

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ค
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม	4
แนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมาย (STP Marketing)	4
แนวคิดเรื่องกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's)	11
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	13
ความเป็นมาของนวัตกรรมทางธุรกิจของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า	16
ความเป็นมาของการให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1-2-Call!	23
ความเป็นมาของการให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Dprompt หรือ Happy Dprompt	24
ความเป็นมาของการให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Just Talk	26
สรุปภาพรวมตลาด โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้าในปี พ.ศ.2545	28
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	30
ขอบเขตเนื้อหา	30
ขอบเขตประชากร	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	31
การวิเคราะห์ข้อมูล	31
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	31
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	<b>32</b>
กิจกรรมการตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า ในปี พ.ศ.2545	33
กิจกรรมการตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า ในปี พ.ศ.2546	68
กิจกรรมการตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า ในปี พ.ศ.2547	169
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ</b>	<b>226</b>
สรุปผลการศึกษา	226
อภิปรายผลการศึกษา	268
ข้อค้นพบ	279
ข้อเสนอแนะ	281
ข้อจำกัดของการศึกษา	283
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	284
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>286</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>296</b>
<b>ประวัติผู้เขียน</b>	<b>299</b>

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ยอดผู้ใช้บริการ และส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจ่ายเงินล่วงหน้าในปี พ.ศ.2545	20
2 ยอดผู้ใช้บริการ และส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจ่ายเงินล่วงหน้าในปี พ.ศ.2546	21
3 แสดงยอดผู้ใช้บริการ และส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจ่ายเงินล่วงหน้าในปี พ.ศ.2547	22
4 สรุปข้อมูลของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า ข้อมูล ณ วันที่ 31 เดือนมีนาคม พ.ศ.2547	29
5 กิจกรรมการตลาดของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 - พ.ศ.2547	34
6 แสดงความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2545	33
7 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	37
8 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Dprompt	38
9 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Just Talk	39
10 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2545	40
11 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนสิงหาคม พ.ศ.2545	42
12 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	45
13 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนสิงหาคม พ.ศ.2545	46
14 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาดเดือนกันยายน พ.ศ.2545	47
15 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	49
16 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนกันยายน พ.ศ.2545	50
17 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนตุลาคม พ.ศ.2545	51
18 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Dprompt	54

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
19 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนตุลาคม พ.ศ.2545	55
20 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาดเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2545	56
21 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2545	58
22 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาดเดือนธันวาคม พ.ศ.2545	59
23 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Dprompt	61
24 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนธันวาคม พ.ศ.2545	62
25 สรุปกิจกรรมการตลาดของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ.2545	63
26 สรุปกิจกรรมการตลาดตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ปี พ.ศ.2545 ของ AIS ผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า 1-2-Call!	64
27 สรุปกิจกรรมการตลาดตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ปี พ.ศ.2545 ของ DTAC ผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า Dprompt	65
28 สรุปกิจกรรมการตลาดตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ปี พ.ศ.2545 ของ TA Orange ผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า Just Talk	66
29 สรุปกิจกรรมการตลาดตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดในปี พ.ศ.2545	67
30 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนมกราคม พ.ศ.2546	68
31 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	71
32 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Dprompt	72
33 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Just Talk	73
34 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนมกราคม พ.ศ.2546	74
35 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2546	75
36 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	78
37 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Dprompt	79
38 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2546	80

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
39 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนมีนาคม พ.ศ.2546	81
40 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	85
41 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Dprompt	86
42 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Just Talk	87
43 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนมีนาคม พ.ศ.2546	88
44 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนเมษายน พ.ศ.2546	89
45 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	92
46 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Dprompt	93
47 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนเมษายน พ.ศ.2546	94
48 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2546	95
49 ระยะเวลาของแต่ละช่วง Happy Time	99
50 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	103
51 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Happy Dprompt	104
52 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Just Talk	105
53 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2546	106
54 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนมิถุนายน พ.ศ.2546	107
55 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	111
56 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Happy Dprompt	112
57 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Just Talk	113
58 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนมิถุนายน พ.ศ.2546	114
59 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2546	115
60 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Just Talk	118
61 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2546	119
62 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนสิงหาคม พ.ศ.2546	120
63 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Happy Dprompt	125
64 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Just Talk	126

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
65 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนสิงหาคม พ.ศ.2546	127
66 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนกันยายน พ.ศ.2546	129
67 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	136
68 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Happy Dprompt	137
69 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Just Talk	138
70 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนกันยายน พ.ศ.2546	139
71 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนตุลาคม พ.ศ.2546	141
72 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	146
73 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Happy Dprompt	147
74 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Just Talk	148
75 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนตุลาคม พ.ศ.2546	149
76 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2546	150
77 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	155
78 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Happy Dprompt	156
79 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Just Talk	157
80 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2546	158
81 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนธันวาคม พ.ศ.2546	159
82 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Happy Dprompt	162
83 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนธันวาคม พ.ศ.2546	163
84 สรุปกิจกรรมการตลาดของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ.2546	164
85 สรุปกิจกรรมการตลาดตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ปี พ.ศ.2546 ของ AIS ผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า 1-2-Call!	165
86 สรุปกิจกรรมการตลาดตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ปี พ.ศ.2546 ของ DTAC ผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า Happy Dprompt	166



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
87	สรุปกิจกรรมการตลาดตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ปี พ.ศ.2546 ของ TA Orange ผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า Just Talk	167
88	สรุปกิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ในปี พ.ศ.2546	168
89	ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาดเดือนมกราคม พ.ศ.2547	169
90	กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	175
91	กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Happy Dprompt	176
92	กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนมกราคม พ.ศ.2547	177
93	ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2547	178
94	กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	182
95	กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Happy Dprompt	183
96	กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Just Talk	184
97	กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2547	186
98	ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนมีนาคม พ.ศ.2547	187
99	กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	190
100	กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Happy Dprompt	192
101	กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Just Talk	193
102	กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนมีนาคม พ.ศ.2547	194
103	ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนเมษายน พ.ศ.2547	195
104	กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	200
105	กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Happy Dprompt	202
106	กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Just Talk	203
107	กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนเมษายน พ.ศ.2547	204
108	ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาด เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2547	205
109	กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	209
110	กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Happy Dprompt	210
111	กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Just Talk	211

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
112 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2547	212
113 ความเคลื่อนไหวกิจกรรมการตลาดเดือนมิถุนายน พ.ศ.2547	213
114 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ 1-2-Call!	217
115 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Happy Dprompt	218
116 กิจกรรมตามแนวคิดเรื่องการตลาดตามเป้าหมายของ Just Talk	220
117 กิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด เดือนมิถุนายน พ.ศ.2547	221
118 สรุปกิจกรรมการตลาดของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ.2547	222
119 สรุปกิจกรรมการตลาดตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ปี พ.ศ.2547 ของ AIS ผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า 1-2-Call!	223
120 สรุปกิจกรรมการตลาดตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ปี พ.ศ.2547 ของ DTAC ผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า Happy Dprompt	224
121 สรุปกิจกรรมการตลาดตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ปี พ.ศ.2547 ของ TA Orange ผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า Just Talk	225
122 สรุปกิจกรรมตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดในปี พ.ศ.2547	226
123 สรุปกิจกรรมการตลาดของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายเงินล่วงหน้า ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 - พ.ศ.2547	227
124 สรุปกิจกรรมการตลาดตามแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 – พ.ศ.2547	228
125 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านบริการเสริมของผู้ให้บริการในระบบจ่ายเงินล่วงหน้า ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2545 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ.	236
126 ลักษณะการใช้กลยุทธ์ราคาของผู้ให้บริการ ในระบบจ่ายเงินล่วงหน้า	239
127 เปรียบเทียบวัตถุประสงค์การโฆษณาของผู้ให้บริการในระบบจ่ายเงินล่วงหน้า ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2545 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ.2547	250
128 กิจกรรมการตลาดด้านภาพยนตร์ (Movie Marketing) และพันธมิตรทางธุรกิจของผู้ให้บริการในระบบจ่ายเงินล่วงหน้า ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 ถึง พ.ศ.2547	255

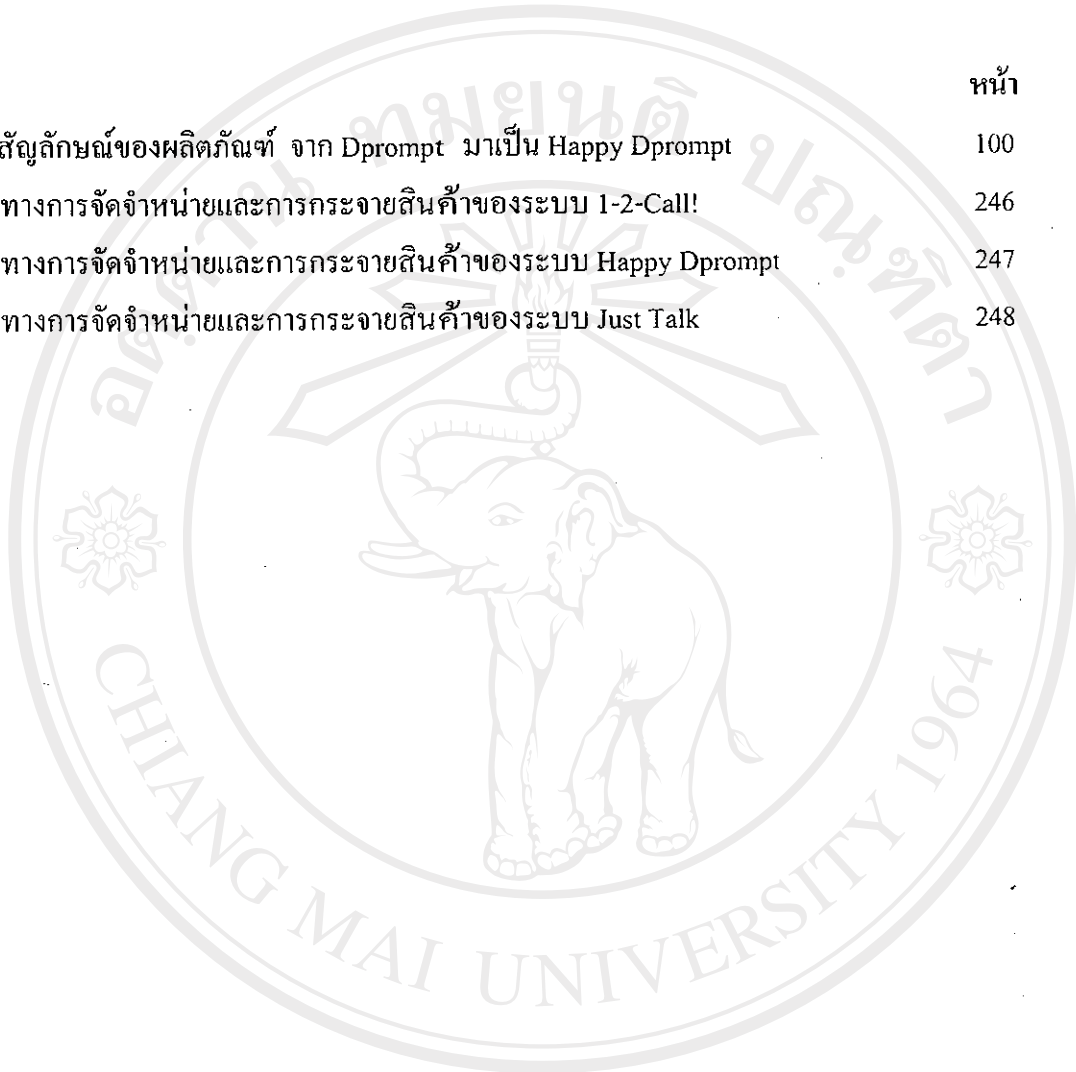


## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
129 กิจกรรมการตลาดด้านดนตรี (Music Marketing) และพันธมิตรทางธุรกิจ ของผู้ให้บริการในระบบจ่ายเงินล่วงหน้า ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 ถึง พ.ศ.2547	256
130 กิจกรรมการตลาดด้านการท่องเที่ยว และพันธมิตรทางธุรกิจ ของผู้ให้บริการในระบบจ่ายเงินล่วงหน้า ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 ถึง พ.ศ.2547	256
131 กิจกรรมการตลาดตามฤดูกาล (Season Marketing) ของผู้ให้บริการ ในระบบจ่ายเงินล่วงหน้า ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 ถึง พ.ศ.2547	258
132 กิจกรรมการตลาดด้านอื่น ๆ ของผู้ให้บริการในระบบจ่ายเงินล่วงหน้า ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 ถึง พ.ศ.2547	259
133 การใช้กลยุทธ์ราคา ร่วมกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ.2545	261
134 การใช้กลยุทธ์ราคา ร่วมกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ.2546	262
135 การใช้กลยุทธ์ราคา ร่วมกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ.2547	264

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 ตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ จาก Dprompt มาเป็น Happy Dprompt	100
2 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าของระบบ 1-2-Call!	246
3 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าของระบบ Happy Dprompt	247
4 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าของระบบ Just Talk	248



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved