

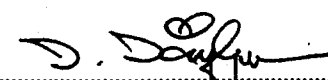
ราตรี ไต้ฟ้าพุด : กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ 900 และ
ดิจิตอล จีเอสเอ็ม ระหว่างปี พ.ศ.2537-2540 [The Marketing Communication Strategy of Cellular 900 and
Digital GSM Mobile Phone Network Operator (1994-1997)] อ. ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ศิริชัย ศิริภายะ, 200 หน้า.
ISBN 974-331-740-6.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะพัฒนาการของโครงสร้างการตลาดธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
และวิธีการนำการสื่อสารมาใช้ในการดำเนินงานด้านการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ 900 และดิจิตอล จีเอสเอ็ม

ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ถือกำเนิดขึ้นจากปัญหาการขาดแคลนเลขหมายโทรศัพท์-
พื้นฐาน และปัญหาการดำเนินงานโดยหน่วยงานภาครัฐ จึงมีการเปิดให้สัมปทานเอกชนเข้ามาดำเนินงาน ทั้งนี้ โครงสร้างหลัก
ของตลาดประกอบด้วย ผู้ให้บริการระบบ ตัวแทนจำหน่าย และผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยสำคัญอีก 2 ประการที่อยู่
แวดล้อมโครงสร้างดังกล่าว คือ หน่วยงานภาครัฐ และพรรคการเมือง

โครงสร้างการตลาดในข้างต้น จะเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการ
เหนือคู่แข่ง โดยอาศัยเครื่องมือที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การสื่อสาร โดยเฉพาะการสื่อสารที่มีการวางแผนงานและ
กำหนดวิธีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communications) ดังจะเห็นได้จากกรณีศึกษาแผนการ
สื่อสารการตลาดดิจิตอล จีเอสเอ็ม 2 วัตต์ และแผนการสื่อสารการตลาดระบบป้องกันการจูนสมบรูณ์แบบ SIS ที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อนิสิต 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม