

การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง  
ของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)



นางสาวพรพิมล ตันพานิชกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2544

ISBN 974-17-0099-7

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

10 ก.ย. 2546

T 20542306

THE USE OF TELEVISION PROGRAM TO PROMOTE MUSIC MARKETING  
OF GMM GRAMMY PUBLIC COMPANY LIMITED

Miss Pornpimol Tanpanichakul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2001

ISBN 974-17-0099-7

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง ของ  
บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

โดย

นางสาวพรพิมล ตันพานิชกุล

สาขาวิชา

การสื่อสารมวลชน

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน  
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์)

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปนัดดา ธนสถิตย์)

พรพิมล ตันพานิชกุล : การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง ของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) (THE USE OF TELEVISION PROGRAM TO PROMOTE MUSIC MARKETING OF GMM GRAMMY PUBLIC COMPANY LIMITED) อ. ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์ , 273 หน้า ISBN 974-17-0099-7

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึง การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผลงานเพลง ของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) และ ยุทธวิธีการใช้รายการโทรทัศน์ที่ผลิตโดยกลุ่มธุรกิจสื่อ เพื่อ การส่งเสริมตลาดผลงานเพลงเฉพาะในกลุ่ม/สังกัดบริษัทตนเอง สำหรับระเบียบวิธีการวิจัยที่ใช้ใน การศึกษาครั้งนี้ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก แหล่งข้อมูลบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนกล ยุทธ์การสื่อสารตลาดผลงานเพลง รวมทั้ง การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่ใช้ในการ ส่งเสริมตลาดผลงานเพลง ในช่วงวางจำหน่าย ตั้งแต่ เดือนกรกฎาคม ถึง เดือนธันวาคม 2543 รวม ทั้งหมด 23 อัลบั้ม

ผลการวิจัย พบว่า การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง ในสังกัด บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) กำหนดเวลาเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงก่อนวางจำหน่าย และ ช่วงวางจำหน่าย โดยนำเสนอผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ในรูปแบบที่หลากหลาย ได้แก่ ข่าวประชาสัมพันธ์ , ทีเซอร์ , สกู๊ป , สปอตโฆษณา , มิวสิควีดีโอ , การสัมภาษณ์ รวมทั้ง การแสดงคอนเสิร์ต นอกจากนี้ ผลของการศึกษา ยังพบว่า การใช้รายการโทรทัศน์ที่ผลิตโดยกลุ่มธุรกิจสื่อในสังกัด บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ทั้ง 18 รายการ ในการส่งเสริมผลงานเพลงนั้น จะต้องมีการประชุมวางแผนร่วมกันล่วงหน้า เพื่อจัดตารางคิวเวลาในการออกอากาศให้เหมาะสม โดยคำนึงถึงองค์ประกอบหลายด้าน เช่น ความมี ชื่อเสียงของตัวศิลปิน , แนวเพลง รวมทั้ง ความคุ้มค่า

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน  
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน  
ปีการศึกษา 2544

ลายมือชื่อนิสิต *Dish Yim*  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา *Mits A*

# # 4285252128: MAJOR MASS COMMUNICATION  
KEYWORD: TELEVISION PROGRAM / PROMOTE / MUSIC MARKETING  
PORNPIMOL TANPANICHAKUL : THE USE OF TELEVISION  
PROGRAM TO PROMOTE MUSIC MARKETING OF GMM  
GRAMMY PUBLIC COMPANY LIMITED  
THESIS ADVISOR : ASST. PROFESSOR KWANRUEN KITTIWAT,  
273 pp. ISBN 974-17-0099-7

This research is to study the strategy of music marketing communication of GMM Grammy Public Company Limited and the tactics of using television programs which produced by the media companies in division of GMM Grammy Public Company Limited to promote the music marketing within its own groups. The research methodology used is in-depth interview with the key informances, related to strategy of music marketing communication. This also included the analysis of format and content of television programs for music marketing promotion that released during July - December 2000, totally of 23 albums.

The findings of the research indicate that music marketing communication of GMM Grammy Groups was planned into 2 stages, which are pre-launch stage and launching stage. The music marketing promotion was proposed through various methods, such as press releases, teaser, scoop, commercial spot, music video, interview and concert event. Besides, the results of research also reveal that the usage of 18 television programs which produced by the media companies in division of GMM Grammy Public Company Limited for music marketing promotion would be dealt with the plan for appropriate airtime schedule by consideration of various factors, such as popularity of the singer, music style and included cost effectiveness of the production.

Department Mass Communication

Field of Study Communication Arts

Academic years 2001

Student's signature

Pornpimol T.

Advisor's signature

Kwanruen K.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาของ ผศ. ขวัญเรือน กิติวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้ทั้งแนวคิดในการเลือกหัวข้องานวิจัย ให้คำแนะนำ ปรึกษาในการทำวิจัย และให้การเอาใจใส่อย่างดีเยี่ยมมาโดยตลอด นอกจากนี้ยังได้รับความกรุณาจาก ผศ.ปนัดดา ธนสถิตย์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในเรื่องที่ได้ศึกษา รวมทั้ง รศ. ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ประธานในการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้คำแนะนำแนวทางในการแก้ไขงานวิจัยจนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ข้อมูลในการศึกษา รวมไปถึง ข้อมูลในการสัมภาษณ์ และ ขอขอบคุณ คุณรัชดาภรณ์ จันทร์เจริญ , ผู้บังคับบัญชา , เพื่อนร่วมงาน , พี่ๆ น้อง ๆ ในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ทุกท่าน ที่คอยเป็นกำลังใจ ให้การสนับสนุนข้อมูลในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ และวิทยานิพนธ์นี้ไม่อาจสำเร็จได้ หากไม่ได้รับความช่วยเหลือจาก คุณพงศ์นุสรณ์ โชติเชวงวิวัฒน์ ผู้ที่คอยติดต่อประสานงานอำนวยความสะดวกในการสัมภาษณ์ ความกรุณาของท่านนั้นจะอยู่ในความทรงจำตลอดไป

สุดท้ายขอขอบคุณ คุณธนุสศักดิ์ วัณณศิริ ผู้ที่คอยอยู่เคียงข้างและเป็นกำลังใจให้เป็นอย่างดีมาโดยตลอด และเหนือสิ่งอื่นใด ผู้วิจัยขอกราบขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ตลอดจน ญาติ พี่น้อง ที่คอยห่วงใยดูแล ให้การสนับสนุนด้านการศึกษา และเป็นกำลังใจต่อสู้กับความยากลำบากในการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

พรพิมล ตันพานิชกุล

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1    บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาการนำวิจัย.....	7
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	7
ขอบเขตในการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2    แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดเรื่องเศรษฐศาสตร์ของอุตสาหกรรมสีอับันเทิง.....	9
×    แนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาด.....	14
<    แนวคิดเรื่องการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมการตลาด.....	17
แนวคิดเรื่องแนวเพลง.....	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
3    ระเบียบวิธีวิจัย.....	29
แหล่งที่มาของข้อมูล.....	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	34
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
การนำเสนอข้อมูล.....	37

## สารบัญ (ต่อ)

๗

บทที่		หน้า
4	โครงสร้างเชิงธุรกิจขององค์กร กลุ่มบริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน).....39 แผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง.....52 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการตลาดผลงานเพลงในแต่ละสังกัดเพลง และบริษัทเพลงในเครือ บริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน).....56	
5	รูปแบบและเนื้อหาการนำเสนอรายการโทรทัศน์ในเครือ บริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน).....148	
x	แผนกลยุทธ์การใช้รายการโทรทัศน์ของกลุ่มธุรกิจสื่อเพื่อการส่งเสริมตลาด ผลงานเพลง.....157	
6	บทสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ.....247 ลักษณะโครงสร้างเชิงธุรกิจขององค์กรกลุ่มบริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) .....248	
x	สรุปแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการตลาดผลงานเพลง.....250 การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง ของ บริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน).....263 ข้อจำกัดการวิจัย.....270 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....270 รายการอ้างอิง.....271 ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....273	



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 ตารางแสดงงบลงทุนการประกอบธุรกิจ ของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน).....	39
4.2 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ของ ศิลปิน แอม เสาวลักษณ์ ผลงานเพลงชุด City Woman.....	61
4.3 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ศิลปิน แอน ธิตีมา ผลงานเพลงชุด Extra Mild.....	66
4.4 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ศิลปิน เบิร์ด รัชชชัย ผลงานเพลงชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ.....	72
4.5 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ศิลปิน วงSEVEN ผลงานเพลงชุด SEVEN .....	78
4.6 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ศิลปินวง Big Apple ผลงานเพลงชุด The Big Apple.....	82
4.7 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ศิลปิน นัท มีเรีย ผลงานเพลงชุด คัลเลอร์พูล ... ..	87
4.8 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ศิลปิน นารวิน ต้าร์ ผลงานเพลงชุด ขวนซิม.....	92
4.9 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ศิลปินวง China Doll ผลงานเพลงชุด China More.....	97
4.10 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ศิลปินวง Dragon 5 ผลงานเพลงชุด Dragon 5.....	101
4.11 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ศิลปิน ปีเตอร์ ผลงานเพลงชุด X-Ray .....	106
4.12 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ศิลปิน หนุ่ย นันทกานต์ ผลงานเพลงชุด Inside Out .....	110
4.13 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ศิลปิน วงFLY ผลงานเพลงชุด FLY2U.....	113

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ญ

ตาราง	หน้า
4.14 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ศิลปินวง Room 99 ผลงานเพลงชุด Room 99.....	118
4.15 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ศิลปิน เสือ ธนพล ผลงานเพลงชุด คนใช้ชีวิต.....	122
4.16 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ศิลปิน พลพล ผลงานเพลงชุด คนเดินถนน.....	126
4.17 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ศิลปิน เท่ห์ อุเทน ผลงานเพลงชุด เพลงรักล้านนา.....	131
4.18 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมผลงานเพลง ศิลปิน ก๊อต จักรพรรณ์ ผลงานเพลงชุด ลูกทุ่งไทยแลนด์.....	136
5.1 ตารางแสดงรูปแบบและเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ผลิตโดยกลุ่มธุรกิจสื่อในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน).....	154
5.2 ตารางแสดงการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลง ในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) .....	233
6.1 ตารางแสดงรายชื่อสังกัดและบริษัทเพลงในเครือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)...	248
6.2 ตารางแสดงประเภทและรูปแบบรายการโทรทัศน์ในเครือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) .....	249
6.3 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารตลาดผลงานเพลงแนวป๊อป.....	253
6.4 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารตลาดผลงานเพลงแนวป๊อปแดนซ์.....	255
6.5 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารตลาดผลงานเพลงแนวป๊อปรีอก.....	257
6.6 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารตลาดผลงานเพลงแนวป๊อปเพื่อชีวิต.....	259
6.7 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารตลาดผลงานเพลงแนวลูกทุ่ง.....	260
6.8 ตารางแสดงแผนกลยุทธ์การสื่อสารตลาดผลงานเพลงรวมฮิต.....	261

## สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
2.1 ภาพแสดงเป้าหมายและกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด.....	16
4.1 ภาพแสดงโครงสร้างรายได้ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน).....	40
4.2 ภาพแสดงลักษณะโครงสร้างเชิงธุรกิจขององค์กรกลุ่ม บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน).....	41
4.3 ภาพแสดงค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมตลาดผลงานเพลงผ่านสื่อต่างๆ .....	51
4.4 ภาพศิลปิน แอม เสาวลักษณ์ ลีละบุตร ในผลงานเพลงชุด City Woman.....	57
4.5 ภาพศิลปิน แอน ธิติมา ประทุมทิพย์ ในผลงานเพลงชุด Extra Mild.....	63
4.6 ภาพศิลปิน เบิร์ด ธงไชย ในผลงานเพลงชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ.....	68
4.7 ภาพศิลปิน วง Seven ในผลงานเพลงชุด Seven .....	75
4.8 ภาพศิลปิน วง Big Apple ในผลงานเพลงชุด The Big Apple.....	80
4.9 ภาพศิลปิน นันท มีเรีย ในผลงานเพลงชุด คัลเลอร์ฟูล .....	84
4.10 ภาพศิลปิน นารีวิน ตาร์ ในผลงานเพลงชุด ชวนชิม .....	89
4.11 ภาพศิลปิน วง China Dolls ในผลงานเพลงชุด China more.....	94
4.12 ภาพศิลปินวง Dragon 5 ในผลงานเพลงชุด Dragon 5.....	98
4.13 ภาพศิลปิน ปีเตอร์ คอร์ป ไดเรนดัล ในผลงานเพลงชุด X-Ray .....	103
4.14 ภาพศิลปิน หนุ่ย นันทกานต์ ในผลงานเพลงชุด Inside Out .....	108
4.15 ภาพศิลปินวง Fly ในผลงานเพลงชุด Fly 2 U.....	112
4.16 ภาพศิลปินวง Room 99 ในผลงานเพลงชุด Room 99 .....	115
4.17 ภาพศิลปิน เสือ ธนพล อินทฤทธิ์ ในผลงานเพลงชุด คนใช้ชีวิต .....	120
4.18 ภาพศิลปิน พลพล ในผลงานเพลงชุด คนเดินถนน .....	124
4.19 ภาพศิลปิน เทห์ อุเทน พรหมมินทร์ ในผลงานเพลงชุด เพลงรักล้านนา .....	128
4.20 ภาพศิลปิน ก๊อต จักรพรรณ์ ในผลงานเพลงชุด ลูกทุ่งไทยแลนด์ .....	133
5.1 ภาพตัวอย่างในมิวสิกวิดีโอเพลง สวัสดิ์ความรัก ของ แอม เสาวลักษณ์ .....	166
5.2 ภาพตัวอย่างในมิวสิกวิดีโอเพลง คิดถึงคนแปลกหน้า ของ แอม เสาวลักษณ์.....	167

## สารบัญภาพ (ต่อ)

๘

	ภาพประกอบ	หน้า
5.3	ภาพตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลง เสียงของหัวใจ ของ แอน ธิติมา .....	169
5.4	ภาพสกรีนเปิดตัวผลงานเพลงชุด ร้อยเพลงรักไม่รู้จบ ของ เบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์ ....	170
5.5	ภาพตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลง พรหมลิขิต ของ เบิร์ด ธงไชย .....	173
5.6	ภาพตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลง เพียงคำเดียว ของ เบิร์ด ธงไชย .....	174
5.7	ภาพตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลง บ้านหลังน้อย ของ เบิร์ด ธงไชย .....	175
5.8	ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงเหตุนี้จึงรักเธอของ ศิลปินวง Seven .....	177
5.9	ภาพที่เซอร์เปิดตัวผลงานเพลงชุด คัลเลอร์ฟูล ของ นัทมีเรีย.....	178
5.10	ภาพตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลง ผู้ชายคนนั้นฉันให้เธอ ของ นัทมีเรีย .....	180
5.11	ภาพตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลง น้ำน้อยแพ้ไฟ-สะกดใจ ของ นารีวิน ต้าร์.....	182
5.12	ภาพที่เซอร์เปิดตัวผลงานเพลงชุด China More ของศิลปินวง China Dolls.....	183
5.13	ภาพที่เซอร์เปิดตัวผลงานเพลงชุด Dragon 5 ของวง Dragon 5 .....	184
5.14	ภาพมิวสิกวิดีโอเพลง Non Stop ของศิลปินวง Dragon 5 .....	186
5.15	ภาพตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลง จะรักกันนานเท่าไร ของ ปีเตอร์ .....	187
5.16	ภาพตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลง เธอหมดใจ ของ หนู่ย นันทกานต์ .....	190
5.17	ภาพตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลง เจ้าจ๋าปี ของ ศิลปินวง Room 99.....	193
5.18	ภาพตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลง มือเปล่า ของ ศิลปินวง Room 99.....	194
5.19	ภาพตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลง เข้าไม่กลัว ของ ศิลปินวง Room 99.....	195
5.20	ภาพตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลง รักเดียวใจเดียว ของ เสือ ธนพล.....	196
5.21	ภาพตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลง คนเดินถนน ของ พลพล .....	198
5.22	ภาพสกรีนเปิดตัวศิลปินวง SEVEN.....	203
5.23	ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงดอกไม้กับแจกัน ของ ศิลปินวง Seven .....	204
5.24	ภาพตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลง หยุดหลอกตัวเอง ของศิลปินวง Dragon 5.....	207
5.25	ภาพตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลง ชิม ของ นารีวิน ต้าร์ .....	213
5.26	ภาพตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลง แม่อยากอุ้มหลาน ของ ก๊อต จักรพรรณ์ .....	227