื่องรูปแบบรายการ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า มีการนำเสนอผลงานเพลง ของศิลปิน 2 คนเท่านั้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) **ผลงานชุด เพลงรักล้านนา ของ เท่ห์ อุเทน**

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสปอตโฆษณาบอกวันวาง 2 ครั้ง ในวันที่ 23 ส.ค และ 6 ก.ย 43 และ ในช่วงผลงานวางจำหน่ายนำเสนอ สปอตโฆษณาวันนี้อีกจำนวน 10 ครั้ง และนำเสนอมิวสิควีดีโอเพลง พี่สาว , มิดะ รวมจำนวน 6 ครั้ง ในวันที่ 13,20,27 ก.ย , 4,18,25 ต.ค.43

2) ผลงานชุด ลูกทุ่งไทยแลนด์ ของ ก็อต จักรพรรณ์

ในช่วงก่อนผลงานวางจำหน่าย นำเสนอสกู๊ปเปิดตัว 2 ครั้ง , สปอตโฆษณาบอกวันวาง 4 ครั้ง และ ในช่วงผลงานวางจำหน่ายมีการนำเสนอ มิวสิควีดีโอเพลงแม่อยากอุ้มหลาน จำนวน 4 ครั้ง ในวันที่ 15,22 พ.ย , 6,20 ธ.ค 43 และ นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอภาพการแสดงคอนเสิร์ตในช่วงเคาะข่าวสด ในวันที่ 6 ธ.ค.43

ภาพที่ 5.26 ตัวอย่างภาพมิวสิควีดีโอ แม่อยากอุ้มหลาน

จากข้อเท็จจริงที่ปรากฏข้างต้น เกี่ยวกับการใช้สื่อโทรทัศน์ในรายการเพลงต่างๆ จะเห็นได้ว่า รายการเพลงแต่ละรายการถูกนำมาใช้ในการส่งเสริมผลงานเพลงไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ รูปแบบการนำเสนอรายการ แนวเพลง และ กลุ่มเป้าหมายรายการ เป็นหลัก

11.**<u>รายการเกมโชน</u>** เป็นรายการเกมโชว์ที่นำเสนอความบันเทิงในรูปแบบเกมการแข่งขัน จากการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า รูปแบบ และการนำเสนอของรายการเกมโชนนั้นมีส่วนในการส่งเสริมตลาดผลงานเพลงของสังกัดเพลงในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) .เชิญศิลปินเข้ามาร่วมเล่นในรายการ ทำให้ผู้ชมได้เห็นบุคลิกลักษณะในด้านอื่นของศิลปินที่นอกเหนือไปจากการร้องเพลง รูปแบบการนำเสนอดังกล่าว อาจจะเหมาะกับศิลปินบางคน ซึ่งในขณะเดียวกันอาจไม่เหมาะกับศิลปินบางคน ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและบุคลิกลักษณะส่วนตัวของศิลปินด้วย ดังคำสัมภาษณ์สนับสนุนของโปรโมเตอร์สังกัดเพลง ว่า

" การให้ศิลปินไปออกตามรายการต่างๆ นั้น มันก็เหมือนเป็นการไปโชว์ตัวนั่นเอง แต่มันก็ต้องดูที่ตัวศิลปินของเราด้วยนะ ว่าเค้าเหมาะที่จะไปตรงนั้นหรือเปล่า ไม่ใช่ว่าทุกคนเค้าจะไปได้หมด อย่างเกมโชว์นั้น ก็คงต้องดูอะไรหลายๆอย่างประกอบกัน ถ้าเราวางให้เค้าเป็นได้แค่ศิลปินเท่านั้น เค้าก็คงไม่เหมาะไปเล่นเกมโชว์ ศิลปินทุกคนมีข้อ DO ข้อ DON'T ต่างกัน..." (สัมภาษณ์ อมร อธิคมปัญญาวงศ์ , ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการตลาด จีนี่ เรคคอร์สด , 18 ธันวาคม 2543)

" มันมีวิธีการหลายอย่างที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของศิลปิน การให้ศิลปินไปปรากฏตัวในรายการต่างๆ นั้นมันก็ใช่ มันอยู่ที่ความเหมาะสมของแต่ละคน ตัวเราเองซึ่งเป็นโปรโมเตอร์ควรมองตรงจุดนี้ด้วย ไม่ใช่ว่าเค้าขอมา เราก็ให้ไป คงต้องดูด้วยล่ะว่า เหมาะกับศิลปินของเรามั้ย อย่าง ปีเตอร์ นี่ ก็คงไม่ไหว ถ้าให้ไปเล่นเกมโชว์ แทนที่จะช่วยเสริมภาพลักษณ์ อาจจะแย่ไปเลยก็ได้ ..." (สัมภาษณ์ ไพศาล เงินพุ่ม , Executive Promotor อาร์พีจี , 20 กุมภาพันธ์ 2544)

เกี่ยวกับการเชิญศิลปินมาร่วมแข่งขันในรายการเกมโชนนั้น ทางทีมงานฝ่ายผลิตรายการเกมโชน ให้เหตุผลประกอบว่า

" การเชิญศิลปินมาเล่นในรายการเรานั้น หลัก ๆ เลยมันก็มีอยู่ว่าต้องเป็นศิลปินในค่ายของเราเอง ก็จะมีบ้างที่เป็นค่ายอื่น แต่ก็ไม่มาก ตรงนี้เราต้องพิจารณาด้วยว่า มันเหมาะสมหรือเปล่าในช่วงนั้น และที่สำคัญต้องไม่ใช่ค่ายเพลงที่เป็นคู่แข่งของเรา ส่วนจะเชิญศิลปิน

คนไหนมาเล่นเกมนั้น มันคงต้องดูที่บุคลิกภาพ และ คิวของศิลปินเป็นหลักนะ ส่วนใหญ่จะเป็นศิลปินที่มีผลงานมาแล้วสักระยะหนึ่ง ถ้ากำลังมีผลงานเลยนี่ คิวเค้าจะเต็มหมด ศิลปินที่มาในรายการเรานั้นส่วนมากเค้าจะว่างจากการโปรโมทเทปเค้าแล้วมากกว่า " (สัมภาษณ์ เอกชัย บุญล้น , รองกรรมการผู้อำนวยการ สายงานผลิต บริษัท แมส มอนิเตอร์ , 30 พฤษภาคม 2544)

จากการศึกษา พบว่า ศิลปินที่ถูกเชิญมาร่วมเล่นเกมในรายการเกมโซนมีทั้งหมด 4 คน ได้แก่แอน ธิติมา ประทุมทิพย์ , หนุ่ย นันทกานต์ ฤทธิวงศ์ , ลีโอ พุฒิ นักร้องนำ วง Room 99 และ เท่ห์ อุเทน พรหมมินทร์

2) การนำผลงานเพลงเป็นเกมในรายการ ในช่วงโซนถ่ายทอดเสียง รูปแบบดังกล่าว ช่วยกระตุ้นในเรื่องยอดจำหน่ายเทปเพลง และ แจ้งข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับผลงาเพลงนั้น ๆ ไปในตัว ทั้งนี้เพราะทุกครั้งที่ เล่นเกมจบ พิธีกรดำเนินรายการจะเป็นผู้แจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับผลงาน เช่น เจ้าของผลงานและชื่ออัลบั้ม จึงเป็นการส่งเสริมผลงานเพลงอีกทาง เกี่ยวกับการเลือกผลงานเพลงมาเป็นเกมในรายการนั้น เอกชัย บุญล้น ให้สัมภาษณ์ว่า

"เพลงที่เรานำมาใช้นั้น จะเน้นในเรื่องความสนุกเป็นหลัก โดยต้องเป็นเพลงที่ร้องแล้วสนุก ยิ่งถ้าเป็นเพลงของค่ายเราที่กำลังอยู่ในกระแสนี่ เราก็ต้องเอามาเล่น คือ เราดูที่กระแสความดังด้วย ถ้าเพลงดังจริง เราก็เอามาเล่น ซึ่งมันจะปนกันไป มีทั้งลูกทุ่งลูกกรุง สตริง ร็อค ผสมกันไป เรียกว่า ช่วยๆกันนะ Two way เพลงเค้าดัง เราก็เอามาเล่น " (สัมภาษณ์ เอกชัย บุญล้น , รองกรรมการผู้อำนวยการ สายงานผลิต บริษัท แมส มอนิเตอร์ , 30 พฤษภาคม 2544)

ผลงานเพลงของศิลปินในสังกัด/บริษัทเพลง ในเครือจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)ที่ถูกนำมาเป็นเกมในรายการเกมโซน มีดังนี้

เนื้อร้อง	เพลง	ศิลปิน	วันที่ออกอากาศ
อยากกลับมาหา มาเจอคนที่พร้อมจะเข้าใจ ไม่ว่าเลวร้ายสักเพียงไหน	กลับมาหาเพื่อน	วง SEVEN	3 กุมภาพันธ์ 2544
หากจะรักกันอยู่อย่างนี้ เธอเหนื่อยบ้างไหม	จะรักกันนานเท่าไหร่	ปีเตอร์	13 มกราคม 2544
เจอะคนหน้างอ อยู่ตรงหน้า	คนหน้า ม.	China Doll	16 ธันวาคม 2543

มอ ก็ไม่รู้เธอนั้นเป็นใคร			
ก็เพราะหัวใจมันบอกว่าต้องใช่เธอ	เสียงของหัวใจ	แอน (ธิติมา)	9 ธันวาคม 2543
คนเดินถนนคนนึง มันจะทำเธอซึ้ง เธอเป็นสุข ได้สักเท่าไหร่	คนเดินถนน	พลพล	21 ตุลาคม 2543
เมื่อวานก็รัก วันนี้รักเธอ พรุ่งนี้ก็รักเธอ พอใจที่มีเธอ	รักเดียวใจเดียว	เสือ ธนพล	7 ตุลาคม 2543
เช้าไม่กลัว แต่กลัวจะไม่เช้า ถ้าเช้าแค่ไหนก็ไหว	เช้าไม่กลัว	ลีโอ พุฒ	20 กันยายน 2543
แม่บ่นกับพี่ทุกวันอยากอุ้มหลานรอมานานก็ยังไม่ได้อุ้ม	แม่อยากอุ้มหลาน	ก๊อต จักรพรรณ์	19 สิงหาคม 2543
สวัสดีความรัก เปิดใจเราให้มันยอมรับ	สวัสดีความรัก	แอม เสาวลักษณ์	19 สิงหาคม 2543

12. **<u>รายการ อีฟอทีน</u>** นำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดผลงานเพลงในรูปแบบต่อไปนี้

1) การพาไปชมเบื้องหลังการถ่ายทำมิวสิควีดีโอ กิจกรรมดังกล่าวจัดอยู่ในช่วง Music เป็นช่วงมีการพาไปชมเบื้องหลังการถ่ายทำมิวสิควีดีโอเพลงทั้งไทยและต่างประเทศ จากการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า มีการนำเสนอเบื้องหลังมิวสิควีดีโอผลงานเพลง ดังนี้

เพลง เสียงของหัวใจ ของ แอน ธิติมา ประทุมทิพย์ (ออกอากาศ 19 ส.ค. 43)

เพลง เช้าไม่กลัว ศิลปิน ลีโอ พุฒ (ออกอากาศ 2 ก.ย. 43)

เพลง ฉันไม่ได้เอาอะไรมาเลย ศิลปิน วง Big Apple (ออกอากาศ 13 ต.ค. 43)

เพลง Non Stop ศิลปิน วง Dargon 5 (ออกอากาศ 25 พฤศจิกายน 2543)

เพลง น้ำน้อยแพ้ไฟ ศิลปิน นาร์วิน ต้าร์ (ออกอากาศ 9 ธันวาคม 2543)

2) การสัมภาษณ์ศิลปิน จากการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า ศิลปินที่ถูกเชิญมาสัมภาษณ์ในรายการอีฟอทีนส่วนใหญ่เป็นศิลปินวัยรุ่น ได้แก่ ลีโอ พุฒ นักร้องนำวง Room 99 (สัมภาษณ์ 7 ตุลาคม 2543) , ปีเตอร์ คอร์ปไดเรนดัล (สัมภาษณ์ 23 ธันวาคม 2543) และ วง Dargon 5 (สัมภาษณ์30 ธันวาคม 2543)

13. **<u>รายการทีนทอล์ก อินเตอร์</u>** จากการศึกษาข้อมูล พบว่า ถูกนำมาใช้ส่งเสริมตลาดผลงานเพลงในรูปแบบของการนำเสนอสปอตโฆษณาผลงานเพลง ของ ศิลปินต่างๆ ได้แก่

-ผลงานเพลงชุด The Big Apple ของศิลปินวง Big Apple

-ผลงานเพลงชุด Extra Mild ของ แอน ธิติมา

-ผลงานเพลงชุด Room 99 ของศิลปินวง Room99

-ผลงานเพลงชุด X-Ray ของ ปีเตอร์ คอร์ปไดเรนดัล

-ผลงานเพลงชุด ชวนชิม ของ นาร์วิน ต้าร์

14. **<u>รายการมันไม่เม้ม</u>** นำมาใช้ส่งเสริมผลงานเพลงต่างๆ ในรูปแบบต่อไปนี้

1) การให้ศิลปินมาเป็นพิธีกรรับเชิญในรายการ เนื่องจากรายการมันไม่เม้มไม่มีพิธีกรประจำรายการ แต่ละสัปดาห์ทางทีมงานผู้ผลิตจะเชิญศิลปินทั้งศิลปินเดี่ยว และ ศิลปินวง มาเป็นพิธีกรรับเชิญในรายการ แต่ละสัปดาห์จะสลับสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป ดังนี้

- ลีโอพุฒ พิธีกรรับเชิญ (ออกอากาศวันที่ 17 กันยายน 2543)
- วง Big Apple พิธีกรวงรับเชิญ (ออกอากาศวันที่15 ตุลาคม 2543)
- วง Dargon 5 พิธีกรวงรับเชิญ (ออกอากาศวันที่ 10 ธันวาคม 2543)

2) สัมภาษณ์ศิลปิน ในช่วง Idol Talk Show ของรายการ โดยหัวข้อทั่วไปที่ใช้ในการสัมภาษณ์ศิลปินนั้นจะเกี่ยวกับเรื่อง ผลงานเพลง , กิจกรรมยามว่าง รวมไปถึง งานอดิเรก หรือของรักของหวงของศิลปิน การนำเสนอในช่วงดังกล่าว เป็นการสร้างความคุ้นเคยในตัวศิลปินให้ผู้ชมรู้จักมากขึ้น จากการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า มีการสัมภาษณ์ศิลปิน ดังนี้ ลีโอ พุฒ (ออกอากาศ 20 สิงหาคม 2543) , วง Big Apple (ออกอากาศ 10 กันยายน 2543) , นัท มีเรีย (ออกอากาศวันที่ 15 ตุลาคม 2543) , แอน ธิติมา (ออกอากาศวันที่ 29 ตุลาคม 2543) , ปีเตอร์ คอร์ปไดเรนดัล (ออกอากาศวันที่ 12 พฤศจิกายน 2543) และ วง Dargon 5 (ออกอากาศวันที่ 10 ธันวาคม 2543)

15. **<u>รายการละครโทรทัศน์</u>** จากการศึกษาข้อมูล ในช่วงเดือน กรกฎาคม-ธันวาคม 43 นั้น พบว่า มีการใช้สื่อโทรทัศน์ผ่านรายการละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศในช่วงดังกล่าว 3 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง

สาวใช้หัวใจชิคาโก้ , เรื่องเมืองมายา และ เรื่องรอยรักรอยแค้น ในรูปแบบของสปอตโฆษณาผลงานเพลง ของ ศิลปิน ดังต่อไปนี้ ผลงานเพลงชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ ของ ธงไชย แมคอินไตย์ (4 ครั้ง) ในช่วงสปอตโฆษณาละครเรื่องรอยรักรอยแค้น , ผลงานเพลงชุด SEVEN ของศิลปินวง SEVEN (3 ครั้ง) ในช่วงสปอตโฆษณาละครเรื่องสาวใช้หัวใจชิคาโก้ และผลงานชุด คัลเลอร์ฟูล ของ นัท มีเรีย (2 ครั้ง) ในช่วงสปอตโฆษณาละครเรื่อง เมืองมายา

16. **<u>รายการทีวีมหัศจรรย์</u>** จากการศึกษาพบว่า รายการดังกล่าวถูกนำมาใช้ส่งเสริมผลงานเพลงของศิลปินในรูปแบบของการสัมภาาณ์ศิลปินวัยรุ่นซึ่งเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เด็กและเยาวชนม ในช่วง เพลินเพลงกับ VJ อ๋อ สำหรับศิลปินในช่วงศึกษา ที่เคยมาให้สัมภาษณ์ในรายการทีวีมหัศจรรย์นั้น มี 2 คน ได้แก่ แอน ธิติมา ประทุมทิพย์ (วันที่ 22 ต.ค. 43) และ นาร์วิน ต้าร์ (วันที่ 24 ธ.ค.43)โดยหัวข้อในการสนทนาประกอบด้วย เรื่องเกี่ยวกับการศึกษาเล่าเรียน , กิจกรรมยามว่าง , งานอดิเรก และคำแนะนำดีๆมีประโยชน์ของศิลปิน พร้อมด้วยการแสดงความสามารถทางด้านดนตรีของศิลปิน กิจกรรมดังกล่าวนอกจากจะช่วยในการส่งเสริมผลงานเพลงแล้ว ยังช่วยในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ของศิลปินด้วย

ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการใช้สื่อโทรทัศน์ข้างต้น จะเห็นได้ว่า รายการโทรทัศน์แต่ละรายการถูกนำมาใช้ในการส่งเสริมผลงานเพลงและศิลปินแต่ละคนในรูปแบบที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับ ปัจจัยเรื่อง รูปแบบการนำเสนอรายการ , คุณลักษณะศิลปิน , ผลงานเพลง และ กลุ่มเป้าหมาย เป็นสำคัญ โดยสามารถสรุปลักษณะการใช้สื่อโทรทัศน์ในการส่งเสริมผลงานเพลงและศิลปินแต่ละคน ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.2. การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง ของ สังกัดเพลง/บริษัทเพลง ในเครือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

ผลงานเพลง/ศิลปิน	แบงแบงแบง	อู่หู	เกมฮอต	Meet Music	Concertทีวี5	แฮปปี้เบิร์ดเดย์	วันจันทร์วันแจม	Teen Center	แบบว่าโลกเบี้ยว	เพลงติดดาว	ละคร	เกมโซน	อีฟอทีน	มันไม่เม้ม	Teentalk Inter	ทีวีมหัศจรรย์
1. แอม เสาวลักษณ์	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
	-สกู๊ป (2) - สปอต (1)	- สกู๊ป (1)	- สกู๊ป (1)	-สกู๊ป (1) - สปอต (1)			-สกู๊ป (1) - สปอต (1)									
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
	- สปอต (4) - สัมภาษณ์ - MV (3)	- สปอต (2) - MV (3)	-สัมภาษณ์ - สปอต (4)	- MV (2)	- คอนเสิร์ต		- สปอต (4) - MV (4)					- เกม		- สัมภาษณ์		
2. แอน ธิติมา	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
	-สกู๊ป (3) - สปอต (2)	-สกู๊ป (1)	- สกู๊ป (1) - สปอต (1)					-สกู๊ป (2) - สปอต (1)								
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
	- MV (3) -สปอต(3)	-สปอต(3) - MV (3)	- สัมภาษณ์ - สปอต (1)	- สปอต (4) - MV (2)	- คอนเสิร์ต - สปอต (2)	- คอนเสิร์ต		- MV (3) -สปอต(4)				- เล่นเกม -เกม		-สปอต (1) -สัมภาษณ์	-สปอต (1)	-สัมภาษณ์
3. เบิร์ด ธงไชย	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
	-สกู๊ป (2) - สปอต(2)	-สกู๊ป (2) - สปอต(2)	-สกู๊ป (2) - สปอต(2)		- สปอต(1)		-สกู๊ป (2) - สปอต(2)		-สกู๊ป (2) - สปอต(2)							
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
	- สปอต (3) - MV (3)	- สปอต (3) - MV (3)	- สปอต (8) - MV (2)	- สปอต (5) - MV (3)		- สปอต (2)	- สปอต (3) - MV (1)	- สปอต (1) - MV (1)	- สปอต (4) - MV (4)		- สปอต(4)					

ตารางที่ 5.2. การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง ของ สังกัดเพลง/บริษัทเพลง ในเครือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

ผลงานเพลง/ศิลปิน	แบงแบงแบง	อู่หู	เกมฮอต	Meet Music	Concertทีวี5	แฮปปี้เบิร์ดเดย์	วันจันทร์วันแจม	Teen Center	แบบว่าโลกเบี้ยว	เพลงติดดาว	ละคร	เกมโชน	อีฟอทีน	มันไม่เม้ม	Teentalk Inter	ทีวีมหัศจรรย์
4. วงSEVEN	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
	- ทีเซอร์ (2) - สปอต (2) - MV (1)	- ทีเซอร์ (1) - สกู๊ป (1) - MV (1) - สปอต (3)	- ทีเซอร์ (1) - สปอต (2) - MV (1)	- สกู๊ป (1) - สปอต (1)		- สปอต (2)	- ทีเซอร์ (1) - สปอต (2) - สกู๊ป (1)	- สปอต (1) - MV (1)								
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
	- สปอต (5) - MV (6)	- สปอต (4) - MV (6) -เกม	-สัมภาษณ์ - สปอต (4) - MV (6),เกม	- สปอต (3) - MV (4)	-คอนเสิร์ต	- สปอต (2)	- สปอต (2) - MV (3)	- สปอต (2) - MV (2)	- MV (2)		- สปอต (3	-เกม				
5. วง Big Apple	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
	- ทีเซอร์ (2) - สปอต(2)	- ทีเซอร์(1) - สปอต(1)	- ทีเซอร์(1) - สปอต(2)					- ทีเซอร์(3) - สปอต(2)					- สปอต(1)		- สปอต(1)	
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
	- สปอต(4) - MV(3)	- สปอต(3) - MV(4)	- สปอต(2) -สัมภาษณ์ - MV(1)		-คอนเสิร์ต			- สปอต(3) - MV(4)					-MV	- สปอต(1) -พิธีกร		
6.นัท มีเรีย	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
	- ทีเซอร์ (1) - สปอต (2)	- ทีเซอร์ (1) - สปอต (1) - MV (1)	- ทีเซอร์ (2) - สปอต (2)				- สปอต (2) - MV (1)									
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
	- สัมภาษณ์ - สปอต (2) - MV (2)	- สปอต (3) - MV (2)	- สัมภาษณ์ - สปอต (2) - MV (3)		- คอนเสิร์ต		- สปอต (1) - MV (1)				- สปอต (2)			- สัมภาษณ์		

ตารางที่ 5.2. การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง ของ สังกัดเพลง/บริษัทเพลง ในเครือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

ผลงานเพลง/ศิลปิน	แบงแบงแบง	อู่หู	เกมฮอต	Meet Music	Concertทีวี5	แฮปปี้เบิร์ดเดย์	วันจันทร์วันแจม	Teen Center	แบบว่าโลกเบี้ยว	เพลงติดดาว	ละคร	เกมโชน	อีฟอทีน	มันไม่เม้ม	Teentalk Inter	ทีวีมหัศจรรย์
7. นาร์วิน ต้าร์	**ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย**															
	- สปอต (2)	- สกู๊ป (1) - สปอต (2) - MV (1)	- สกู๊ป(1) - สปอต (3) - MV (2)					- สกู๊ป (2) - สปอต (3) - MV (1)			- สปอต (1)					
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
	- สปอต (2) - MV (1)	- สปอต (4) - MV (2)	- สปอต (5) - MV (2)		- คอนเสิร์ต - สปอต (2)			- สปอต (2) - MV (3)	- MV (1)				- MV (1)	- สปอต (3)	- สปอต (	- สัมภาษณ์
8. วง China Dolls	**ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย**															
	-ทีเซอร์ (1)	-ทีเซอร์ (2) -สปอต (1)	-ทีเซอร์ (1) -สปอต (2)					-ทีเซอร์ (1)								
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
	-MV (3) -สปอต (2)	-MV (2) -เกม -สปอต (2)	-สัมภาษณ์ -เกม -MV (1) -สปอต (1)		-คอนเสิร์ต -สปอต (1)	-สปอต (2) -MV (2)		-MV (2) -สปอต (3)	-MV (2)			-เกม	-สปอต (2)			
9. วงDragon	**ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย**															
	-สกู๊ป (1) -สปอต (1) -ทีเซอร์ (1)	-สกู๊ป (3) -สปอต (3) -ทีเซอร์ (1)	-ทีเซอร์ (2) -สกู๊ป (1) -สปอต (1)		-สปอต (1)			-ทีเซอร์ -สกู๊ป (2) -สปอต (2)								
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
	-MV (5) -สปอต (5)	-MV (5) -สปอต (5)	-สปอต (4) -MV (4) -สัมภาษณ์		-สปอต (3)	-MV (3) -คอนเสิร์ต -สปอต (3)		-MV (5) -สปอต (5)					-MV	-สัมภาษณ์ -พิธีกร		

ตารางที่ 5.2. การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง ของ สังกัดเพลง/บริษัทเพลง ในเครือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

ผลงานเพลง/ศิลปิน	แบงแบงแบง	อู่หู	เกมฮอต	Meet Music	Concertทีวี5	แฮปปี้เบิร์ดเดย์	วันจันทร์วันแจม	Teen Center	แบบว่าโลกเบี้ยว	เพลงติดดาว	ละคร	เกมโชน	อีฟอทีน	มันไม่เม้ม	Teentalk Inter	ทีวีมหัศจรรย์
10.ปีเตอร์	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
	- ทีเซอร์ (3) -สปอต (2)	- ทีเซอร์ (3) -สปอต (2)	-สปอต (1)	- ทีเซอร์ (3) -สปอต (2)			- ทีเซอร์ (1) -สปอต (1)	- ทีเซอร์ (2) -สปอต (1)								
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
	- MV (3) - สัมภาษณ์ -สปอต (3)	- MV (4) -สปอต (4)	- MV(3) -สัมภาษณ์ -สปอต (4)	- MV(3) -สปอต (4)	-คอนเสิร์ต	-สปอต (2) -คอนเสิร์ต	-สปอต (2) - MV(2)	-สปอต (3) - MV (3)	- MV (3)			-เกม	-สปอต (1	-สัมภาษณ์	-สปอต (1)	
11. หนุ่ย นันทกานต์	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
	- สกู๊ป (2) -สปอต (1)	- สกู๊ป (2) -สปอต (1)	- สกู๊ป (1)	- สกู๊ป (2) -สปอต (1)												
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
	- MV (2) -สปอต (3)	- MV (2) -สปอต (3)	- MV (2) -สปอต (2)	- MV (3) -สปอต (4)	-คอนเสิร์ต				- MV (1)			-แขกรับเชิญ				
12. วง FLY	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
	-สปอต (1)	-สปอต (1)			-สปอต (2)											
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
	-สปอต (2)	-สปอต (2)		-สปอต (3)	-สปอต (2) -คอนเสิร์ต	-สปอต (2) -คอนเสิร์ต										

ตารางที่ 5.2. การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง ของ สังกัดเพลง/บริษัทเพลง ในเครือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

ผลงานเพลง/ศิลปิน	แบงแบงแบง	อู่หู	เกมฮอต	Meet Music	Concertทีวี5	แฮปปี้เบิร์ดเดย์	วันจันทร์วันแจม	Teen Center	แบบว่าโลกเบี้ยว	เพลงติดดาว	ละคร	เกมโซน	อีฟอทีน	มันไม่เม้ม	Teentalk Inter	ทีวีมหัศจรรย์
13. วงRoom 99	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
	- สกู๊ป (2)	- สกู๊ป (1) -สปอต (1)	- สกู๊ป (1) -MV (1)					- สกู๊ป (1) -สปอต (1) -MV (1)					-MV			
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
	-สปอต (3) -MV (4)	-สปอต (3) -MV (4)	-สัมภาษณ์		-คอนเสิร์ต -สปอต (2)			-สปอต (3) -MV (3)				-เล่นเกม -เกม		-พิธีกร	-สปอต (1)	
14. เท่ห์ อุเทน	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
										- สปอต (2)						
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
										- MV (6) -สปอต(10)		- เล่นเกม				
15. ก็อต จักรพรรณ์	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
										- สปอต (4) - สกู๊ป (2)						
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
										- สปอต (4) - MV (4)		- เกม				

ตารางที่ 5.2. การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง ของ สังกัดเพลง/บริษัทเพลง ในเครือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

ผลงานเพลง/ศิลปิน	แบงแบงแบง	อู่หู	เกมฮอต	Meet Music	Concertทีวี5	แฮปปี้เบิร์ดเดย์	วันจันทร์วันแจม	Teen Center	แบบว่าโลกเบี้ยว	เพลงติดดาว	ละคร	เกมโซน	อีฟอทีน	มันไม่เม้ม	Teentalk Inter	ทีวีมหัศจรรย์
16. ธนพล	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
	- ทีเซอร์(3) - สปอต(2)	- ทีเซอร์(2) - สปอต(1)		- ทีเซอร์(2)	- สปอต(1)		- ทีเซอร์ (1) - สปอต(1)									
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
	- MV (3) - สปอต(3)	- MV (2) - สปอต(2)	- MV (3) - สปอต(3)	- MV (6) - สปอต(6)		- คอนเสิร์ต	- MV (5) - สปอต(5)					- เกม				
17. พลพล	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
	- สกู๊ป (1)	- สกู๊ป (1)					- สกู๊ป (1) - สปอต(1)		- สกู๊ป (2) - สปอต(1)							
	ช่วงเทปวางจำหน่าย															
	- MV (4) - สปอต(5) - สกู๊ป (1)	- MV (4) - สปอต(5) - สกู๊ป (1)	- MV (1) - สปอต(2) - สกู๊ป (1)	- MV (1) - สปอต(2) - สกู๊ป (1)	- คอนเสิร์ต	- สปอต(1)	- MV (3) - สปอต(4) - สกู๊ป (1)		- MV (3) - สปอต(3)			- เกม				
18,19รวมฮิต ExtraHot - Extra Cool	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
	- สปอต(1)		- สปอต(1)						- สปอต(1)							
	- สปอต(2)	- สปอต(2)	- สปอต(1)	- สปอต(2)			- สปอต(1)		- สปอต(1)							

การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง ของ สังกัดเพลง/บริษัทเพลง ในเครือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

ผลงานเพลง/ศิลปิน	แบงแบงแบง	อู่หู	เกมฮอต	Meet Music	Concertทีวี5	แฮปปี้เบิร์ดเดย์	วันจันทร์วันแจม	Teen Center	แบบว่าโลกเบี้ยว	เพลงติดดาว	ละคร	เกมโชน	อีฟอทีน	มันไม่เม้ม	Teentalk Inter	ทีวีมหัศจรรย์
20. รวมฮิต Yes	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
	- สปอต(1)		- สปอต(1)		- สปอต(1)		- สปอต(1)									
	- สปอต(2)		- สปอต(1)		- สปอต(1)		- สปอต(1)									
21. รวมฮิต Easytime	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
		- สปอต(1)				- สปอต(1)	- สปอต(1)									
	- สปอต(2)	- สปอต(1)				- สปอต(1)	- สปอต(1)									
22. รวมฮิต The Best of Grammy	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
	- สปอต(1)					- สปอต(1)										
	- สปอต(2)	- สปอต(2)	- สปอต(2)	- สปอต(2)		- สปอต(1)	- สปอต(2)									
23. รวมฮิต Superstar Grammy	ช่วงก่อนเทปวางจำหน่าย															
	- สปอต(2)															
	- สปอต(1)	- สปอต(2)		- สปอต(2)												

ผลที่ได้จากการวางแผนกลยุทธการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลงทั้งหมด 23 ชุด สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การกำหนดตารางเวลาการใช้รายการโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง จากการศึกษาพบว่า ในการวางแผนการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมผลงานเพลงจะต้องกำหนดตารางเวลาในการออกอากาศไว้ล่วงหน้า โดยจะต้องเลือกช่วงเวลาให้สอดคล้อง เหมาะสม ทั้งในช่วงก่อนผลงานเพลงวางจำหน่ายและในช่วงที่ผลงานเพลงวางจำหน่าย รวมทั้งการพิจารณาเรื่องความถี่ และความต่อเนื่อง เพื่อให้ผลงานเพลงเป็นที่รู้จัก คุ้นหู ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะใช้กำหนดตารางเวลาในการใช้สื่อโทรทัศน์ก่อนช่วงผลงานเพลงวางจำหน่าย ประมาณ 1-2 สัปดาห์สำหรับศิลปินเก่า อาทิเช่น ผลงานชุด China More ของศิลปินวง China Dolls , ผลงานชุด Inside Out ของหนุ่ย นันทกานต์ , ผลงานชุด คนใช้ชีวิต ของเสือ ธนพล , ผลงานชุด คัลเลอร์ฟูล ของ นัท มีเรีย , ผลงานชุด City Woman ของ แอม เสาวลักษณ์ เป็นต้น

ส่วนศิลปินหน้าใหม่ที่มีผลงานชุดแรก และ ศิลปินเก่าที่ห่างหายวงการเพลงไปนาน มักจะใช้ระยะเวลาในการวางแผนการใช้สื่อโทรทัศน์ก่อนผลงานเพลงวางจำหน่ายค่อนข้างนาน ประมาณ 3-4 สัปดาห์ ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นความสนใจของ.ผู้ชม และ รวมไปถึงการแนะนำผลงานและศิลปิน โดยเฉพาะศิลปินหน้าใหม่ให้เป็นที่รู้จัก อาทิเช่น ผลงานเพลงชุด ศิลปินวง Dragon 5 , ผลงานเพลงชุด Room 99 ของ ศิลปินวง Room 99 ,ผลงานเพลงชุด The Big Apple ของ ศิลปินวง Big Apple , ผลงานชุด คนเดินถนน ของ ศิลปิน พลพล , ผลงานเพลงชุด Seven ของ ศิลปินวง Seven , ผลงานชุดชวนชิม ของ นาวิน ต้าร์ และ ผลงานชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ ของ เบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์ เป็นต้น

2. รูปแบบและเนื้อหาที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษา พบว่า ในช่วงก่อนที่ผลงานเพลงวางจำหน่ายนั้น รูปแบบและเนื้อหาที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อโทรทัศน์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การนำเสนอทีเซอร์เปิดตัวศิลปิน มีลักษณะเป็นเพียงภาพและข้อความสั้นๆ ที่ต้องการเรียกร้องให้ผู้ชมเกิดความสนใจ โดยยังไม่ระบุชัดเจนเกี่ยวกับรายละเอียด เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมติดตามรายละเอียดที่จะนำเสนอในลำดับต่อไป ส่วนใหญ่นิยมใช้กับศิลปินหน้าใหม่และศิลปิน

เก่าที่หายไปนาน อาทิเช่น ผลงานชุด คัลเลอร์ฟูล ของ นัท มีเรีย , ผลงานชุด X-Ray ของ ปีเตอร์ คอร์ปไดเรนดัล , ผลงานชุด Dragon 5 ของศิลปินวง Dragon 5 เป็นต้น

2) การนำเสนอสกู๊ป เป็นการแนะนำผลงานเพลงและศิลปิน เกี่ยวกับ ประวัติ , ความเป็นมา , แนวคิดผลงานเพลง เป็นต้น สำหรับผลงานเพลงของศิลปินหน้าใหม่ที่ไม่เคยมีผลงานเพลงมาก่อน รายละเอียดในสกู๊ปจะเน้นการแนะนำศิลปิน ประวัติความเป็นมาของศิลปินเป็นหลัก อาทิเช่น ผลงานเพลงชุด Dragon 5 ของ ศิลปินวง Dragon 5 , ผลงานเพลงชุด คนเดินถนน ของ ศิลปิน พลพล , ผลงานเพลงชุด Room 99 ของศิลปินวง Room 99 เป็นต้น ส่วนศิลปินเก่าที่เคยมีผลงานมาแล้ว รายละเอียดในสกู๊ปมุ่งประเด็นที่แนวคิดผลงานเพลงชุดใหม่ล่าสุด , การมีส่วนร่วมในการทำงาน เป็นหลัก อาทิเช่น ผลงานเพลงชุด City Woman ของ แอม เสาวลักษณ์ , ผลงานชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ ของ ธงไชย , ผลงานเพลงชุด , ผลงานชุด Inside Out ของ หนุ่ย นันกานต์ ฤทธิวงศ์ เป็นต้น

3) สปอตโฆษณาบอกวันวางจำหน่าย เป็นการนำเสนอในรูปแบบของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อแจ้งข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับผลงานเพลงและศิลปิน โดยในรายละเอียดของสปอตโฆษณาจะมีลักษณะเหมือนกัน คือ การแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับวันวางจำหน่าย ส่วนรายละเอียดอื่นๆ ที่แตกต่างกันไปนั้น ขึ้นอยู่กับ จุดมุ่งหมายในการนำเสนอ เช่น สปอตโฆษณาผลงานชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ ของ ธงไชย เน้นการประชาสัมพันธ์ในเรื่องการส่งความสุขผ่านเสียงเพลง , ผลงานชุด Extra Mild ของ แอน ธิติมา เน้นความไพเราะของเสียงเพลงเป็นจุดขาย เป็นต้น

ส่วนในช่วงที่ผลงานเพลงวางจำหน่าย ซึ่งเป็นช่วงที่มีความถี่ในการใช้สื่อโทรทัศน์ค่อนข้างมากนั้น มีรูปแบบและเนื้อหาที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด ดังต่อไปนี้

1) การนำเสนอมิวสิควีดีโอเพลง (Music Video) เป็นรูปแบบของการถ่ายทอดเนื้อหาของบทเพลงออกมาเป็นภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อความหมายของบทเพลงให้มีความชัดเจน ไพเราะ ลึกซึ้ง และที่สำคัญเป็นการกระตุ้นความสนใจของผู้ชมมากกว่าการฟังเพลงเพียงอย่างเดียว การนำเสนอมิวสิควีดีโอเพลงจึงเป็นรูปแบบการนำเสนอภาพและเสียงของศิลปินที่มีความสำคัญยิ่ง และเป็นยุทธวิธีที่มีประสิทธิภาพในการโน้มน้าวจิตใจรวมไปถึงจินตนาการไปในทิศทางที่ผู้ผลิตสร้างขึ้น การที่ผู้ชมได้ชมมิวสิควีดีโอเพลง ทำให้ผู้ชมได้เห็นตัวตนของศิลปินและ

ความหมายของบทเพลงอย่างชัดเจน เนื่องจากองค์ประกอบต่างๆ ในมิวสิควีดีโอเพลง ล้วนถูกสร้างขึ้นมาเพื่อสื่อความหมายเพลงตามที่ผู้ผลิตต้องการนำเสนอ ปัจจุบัน มิวสิควีดีโอมีส่วนช่วยทำให้ผลงานเพลงได้รับความนิยม ทั้งนี้เพราะสามารถสื่อความหมายของบทเพลงได้ชัดเจนทำให้เพลงไพเราะยิ่งขึ้น อาทิเช่น มิวสิควีดีโอเพลง รักเดียวใจเดียว ของ เสือ ธนพล , มิวสิควีดีโอเพลง Non Stop ของ ศิลปินวง Dragon 5 เป็นต้น

2) การแสดงคอนเสิร์ต (Concert) เป็นรูปแบบของการแสดงความสามารถทางด้านการร้องและเล่นดนตรีของศิลปิน รวมไปถึงการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ผลงานเพลงในชุดนั้นต่อสาธารณะชน โดยเป็นการถ่ายทอดการแสดงคอนเสิร์ตในรายการคอนเสิร์ตทีวี 5 และ รายการแฮปปี้เบิร์ดเดย์ เป็นการเปิดโอกาสให้ศิลปินในสังกัด/บริษัทในเครือจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ได้สลับกันมาแสดงคอนเสิร์ตหรือร่วมเป็นแขกรับเชิญในการแสดงคอนเสิร์ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการแนะนำ ประชาสัมพันธ์ ผลงานเพลงและศิลปิน ให้ผู้ฟังรู้จักและเห็นความสามารถของศิลปิน รวมทั้งรู้สึกใกล้ชิดกับศิลปินมากยิ่งขึ้น ได้แก่ ผลงานเพลงของศิลปิน ดังต่อไปนี้ ศิลปินวง China Dolls ผลงานเพลงชุด China More , ศิลปินวง FLY ผลงานเพลงชุด Fly 2 U , นัท มีเรีย ผลงานเพลงชุด คัลเลอร์ฟูล ,ปีเตอร์ คอร์ปไดเรนดัล ผลงานเพลงชุด X-Ray , พลพล ผลงานเพลงชุด คนเดินถนน , ศิลปินวง Big Apple ผลงานเพลงชุด The Big Apple เป็นต้น

3) การสัมภาษณ์ เป็นรูปแบบของการเชิญศิลปินที่กำลังมีผลงานอยู่ในขณะนั้นมาสัมภาษณ์ พูดคุย เช่น การสัมภาษณ์ในรายการเกมฮอตเพลงฮิต และ การสัมภาษณ์ในรายการแบงแบงแบง โดยส่วนใหญ่เป็นการสัมภาษณ์ศิลปินที่มีผลงานอยู่ในขณะนั้น โดยประเด็นในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับ ผลงานเพลงชุดใหม่ , แนวคิดผลงานเพลง (Concept) , ที่มาของผลงานเพลง , ทีมงานในผลงานเพลง และ ปิดท้ายด้วยการให้ศิลปินได้แสดงความสามารถทางด้านการร้องและเล่นดนตรี รูปแบบการใช้สื่อโทรทัศน์ดังกล่าว นอกจากจะเป็นการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลเกี่ยวกับผลงานเพลงและศิลปินแล้ว ยังเป็นการโชว์ความสามารถทางด้านดนตรีของศิลปินอีกด้วย สำหรับศิลปินที่เป็นแขกรับเชิญสัมภาษณ์สดในรายการ ได้แก่ ศิลปินวง China Dolls , ศิลปินวง Seven , นัท มีเรีย , แอม เสาวลักษณ์ , ปีเตอร์ คอร์ปไดเรนดัล , พลพล , วง Big Apple , เสือ ธนพล , ลีโอ พุฒิ , ศิลปินวง Dragon 5 และ แอน ธิติมา ประทุมทิพย์ เป็นต้น

4) สปอตโฆษณา เป็นการประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับผลงานเพลง และ ศิลปิน โดยในรายละเอียดของสปอตโฆษณาจะมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับ ผลงานเพลง และ จุดมุ่งหมายการนำเสนอ ผลงานเพลงแต่ละชุด

5) การปรากฏตัวทางรายการโทรทัศน์ เป็นอีกรูปแบบหนึ่งในการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมผลงานเพลงด้วยการส่งเสริมให้ศิลปินที่กำลังมีผลงานอยู่ในช่วงระยะเวลานั้นๆ ไปปรากฏตัวตามรายการโทรทัศน์รายการต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ผลงานเพลง และสร้างภาพลักษณ์ให้กับศิลปิน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ศิลปินของสังกัดเพลง/บริษัทเพลงในเครือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) นั้นได้ปรากฏตัวทางรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ที่ผลิตโดยกลุ่มธุรกิจสื่อในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ รายการโทรทัศน์ต่างๆ ดังนี้

- รายการเกมโชน โดยเชิญศิลปินที่มีผลงานเพลงอยู่ในช่วงเวลานั้นมาเป็นแขกรับเชิญเพื่อร่วมแข่งขันเกมในรายการ รูปแบบดังกล่าวเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับศิลปิน สำหรับศิลปินที่เคยมาเป็นแขกรับเชิญร่วมแข่งขันเกมในรายการมีทั้งหมด 4 คน ได้แก่ หนุ่ย นันทกานต์ , เท่ห์ อุเทน พรหมมินทร์ , แอน ธิติมา ประทุมทิพย์ และ ลีโอ พุฒิ และนอกจากนี้ยังพบว่ามีการนำผลงานเพลงของศิลปินที่กำลังโด่งดังและเป็นที่นิยมมาเป็นปริศนาเกมในรายการเพื่อให้ผู้เข้าแข่งขันได้ทายปัญหา รูปแบบและเนื้อหาเป็นการช่วยส่งเสริมผลงานเพลงของศิลปินทางอ้อม ส่วนผลงานเพลงที่ถูกนำมาเป็นปริศนาเกมในรายการเกมโชน ได้แก่ เพลงแม่อยากอุ้มหลาน ผลงานเพลงชุด ลูกทุ่งไทยแลนด์ ของ ก็อต จักรพรรรณ์ , เพลงสวัสดีความรัก ผลงานเพลงชุด City Woman ของ แอม เสาวลักษณ์ , เพลงคนเดินถนน ผลงานเพลงชุด คนเดินถนน ของ พลพล , เพลงรักเดียวใจเดียว ผลงานพลงชุด คนใช้ชีวิต ของ เสือ ธนพล อินทฤทธิ์ , เพลงเช้าไม่กลัว ผลงานเพลงชุด Room 99 ของ วง Room 99

- รายการวาไรตี้วัยรุ่น ได้แก่ รายการอีฟอทีน และ รายการมันไม่เม้ม ซึ่งพบว่าในรายการดังกล่าวมีการนำศิลปินไปเป็นแขกรับเชิญในรายการเพื่อทำกิจกรรมร่วมต่างๆ กับทางรายการ เช่น พิธีกรร่วมในรายการ ในรายการ มันไม่เม้ม ศิลปินที่เคยมาเป็นพิธีกรร่วม ได้แก่ ศิลปินวง Room 99 , ศิลปินวง Big Apple , ศิลปินวง Dragon 5 , กิจกรรมในช่วง Coca Cola ในรายการซึ่งเป็นช่วงที่ให้ผู้ชมทางบ้านร่วมทำกิจกรรมดี มีประโยชน์ ร่วมกับศิลปิน ศิลปินที่เคยเข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ ปีเตอร์ คอร์ปไดเรนดัล , วง Big Apple และ กิจกรรมในช่วง Chew and

chat with Lotte เป็นการสัมภาษณ์ศิลปินที่กำลังโด่งดัง ได้รับความนิยมและอยู่ในความสนใจของวัยรุ่น ศิลปินที่เคยมาให้สัมภาษณ์ ได้แก่ แอน ธิติมา ประทุมทิพย์ และ แอน เสาวลักษณ์ เป็นที่น่าสังเกตว่า ศิลปินที่ถูกเชิญมาเป็นพิธีกรร่วมในรายการมันไม่เม้มส่วนใหญ่นั้น เป็นศิลปินกลุ่มที่อยู่ในวัยรุ่น ส่วนศิลปินที่ถูกเชิญมาสัมภาณ์ในรายการอีฟอทีนนั้น ไม่จำเป็นต้องเป็นศิลปินวัยรุ่น แต่ต้องเป็นศิลปินที่วัยรุ่นให้ความสนใจ ตัวอย่างเช่น แอม เสาวลักษณ์ เป็นต้น

- รายการทีวีมหัศจรรย์ ซึ่งเป็นรายการเด็ก ที่ผลิตโดย บริษัท แกรมมี่ คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด กลุ่มบริษัทในเครือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) รายการดังกล่าวมีส่วนในการส่งเสริมผลงานเพลงและศิลปินด้วยการเชิญศิลปินที่เป็นวัยรุ่นและเป็นตัวอย่างที่ดีแก่เด็กและเยาวชนมาเป็นแขกรับเชิญในรายการ ให้คำแนะ ชี้แนะ สาระประโยชน์แก่เด็ก และ ในช่วงท้ายก็เป็นการเปิดโอกาสให้ศิลปินได้แสดงความสามารถพิเศษ เช่น การร้องเพลง และ เล่นดนตรี เป็นต้น สำหรับศิลปินที่เคยเป็นแขกรับเชิญในรายการทีวีมหัศจรรย์ ได้แก่ นาร์วิน ต้าร์ และ แอน ธิติมา ประทุมทิพย์

อาจกล่าวได้ว่า รายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ เช่น รายการเกมโชว์ , รายการวาไรตี้วัยรุ่น และ รายการเด็ก ที่ผลิตโดยกลุ่มธุรกิจสื่อ ในเครือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ที่ต่างก็มีผลประโยชน์ในด้านการส่งเสริมการตลาดซึ่งกันและกัน (Self Promotion) โดยที่ต่างฝ่ายต่างก็ได้รับประโยชน์ กล่าวคือ รายการโทรทัศน์ดังกล่าวนอกจากจะช่วยส่งเสริมผลงานเพลงและศิลปิน ของสังกัดเพลง/บริษัทเพลง ในเครือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) แล้ว ในขณะเดียวกัน รายการโทรทัศน์ดังกล่าวก็ยังได้รับผลประโยชน์ทางอ้อมในแง่ของความนิยมรายการ (Rating) ทั้งนี้เนื่องจาก การมีศิลปินมาร่วมในรายการทำให้รายการนั้นเป็นการกระตุ้นความสนใจของผู้ชม ทำให้ผู้ชมอยากชมรายการดังกล่าวมากขึ้น เป็นที่น่าสังเกตุว่า ในการปรากฏตัวทางรายการโทรทัศน์นั้น ได้มีการกระทำกันอย่างต่อเนื่องและมีความถี่สูง โดยเฉพาะในช่วงที่ศิลปินกำลังมีผลงานวางจำหน่าย ทั้งนี้เพราะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับศิลปินและเป็นการช่วยส่งเสริมผลงานเพลงทางอ้อม

3. <u>การเลือกรูปแบบและเนื้อหารายการที่เหมาะสม</u> รายการโทรทัศน์แต่ละรายการมีรูปแบบและเนื้อหาการนำเสนอแตกต่างกันไป ดังนั้นการเลือกใช้รายการโทรทัศน์ในการส่งเสริมผลงานเพลงจำเป็นต้องพิจารณารูปแบบและการนำเสนอรายการ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า

- รายการเพลงติดดาว ถูกนำมาใช้ในการส่งเสริมเฉพาะผลงานเพลงในแนวลูกทุ่ง ของ ก็อต จักรพรรณ์ และ เท่ห์ อุเทน พรหมมินทร์

- รายการ แบง แบง แบง นำมาใช้ส่งเสริมผลงานเพลงเกือบทุกชุด ยกเว้นเพลงลูกทุ่ง และ หมอลำ

- รายการ Teen Center นำมาใช้ส่งเสริมผลงานเพลงเฉพาะผลงานเพลงที่เน้นกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น เช่น ผลงานเพลง Extra Mild ของ แอน ธิติมา , ผลงานเพลงของศิลปินวง Dragon 5 , ผลงานเพลงของศิลปินวง Room 99 ฯลฯ

- รายการเกมโชน นำมาใช้ส่งเสริมผลงานเพลงของศิลปินโดยไม่จำกัดแนวเพลงและกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผลงานเพลง ของ ก็อต จักรพรรณ์ , ผลงานเพลง ของ แอม เสาวลักษณ์ , ผลงานเพลงของ ธนพล ฯลฯ

- รายการละครโทรทัศน์ นำมาใช้ส่งเสริมผลงานเพลงของศิลปินที่มีกลุ่มเป้าหมายกว้าง ในรูปแบบของสปอตโฆษณา ได้แก่ ผลงานชุดร้อยเพลงรักไม่รู้จบ ของ ธงไชย , ผลงานชุด คัลเลอร์ฟูล ของ นัท มีเรีย , ผลงานชุด ชวนชิม ของ นาร์วิน ต้าร์

- รายการวาไรตี้วัยรุ่น นำมาใช้ส่งเสริมผลงานเพลงที่เน้นกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น เช่น ผลงานเพลง Extra Mild ของ แอน ธิติมา , ผลงานเพลงของศิลปินวง Dragon 5 ,ศิลปินวง The Big Apple ฯลฯ

- รายการทีวีมหัศจรรย์ นำมาใช้ส่งเสริมผลงานเพลงที่เน้นกลุ่มเป้าหมายเด็ก เช่น ผลงานชุด ชวนชิม ของ นาร์วิน ต้าร์ และ ผลงานชุด Extra Mild ของ แอน ธิติมา เป็นต้น

4. <u>การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย</u> รายการโทรทัศน์แต่ละรายการมีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันไป ดังนั้น การเลือกใช้รายการโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องพิจารณาเรื่องประสิทธิภาพในการเข้าถึง (Reach) และ ความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย (Coverage) ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า

- ผลงานเพลงของศิลปินวัยรุ่น อาทิเช่น ผลงานชุด Extra Mild ของ แอน ธิติมา , ผลงานชุด Dragon 5 ของศิลปินวง Dragon 5 , ผลงานชุด Room 99 ของศิลปินวง Room 99 , ผลงานเพลงชุด The Big Apple ของศิลปินวง Big Apple ฯลฯ เน้นการใช้รายการโทรทัศน์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น เช่น รายการ Teen Center , รายการอู่หู , รายการอีฟอทีน , รายการมันไม่เม้ม , รายการทีนทอล์กอินเตอร์ เป็นช่องทางในการเผยแพร่ผลงานเพลงและศิลปิน

- ผลงานเพลงของศิลปินที่มีกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น เน้นการใช้รายการโทรทัศน์ที่มีกลุ่มเป้าหมายกว้าง อาทิเช่น รายการแบงแบง , รายการวันจันทร์วันแจม , รายการ Meet Music , รายการแบบว่าโลกเบี้ยว , รายการละครโทรทัศน์ และ รายการเกมโชว์

- ผลงานเพลงของศิลปินที่เน้นกลุ่มเป้าหมายลูกทุ่ง หมอลำ เน้นการใช้รายการโทรทัศน์ที่มีกลุ่มเป้าหมายบุคคลทั่วไปที่ชื่นชอบผลงานเพลงแนวลูกทุ่ง เป็นหลัก เช่น รายการเพลงติดดาว

- ผลงานเพลงของศิลปินที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายเด็ก อาทิเช่น ผลงานเพลง Extra Mild ของ แอน ธิติมา และ ผลงานเพลง ของ นาร์วิน ต้าร์ นอกจากเน้นการใช้รายการโทรทัศน์ที่มีกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นแล้ว ยังอาศัยรายการทีวีมหัศจรรย์ เป็นช่องทางในการเผยแพร่ผลงานเพลงด้วย

5.<u>ความคุ้มทุนในการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์</u> รายการโทรทัศน์ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการซื้อเวลา , ค่าใช้จ่ายในการผลิตและการสร้างสรรค์งานโฆษณามีต้นทุนที่สูงมาก ซึ่งงบประมาณในการใช้จ่ายผลงานเพลงแต่ละชุดมีจำนวนไม่เท่ากัน โดยเฉลี่ย 400,000 บาท ถึง 1,000,000 บาท ขึ้นไป ดังนั้น เพื่อประสิทธิภาพในการเลือกรายการโทรทัศน์ในการส่งเสริมผลงาเพลง จึงจำเป็นต้องพิจารณาถึงความคุ้มค่า , ความคุ้มทุน ในการใช้สื่อโทรทัศน์ ด้วยการวางแผนการใช้สื่อโทรทัศน์อย่างรอบคอบเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย