

บรรณานุกรม

- “1-2-Call เอาชนะความกลัว Freedom No?.” 2547. ผู้จัดการ (19 เมษายน): B5.
- “1 ขวบปีกับแบรนด์ออร์เรนจ์.” 2546. บิสิเนสไทย (14 เมษายน): 27.
- “1 เดือนปฏิบัติการดีแทค บทพิสูจน์ยุทธศาสตร์ผู้นำบริการ.” 2546. ผู้จัดการ (9 มิถุนายน): B10.
- “2 เดือนได้ลูกค้า 1 ล้าน.” 2546. โพสต์ทูเดย์ (1 สิงหาคม): B3.
- “5 คนสนิท ออเรนจ์.” 2546. ฐานเศรษฐกิจ (8 พฤษภาคม): 23.
- “การกลับมาของดีแทค.” 2545. ประชาชาติธุรกิจ (23 มกราคม): 31-32.
- “การประกวดแผนการตลาด.” 2546. ผู้จัดการ (24 มีนาคม): 12.
- “การส่ง SMS คัดค่าบริการครั้งละ 2 บาท ต้อนรับเทศกาลวันวาเลนไทน์.” 2546. ฐานเศรษฐกิจ (13 กุมภาพันธ์): 47-48.
- “กำเนิด Orange.” 2545. ผู้จัดการ (20 มีนาคม): 25.
- “แกะรอยเบื้องหลังระบบวัน-ทู-คอล.” 2545. กรุงเทพธุรกิจ (12 กันยายน): 4.
- “ของขวัญ.” 2546. ผู้จัดการ (30 มกราคม): 28.
- “คิดนอกรอบ.” 2546. บิสิเนสไทย (28 กรกฎาคม): 10.
- “เครือข่ายที่ดีที่สุดในกรุงเทพ.” 2547. ข่าวสด (14 มิถุนายน): 39.
- “โค้งสุดท้ายตลาดมือถือเริ่มเฉื่อย ออเรนจ์ปรับแผนเจาะเฉพาะกลุ่ม.” 2546. ดอกเบี้ยธุรกิจ (8 กันยายน): 6.
- “โค้งสุดท้าย “ฟรีแพค” ผ่นตลาด “แฮปปี้” ดุยเขย่าบัลลังก์แชมป์.” 2546. ประชาชาติธุรกิจ (4 กันยายน): 27, 28.
- “ใจหายเหมือนกันนะป้า.” 2547. ผู้จัดการ (24 พฤษภาคม): B5.
- “ดีแทคขยายเครือข่ายเพิ่มคลุมทางหลวงทั่วประเทศ.” 2545. ข่าวหุ้น (11 กรกฎาคม): 1,22.
- “ดีแทคควัก 3 ล.อุปถัมภ์ส.ดาบอด.” 2546. ฐานเศรษฐกิจ (11 สิงหาคม): 45.
- “ดีแทคคำรามถือคู่แข่ง จับมือยักษ์เน็ตส์เล็ก กระจายฟรีแพค.” 2546. บ้านเมือง (1 ตุลาคม): 8.
- “ดีแทคจัดคอนเสิร์ต DTAC Battery for Life.” 2545. ผู้จัดการ (28 สิงหาคม): 25.
- “ดีแทคจับสหพัฒน์.ไอซี.ที. ขายบัตรเติมเงิน 50 บาท.” 2547. สยามธุรกิจ (15 กุมภาพันธ์): 30.
- “ดีแทคฉลองความเป็นผู้นำเทคโนโลยี MMS ทั่วประเทศ.” 2546. ผู้จัดการ (31 มีนาคม): B4.
- “ดีแทคชวนลูกค้าดูหงส์แดง-แมนยูฯ.” 2545. ผู้จัดการ (1 ตุลาคม): 25.
- “ดีแทคชุ่มเจิบแจกซิมการ์ดฟรี.” 2545. บ้านเมือง (3 กันยายน): 28.

“ดีแทคเดินหน้ากระตุ้นพีรพีเค แจกอั่งเปาโทร.ฟรีรับตรุษจีน.” 2545. ผู้จัดการ (27 มกราคม): 25.

“ดีแทคต่อยก้าผู้นำบริการ ส่งความสุข แฮปปี้ดีพร้อมท์.” 2546. ดอกเบี๋ยธุรกิจ (9 มิถุนายน): 6.

“ดีแทคเตรียมทัพชนเอไอเอส.” 2547. มติชน (17 มิถุนายน): 7.

“ดีแทคประกาศศึกมือถือระบบพีรพีเค แฮปปี้ดีพร้อมท์ ลดค่าโทร.ครึ่งราคา.” 2546. ผู้จัดการ (22 พฤษภาคม): 25.

“ดีแทคปรับกลยุทธ์ใหม่เดินชนลูกค้า.” 2546. คอมชัดลึก (10 กันยายน): 19.

“ดีแทคปรับกลยุทธ์ออกบัตรเติมเงิน 50 บาทเพิ่มความถี่การซื้อ หวังขยับ ARPU.” 2547.

Telcom Journal (16 กุมภาพันธ์): 12, 6.

“ดีแทคเปิดแนวรุกทะลุโลกใหม่ ส่งชิมราคาถูกเจาะพีรพีเค.” 2547. กรุงเทพธุรกิจ (28 มกราคม): 17, 21.

“ดีแทคเปิดศึกพีรพีเคถือสอง.” 2547. สยามธุรกิจ (1 กุมภาพันธ์): 32, 31.

“ดีแทคผนึกเครือข่ายสาวมิสทิน ปูพรมขายตรงมือถือทั่วประเทศ.” 2546. ประชาชาติธุรกิจ (27 พฤศจิกายน): 46.

“ดีแทคฟันรายได้ 3.2 หมื่นล้าน.” 2546. ผู้จัดการ (1 มีนาคม): 6.

“ดีแทคมั่นใจแคมเปญตรงใจลูกค้า Q1 ลูกค้าใหม่เพิ่มเกือบ 5 แสนราย.” 2545. ผู้จัดการ (30 เมษายน): 20.

“ดีแทคย้ายจุดต่าง ด้วยสำนึกรักบ้านเกิด.” 2545. กรุงเทพธุรกิจ (7 มกราคม): 32.

“ดีแทครับกระแสบอลลูน ลูกค้านุ้ยโศกกว่า 3 ล้าน.” 2547. โลกวันนี้ (9 มิถุนายน): 10.

“ดีแทครุกปฏิวัติโทรศัพท์มือถือเติมเงิน อัปเดต 200 ล. เปิดตัว Happy Dprompt.” 2546. กระแสหุ้น (22 พฤษภาคม): 22.

“ดีแทคไล่แจกซิมการ์ด 50,000 ใบ.” 2545. ฐานเศรษฐกิจ (12 ธันวาคม): 51-52.

“ดีแทคส่งบัตรเติมเงินเข้าร้านขายยา.” 2547. มติชน (8 เมษายน): 19.

“ดีแทคส่งมอบป้ายข้อมูลท่องเที่ยว เผยปี 47 สร้างเพิ่มอีก 330 แห่ง.” 2547. ผู้จัดการ (7 มกราคม): 25.

“ดีพร้อมท์เงินแคมเปญทิ้งทวน.” 2545. ฐานเศรษฐกิจ (7 พฤศจิกายน): 47-48.

“ดีพร้อมท์เปิดศึกถล่มราคา.” 2546. ไทยรัฐ (22 พฤษภาคม): 9.

“ดีแม่ Happy Dprompt ดีแทคมีอะไรดี.” 2546. บ้านเมือง (25 พฤษภาคม): 8.

“เติมความสุขกับแฮปปี้ดีพร้อมท์.” 2546. ผู้จัดการ (23 มิถุนายน): 28.

“เติมความ Happy ผ่านรสชาติไอศกรีม.” 2546. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.gotomanager.com> (พฤศจิกายน 2546).

- “ททท. ดีแทค โนเกีย เซ็นทรัล หนุนไทยเที่ยวไทย.” 2547. ไทยโพสต์ (26 เมษายน): 7.
- ทรงศักดิ์ เปรมสุข, เสกสรร อุ้นจิตติ. 2545. **ปฏิบัติการและกลยุทธ์สร้างแบรนด์ 1-2-Call!**.
กรุงเทพมหานคร: นิตยสาร BrandAge บริษัท อินโฟเมอร์เชียล มาร์ก จำกัด :18-22.
- “ทศท.อนุมัติจดทะเบียนวัน-ทู-คอล.” 2546. กรุงเทพธุรกิจ (16 สิงหาคม): 1, 4.
- “ทีเอ ออเรนจ์ทุ่มหมื่นล้านขยายโครงข่ายทั่วประเทศ.” 2547. **Telcom Journal** (31 มีนาคม): 13.
- “ที่มาของรอยยิ้ม.” 2546. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.gotomanager.com>
(20 กรกฎาคม 2546).
- “ที่มาออเรนจ์ บาทเดียว.” 2547. **ประชาชาติธุรกิจ** (1 กรกฎาคม): 32.
- “ทุกผลิตภัณฑ์ ทุกจุดมุ่งหมาย จากโฆษณาดีแทค.” 2545. กรุงเทพธุรกิจ (2 กรกฎาคม): 31.
- “ทำไมต้องออเรนจ์.” 2545. กรุงเทพธุรกิจ (4 มีนาคม): 5.
- “แทลคล่าทางเดินดีพร้อมที่ใหม่.” 2546. **ฐานเศรษฐกิจ** (16 กุมภาพันธ์): 31-32.
- “แทลคระเบิดศึกชิงตลาดฟรีเฟด ทุ่ม 100 ล. ขกเครื่องดีพร้อมที่.” 2546. **ประชาชาติธุรกิจ**
(22 พฤษภาคม): 31-32.
- “แทล ร่ำรวยลูกค้าเพิ่มเกือบเท่าตัว ปี 45 กวาดรายได้รวม 3.2 หมื่นล้าน.” 2546. **โพสต์ทูเดย์**
(1 มีนาคม) : B3.
- “แทลรุกหนักค่ายหนังดึงลูกค้า.” 2547. กรุงเทพธุรกิจ (29 มิถุนายน): 9.
- “แทลโหมดันยอดดีแทค-ดีพร้อมที่ อัปเดตโปรโมชันโพสต์เฟด-ฟรีเฟด.” 2546. **สยามธุรกิจ**
(6 เมษายน): 33.
- “โทร.น้อย.” 2547. ข่าวสด (12 กุมภาพันธ์): 36.
- ชันยวัชร ไชยตระกูลชัย. 2546. **กรณีศึกษาธุรกิจ 6.0**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เลิฟ แอนด์ เลิฟ.
นารีรัตน์ ติระเดชวัฒน์. 2542. **พฤติกรรมการแข่งขันของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่**.
ภาคนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- “เนสท์เล่-ดีพร้อมที่ สานต่อ ынยอดขยาย-จุดจำหน่ายเพิ่ม.” 2546. **ผู้จัดการ** (2 พฤศจิกายน): 4.
- “บริการแจ้งเตือนเมื่อยอดเงินในบัญชี Happy Dprompt มีน้อยกว่า 25 บาท.” 2546.
Press Release form DTAC (11 สิงหาคม): 1.
- “บริบทแห่งการพัฒนาที่สำคัญของ DTAC ท่ามกลางแนวคิดของ 2 ผู้นำในวันนี้.” 2545.
Telcom Journal (2 ธันวาคม): 12.
- บริษัท โทเทิลแอกแซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน). 2546. **รายงานประจำปี 2546**.
กรุงเทพมหานคร: บริษัท โทเทิลแอกแซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน).

- บริษัท เอ็ม ลิงค์ เอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). 2545. รายงานประจำปี 2545.
กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็ม ลิงค์ เอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน): 10.
- บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). 2543. รายงานประจำปี 2543.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์นิวไวด์.
- “บัตรเติมเงิน 50 บาท ทยอยขาย 55 บ. พี่พร้อมที่แก้ค่าผลิตเพิ่มเท่าตัว.” 2547. มติชน
(4 มีนาคม): 19.
- “บัตรเติมเงิน Dprompt ชุดสมาธิ.” 2545. ผู้จัดการ (17 กันยายน): 28.
- ประเสริฐ เล้าแสงฟ้า. 2544. โครงสร้างการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ให้บริการระบบ
เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่. กรุงเทพมหานคร: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์.
- ปารมี อัมพวัน. 2546. กลยุทธ์สงครามมือถือ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธเนศเพรส จำกัด.
_____. 2546. “สมรภูมิมือถือ 2003: กลยุทธ์ของท่านรอง.” ประชาชาติธุรกิจ
(14 กรกฎาคม): 32, 30.
- _____. 2546. “สมรภูมิมือถือ 2003: กลยุทธ์แบบ My.” ประชาชาติธุรกิจ
(5 พฤษภาคม): 26, 28.
- _____. 2546. “สมรภูมิมือถือ 2003: งานวิจัย Happy Dprompt อีกที.” ประชาชาติธุรกิจ
(19 มิถุนายน): 20.
- _____. 2546. “สมรภูมิมือถือ 2003: เมื่อ Happy Dprompt ทำ CRM ร่วมกับ Grammy.”
ประชาชาติธุรกิจ (16 มิถุนายน): 32, 30.
- _____. 2546. “สมรภูมิมือถือ 2003: Happy Dprompt Happy DTAC.” ประชาชาติธุรกิจ
(29 พฤษภาคม): 42, 44.
- “ฟรีคอมโบเน็ต บริการใหม่วัน-ทู-คอล.” 2545. ผู้จัดการ (11 มิถุนายน): 20.
- “มาแล้ว...แคมเปญใหม่จากทีเอโอเรนจ์.” 2546. Telecom Journal (1 ธันวาคม): 7.
- “มือถือจังกิจกรรมตรึงลูกค้า.” 2546. โลกวันนี้ (8 สิงหาคม): 7.
- “เมื่อกบน้อยขอยุ่ นอกกะลา.” 2546. ฐานเศรษฐกิจ (29 มิถุนายน): 21.
- “เมื่อ Happy Dprompt ทำ CRM ร่วมกับ Grammy.” 2546. ประชาชาติธุรกิจ
(16 มิถุนายน): 32, 30.
- “ยักษ์มือถือเตรียมรุมทั้งตลาดกูร.” 2546. ฐานเศรษฐกิจ (13 พฤศจิกายน): 55.
- “ยักษ์สี่สั้มยำไม่โยกกำไรลูกค้า.” 2546. บ้านเมือง (8 มิถุนายน): 8.

- “ยักษ์ AIS ท่วม 100 ล. เปิดศึกพรีเพด บีคู่แข่งโกยลูกค้าก่อนตลาดวาย.” 2546. ประชาชาติธุรกิจ (1 กันยายน): 31-32.
- “ร้องให้ไปเถอะครับ...แต่อย่ายอมแพ้.” 2547. ผู้จัดการ (10 พฤษภาคม): B5.
- “รักบ้านเกิดดีแท้.” 2545. คมชัดลึก (22 ธันวาคม): 13.
- “รุกแผง นสพ.-ร้านขายยา อีกกัลยูร์ท์เพิ่มยอดแฮปปี้ดีพร้อมท์.” 2547. กรุงเทพธุรกิจ (7 พฤษภาคม): 6.
- “เรียบง่าย สบาย ๆ ใกล้เคียงตัว.” 2546. กรุงเทพธุรกิจ (2 กันยายน): 32.
- “ลมเปลี่ยนทิศวงการมือถือ.” 2547. ผู้จัดการ (2 กุมภาพันธ์): B16, 2.
- “เลิศสูง หนึ่งในโครงการสำนักรักบ้านเกิด.” 2545. ผู้จัดการ (24 ธันวาคม): 28.
- “ลูกค้าดีแท้ร่วมสร้างกุศลทั่วหน้า.” 2545. ผู้จัดการ (3 มิถุนายน): A4.
- “สวีสวี.” 2547. ประชาชาติธุรกิจ (31 พฤษภาคม): 28.
- “วัน-ทู-คอล กินรวรร้านค้าปลีกรายย่อย ผันวิกฤตไวรัส ขายบัตรเติมเงินผ่านเอสเอ็มเอส.” 2546. ฐานเศรษฐกิจ (6 พฤศจิกายน): 55, 56.
- “วัน-ทู-คอล จับมือโรบินสันมอบอ้งเป่ารับเทศกาลตรุษจีน กว่า 5 ล้านบาท.” 2547. ผู้จัดการ (16 มกราคม): 25.
- “วัน-ทู-คอล ซึ่มลีกเกมด้านการตลาด ขยายฐานต่างจังหวัดชุกชุมถูกราคา.” 2547. ผู้จัดการ (20 มกราคม): 25.
- “วันทูคอล-เซ็นทรัล จัดแคมเปญส่วนลดร้านอาหาร 10-20%.” 2547. กรุงเทพธุรกิจ (20 มกราคม): 6.
- “วัน-ทู-คอล! ดิ้นสู้แฮปปี้ดีพร้อมท์ เงินฟรีคอมฟอร์สไต้ลิ่งลูกค้า.” 2546. สยามธุรกิจ (7 กันยายน): 30.
- “วัน-ทู-คอล ดิ่ง ปาล์มมี สร้างกระแสใหม่.” 2545. ผู้จัดการ (16 สิงหาคม): 17-18.
- “วัน-ทู-คอล ตามหาพรสวรรค์กันเถอะ.” 2546. ผู้จัดการ (10 กุมภาพันธ์): B3.
- “วัน-ทู-คอล ท่วม 700 ล้าน จัดกิจกรรมปั่นลูกค้าพรีเพด 13 ล้านราย.” 2547. โลกวันนี้ (5 มีนาคม): 23.
- “วัน ทู คอล ท่วม 80 ล. จ้างมืออาชีพทำโฆษณา.” 2547. กรุงเทพธุรกิจ (16 มีนาคม): 6.
- “วัน-ทู-คอล เปิดแคมเปญแนวคิดเอาชนะความกลัว.” 2547. โลกวันนี้ (16 มีนาคม): 23.
- “วัน-ทู-คอล เปิดเวทีวัยโจ๋โชว์ฝีมือ.” 2546. สยามรัฐ (22 พฤศจิกายน): 26.
- “วัน-ทู-คอล ผัน EGV จัดกิจกรรมลูกค้าคองหนั่ง.” 2545. ผู้จัดการ (26 กรกฎาคม): 26.
- “วันทูคอลยึดโรงหนังอีจวี ลด-แจกตั๋วลูกค้าถึงปีหน้า.” 2545. ข่าวหุ้น (24 กรกฎาคม): 5.

- “วัน-ทู-คอลลีแฟคเกจ การตลาดรักษาฐานฟรีเฟด.” 2546. บิสิเนสไทย (15 กันยายน): 23.
- “วิชัยบริหารดีแตกฝ่าวิกฤติมือถือใน 6 เดือน?” 2546. บิสิเนสไทย (10 มีนาคม): 17,20.
- “วันทูคอลหน้าเป็นชายทะเล 1.5 แสน.” 2547. โพลสตัญญู (5 มีนาคม): B3.
- “ส่งวัน-ทู-คอลลี นู่นนอนวอยซ์ ตั้งเป้าปีนี้ 6 พันล้าน.” 2546. กรุงเทพธุรกิจ (14 พฤษภาคม): 17, 26.
- “สำรวจลูกค้าออเรนจ์...สู่เป้าหมายวันนี้และระยะยาว.” 2546. Telecom Journal (18 มิถุนายน): 6.
- “หมากเอไอเอส แม่ทัพบริการดีกว่าขุนศึกราคา.” 2545. ผู้จัดการ (12 สิงหาคม): B15-B16.
- “ใหม่! JUMBO SIM.” 2547. เดลินิวส์ (22 เมษายน): 9.
- “หลุดออกจากกล่องกับวัน-ทู-คอลลี.” 2546. มติชน (1 กรกฎาคม): 19.
- “อย่ากลัว.” 2547. สยามธุรกิจ (4 เมษายน): 22.
- “อภิรักษ์ โกษะโยธิน ย้ำจุดยืนออเรนจ์ชูไลฟ์สไตล์ชั้นนำเทคโนโลยี.” 2546. กรุงเทพธุรกิจ (26 พฤษภาคม): 5.
- “ออเรนจ์ขยายเวลา Orange Thanks.” 2546. ผู้จัดการ (5 ธันวาคม): 25.
- “ออเรนจ์ : ความล้มเหลวของการสร้างแบรนด์.” 2547. ผู้จัดการ (15 มีนาคม): A10.
- “ออเรนจ์จัด 3 แพคเกจใหม่เจาะวัยรุ่นชิงตลาดมือถือ.” 2546. คมชัดลึก (12 มีนาคม): 18.
- “ออเรนจ์จัดแคมเปญ 5 คนสนิท อีกครั้ง.” 2546. ผู้จัดการ (6 พฤษภาคม): 28.
- “ออเรนจ์จัดแคมเปญค้นหาหนังฟรี แจกบัตรชม Finding Nemo 1,500 ที่นั่ง.” 2546. สยามธุรกิจ (28 กันยายน): 46.
- “ออเรนจ์จับมือพันธมิตรส่งเจดส์กีไทยลุยศึกชิงแชมป์โลก.” 2546.ฐานเศรษฐกิจ (14 กันยายน): 46.
- “ออเรนจ์ดีเคย์ 15 มี.ค.รีโอแฟคเกจโปรโมชันเพิ่มทางเลือกลูกค้า.” 2546. ประชาชาติธุรกิจ (13 มีนาคม): 31-32.
- “ออเรนจ์ดึงเด็กรุ่นใหม่ปั้นบริการเสริม จับมือพันธมิตรตั้ง คิสต์ฟเวอรี่แล็บ.” 2546. ประชาชาติธุรกิจ (13 ตุลาคม): 30,31.
- “ออเรนจ์ตีแผ่เทียบค่าบริการมือถือ ทำพิสูจน์ลูกค้าตีดวงเสียเงินเกินจริง.” 2546. ผู้จัดการ (6 มิถุนายน): 25.
- “ออเรนจ์ทะลวงตลาดลูกค้าวัยโจ๋ สบช่องไฮ-วอลุ่มอัดแคมเปญดีซี.” 2545. ประชาชาติธุรกิจ (29 กรกฎาคม): 1, 14.
- “ออเรนจ์ทุ่ม 10 ล้านหนุน ทองกวาวเกมส์.” 2546. โลกวันนี้ (6 พฤษภาคม): 7.

“ออเรนจ์ท่ม 15 ล้านรับวเลนไทน์.” 2547. **กรุงเทพธุรกิจ** (4 กุมภาพันธ์): 7.

“ออเรนจ์เนรมิตวันพักผ่อนของลูกค้าจัดแรลลี่บนเส้นทางความสนุกสู่หัวหิน.” 2546.

สยามรัฐ (27 พฤษภาคม): 19.

“ออเรนจ์ปรับค่าบริการจัดส่งหลักเหลือนาทีละ 2 บาท 2 แพคเกจ.” 2547. **ผู้จัดการ**

(5 กุมภาพันธ์): 6.

“ออเรนจ์ปะทุสงคราม คัมปราคาป่วนฟรีเฟด.” 2546. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.gotomanager.com> (17 กรกฎาคม 2546).

“ออเรนจ์เปิด 3 แพคเกจใหม่สู่ศึกมือถือ.” 2546. **กรุงเทพธุรกิจ** (12 มีนาคม): 17, 26.

“ออเรนจ์เปิดบริการ Stock Watch เกาะกระแสตลาดหุ้นผ่านมือถือ.” 2547. **ผู้จัดการ**

(10 มิถุนายน): 6.

“ออเรนจ์พลิกกลยุทธ์ชูเทศกาลเป็นจุดขาย.” 2546. **ฐานเศรษฐกิจ** (6 พฤศจิกายน): 54.

“ออเรนจ์พลิก โคมฟรีเฟดสร้างแพชั่น.” 2547. **บ้านเมือง** (24 มีนาคม): 8.

“ออเรนจ์ยอมรับต้องหั่นราคาเรียกลูกค้า ดีได้ดีแท้ “สีกนาทีละบาท” ถล่มเอไอเอส.” 2547.

ไทยรัฐ (28 มิถุนายน): 9.

“ออเรนจ์ลดเหล็กเปิดศึกราคาเต็มสูตร.” 2546. **โพสต์ทูเดย์** (17 กรกฎาคม): B1.

“ออเรนจ์ลุยแผนกระตุ้นตลาดทั่วประเทศ หลังดึงลูกค้ากทม. ทะลุ 5 แสนราย.” 2002.

Telecom Journal (22 July): 6.

“ออเรนจ์ส่งท้ายแคมเปญโฆษณาด้วยบทสรุปชุด ไม่มีกำแพงกัน.” 2546. **Telecom Journal**

(13 มกราคม): 8.

“ออเรนจ์สมนาคุณผู้ใช้โหลดฟรีคุ้มครองตลอดค.ย.นี้.” 2546. **สยามธุรกิจ** (7 กันยายน): 30.

“ออเรนจ์เสนอโปรโมชันใหม่สู่รายใหญ่ “เวลคัม โบนัส” สำหรับลูกค้าจัดส่งตลอด.” 2547.

กระแสน (1 เมษายน): 22.

“ออเรนจ์ออกบัตรเติมเงินใหม่.” 2547. **ผู้จัดการ** (1 เมษายน): 6.

“อิสระอีกครั้ง.” 2545. **ฐานเศรษฐกิจ** (29 สิงหาคม): 20.

“อีกครั้งกับอิสระที่แปลกใหม่.” 2546. **สยามธุรกิจ** (13 กรกฎาคม): 30.

“อยู่ดี รักบ้านเกิด.” 2545. **ดอกเบี๋ยธุรกิจ** (1 กรกฎาคม): 7.

“เอไอเอสกินรวบมือถือฟรีเฟด ออกบัตร 40 บ. จับกลุ่มรายได้น้อย.” 2547. **สยามธุรกิจ**

(7 มีนาคม): 30.

“เอไอเอสเซ็น 20 บริการใหม่/เดือน ขานรับตลาดโตกวาดรายได้ 7 พันล้าน.” 2547.

ประชาชาติธุรกิจ (12 มกราคม): 30.

- “เอไอเอส ไขเบื้องหลังความสำเร็จของ วัน-ทู-คอล.” 2545. ผู้จัดการ (2 กันยายน): B12.
- “เอไอเอส จัดกิจกรรมรับวันแม่เน้นช่วยเหลือสังคมหนองคาย.” 2546. ผู้จัดการ (11 สิงหาคม): 25.
- “เอไอเอสชวนล้นยูโร 2004 อัดกิจกรรมชิงกว่า 3 ล้าน.” 2547. ผู้จัดการ (3 มิถุนายน): 6.
- “เอไอเอส ชู Brand Loyalty เน้นกิจกรรมบัตรเติมเงิน.” 2547. บิสิเนสไทย (31 พฤษภาคม): 23.
- “เอไอเอสโชว์เทคโนโลยีไอเอ็น เบื้องหลัง วัน-ทู-คอล กระหึ่ม.” 2545. ฐานเศรษฐกิจ (29 สิงหาคม): 28.
- “เอไอเอสเดินตามคู่แข่ง ชนะในการรบแต่แพ้ในสงคราม.” 2545. ผู้จัดการ (3 มิถุนายน): 15-16.
- “เอไอเอสเดินแผนจัดคอนเสิร์ตลูกทุ่งเอาใจลูกค้าสวัสดิ.” 2547. กรุงเทพธุรกิจ (4 มิถุนายน): 6.
- “เอไอเอส-ททท. จัดประกวดภาพท่องเที่ยวผ่านมือถือ.” 2546. กรุงเทพธุรกิจ (24 กันยายน): 31.
- “เอไอเอสปรับกลยุทธ์ตลาดใหม่ มุ่งสร้างความสัมพันธ์พร้อมทะเลวงธุรกิจ.” 2545. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.gotomanager.com> (3 กันยายน 2546).
- “เอไอเอสปรับโฉมทีเลวิซ 350 แห่ง บริการเท่าสาขา.” 2546. ผู้จัดการ (17 กันยายน): 25.
- “เอไอเอสปรับโฉมทีเลวิซสุดใหม่ เพิ่มช่องทางขายบัตร 4 หมื่นล้าน.” 2546. ผู้จัดการ (21 พฤศจิกายน): 25.
- “เอไอเอส ปรับใหญ่ศูนย์บริการ เน้นใช้มาตรฐานบริการเดียวกันทั่วประเทศ.” 2546. สยามธุรกิจ (27 สิงหาคม): 30.
- “เอไอเอสเปิด 2 แนวรบตลาดมือถือ คุณภาพเครือข่าย-การตลาดภูมิภาค.” 2545. ฐานเศรษฐกิจ (28 กรกฎาคม): 47-48.
- “เอไอเอสสุดบริการเสริม.” 2547. ฐานเศรษฐกิจ (29 มกราคม): 54.
- “เอไอเอสพร้อมรับงาน พัทยามิวสิกเฟสติวัล.” 2546. โลกวันนี้ (18 มีนาคม): 7.
- “เอไอเอส ยกขบวนมอบความสนุก ขอบคุณลูกค้า 7 จังหวัด.” 2546. ฐานเศรษฐกิจ (16 กุมภาพันธ์): 18.
- “เอไอเอสยึดเจ้าตลาดมือถือ.” 2545. ฐานเศรษฐกิจ (4 กรกฎาคม): 47-48.
- “เอไอเอสยึดเจ้าตลาดมือถือ.” 2545. ฐานเศรษฐกิจ (28 กรกฎาคม): 47-48.
- “เอไอเอสเร่งสร้างจุดต่าง CRM ใช้ Behavior Segment หนีคู่แข่ง.” 2546. บิสิเนสไทย (9 มิถุนายน): 17, 20.
- “เอไอเอสวางกลยุทธ์ครึ่งปีหลัง ทูมมิวสิกมาร์เก็ตติ้งซ่าแบรนด์.” 2545. ผู้จัดการ (12 กรกฎาคม): 25.

- “เอไอเอส-วินสโตร์ เพิ่มช่องทางบริการเติมเงินผ่านร้านค้าปลีก.” 2546. **กรุงเทพธุรกิจ** (4 พฤศจิกายน): 22.
- “เอไอเอสโหมหนักสานสัมพันธ์ลูกค้า.” 2546. **บ้านเมือง** (18 พฤษภาคม): 8.
- เอก บุญเจือ. 2545. **หลักการตลาด**. เชียงใหม่: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- “แอปปี จัดเคาต์ดาวน์ปี 47 คาดคนร่วมงานกว่าแสนคน.” 2546. **โลกวันนี้** (30 ธันวาคม): 23.
- “แอปปีดี.” 2547. **แนวหน้า** (17 กุมภาพันธ์): 12.
- “แอปปีดีแตก ประจําใจใหม่ที่คู่แข่งตามรอยทางเลือก.” 2546. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.gotomanager.com> (29 สิงหาคม 2546).
- “แอปปีดีพร้อมที่แจกบัตรคอนเสิร์ต.” 2546. **ผู้จัดการ** (11 สิงหาคม): 25.
- “แอปปี ดีพร้อมที่ แจกตั๋วหนังตอบแทนผู้ใช้ 200 รอบต่อวัน.” 2546. **สยามธุรกิจ** (26 ตุลาคม): 30.
- “แอปปีดีพร้อมที่ สเตปทู วางโพสิชั่นนิ่งลึกยิ่งขึ้น.” 2547. **ผู้จัดการ** (17 พฤษภาคม): B15-16.
- “แอปปีดีพร้อมที่สนุกจนหยุดไม่ได้.” 2546. **สยามธุรกิจ** (31 สิงหาคม): 15.
- “แอปปี ดีพร้อมที่ สร้างแบรนด์ด้วยบันเทิง.” 2546. **บิสิเนสไทย** (17 พฤศจิกายน): 23.
- “แอปปีดีพร้อมที่มอบสิทธิพิเศษลูกค้า ลด 50% บัตรเข้าชม โดราเอมอนโชว์.” 2546. **ผู้จัดการ** (24 กันยายน): 25.
- “แอปปีดีพร้อมที่ออกบัตรเติมเงิน “โฟกัส กับ เน็ค” เริ่มขาย 22 ธ.ค. นี้.” 2546. **ผู้จัดการ** (22 ธันวาคม): 25.
- “แอปปีทั่วไทย แอปปีดีพร้อมที่.” 2546. **ผู้จัดการ** (1 กันยายน): 28.
- “แอปปีร้อยยิ้ม.” 2546. **สยามธุรกิจ** (29 มิถุนายน): 15.
- “แอปปีรับขวัญผู้ไปเดอร์แมน2 เปิดกลยุทธ์มูฟวิส์มาร์เก็ตติ้ง.” 2547. **ผู้จัดการ** (29 มิถุนายน): 6.
- “AIS ขึ้นราคาซิมการ์ดมือถือ.” 2546. **ไทยโพสต์** (5 กุมภาพันธ์): 7.
- “AIS ดันปรับโปรโมชันชนแตก-ออเรนจ์ ส่ง วัน-ทู-คอล! ตีตลาดคิดค่าโทร. 3 บ./นาที.” 2546. **ฐานเศรษฐกิจ** (28 สิงหาคม): 47, 48.
- “AIS ดึงวัยรุ่นสะสมบัตรแม่ค เพิ่มเงินมือถือ.” 2546. **ไทยโพสต์** (23 มิถุนายน): 6.
- “AIS ตบะแตกขยับขึ้นราคาซิม.” 2546. **ฐานเศรษฐกิจ** (19 มกราคม): 31-32.
- “AIS ทะลวงช่องทางขายวัน-ทู-คอล จำหน่ายบัตรเติมเงินผ่านตู้ออนไลน์.” 2546. **ฐานเศรษฐกิจ** (16 มีนาคม): B9-40.
- “AIS ปลุกจุดแข็งหนีศึกซิมการ์ด.” 2546. **ไทยโพสต์** (6 กุมภาพันธ์): 7.
- “AIS มุ่งพัฒนาระบบ CRM คลอด “จัมป์ซิม” เอาใจลูกค้า.” 2547. **โลกวันนี้** (1 เมษายน): 23.

“AIS ชีตตลาดฟรีเพดหันราคาโทร.50% แพคดิ่งเนสท์เล่ขายบัตรเติมเงิน.” 2546.

ประชาชาติธุรกิจ (2 ตุลาคม): 31-32.

“AIS รมแตกหักสังเวียนมือถือ ใช้ “ราคา” เล่นเกมกินรวบตลาด.” 2547. ประชาชาติธุรกิจ

(20 พฤษภาคม): 31-32.

“AIS ลดอุณภูมิการแข่งขัน เบรกโปรโมชัน ชูแบรนด์ข่มคู่แข่ง.” 2545. ประชาชาติธุรกิจ

(3 ตุลาคม): 36, 35.

“Anytime Anywhere Anyone.” 2546. ผู้จัดการ (7 กุมภาพันธ์): 28.

“DTAC เขย่าตลาดฟรีเพด.” 2545. *Telcom Journal* (15 ตุลาคม): 4.

“DTAC รีแบรนด์ดิ่ง Dprompt อัคโปรโมชันลดค่าโทร 50%.” 2546. สยามธุรกิจ

(25 พฤษภาคม): 33.

“DTAC Movie.” 2547. นิตยสาร 4P 1, 7 (1 เมษายน), 2547: 49-51.

“Happy Caravan.” 2546. ประชาชาติธุรกิจ (30 ตุลาคม): 28.

Kotler, Philip. 2000. *Marketing Manegement*. 10 th ed. Upper Saddle River, NJ:

Prentice Hall.

“One-2-Call! MC Champ.” 2546. สยามรัฐ (4 ตุลาคม): 26.

“Orange World โลกสีส้มของคนชอบบริการเสริม.” 2547. ประชาชาติธุรกิจ

(23 กุมภาพันธ์): 35-36.

“Product Positioning.” 2547. นิตยสาร 4P (1 มีนาคม): 46-47.

“Segmentation Marketing กลยุทธ์มัดใจลูกค้า.” 2546. ประชาชาติธุรกิจ (21 เมษายน): 31-32.

“True รีแบรนด์ดิ่งเพื่ออนาคต ประสานวิธีคิดสู่ความเป็นหนึ่ง.” 2547. ผู้จัดการ

(12 เมษายน): B11.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved