

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้อาศัยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยจะวิเคราะห์จากสื่อต่างๆ ที่มีการเผยแพร่กิจกรรมการสื่อสารเพื่อการตลาดของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 และดิจิตอล จีเอสเอ็ม ระหว่างปี พ.ศ.2537-2540 ควบคู่กับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Performance) แล้วนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description)

การที่ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาหัวข้อดังกล่าว เนื่องจากผู้วิจัยเป็นผู้หนึ่งที่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานด้านการตลาดและการสื่อสารในธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มาโดยตลอดระยะเวลา 7 ปี งานวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาโดยอาศัยประสบการณ์ตรงของตนเองและผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงาน โดยมีแหล่งข้อมูลและขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยดังต่อไปนี้

แหล่งข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

1.1) ข่าวและบทความในหน้าหนังสือพิมพ์ ประกอบด้วยหนังสือพิมพ์รายวัน จำนวน 16 ฉบับ (ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน บ้านเมือง แนวหน้า คู่แข่งรายวัน วัฏจักร ผู้จัดการรายวัน สยามรัฐ สยามโพสต์ ไทยไฟแนนเชียล กรุงเทพธุรกิจ ข่าวสด ไทยธุรกิจไฟแนนซ์ สยามธุรกิจ และเสียงพิมพ์ไทย) หนังสือพิมพ์รายสามวันและรายสัปดาห์ จำนวน 5 ฉบับ (ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ มติชนรายสัปดาห์ ผู้จัดการรายสัปดาห์ คู่แข่งรายสัปดาห์) และหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศ จำนวน 2 ฉบับ (Bangkok Post และ The Nation) รวมทั้งสิ้น 23 ฉบับ

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลข่าวและบทความในหน้าหนังสือพิมพ์ โดยการไปค้นข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลมติชน ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข่าวแยกประเภทธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ไว้เป็นหมวดหมู่ จึงทำให้สะดวกในการค้นข้อมูลที่ต้องการระหว่างปี พ.ศ.2537-2540 โดยมีแฟ้มข่าวจำนวนทั้งสิ้น 32 แฟ้มข่าว ทั้งนี้ผู้วิจัยอาศัยสถานภาพการเป็นนิสิตปริญญาโทเข้าไปค้นข้อมูลในทุกวันเสาร์เป็นระยะเวลา 6 สัปดาห์

1.2) รายงานประจำปี ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลรายงานประจำปีทั้งของภาครัฐและเอกชน ดังต่อไปนี้

- รายงานประจำปีของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ระหว่างปี พ.ศ.2534-2539
- รายงานประจำปีขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ.2537-2540

ข้อมูลจากรายงานประจำปีของบริษัทและองค์การโทรศัพท์ฯ เป็นประโยชน์ต่อการติดตามความเคลื่อนไหวในธุรกิจและบริการต่างๆ

1.3) รายงานผลการวิจัย ผู้วิจัยได้ข้อมูลสนับสนุนผลการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ 900 และดิจิตอล จีเอสเอ็ม ในเรื่องต่างๆ คือ

- รายงานผลการวิจัยเรื่อง "Corporate Image" ซึ่งวิจัยในเดือนมกราคม 2539 โดยบริษัท The Searcher
- รายงานผลการวิจัยเรื่อง "Customer Satisfaction" ซึ่งวิจัยในเดือนมกราคม 2539 โดยศูนย์สำรวจและวิจัย กลุ่มชินวัตร
- รายงานผลการวิจัยเรื่อง "Customer Satisfaction Index" ครั้งที่ 1 วิจัยในเดือนพฤษภาคม 2540, ครั้งที่ 2 วิจัยในเดือนมกราคม-มีนาคม 2541 และครั้งที่ 3 วิจัยในเดือนธันวาคม 2541-มกราคม 2542 โดยบริษัท TQP
- รายงานผลการวิจัยเรื่อง "ทัศนคติและการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่" ซึ่งวิจัยในเดือนกรกฎาคม 2539 โดยบริษัท The Searcher
- รายงานผลการวิจัยเรื่อง "การรับรู้และทัศนคติต่อโฆษณา ดิจิตอล จีเอสเอ็ม 2 วัดต์" ซึ่งวิจัยในเดือนสิงหาคม 2539 โดยบริษัท The Searcher
- รายงานผลการวิจัยเรื่อง "ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการจัดงาน Shinawatra Megatech" ซึ่งวิจัยในเดือนสิงหาคม 2539 โดยบริษัท The Searcher
- รายงานผลการวิจัยเรื่อง "ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคและการใช้จ่ายเพื่อสิ่งจำเป็นในการดำรงชีพของครัวเรือนที่มีรายได้ปานกลาง" ซึ่งวิจัยในเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน 2540 โดยศูนย์สำรวจและวิจัย กลุ่มชินวัตร

- รายงานผลการวิจัยเรื่อง "Communication Effectiveness" ซึ่งวิจัยในเดือนพฤศจิกายน 2540 โดยบริษัท TQP
- รายงานผลการวิจัยเรื่อง "Exit Interview" ครั้งที่ 1 เดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2541, ครั้งที่ 2 เดือนกรกฎาคม-สิงหาคม 2541, ครั้งที่ 3 เดือนกันยายน-ตุลาคม 2541 และครั้งที่ 4 เดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2541 โดยศูนย์สำรวจและวิจัย กลุ่มชินวัตร
- รายงานผลการวิจัยเรื่อง "New Customer" ครั้งที่ 1 เดือนมกราคม 2541 และครั้งที่ 2 เดือนพฤศจิกายน 2541 โดยศูนย์สำรวจและวิจัย กลุ่มชินวัตร
- รายงานผลการวิจัยเรื่อง "Existing Customer" วิจัยในเดือนพฤศจิกายน 2541 โดยศูนย์สำรวจและวิจัย กลุ่มชินวัตร
- รายงานผลการวิจัยเรื่อง "AIS Communication" วิจัยในเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน 2541 โดยบริษัท Better Impact

นอกจากนี้ยังศึกษาจากผลงานการวิจัยทั้งในและต่างประเทศ ที่มีผู้วิจัยเกี่ยวกับปัญหาการขาดแคลนเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐาน และปัญหาการบริหารงานโดยหน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งผลกระทบจากพรรคการเมืองต่อธุรกิจให้บริการโทรคมนาคมของไทยด้วย ดังนี้

- รายงานผลการวิจัยใน Pacific Telecommunications Council Annual Conference ระหว่างปี 1994-1998

รายงานผลการวิจัยจะถูกนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของเครื่องมือและแผนงานการสื่อสารเพื่อการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ 900 และระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม ซึ่งโดยปกติรายงานผลการวิจัยของบริษัทจะถือเป็นความลับไม่อนุญาตให้มีการเผยแพร่สู่พนักงานระดับปฏิบัติการ หรือผู้บริหารที่ไม่มีหน้าที่โดยตรงในเรื่องที่เกี่ยวข้อง แต่เนื่องจากผู้วิจัยเป็นผู้บริหารระดับต้นในสายงานการตลาดและการสื่อสาร จึงทราบถึงผลการวิจัยในประเด็นต่างๆ ประกอบกับผู้วิจัยได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาจึงสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาศึกษาเพื่อประกอบการวิจัยได้

1.4) เอกสารเนื่องในวันสถาปนาองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ครบรอบปีที่ 42 และปีที่ 44

จะใช้เพื่อประกอบการศึกษาในประเด็นของวิวัฒนาการด้านการสื่อสารและโครงสร้างการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้ประกอบกับรายงานประจำปีของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

2. แหล่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Key Performance)

ประกอบด้วยผู้บริหารที่ทำงานทางด้านการตลาด และการสื่อสารของธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้สื่อข่าวสายสื่อสารโทรคมนาคม ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

2.1) คุณบุญคณี ปลั่งศิริ

ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ซินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบการดำเนินงานของกลุ่มชินวัตร การสัมภาษณ์ท่านทำให้ได้ภาพกว้างของธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทิศทางการพัฒนาเทคโนโลยีของไทยในอนาคต ตลอดจนผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

การนัดสัมภาษณ์คุณบุญคณีนั้น ผู้วิจัยมีความสนิทสนมเป็นพิเศษกับเลขานุการท่าน โดยเคยร่วมงานในหน่วยงานประชาสัมพันธ์กลุ่มชินวัตรด้วยกันมาก่อน จึงอาศัยความสนิทสนมให้ช่วยนัดสัมภาษณ์ท่านเป็นกรณีพิเศษ เนื่องจากท่านมีงานที่ต้องรับผิดชอบและต้องเดินทางต่างประเทศบ่อย ดังนั้นเพื่อให้ได้วัน-เวลาสัมภาษณ์ที่แน่นอนและรวดเร็ว จึงอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวกับเลขานุการท่านนัดสัมภาษณ์ด้วยวาจา ไม่ต้องใช้จดหมายนัดสัมภาษณ์เพียงแจ้งหัวข้อที่ศึกษาเท่านั้น อย่างไรก็ตามเนื่องด้วยท่านมีภาระกิจมาก ในวันนัดสัมภาษณ์ผู้วิจัยต้องรอคอยท่านออกจากห้องประชุมเป็นเวลาประมาณ 1 ชั่วโมง จึงจะได้เข้าพบและสัมภาษณ์เป็นเวลากว่า 2 ชั่วโมงจนได้ข้อมูลครบถ้วน นอกจากนี้ท่านยังได้กรุณาให้เอกสารเกี่ยวกับแนวโน้มของธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมของโลกให้ข้าพเจ้าศึกษาเพิ่มเติมอีกด้วย

2.2) คุณสรวิศชัย เตียวประเสริฐกุล

รองกรรมการผู้อำนวยการอาวุโส สายงานการตลาดและการขาย บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบงานในสายงานการตลาดและการขาย ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งระบบเซลลูลาร์ 900, ดิจิตอล จีเอสเอ็ม, เครื่องลูกข่ายและอุปกรณ์เสริมโทรศัพท์เคลื่อนที่, ศูนย์บริการชินวัตร, บริการ Mobile Fonerent (ให้เช่าเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่) และบริการ One-Two-Call รวมทั้งบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายและฝ่ายโฆษณาด้วย

การสัมภาษณ์คุณสรวิศชัยจะทำให้ได้ข้อมูลในประเด็นของโครงสร้างการตลาดและการขาย ของธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และแนวคิดโดยรวมของการนำการสื่อสารมาใช้ในการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งในการสัมภาษณ์ได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้วิจัยเคยเป็นผู้ได้บังคับบัญชาโดยตรงของท่าน และได้เรียนให้ทราบตั้งแต่เริ่มแรกทำวิทยานิพนธ์ว่าจะขอนัดสัมภาษณ์ ซึ่งท่านเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยสัมภาษณ์โดยไม่ต้องทำจดหมายใดๆ ใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 1 ชั่วโมง

นอกจากนี้ท่านยังได้เปิดเผยข้อมูล และอนุญาตให้ผู้วิจัยนำข้อมูลสำคัญๆ เช่น งบประมาณโฆษณาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ 900, ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม, ระบบเวลาดิฟเฟอเรนซ์ 800 และระบบเวลาดิฟเฟอเรนซ์ 1800 โดยละเอียดมาศึกษา และสามารถนำมาเผยแพร่ได้ หลังจากที่ผู้วิจัยชี้แจงว่าข้อมูลที่นำมาเผยแพร่นั้นได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการวิเคราะห์กลยุทธการสื่อสาร และเป็นข้อมูลในปีที่ผ่านมาในภาพรวมเท่านั้น ไม่ได้นำข้อมูลโดยละเอียด ท่านจึงอนุญาตให้นำมาใช้และเผยแพร่ได้

2.3) คุณยรรยง อัครจินดานนท์

ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) อดีตรับผิดชอบงานด้านการตลาดของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เซลลูลาร์ 900 และดิจิตอล จีเอสเอ็ม โดยเน้นที่การแสวงหาลูกค้าใหม่เข้ามาในระบบ ปัจจุบันรับผิดชอบงานด้านการตลาดในส่วนของลูกค้าปัจจุบัน ทั้งระบบเซลลูลาร์ 900 และดิจิตอล จีเอสเอ็ม โดยเน้นที่การรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มการใช้งาน (Airtime Usage) มากขึ้น

คุณยรรยงถือว่าเป็นผู้ที่มีความชำนาญในงานด้านการตลาดและการสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากท่านคลุกคลีกับงานในขอบเขตดังกล่าวมาโดยตลอดตั้งแต่แรกเริ่มให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จนถึงปัจจุบัน ดังนั้นจึงเป็นผู้ที่มีข้อมูลมากที่สุดท่านหนึ่ง ประเด็นที่สัมภาษณ์คุณยรรยงจะมุ่งไปที่โครงสร้างของการตลาดของธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมทั้งกลยุทธการตลาดและการสื่อสารในฐานะเครื่องมือหนึ่งของการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด

เนื่องจากผู้วิจัยเป็นผู้ได้บังคับบัญชาโดยตรง และเคยร่วมงานกับท่านมาเป็นเวลาเกือบ 7 ปี จึงทำให้ทราบแนวคิดและวิธีการทำงานของท่าน และมีความสนิทสนมเป็นการส่วนตัวกับท่าน เนื่องจากท่านเป็นผู้สนับสนุนและให้ความรู้ทั้งด้านการตลาดและการสื่อสารแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด ไม่ว่าจะเป็นการสอนโดยการพูดคุย อธิบายสถานการณ์และกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น หรือโดยการสอนด้วยวิธีให้ปฏิบัติงานจริง ตลอดจนการแนะนำหนังสือทางด้านการตลาดและการสื่อสารให้ผู้วิจัยอ่านเป็นประจำ รวมทั้งส่งไปฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ ทางด้านการตลาดและการสื่อสาร ทั้งในและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ

ด้วยความเมตตาที่ท่านมอบให้แก่ผู้วิจัย จึงทำให้ผู้วิจัยสามารถนัดสัมภาษณ์ท่านได้เป็นกรณีพิเศษ ไม่ต้องทำจดหมาย อย่างไรก็ตาม ท่านเป็นผู้ที่มีภาระกิจมากมาย ทำให้เวลานัดสัมภาษณ์ต้องเลื่อนเป็นระยะเวลานาน ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีทยอยการสัมภาษณ์เป็น 2 ช่วง คือ ครั้งแรกสัมภาษณ์ในวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2542 เป็นเวลาประมาณ 15 นาทีเกี่ยวกับโครงสร้างการตลาด และครั้งที่สองสัมภาษณ์ในวันที่ 6 มีนาคม 2542 เป็นเวลาประมาณ 20 นาทีในเรื่องกลยุทธการสื่อสาร นอกจากนี้ยังทยอยสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการอีกหลาย 10 ครั้ง โดยอาศัยช่วงเวลาที่มีโอกาสบ้าง เช่น ระหว่างเดินทางไปประชุม หลังเลิกงาน

หลังการประชุม ระหว่างรับประทานอาหาร เป็นต้น จนสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วน โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลนานถึง 8 เดือน

2.4) ดร.ไพฑูลย์ ลิ้มปพยอม

ในฐานะอดีตผู้อำนวยการองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ซึ่งท่านเป็นผู้อำนวยการองค์การโทรศัพท์ฯ ในช่วงที่เปิดให้สัมปทานเอกชนเข้ามาดำเนินธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นครั้งแรก การสัมภาษณ์ท่านจะทำให้ได้ข้อมูลถึงสาเหตุแห่งการเปิดให้สัมปทาน โครงสร้างการตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งช่วงก่อนและหลังเปิดให้สัมปทานเอกชน ตลอดจนลักษณะการดำเนินงานทางด้านการตลาดของภาครัฐ อีกด้วย

การนัดสัมภาษณ์ท่าน ผู้วิจัยได้ส่งจดหมายซึ่งลงนามโดยคณบดีพร้อมแนวจดหมายไปให้ท่าน ก่อนที่จะโทรนัดวัน-เวลาในการสัมภาษณ์ เนื่องจากท่านไม่ได้เข้าทำงานทุกวัน ผู้วิจัยได้รับความกรุณาจากท่านในฐานะพนักงานในกลุ่มชินวัตร ทำให้ท่านสนับสนุนการให้ข้อมูลในระดับลึก โดยผู้วิจัยได้รับความกรุณาเป็นพิเศษในการสัมภาษณ์ท่านเป็นเวลาประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง

2.5) คุณยิ่งยอด มัญชุวิสิฐ

อดีตหัวหน้าข่าวไอที หนังสือพิมพ์ The Nation ปัจจุบันรับผิดชอบในการผลิตและบริหาร Web Site ของบริษัทในเครือ The Nation

คุณยิ่งยอดเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจโทรคมนาคมและได้ติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยเฉพาะธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งในและต่างประเทศ ข้อมูลที่ได้จากพรรคคนของท่านจึงมีประโยชน์ในการวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบแวดล้อมของโครงสร้างการตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเฉพาะในประเด็นอิทธิพลของหน่วยงานภาครัฐและพรรคการเมือง

ผู้วิจัยมีความสนิทสนมเป็นการส่วนตัวกับคุณยิ่งยอด เนื่องจากเรียนจบสถาบันเดียวกัน คือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และเพื่อนของผู้วิจัยมีความสนิทสนมกับคุณยิ่งยอด ประกอบกับในการทำงานช่วงที่ผู้วิจัยทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ ต้องมีการประสานงานกับคุณยิ่งยอดเป็นประจำ จึงทำให้มีความสนิทสนมมากเป็นพิเศษ การสัมภาษณ์คุณยิ่งยอด ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณ 15 นาที

2.6) คุณพัฒนพันธุ์ วงศ์พันธุ์

อดีตหัวหน้าข่าวไอที หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ปัจจุบันเป็นหัวหน้าข่าวการตลาด หนังสือพิมพ์ฉบับเดียวกัน ผู้วิจัยได้เคยหารือท่านด้วยวาจา เมื่อครั้งที่เดินทางไปค้นข้อมูลหนังสือพิมพ์ที่ศูนย์ข้อมูลมติชน ก่อนที่จะนัดสัมภาษณ์กับท่านทางโทรศัพท์เป็นเวลาประมาณ 20 นาที ในประเด็นเดียวกับที่สัมภาษณ์คุณยิ่งยอด เพื่อให้ได้ข้อมูลรอบด้านและใช้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วย

ผู้วิจัยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากคุณพัฒนพันธุ์ เนื่องจากผู้วิจัยเคยเป็นแหล่งข่าวให้คุณพัฒนพันธุ์ นอกจากนี้ยังเคยร่วมเดินทางไปชมกิจการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ประเทศออสเตรเลียด้วยกัน และผู้วิจัยสนิทสนมกับผู้บังคับบัญชาคุณพัฒนพันธุ์ จึงทำให้มีความสนิทสนมเป็นพิเศษ และได้รับความกรุณาเปิดเผยข้อมูลสำคัญๆ ที่ไม่ได้ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ด้วย

2.7) คุณภิญโญ อัครสันติชัย

ผู้สื่อข่าวอาวุโส หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ เช่นเดียวกับคุณยิ่งยอด และคุณพัฒนพันธุ์ ซึ่งเป็นสื่อมวลชนที่อยู่ในสายโทรคมนาคมมานานต่อเนื่องกว่า 5 ปี ทำให้มีข้อมูลและเข้าใจธุรกิจของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยเป็นอย่างดี นอกจากนี้ด้วยความที่เป็นสื่อมวลชนทำให้มีข้อมูลเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม จากสื่อมวลชนสายอื่นๆ ที่อยู่ในหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวกันด้วย เช่น สื่อมวลชนสายการตลาด สายการเมือง และสายสังคม เป็นต้น ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่รอบด้านมากขึ้น

การสัมภาษณ์คุณภิญโญ ผู้วิจัยได้อาศัยความสนิทสนมส่วนตัว เนื่องจากผู้วิจัยเคยทำงานที่หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์มาก่อน และรู้จักเป็นการส่วนตัวกับแฟนของคุณภิญโญ จึงสามารถนัดสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ได้เป็นระยะเวลาประมาณ 15 นาทีในครั้งแรก และสัมภาษณ์เพิ่มเติมอีกครั้งเป็นเวลา 15 นาที

การสัมภาษณ์คุณยิ่งยอด คุณพัฒนพันธุ์และคุณภิญโญ นอกจากจะทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลรอบด้านมากยิ่งขึ้นในประเด็นที่เกี่ยวกับองค์ประกอบแวดล้อมของโครงสร้างตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว ยังมีข้อมูลเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลอื่นๆ ด้วย

2.8) รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา

นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านการตลาด และการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่ยอมรับในประเทศ เป็นผู้ที่เหมาะสมสำหรับการแสดงทรรศนะและวิเคราะห์แผนงานการสื่อสารแบบบูรณาการ เนื่องจากเป็นบุคคลแรกในประเทศไทยที่เผยแพร่แนวคิดดังกล่าวแก่สาธารณชน ผู้วิจัยได้ติดต่อขอสัมภาษณ์ด้วยวาจากับท่าน ซึ่งท่านได้ให้ผู้วิจัยส่ง Proposal ให้ท่านศึกษาก่อนนัดสัมภาษณ์ แต่เนื่องจากท่านมีภาระกิจมาก จึงทำให้ผู้วิจัยไม่มีโอกาสสัมภาษณ์ท่าน อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้เคยฝึกอบรมเรื่องการสื่อสารแบบบูรณาการจากท่าน และ

มีเอกสารประกอบการสัมมนา จึงสามารถนำเอกสารมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้สำหรับการขอแนวคิดจากท่านในการวิจารณ์แผนงานการสื่อสาร "ดิจิทัล จีเอสเอ็ม 2 วัตต์" ว่ามีความเหมาะสมเพียงใดนั้น ผู้วิจัยก็สามารถใช้ผลการตัดสินรางวัลการประกวดผลงานการตลาดดีเด่น (Thailand Marketing Awards) ครั้งที่ 13 มาใช้ประกอบการวิจัยได้ เนื่องจากแผนงานดิจิทัล จีเอสเอ็ม 2 วัตต์ได้รับรางวัลชนะเลิศ ประเภทบริการ โดยการตัดสินจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภาครัฐ และเอกชน รวมทั้งนักวิชาการสาขาการตลาดและการสื่อสาร รวม 37 ท่าน (ดูรายชื่อคณะกรรมการได้จากภาคผนวกท้ายเล่ม) ทำให้สามารถใช้ข้อมูลเอกสารเหล่านี้แทนข้อมูลจากการสัมภาษณ์ท่านได้ดีในระดับหนึ่ง

3. ข้อมูลจากการเข้าไปมีส่วนร่วม

เนื่องจากผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการปฏิบัติงาน ตลอดจนรับทราบและร่วมการวางแผนกลยุทธ์ในการตลาดและการสื่อสาร ของธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ 900 และดิจิทัล จีเอสเอ็มเป็นประจำทุกปี จึงได้นำข้อมูลจากประสบการณ์ตรงมาประมวลประกอบการวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวเป็นความลับขององค์กร จึงไม่สมควรนำมาใช้เผยแพร่โดยตรง อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้รับอนุญาตให้นำข้อมูลแผนการตลาดดิจิทัล จีเอสเอ็ม 2 วัตต์ และระบบป้องกันการจูนสมบรูณ์แบบ SIS ออกมาเผยแพร่เป็นวิทยาทาน ในลักษณะของการนำเสนอเป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลที่ได้จากบุคคล มาศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลประเภทเดียวกันร่วมกับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร และประสบการณ์จากการปฏิบัติงานของผู้วิจัย แล้วจึงสรุปรวบรวมประเด็นที่สำคัญนำเสนอเป็นข้อมูลเชิงพรรณนาตามแนวทางดังนี้

นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์ถึงปัญหาการขาดแคลนเลขหมายของโทรศัพท์พื้นฐาน และปัญหาการบริหารงานโดยหน่วยงานภาครัฐ โดยศึกษาจากรายงานประจำปี และผลการวิจัยโดยผู้วิจัยทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งตีพิมพ์เผยแพร่ในหนังสือประกอบการประชุม Pacific Telecommunications Council Annual Conference ระหว่างปี 1994-1998 เพื่อศึกษาว่าเอกชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาการขาดแคลนเลขหมายโทรศัพท์และปัญหาการบริหารงานโดยหน่วยงานภาครัฐในลักษณะใดบ้าง

หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการดำเนินธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งช่วงก่อนและหลังเปิดให้สัมปทานเอกชน ประกอบกับข้อมูลจากหนังสือพิมพ์และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก มาวิเคราะห์ถึงพัฒนาการของโครงสร้างตลาดว่ามืองค์ประกอบใดบ้างในโครงสร้างแต่ละยุคสมัย รวมทั้งวิเคราะห์ด้วยว่ามี

ปัจจัยใดบ้าง ที่จะเข้ามามีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมทางการตลาดของภาคเอกชน รวมทั้งองค์ประกอบต่างๆ ในโครงสร้างการตลาดมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการตลาดอย่างไรบ้าง

จากนั้นจึงจะนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ วิเคราะห์ในส่วนที่เอกชนเมื่อรับสัมปทานจากรัฐให้เข้ามาดำเนินการธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว มีการใช้กลยุทธ์การตลาดอย่างไรในการสร้างความนิยมแก่ผู้ใช้บริการ โดยอาศัยแนวคิดในเรื่องการบริหารการตลาดเป็นหลักในการวิเคราะห์ว่า การบริการการตลาดมีความสำคัญอย่างไรในการดำเนินธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่บ้าง เนื่องจากแนวคิดดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าและบริการเหนือคู่แข่ง ทำให้ลูกค้าใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

เมื่อทราบถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิดของการบริหารการตลาดแล้ว ก็จะนำข้อมูลมาประมวลเพื่อวิเคราะห์ต่อไปว่า จากความสำคัญของการบริการการตลาดนั้น ได้อาศัยเครื่องมืออะไรบ้าง เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยอาศัยแนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communications) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ว่า โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ 900 และดิจิตอล จีเอสเอ็ม ได้นำการสื่อสารแบบบูรณาการมาใช้ในลักษณะใด และบรรลุวัตถุประสงค์ในการใช้งานมากน้อยเพียงใด

การนำเสนอข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประมวลข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อแยกสรุปประเด็นให้เห็นถึง พัฒนาการของโครงสร้างการตลาดธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมทางการตลาด โดยแยกข้อมูลประกอบการวิเคราะห์เป็นบทหนึ่ง จากนั้นในบทต่อไปจะนำเสนอข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ลักษณะความสำคัญของการบริการการตลาด และลักษณะของการนำการสื่อสารแบบบูรณาการมาใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการตลาด โดยวิเคราะห์เครื่องมือแต่ละประเภทตามลำดับดังต่อไปนี้

- การโฆษณา
- การประชาสัมพันธ์
- พนักงาน
- การตลาดโดยตรง
- การจัดกิจกรรมทางการตลาดตามสถานการณ์
- การจัดแต่งหน้าร้าน

- การจัดรายการส่งเสริมการขาย
- การตลาดทางโทรศัพท์
- การจัดทำของที่ระลึก
- การขายลิขสิทธิ์ผลิตภัณฑ์

จากนั้นในตอนท้ายจะนำกรณีศึกษาแผนงานการสื่อสารแบบบูรณาการของระบบเซลลูลาร์ 900 และ ดิจิตอล จีเอสเอ็ม มาแสดงประกอบ เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนในการดำเนินงาน เมื่อนำเสนอข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ และสรุปพร้อมทั้งหมุดนี้แล้ว สามารถตอบปัญหาที่ว่า

1. พัฒนาการของโครงสร้างการตลาดธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยมีความเป็นมาอย่างไร
2. มีการนำการสื่อสารมาใช้เพื่อสนับสนุนงานด้านการตลาดอย่างไรบ้าง

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการตลาด ของธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ 900 และดิจิตอล จีเอสเอ็ม ระหว่างปี พ.ศ.2537-2540” นี้ ผู้วิจัยได้พยายามศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งข้อมูลบุคคล และข้อมูลเอกสาร รวมทั้งงานวิจัยต่างๆ ซึ่งทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูล และการติดต่อขอสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง ที่เป็น Key Performance ตามที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์มานี้ ไม่ใช่เรื่องง่ายเลยที่จะเข้าถึงผู้บริหารแต่ละท่าน เนื่องจากผู้บริหารแต่ละท่านมีเวลาจำกัดมาก และข้อมูลส่วนใหญ่เป็นข้อมูลความลับทางธุรกิจ

ผู้วิจัยเชื่อว่าการที่สามารถเข้าถึงได้นั้น มาจากการที่ผู้วิจัยมีความสนิทสนมเป็นการส่วนตัว และเป็นผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มาเป็นเวลานานร่วม 7 ปี ทำให้มีโอกาสร่วมงานกับผู้บริหารเหล่านั้น และมีความรู้พื้นฐานในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ อันทำให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายและไม่จำเป็นต้องใช้เวลาในการสัมภาษณ์มากนัก แต่จะได้ข้อมูลสำคัญๆ ของบริษัท อีกทั้งมีช่องทางอื่นที่จะช่วยให้การสัมภาษณ์เกิดขึ้นได้ นอกเหนือจากการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ ประการสำคัญผู้วิจัยได้รับความเมตตาจากผู้บริหารเหล่านี้ในการเปิดเผยข้อมูลทางธุรกิจและเสียสละเวลาตอบข้อซักถามของผู้วิจัยหลายช่วงเวลา