

บทที่ 4

โครงสร้างการตลาด

ของธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย

ในบทนี้ ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพัฒนาการโครงสร้างการตลาดของธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย เพื่อเป็นพื้นฐานนำไปสู่การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดของระบบเซลลูลาร์ 900 และดิจิตอล จีเอสเอ็มต่อไป

นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2529 ที่โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ถูกนำเข้ามาให้บริการในประเทศไทย จวบจนกระทั่งปัจจุบัน โครงสร้างการตลาดของธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยได้แปรเปลี่ยนไป ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ยุค กล่าวคือ

1. ยุคก่อนเปิดให้สัมปทานเอกชน (พ.ศ.2529-2533)
2. ยุคการเปิดให้สัมปทานเอกชน (พ.ศ.2533-2537)
3. ยุคการแข่งขัน (พ.ศ.2537-2540)
4. ยุควิกฤตเศรษฐกิจ (พ.ศ.2540-ปัจจุบัน)

ยุคก่อนเปิดให้สัมปทานเอกชน (พ.ศ.2529-2533)

ยุคก่อนเปิดให้สัมปทานแก่บริษัทเอกชนเข้ามาดำเนินธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า "ยุคของการก่อกำเนิด" เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 ซึ่งเป็นปีแรกที่องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย นำระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ NMT 470 เข้ามาให้บริการเป็นรายแรก จากนั้นการสื่อสารแห่งประเทศไทยก็ได้ให้บริการเช่นกันในระบบ AMPs 800 โดยอยู่ภายใต้โครงสร้างการบริหารงานของกระทรวงคมนาคม ทั้งนี้ กระทรวงคมนาคมจะทำหน้าที่ในการกำกับดูแลด้านนโยบายเป็นหลัก

โครงสร้างทางการตลาดในยุคที่ดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐนี้ จึงมีลักษณะกึ่งบริการสาธารณะ (Semi Public Service) นั่นคือ แทบจะไม่ให้ความสำคัญกับงานด้านการตลาดเลย จะมีบ้างก็เป็นเพียงการจัดแสดงตัวอย่างสินค้า (Display) ตามสำนักงานให้บริการโทรศัพท์ และมีการจัดอบรมพนักงานองค์การโทรศัพท์ฯ ให้มีความรู้พื้นฐานในการแนะนำสินค้าแก่ประชาชนที่สนใจเท่านั้น

ดร.ไพบูลย์ ลิมปพยอม อดีตผู้อำนวยการองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย สะท้อนสภาพตลาด โทรศัพท์เคลื่อนที่ในขณะนั้นว่า "ในตอนนั้นยังไม่มีการทำตลาดเต็มรูปแบบเหมือนที่บริษัทเอกชนในปัจจุบันทำ ผมเป็นคนแรกที่พยายามนำแนวคิดด้านการตลาดมาใช้ ทั้งกับโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตอนนั้นผมพาพนักงานองค์การโทรศัพท์ไปเดินเคาะประตูตามบ้าน ถามประชาชนว่า มีใครสนใจจะติดตั้งโทรศัพท์เพิ่มเติมหรือไม่? ผมเริ่มจากพื้นที่ที่มีเบอร์โทรศัพท์เหลือก่อน เช่น แถวสำราญราษฎร์ เดิมเป็นย่านธุรกิจ แต่ต่อมามีการย้ายธุรกิจไปอยู่แห่งอื่น ทำให้เบอร์โทรศัพท์เหลือจึงเอาเบอร์โทรศัพท์เหล่านี้ไปเคาะประตูขาย เป็นครั้งแรกที่หน่วยงานภาครัฐเดินออกไปหาลูกค้า ก่อนหน้านั้นหน่วยงานภาครัฐจะตั้งรับ ลูกค้าเป็นฝ่ายเดินเข้ามาหาและรอรับบริการ"

เมื่อ ดร.ไพบูลย์ เข้ารับตำแหน่งผู้อำนวยการองค์การโทรศัพท์ฯ ในปี 2529 ก็ได้เปลี่ยนวิธีคิดวิธีทำงานของข้าราชการ โดยให้พนักงานภาครัฐเป็นฝ่ายรุกเข้าไปหาลูกค้าซึ่งก็คือประชาชน มีการจัดอบรมพนักงานให้มีความรู้ด้านการขายสินค้า มีการให้เงินพิเศษและมีการจัดการแข่งขันระหว่างหน่วยงาน หาผู้ที่สามารถขายบริการได้มากที่สุดจะได้รับรางวัลและผลตอบแทนที่เป็นตัวเงิน เช่นเดียวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการจัดแสดงไว้ที่สำนักงานบริการโทรศัพท์ ถ้าประชาชนสนใจก็จะอธิบายวิธีการใช้งานเพิ่มเติม ในขณะนั้นแทบจะไม่มีโปรโมชั่นประชาสัมพันธ์เลย

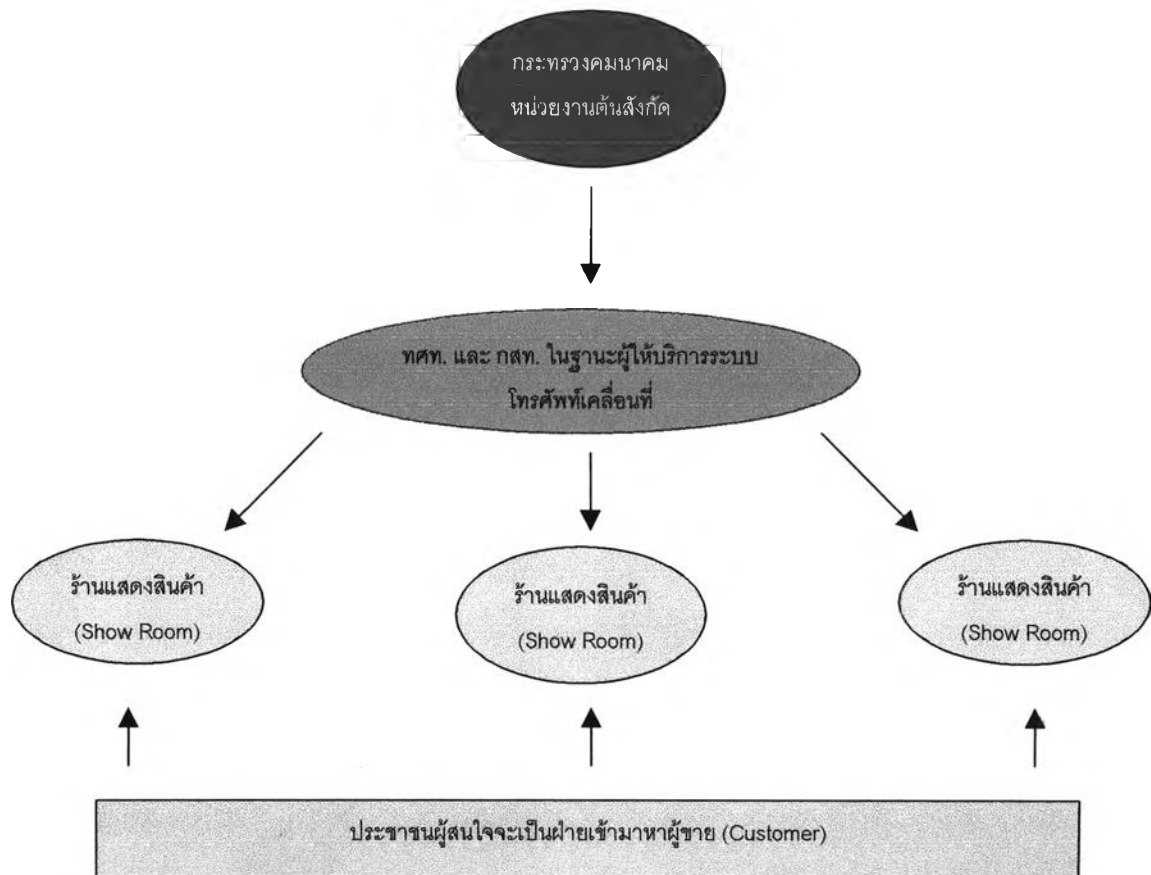
"ในช่วงนั้นมีการทำแผ่นพับบ้าง เพื่อให้ประชาชนรู้ว่าองค์การโทรศัพท์ฯ มีให้บริการอะไรบ้าง ทางด้านการสื่อสารแห่งประเทศไทยเอง ก็มีการทำแผ่นพับบ้างพอเป็นพิธีเช่นเดียวกัน แต่อย่าลืมว่าช่วงนั้นการแข่งขันมีไม่มาก บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นแบบผูกขาดโดยสองหน่วยงานของรัฐ นอกจากนี้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีให้บริการอยู่ในขณะนั้นก็แตกต่างกัน ทศท. ทำระบบ 470 มีจุดแข็งในเรื่องเครือข่ายครอบคลุมกว้างไกลกว่า และใช้รหัส 01 นำหน้าหมายเลขโทรศัพท์ แต่ก็มีจุดอ่อนที่เครื่องลูกข่ายมีขนาดใหญ่ ส่วนของ กสท. มีจุดแข็งที่เครื่องมีขนาดเล็ก แต่มีข้อเสียที่ไม่มีรหัส 01 นำหน้า ทำให้ขายเลขหมายยากกว่าและเก็บค่าบริการเข้าด้วย ที่สำคัญคือ ในตอนนั้นไม่มีใครคาดคิดเลยว่าจะมีผู้ใช้บริการมาก คิดว่าอย่างเก่งตลอด 20 ปีที่ให้สัมปทานเอกชน จะมีผู้ใช้บริการทั่วประเทศแค่หลักแสน แต่ไม่ถึง 10 ปีภาคเอกชนก็ทำการตลาดจนมีผู้ใช้บริการร่วม 2 ล้านแล้ว" (ดร.ไพบูลย์, สัมภาษณ์ 27 มกราคม 2542)

จากคำบอกเล่าของ ดร.ไพบูลย์ ลิมปพยอม ทำให้เราสามารถเข้าใจถึงสภาพการดำเนินธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในยุคแรกว่า อาศัยศูนย์บริการองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยที่มีกระจายตามจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศเป็นสถานที่จัดแสดงสินค้า (Show Room) หากประชาชนที่มาติดต่อศูนย์ฯ สนใจเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานอยู่ก็จะทำหน้าที่เป็นพนักงานขายไปในตัว ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า โครงสร้างการตลาดในยุคก่อนเปิดให้สัมปทานเอกชนนี้ เป็นแบบการขายโดยตรง (Direct Sale) ซึ่งไม่มีเครื่องมือสนับสนุนการขายเท่าใดนัก องค์ประกอบของโครงสร้างการตลาดมีเพียงผู้ขายหรือผู้ให้บริการ และผู้ซื้อหรือประชาชน

เท่านั้น ไม่มีพ่อค้าคนกลาง หรือช่องทางการจัดจำหน่ายพิเศษเพิ่มเติมใดๆ
องค์การโทรศัพท์ฯ

นอกจากสำนักงานบริการ

**แผนภาพแสดงลักษณะโครงสร้างตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่
ยุคเริ่มแรกก่อนเปิดให้สัมปทานเอกชน (พ.ศ.2529-2533)**



ยุคการเปิดให้สัมปทานเอกชน (พ.ศ.2533-2537)

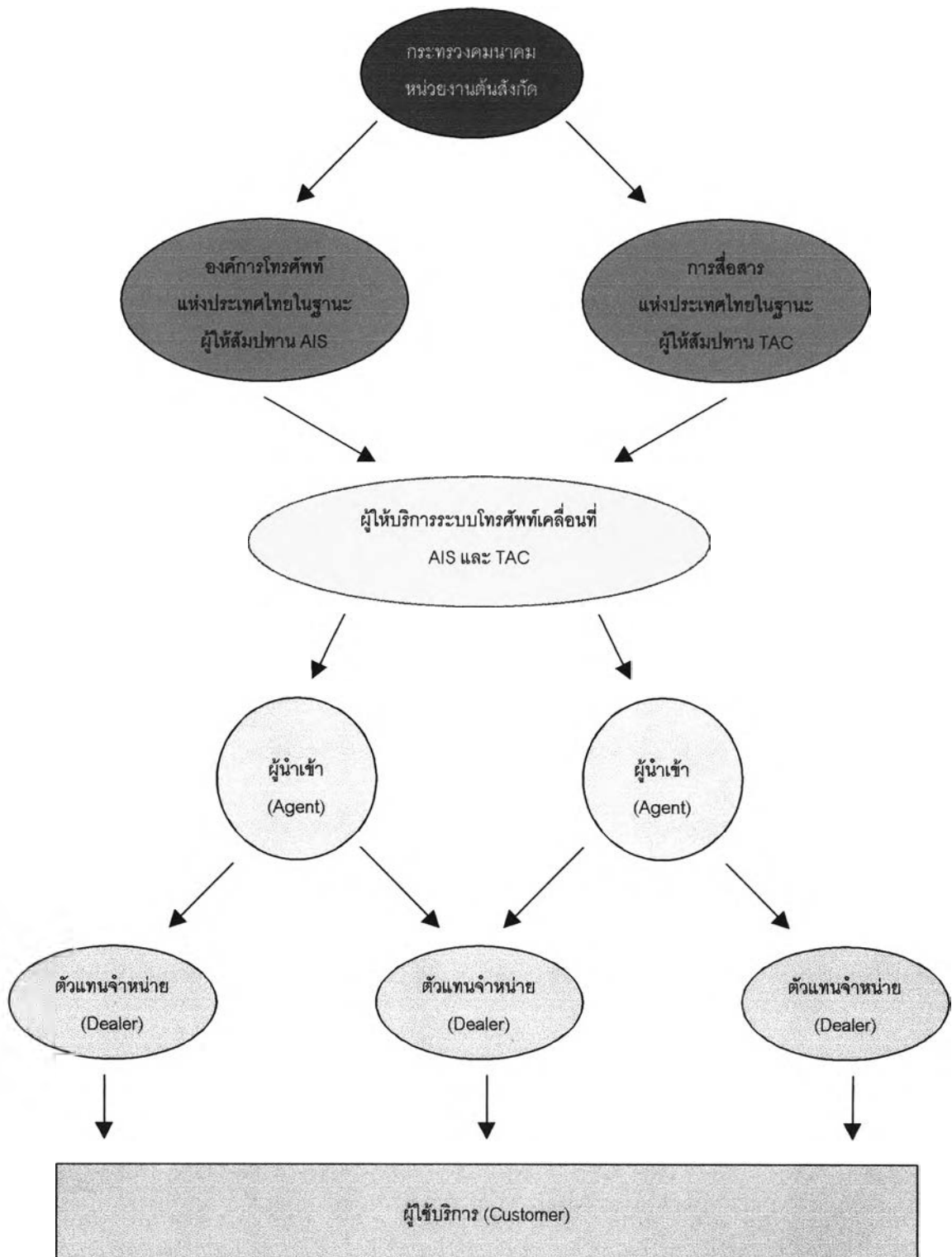
ในปี พ.ศ. 2533 นับเป็นปีแรกที่เอกชนเข้ามามีบทบาทในตลาดให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS เป็นเอกชนรายแรกในประเทศไทยที่ได้รับสัมปทาน และริเริ่มนำแนวคิดทางการตลาดมาใช้ ติดตามด้วยบริษัท โทเทิล แอลเซล คอมมูนิเคชั่น จำกัด หรือ TAC ทั้งนี้เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐ คือ องค์การโทรศัพท์ฯ และการสื่อสารฯ ประสบปัญหาไม่สามารถขยายบริการได้ทันเพียงพอต่อความต้องการของประชาชน จึงต้องเปิดให้สัมปทานเอกชน 2 รายดังกล่าว ซึ่งการที่มีบริษัทเอกชน 2 รายมาให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เช่นเดียวกัน ทำให้มีการแข่งขันกันในทางธุรกิจโดยนำ

แนวคิดทางด้านการบริหารการตลาดมาใช้ ทำให้โครงสร้างการตลาดในยุคนี้เริ่มมีลำดับชั้นมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ โครงสร้างตลาดจะประกอบด้วย

1. ผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone Network Operator) ทำหน้าที่ในการติดตั้งเครือข่ายและดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้มีลูกค้าใช้บริการในระบบ (Subscriber) บางรายอาจเป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายตัวเครื่องลูกข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Handset) เองโดยตรง บางรายทำหน้าที่เพียงนำเข้าเท่านั้น ส่วนการจำหน่ายจะตั้งบริษัทใหม่ขึ้นมาทำแทน
2. ผู้นำเข้าเครื่องลูกข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Agent) จะเป็นการนำเข้าในแต่ละยี่ห้อ เช่น อีริคสัน โนเกีย โมโตโลรา พานาโซนิค ฯลฯ ทั้งนี้ก่อนที่จะนำเครื่องเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยได้ ต้องผ่านการอนุมัติจากผู้ให้บริการระบบก่อน โดยขั้นตอนการอนุมัติให้เข้ามาจำหน่ายเรียกว่า การทำ "Type Approval" หากผู้ให้บริการระบบตรวจสอบคุณภาพเครื่องแล้วผ่านมาตรฐานที่กำหนด ก็จะได้รับอนุญาตให้นำเครื่องเข้ามาจำหน่ายได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย
3. ตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Dealer) ทำหน้าที่ในการขายเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้กับประชาชนทั่วไป ในยุคนี้ตัวแทนจำหน่ายมีเพียงไม่กี่ราย ส่วนใหญ่จะเป็นการขายในโซ่วรรณลดหยนต์ หรือร้านเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่
4. ลูกค้าผู้ใช้บริการ ซึ่งในยุคนี้จะเป็นผู้ที่มีฐานะดี เป็นนักธุรกิจระดับบริหาร เนื่องจากราคาเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่มีราคาสูงมาก

ในยุคนี้เริ่มมีการใช้การโฆษณา ทั้งสื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ รวมทั้งการจัดรายการส่งเสริมการขายประปราย เพื่อเร่งยอดการจดทะเบียนในบางช่วง โดยเอไอเอสเป็นระบบแรกที่จัดรายการส่งเสริมการขายให้ "โทรฟรี 45 วัน" ในปี 2533 และมาสร้างความฮือฮาจนกลายเป็นตำนานอีกครั้งในเดือนมีนาคม 2537 เมื่อจัดรายการส่งเสริมการขาย "บาทเดียวก็ไม่กระเด็น" ให้สิทธิโทรฟรีในพื้นที่เดียวกันเป็นเวลาเกือบ 1 ปีเต็ม (ยรรยง อัครจินดานนท์, สัมภาษณ์ 6 กุมภาพันธ์ 2542)

แผนภาพแสดงลักษณะโครงสร้างตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่
 ยุคการเปิดให้สัมปทานเอกชน (พ.ศ.2533-2537)



ยุคการแข่งขัน (พ.ศ.2537-2540)

สภาพการตลาดในยุคนี้เริ่มมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากในเดือนมีนาคม 2537 เป็นจุดเปลี่ยนของการวางตำแหน่งสินค้าทางการตลาด ทั้งเซลลูลาร์ 900 และเวสต์โฟน 800 กล่าวคือ เซลลูลาร์ 900 เคยใช้จุดขายของการเป็นระบบที่ใช้เลขหมาย 7 ตัวโดยมีรหัส 01 นำหน้า ซึ่งมีข้อดี คือ เจ้าของเครื่องไม่ต้องเสียค่ารับสายเข้า และยังสามารถขยายเลขหมายได้ไม่จำกัด แต่ก็มีข้อเสีย คือ ผู้ที่ต้องการโทรเข้าหาโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องกดรหัส 01 ก่อน ทำให้เครื่องโทรศัพท์ตามสำนักงาน หรือหน่วยงานราชการบางแห่งไม่สามารถใช้โทรเข้าได้ เพราะถูกล็อกให้โทรได้เพียงเลข 7 หลัก นอกจากนี้ยังไม่สามารถใช้โทรศัพท์สาธารณะชนิดใช้หน้าปัดแบบหมุนโทรเข้าเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่นี้เช่นกัน

ในขณะที่ระบบเวสต์โฟน 800 ที่เคยใช้จุดขายของการเป็นระบบที่ใช้เลขเพียง 7 ตัว โดยไม่ต้องกดรหัส 01 นำหน้า โดยมีข้อดี คือ สามารถใช้โทรศัพท์ตามสำนักงาน หรือหน่วยงานราชการทั่วไป หรือโทรศัพท์สาธารณะทุกแบบโทรเข้าได้ ส่วนข้อเสีย คือ เจ้าของเครื่องต้องเสียค่ารับสายเข้าและโทรออกด้วย นอกจากนี้ผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังมีข้อจำกัดในการขยายเลขหมายของผู้ใช้บริการ เนื่องจากต้องรอการจัดสรรจากองค์การโทรศัพท์ฯ

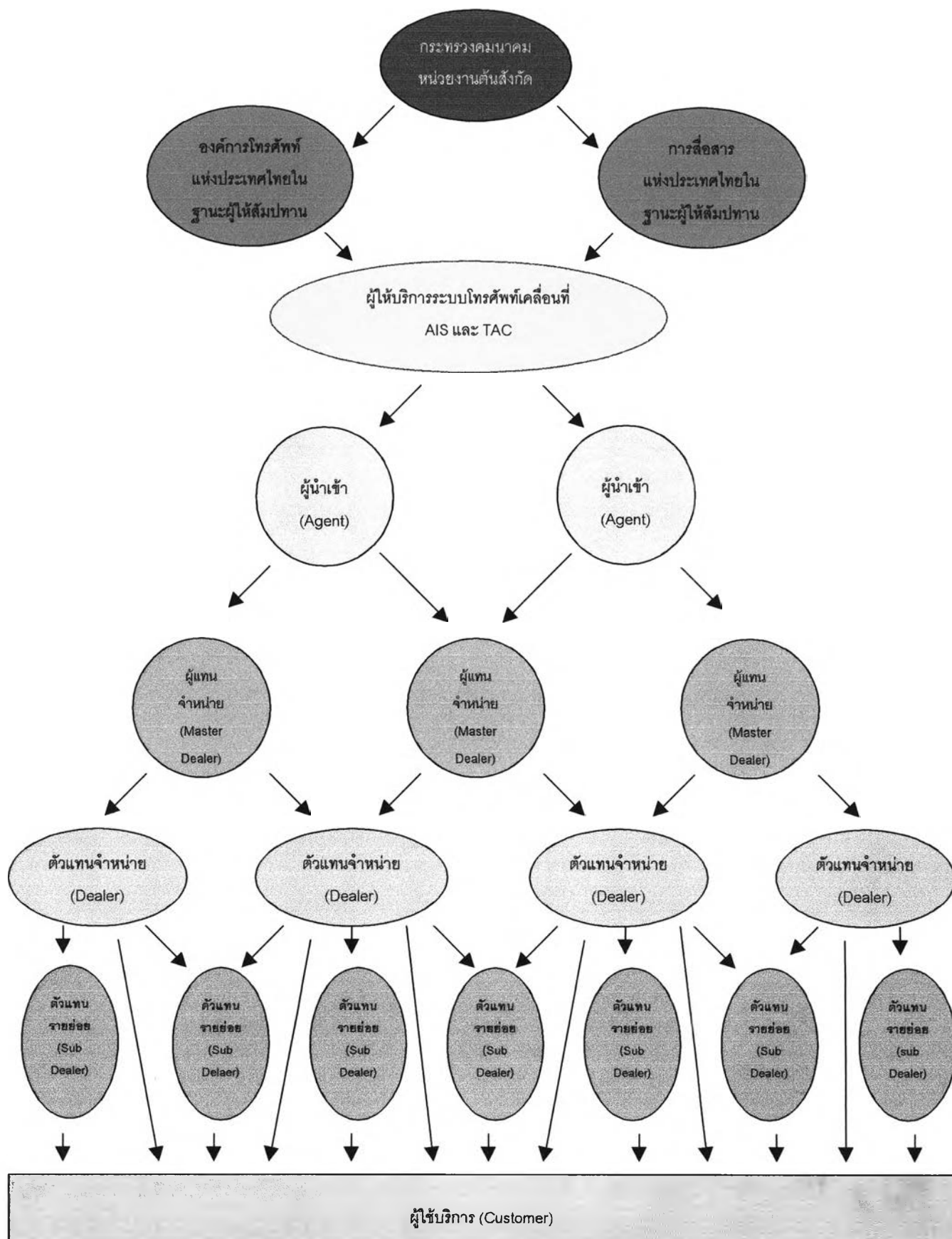
จากจุดขายที่แตกต่างกันของทั้งสองระบบนี้ นำไปสู่การอยู่บนพื้นฐานเดียวกันในเรื่องของรหัสนำหน้า 01 ทั้งนี้เนื่องจากระบบเวสต์โฟน 800 ประสบปัญหาการขาดแคลนเลขหมายติดต่อกันเป็นเวลานานนับปี นอกจากนี้ยังด้อยกว่าในแง่การตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ไม่ต้องการเสียเงินค่ารับสายเข้าด้วยเหตุนี้ระบบเวสต์โฟน 800 จึงพยายามผลักดันให้เข้าสู่ระบบ 01 เช่นเดียวกับเซลลูลาร์ 900 จนเป็นผลสำเร็จในเดือนมีนาคม 2537

สภาพการแข่งขันทางการตลาดระหว่างเซลลูลาร์ 900 และเวสต์โฟน 800 จึงเริ่มรุนแรงมากยิ่งขึ้นกว่าในปีที่ผ่านมา เพราะเอกชนทั้งสองรายมีตลาดลูกค้าเป้าหมายกลุ่มเดียวกัน การแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นนี้เองได้นำมาซึ่งการใช้กลยุทธ์ทางการสื่อสาร เพื่อสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ให้เหนือคู่แข่งและทำให้เกิดการขยายตัวของตลาดผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีการใช้สื่อสารมวลชนมากมายหลายสื่อ ลูกค้ามีความรู้มากขึ้น ทั้งจากสื่อมวลชนและจากความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี ทำให้โครงสร้างตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น โดยองค์ประกอบหลักของตลาดในยุคนี้ คือ

1. ผู้ให้บริการระบบ ยังคงมีสองรายใหญ่ซึ่งครองส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดอยู่เช่นเดิม

2. ผู้นำเข้าเครื่องลูกข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Agent) มีมากมายขึ้น ทั้งผู้นำเข้าเครื่องจากยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น มีทั้งที่เป็นบริษัทข้ามชาติเข้ามาดำเนินกิจการเอง และบริษัทของคนไทยที่ได้รับแต่งตั้งให้เป็นผู้นำเข้า รวมทั้งผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของไทยเองก็มีการตั้งบริษัทขึ้นมาทำหน้าที่เป็น Agent เองด้วย
3. ผู้แทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่ (Master Dealer) เป็นกลุ่มที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ให้บริการระบบ เป็นตัวแทนนำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องลูกข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่ มักจะได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนยี่ห้อโดยยี่ห้อหนึ่งในตลาด หรือบางรายอาจเป็นผู้แทนมากกว่าหนึ่งยี่ห้อ หากเปรียบเทียบกับตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Product) Master Dealer ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่เทียบได้กับ "ยี่ปั้ว" นั่นเอง
4. ตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Dealer) เป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่สั่งซื้อสินค้าจาก Master Dealer มาจำหน่าย ซึ่งตัวแทนจำหน่ายประเภทนี้อาจจะจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง หรือหลายยี่ห้อก็ได้ บางรายขายโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉพาะระบบใดระบบหนึ่ง บางรายขายทุกระบบ Dealer เปรียบเทียบได้กับ "ซาปั้ว" ของตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค
5. ผู้จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รายย่อย (Sub Dealer) ร้านค้ารายย่อยที่มียอดจำหน่ายไม่มากนัก จะรับช่วงต่อจาก Dealer ไปขายอีกทอดหนึ่ง โดยมากมักจะมีเคาน์เตอร์หรือบูทขนาดเล็กตั้งขายอยู่ตามศูนย์การค้า หรือขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ร่วมกับเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่นๆ
6. พนักงานขาย (Sale Force) จะมีหลายลักษณะ ทั้งพนักงานขายประจำของร้านค้า หรือพนักงานขายชั่วคราว ทำหน้าที่อยู่ในทุกระดับของการขาย นับตั้งแต่ Agent จนถึง Sub Dealer พนักงานขายเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้ามากที่สุด นอกเหนือจากเพื่อนของลูกค้า และยังมีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุดด้วย
7. ลูกค้าผู้ใช้บริการ ในยุคนี้ลูกค้ามีความรู้และคุ้นเคยกับโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น

แผนภาพแสดงลักษณะโครงสร้างตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคการแข่งขัน (พ.ศ.2537-2540)



สภาพการตลาดในยุคนี้เริ่มมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ซึ่งมีสาเหตุมาจากปัจจัยอย่างน้อย 3 ประการ คือ

1. วงจรชีวิต (Product Life Cycle) ของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ในช่วงการเติบโต (Growth) แต่เนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น จึงทำให้วงจรชีวิตของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ถูกระงับให้เข้าสู่ช่วงตลาดเติบโตเต็มที่ (Maturity) แม้จะเป็นการเร่งที่ผิดปกติก็ตาม
2. เนื่องจากใกล้ระยะเวลาของการเปิดเสรีกิจการโทรคมนาคม ตามที่รัฐบาลได้ร่วมลงนามในสัญญาการค้าโลก (WTO : World Trade Organization) ที่จะเปิดให้มีการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมโดยเสรีภายในปี 2542 ซึ่งระยะเวลาที่ใกล้เข้ามานี้เอง ทำให้เอกชนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต้องเร่งขยายฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับบริษัทสำหรับการดำเนินกิจการต่อไปในอนาคต
3. ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ ค่าเงินบาทลอยตัวและขาดเสถียรภาพอย่างหนักในปี 2541 เอกชนผู้ให้บริการกิจการสื่อสารโทรคมนาคมทุกราย ประสบปัญหาเงินลงทุน ขาดสภาพคล่องและดอกเบี้ยเงินกู้เพิ่มสูงขึ้นเกือบเท่าตัวเนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยน ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ผู้บริโภคชะลอการซื้อและยกเลิกบริการคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 20 ของทั้งตลาด (ยรรยง อัครจินดานนท์, สัมภาษณ์ 6 มีนาคม 2542)

โครงสร้างตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงมีปรับเปลี่ยนจากยุคที่ผ่านมา ที่อยู่ในช่วงของการแข่งขันและสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศอยู่ในช่วง "ขาขึ้น" จึงมีผู้สนใจเข้ามาสู่ตลาดจำนวนมาก แต่ครั้งเมื่อถึงปลายยุคการแข่งขัน ต่อเนื่องมาถึงยุควิกฤตเศรษฐกิจ กำไรส่วนต่าง (Margin) จากการขายเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ลดน้อยลงมาก ทำให้ตัวแทนจำหน่ายหลายรายต้องเลิกกิจการไป ขณะเดียวกันผู้ให้บริการระบบ (Network Operator) ก็ต้องปรับเปลี่ยนบทบาทตนเอง จากที่กำกับดูแลอยู่ห่างๆ ต้องหันมาแทรกแซงและจัดระเบียบโครงสร้างตลาดใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป (सरร์คชัย เตียวประเสริฐกุล, สัมภาษณ์ 23 กุมภาพันธ์ 2542)

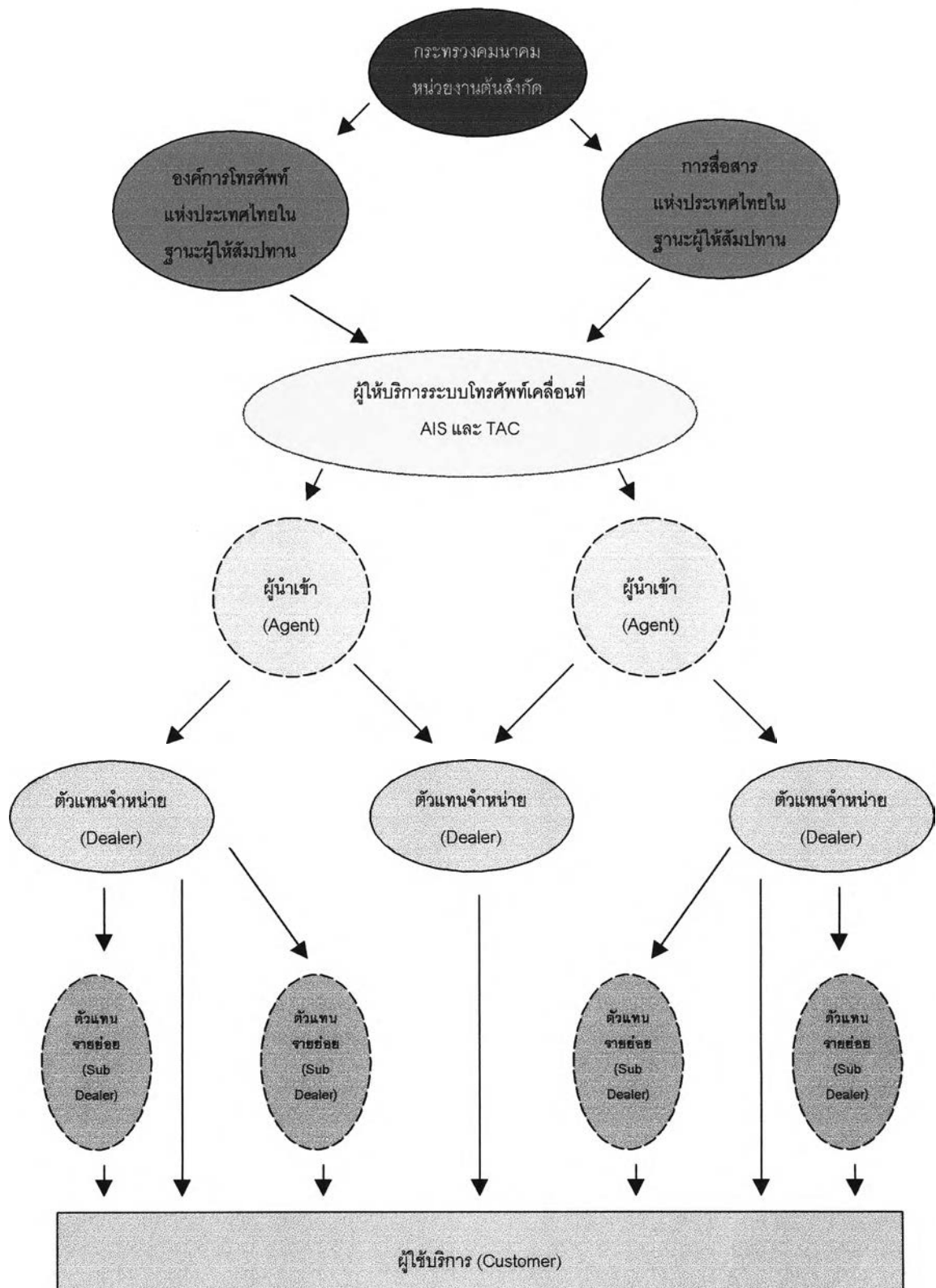
ด้วยเหตุนี้ โครงสร้างตลาดจึงปรับตัวมีระดับชั้นลดลง คงเหลือองค์ประกอบหลักใกล้เคียงกับในยุคการเปิดให้สัมปทานเอกชน (พ.ศ.2533-2537) นั่นคือ

1. ผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Network Operator) ในยุควิกฤตเศรษฐกิจนี้จะทำหน้าที่ครอบคลุมกว้างขวางกว่าทุกยุคที่ผ่านมา นับตั้งแต่การเข้ากำหนดราคาเครื่องลูกข่าย การจัด

รายการส่งเสริมการขาย การสนับสนุนตัวแทนจำหน่ายให้ทำกิจกรรมทางการตลาด การนำเข้าเครื่องลูกข่าย และการปรับโครงสร้างการขาย โดยการลดบทบาทของผู้แทนจำหน่ายรายใหญ่ (Master Dealer) และเพิ่มศักยภาพให้กับตัวแทนจำหน่าย (Dealer) เป็นต้น

2. ผู้นำเข้า (Agent) จะลดจำนวนลงเหลือเพียงรายหลักๆ ที่มีส่วนแบ่งตลาดมากเท่านั้น โดยผู้นำเข้าจะประสานงานอย่างใกล้ชิดกับผู้ให้บริการระบบ ในการทำตลาดตัวเครื่องลูกข่ายร่วมกัน ทั้งนี้บทบาทของผู้นำเข้าในด้านกิจกรรมทางการตลาด จะหันไปเน้นที่การสร้าง Brand Image ให้กับยี่ห้อของสินค้าโดยไม่ได้แบ่งแยกกว่าเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบใด ขณะเดียวกันจะสนับสนุนหรือให้เงินช่วยเหลือแก่ผู้ให้บริการระบบ ในการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายแทน อย่างไรก็ตาม กล่าวได้ว่าบทบาทของผู้นำเข้าในยุคเศรษฐกิจถดถอยนี้ ลดบทบาทลงอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับทุกยุคสมัยที่ผ่านมา โดยเฉพาะบทบาทของการขายเครื่องลูกข่าย แต่จะเพิ่มบทบาทในด้านการขายอุปกรณ์เครือข่าย และซอฟต์แวร์ให้กับผู้ให้บริการระบบแทน ทั้งนี้เพราะกำไรในส่วนอุปกรณ์เครือข่ายและซอฟต์แวร์มีมากกว่า และผู้นำเข้ารายใหญ่ๆ จะขายทั้งเครื่องลูกข่ายและระบบเครือข่ายด้วย เช่น โนเกีย อีริคสัน ซีเมนส์ และโมโตโลรา เป็นต้น
3. ตัวแทนจำหน่าย (Dealer) จะเหลืออยู่น้อยรายลง ทั้งนี้เนื่องจากตัวแทนจำหน่ายจะมีกำไรจากการขายเครื่องลดน้อยลงจากอดีตที่ได้เป็นหลักหมื่น แต่ปัจจุบันคงเหลือเพียงไม่กี่พันบาท ตัวแทนจำหน่ายจึงหวังรายได้จากกำไรต่อหน่วยเพียงอย่างเดียวไม่ได้ แต่ต้องเพิ่มปริมาณการขาย (Volume) ให้มากด้วย ดังนั้นตัวแทนจำหน่ายที่จะสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ต้องเน้นการทำตลาดอย่างจริงจังและใช้กลยุทธ์การขายต่างๆ เช่น บางรายใช้กลยุทธ์การขายเงินผ่อน บางรายใช้การขายให้กับนิติบุคคล (Corporate Sale) บางรายจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย บางรายใช้จุดแข็งในเรื่องบริการหลังการขาย เป็นต้น
4. ตัวแทนจำหน่ายรายย่อย (Sub Dealer) เช่นเดียวกับตัวแทนจำหน่าย ที่ในยุคนี้จะมีจำนวนลดน้อยลงจากในอดีต เนื่องจากตัวแทนจำหน่ายมีกำไรน้อยลง ทำให้กำไรที่ตัวแทนจำหน่ายรายย่อยได้รับก็ยิ่งน้อยลงไปด้วย ประกอบกับผู้บริโภคเริ่มไม่ไว้วางใจซื้อ หรือใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายรายย่อย เนื่องจากได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดีจากการได้รับสินค้าคุณภาพต่ำ หรือเกรงว่าจะถูกตัวแทนจำหน่ายรายย่อยลักลอบจูนเครื่องใช้งาน ทางด้านผู้ให้บริการระบบเองก็พยายามรณรงค์ผู้บริโภคให้เลือกซื้อ หรือใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างถูกต้องตามกฎหมายแล้วเท่านั้น

แผนภาพแสดงลักษณะโครงสร้างตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุควิฤตเศรษฐกิจ (พ.ศ.2540-ปัจจุบัน)



หมายเหตุ เส้นรอบวงของผู้นำเข้า (Agent) และตัวแทนจำหน่ายรายย่อย (Sub Dealer) เป็นเส้นประ หมายถึง บทบาทโดยรวมในโครงสร้างการตลาดธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มิลดน้อยลงอย่างมาก จนแทบจะไม่มีคัยมีความสำคัญเลย

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างการตลาด

นอกเหนือจากองค์ประกอบต่างๆ ที่อยู่ในโครงสร้างการตลาดดังกล่าวมาแล้ว ยังมีปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจและการตลาดอีก นั่นคือ หน่วยงานของรัฐ และพรรคการเมือง โดยที่หน่วยงานของรัฐ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ 900 และดิจิตอล จีเอสเอ็ม ได้แก่ องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ขณะที่การสื่อสารแห่งประเทศไทยจะมีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเวลาดิฟเฟอเรนซ์ 800 และเวลาดิฟเฟอเรนซ์ 1800 โดยมีพรรคการเมืองที่เข้ามาดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวง หรือช่วยว่าการกระทรวงคมนาคม เป็นตัวแปรสำคัญในการดำเนินงานของโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกระบบในประเทศ

หน่วยงานของรัฐ

ทางด้านตัวแปรแรก คือ หน่วยงานของรัฐ จะเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจในฐานะหน่วยงานเจ้าของสัมปทานโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งนอกจากจะเป็นผู้มีอำนาจกำหนดราคาค่าใช้บริการต่างๆ แล้ว ยังมีหน้าที่ในการกำกับดูแลคุณภาพของเครือข่ายอีกด้วย องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยได้ใช้อำนาจหน้าที่ในการเป็นผู้กำหนดราคาให้เป็นไปตามเงื่อนไขสัญญาสัมปทาน ในขณะที่กระทรวงคมนาคมซึ่งเป็นหน่วยงานต้นสังกัดขององค์การโทรศัพท์ฯ และการสื่อสารฯ จะทำหน้าที่กำกับดูแลในด้านนโยบายของ 2 หน่วยงานดังกล่าวอีกทอดหนึ่ง

ตัวอย่างที่องค์การโทรศัพท์ฯ ได้อาศัยบทบาทหน้าที่ในการเป็นผู้กำกับดูแลคุณภาพเครือข่ายกับระบบเซลลูลาร์ 900 อย่างเด่นชัดในปี 2537 ส่วนหนึ่งเป็นเพราะ AIS จัดรายการส่งเสริมการขายโทรศัพท์ ทำให้มีผู้ใช้บริการเพิ่มเป็นจำนวนมาก ผลคือ ผู้ใช้บริการโทรออกและรับสายเข้าลำบาก ทำให้เกิดกระแสการร้องเรียนทั้งโดยตรงไปที่องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย และร้องเรียนโดยอ้อมไปที่สื่อมวลชนแขนงต่างๆ อีกสาเหตุหนึ่งเป็นเพราะกระแสกดดันทางการเมืองที่ นายพินิจ จารุสมบัติ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงคมนาคมในขณะนั้นเร่งให้องค์การโทรศัพท์แก้ปัญหา รวมทั้งเอกชนรายอื่นทั้งในและต่างประเทศเพิ่มแรงกดดัน เพราะต้องการเปิดให้มีผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายที่สาม

จากสาเหตุทั้ง 3 ประการดังกล่าว ทำให้องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยต้องเข้ามากำกับดูแล AIS อย่างใกล้ชิด โดยให้บริษัทฯ นำเสนอแผนงานการปรับปรุงประสิทธิภาพเครือข่ายอย่างเร่งด่วน และให้รายงานผลการดำเนินงานเป็นระยะๆ รวมทั้งเปิดการแถลงข่าวร่วมระหว่าง AIS กับองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยต่อสื่อมวลชนทุกแขนง เกี่ยวกับแผนการพัฒนาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ 900

นอกจากการที่หน่วยงานของรัฐจะทำหน้าที่กำกับดูแลแล้ว ในบางครั้งยังพยายามขอร้องให้ภาคเอกชนดำเนินกิจกรรมทางการตลาดตามที่ต้องการ แต่เป็นในลักษณะการซื้อร้องมากกว่า เช่น การขอให้ทั้ง AIS และ TAC ลดการจัดรายการส่งเสริมการขายแบบโทรฟรีลิง เพราะจะทำให้องค์กรโทรศัพท์ฯ และการสื่อสารฯ ขาดรายได้ (สยามโพสต์, 1 ตุลาคม 2540)

อย่างไรก็ตาม บทบาทหน้าที่ขององค์กรโทรศัพท์ฯ และการสื่อสารฯ ในการกำกับดูแลเอกชนผู้ได้รับสัมปทานนั้น จะมีขอบเขตเพียงการควบคุมให้อยู่ภายใต้เงื่อนไขสัญญาสัมปทาน แต่ไม่มีอำนาจนอกเหนือจากนี้ และในทางปฏิบัติอำนาจในการดำเนินธุรกิจจะตกอยู่ในมือของเอกชนผู้ได้รับสัมปทานเป็นส่วนใหญ่ องค์กรโทรศัพท์ฯ และการสื่อสารฯ เองจะเน้นบทบาทไปที่การปกป้องผลประโยชน์ของหน่วยงาน โดยรูปแบบความสัมพันธ์กับบริษัทเอกชนจะเป็นในลักษณะผลประโยชน์ต่างตอบแทน กล่าวคือ องค์กรโทรศัพท์ฯ และการสื่อสารฯ จะสนับสนุนเอกชนให้ได้รับความสะดวกจากการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด และช่วยรักษาผลประโยชน์ของภาคเอกชน ทั้งนี้เนื่องจากรายได้ของ 2 หน่วยงานภาครัฐนอกจากค่าสัมปทานแล้ว ยังได้รับส่วนแบ่งจากรายได้ค่าใช้บริการเป็นอัตราส่วนร้อยละ 5-25 เป็นประจำทุกปีตลอดอายุสัมปทาน ดังนั้น หากเอกชนมีรายได้ลดลงก็ย่อมส่งผลกระทบต่อรายได้ขององค์กรโทรศัพท์ฯ และการสื่อสารฯ ด้วยเช่นกัน

กรณีที่ได้เห็นได้ชัดจากข้อสรุปดังกล่าว คือ การลดค่าเช่าหมายเลขรายเดือน (Monthly Fee) ที่มีความพยายามจากหลายฝ่ายจะให้ลดลงจากเดือนละ 500 บาท แต่ก็ไม่สามารถทำได้ เพราะนอกจากในสัญญาสัมปทานจะระบุจำนวนเงินที่ตกลงให้เรียกเก็บในอัตราดังกล่าวแล้ว หน่วยงานภาครัฐยังมีรายได้จากเงินจำนวนดังกล่าวที่เอกชนแบ่งปันผลประโยชน์ให้ด้วย ทำให้ทั้งองค์กรโทรศัพท์ฯ และการสื่อสารฯ ต้องเข้าช่วยปกป้องเอกชนที่ได้รับสัมปทาน โดยให้เหตุผลว่าเป็นเงื่อนไขที่ระบุในสัญญาและทำให้หน่วยงานภาครัฐทั้งสองแห่งขาดรายได้ใช้ในการดำเนินกิจการสาธารณะด้านอื่นๆ ซึ่งประสิทธิภาพขาดทุน ดังนั้นจึงไม่สามารถลดค่าเช่าหมายเลขรายเดือนจากภาคเอกชนได้ หากจำเป็นต้องลดก็จะไปลดในส่วนของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ให้บริการโดยองค์กรโทรศัพท์ฯ และการสื่อสารฯ เอง เนื่องจากจะกระทบรายได้ไม่มากเพราะมีผู้ใช้บริการจำนวนน้อยมาก

ด้วยเหตุนี้ จึงอาจกล่าวได้ว่า หน่วยงานของรัฐอันได้แก่ กระทรวงคมนาคม ในฐานะผู้กำกับดูแลนโยบายขององค์กรโทรศัพท์ฯ และการสื่อสารฯ, องค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ในฐานะผู้ให้สัมปทานระบบเซลลูลาร์ 900 และดิจิตอล จีเอสเอ็ม, การสื่อสารแห่งประเทศไทย ในฐานะผู้ให้สัมปทานระบบเวลาดิฟเฟอเรนซ์ 800 และเวลาดิฟเฟอเรนซ์ 1800 เป็นปัจจัยหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างการตลาดธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งนอกจากจะอาศัยอำนาจหน้าที่ในการเป็นผู้กำกับดูแลภาคเอกชน ให้ดำเนินงานภายใต้เงื่อนไขสัญญาสัมปทานแล้ว ยังเข้ามามีความสัมพันธ์กับภาคเอกชนในลักษณะผลประโยชน์ต่างตอบแทนอีกด้วย

พรรคการเมือง

สำหรับตัวแปรที่สำคัญอีกตัวแปรหนึ่ง คือ พรรคการเมือง จากการรวบรวมข้อมูลในหน้าหนังสือพิมพ์จำนวน 23 ฉบับ นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2537-2540 เกี่ยวกับข่าวคราวความเคลื่อนไหวในแวดวงธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้วิจัยจะพบเสมอว่า เมื่อใดก็ตามที่มีการเปลี่ยนแปลงตัวรัฐมนตรีและรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงคมนาคม ทั้งช่วงก่อนหมดวาระและช่วงได้รับการแต่งตั้ง ประเด็นการเปิดให้มีผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายที่สาม และประเด็นการลดค่าเช่าหมายเลขรายเดือน (Monthly Fee) จะถูกเจ้ากระทรวงหยิบยกขึ้นมาทุกครั้งดังแสดงในตารางด้านล่าง และผลสุดท้ายก็จะลงเอยแบบเดียวกัน นั่นคือ ไม่สามารถเปิดให้มีผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายที่สาม และไม่สามารถลดค่าเช่าหมายเลขรายเดือนได้

ตารางสรุปช่วงเวลาและเหตุการณ์ที่พรรคการเมืองเข้ามามีอิทธิพลต่อ การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจและการตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระหว่างปี พ.ศ.2537-2540

วัน / เดือน / ปี	เหตุการณ์	หนังสือพิมพ์
2 กรกฎาคม 2537	พินิจ จารุสมบัติ รัฐมนตรีช่วยฯ คมนาคม จากพรรคเสรีธรรมบินไปญี่ปุ่นดูโทรศัพท์มือถือระบบ 1500 และแต่งตั้งให้นายสมบัติ อุทัยสง รองปลัดกระทรวงคมนาคมเป็นประธานพิจารณาเปิดให้สัมปทานโทรศัพท์เคลื่อนที่รายที่ 3 และให้ลดค่าเช่าหมายเลขรายเดือนโทรศัพท์เคลื่อนที่ลง 100, 150 และ 200 บาท	ฐานเศรษฐกิจ
26 กรกฎาคม 2537	สมบัติ อุทัยสง ยืนยันว่าควรใช้คลื่น 1500 MHz (ที่ NTT ยักษ์ใหญ่ของญี่ปุ่นใช้ : ผู้วิจัย) เพียงคลื่นเดียวที่จะดำเนินการเปิดให้สัมปทานรายที่ 3 เพื่อเพิ่มให้มีการแข่งขัน ทางด้านกิตติ อยู่โพธิ์ อธิบดีกรมไปรษณีย์โทรเลขเห็นด้วยที่จะเปิดให้สัมปทานเพิ่ม แต่ไม่ระบุว่าต้องเป็นคลื่น 1500 เท่านั้น	ผู้จัดการรายวัน
2 สิงหาคม 2537	กิตติ อยู่โพธิ์ ให้ความเห็นว่า คลื่น 1900 ดีกว่า 1500	ไทยธุรกิจไฟแนนซ์
4 สิงหาคม 2537	NTT อยู่เบื้องหลังผลักดันเปิดมือถือรายที่ 3	ผู้จัดการรายวัน
17 สิงหาคม 2537	สมบัติ อุทัยสง ให้องค์การโทรศัพท์ฯ ส่งเรื่องให้สำนักงานอัยการสูงสุดตีความว่า หากเปิดให้สัมปทานมือถือรายใหม่จะขัดต่อกฎหมาย หรือเงื่อนไขสัญญากับผู้รับสัมปทานรายเดิมหรือไม่	ไทยไฟแนนเชียล
20 สิงหาคม 2537	ชี้แผนการเปิดสัมปทานโทรศัพท์เคลื่อนที่รายที่ 3 เกิดยาก เหตุจากปัญหาการเมืองภายในพรรคพลังธรรม ที่คาดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งรัฐมนตรีภายในพรรค และ พ.อ.วินัย สมพงษ์ อาจหลุดจากตำแหน่งด้วย	กรุงเทพธุรกิจ
24 สิงหาคม 2537	พินิจยืนยันต้องเปิดมือถือรายที่ 3	กรุงเทพธุรกิจ

วัน / เดือน / ปี	เหตุการณ์	หนังสือพิมพ์
29 สิงหาคม 2537	พินิจปฏิเสธว่าตนไม่ได้ต้องการให้เปิดมือถือรายที่ 3 แต่ต้องการให้มีการเปิดเสรี พินิจเตรียมตัวบินไปฟินแลนด์ตามคำเชิญของ TAC และ IEC (กลุ่มยูคอม)	ผู้จัดการรายวัน
29 สิงหาคม 2537	สมบัติเปิดเผยว่า การเปิดให้สัมปทานรายใหม่จะเป็นจริงหรือไม่ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ซึ่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมได้กำชับให้ศึกษารายละเอียดอย่างรอบคอบ โดยเห็นว่าไม่ใช่เป็นสิ่งเร่งด่วนที่ต้องรวบรัดดำเนินการให้เสร็จสิ้นโดยเร็ว	ไทยธุรกิจไฟแนนซ์
29 สิงหาคม 2537	พินิจเผย รัฐบาลจะสนับสนุนและเปิดโอกาสให้เอกชนมีความพร้อมเพื่อเผชิญกับแกตตีในอนาคต ส่วนการเปิดมือถือรายใหม่ที่ความเหมาะสม ขณะนี้ตนคิดตลอดว่า ทำอย่างไรจะยกเลิกค่าธรรมเนียม ซึ่งหมายถึงการเปิดเสรี ยังไม่สนใจให้เปิดรายที่ 3	มติชน
30 กันยายน 2537	แหล่งข่าวจากกระทรวงคมนาคมเปิดเผยว่า วันที่ 28 กันยายนนี้ พินิจมีกำหนดการเดินทางไปสวีเดนและฟินแลนด์ ซึ่งกำหนดการดังกล่าวถูกปกปิด จะทราบเฉพาะผู้ที่เดินทางไปด้วยเท่านั้น แหล่งข่าวเปิดเผยว่า พินิจจะเดินทางโดยการบินไทยเที่ยวบินที่ TG 932 กรุงเทพฯ-สต็อกโฮล์ม จองที่นั่งชั้นหนึ่ง ซึ่งมีที่นั่งอยู่ 8 ที่มีรายชื่อเป็นที่รู้จักในวงการโทรคมนาคม (กลุ่มชินวัตร) ก่อนหน้านี้พินิจได้เดินทางไปยังสหรัฐฯ พร้อมกับผู้บริหารล็อกเลย์ (หนึ่งในบริษัทที่ต้องการให้เปิดสัมปทานมือถือรายที่ 3)	สยามโพสต์
18 พฤศจิกายน 2537	พินิจถอดใจต้นเปิดมือถือใหม่ไม่สำเร็จ อ้างต้องเลื่อนไปดำเนินการหลังนโยบายเปิดเสรีสื่อสารโทรคมนาคม	ไทยไฟแนนเชียล
17 ธันวาคม 2537	พินิจ จารุสมบัติ เผย "ต้องเห็นใจผู้รับสัมปทานที่ต้องลงทุนสูง ดังนั้นหากทางเอกชนไม่ยอมลดก็อาจมีโปรโมชันพิเศษเป็นการทดแทนได้ โดยอาจให้การสื่อสารฯ และองค์การโทรศัพท์ฯ เป็นผู้รับผิดชอบในส่วนลดค่าบริการของทั้ง 2 ระบบนี้แทน"	มติชน
18 มกราคม 2538	นโยบายปรับลดอัตราค่าบริการรายเดือนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นที่น่าสังเกตว่าตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา เป้าส่วนใหญ่จะพุ่งเข้าหา AIS เพียงฝ่ายเดียว ไม่มีการพูดถึงคู่แข่งอมตะนิรันดร์กาลอย่างระบบเวลาดิฟอน 800 ที่อยู่ภายใต้การดำเนินงานของ TAC แต่อย่างใด ท่าทีที่เกิดขึ้นถือเป็นการปรากฏการณ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงเจตนาและแผนอันแยบยล "ยิงปืนนัดเดียวได้นกสองตัว" ของกระทรวงคมนาคม (เป็นประเด็นทางการเมือง เมื่อ ดร.ทักษิณ เข้าพรรคพลังธรรม : ผู้วิจัย)	ไทยไฟแนนเชียล

วัน / เดือน / ปี	เหตุการณ์	หนังสือพิมพ์
12 กุมภาพันธ์ 2538	ไม่ลดแล้วค่าบริการมือถือถือ รัฐหมดทางขอแก้สัญญา	สยามธุรกิจ
3 มีนาคม 2538	หลังจากองค์การโทรศัพท์ฯ หรือไปยังอัยการสูงสุดว่า สามารถเปิดสัมปทานรายใหม่ได้หรือไม่ ทางอัยการสูงสุดแจ้งกลับมายว่าไม่สามารถเปิดสัมปทานรายใหม่ได้ ทั้งกรณี AIS และ TAC	มติชน
27 พฤษภาคม 2538	พินิจปลุกผีแผนลดค่าเช่าหมายเลขรายเดือน สั่งเร่งรัดเพื่อให้ทันเสนอเข้าที่ประชุมคณะรัฐมนตรีโดยเร็วที่สุด ผลักดันให้ทันรัฐบาลชุดนี้ หวังเป็นผลงานชิ้นเอกก่อนอำลาเก้าอี้ (ในขณะที่ดำเนินการอยู่เป็นรัฐบาลชุดรักษาการณ : ผู้วิจัย)	ผู้จัดการรายวัน, สยามโพสต์, วัฏจักร, ข่าวสด, กรุงเทพธุรกิจ
25 กรกฎาคม 2538	รัฐบาลบริหารโดยนายวันมูหะมัดนอร์ มะทา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม และนายสมบัติ อุทัยสง รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงคมนาคม (คนนอกเข้ามาในโควตาพรรคความหวังใหม่ของค่าย C.P) ออกมาผลักดันการเปิดมือถือรายใหม่ ยืนยันจะเข้าไปดำเนินการให้เป็นรูปร่างโดยเร็ว	คู่แข่งรายวัน
29 กรกฎาคม 2538	สั่งลดโทรมือถือรายเดือน ประเดิมมีผล 4 สิงหาคมนี้ โดยเริ่มลดโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 470 และ 800A ก่อน (เพื่อสร้างผลงานและสร้างแรงกดดันให้เอกชน : ผู้วิจัย)	ไทยธุรกิจไฟแนนซ์
31 กรกฎาคม 2538	มีบริษัททั้งในและต่างประเทศ สนใจเข้าประมูลมือถือรายที่ 3 ประกอบด้วย สหวิริยา, จัสมิน, เปอร์คอม เซอวิส (ค่ายแพคคิงค์), แอร์ทิซคอมมิวนิเคชั่นส์ (บริษัทแม่แพคคิงค์ในอเมริกา) นอกจากนี้ยังมี NTT ที่ร่วมทุนกับ TT&T และ CP. ด้วย	คู่แข่งรายสัปดาห์
8 กันยายน 2538	จองชัย เทียงธรรม รองเลขาธิการนายกฯ เปิดเผยหลังเรียกผู้อำนวยการการสื่อสารแห่งประเทศไทย และองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย รวมทั้งเอกชนเข้าพบ ว่า รัฐฯ ได้ลดค่าบริการรายเดือนแล้ว แต่เอกชนไม่ยอม ทั้งๆ ที่มีลูกค้ามากขึ้น รายรับก็มากน่าจะลด	แนวหน้า
24 กันยายน 2538	ปรีชา เลหาพงศ์ชนะ รองประธานกรรมการเศรษฐกิจ สภาผู้แทนราษฎร เปิดเผยกรณีประชาชนร้องเรียนถูกเอาเปรียบ เรียกให้ องค์การโทรศัพท์ฯ และการสื่อสารฯ มาชี้แจง และตั้งคณะกรรมการติดตามผลการแก้ไขปัญหาบริการโทรมือถือ ให้ นายรักษ์ ตันติสุนทร สส.ตาก พรรคประชาธิปัตย์เป็นประธาน	สยามธุรกิจ

วัน / เดือน / ปี	เหตุการณ์	หนังสือพิมพ์
27 ตุลาคม 2538	นพ.เปรมศักดิ์ เพียยุระ สส.ขอนแก่น พรรคความหวังใหม่ เผยค่าบริการโทรศัพท์มือถือเมืองไทยแพงมหาโหด ต้องมีการปรับปรุงทั้งค่าบริการและการบริการให้เหมาะสม เกิดความเป็นธรรมแก่ประชาชนโดยเร็วที่สุด "เดือนละตั้ง 500 บาท สำหรับค่าบริการรักษาที่ผู้บริโภคต้องจ่ายให้มันไม่ยุติธรรม ถือว่าเป็นการเอาัดเอาเปรียบอย่างน่าเกลียดที่สุด น่าที่จะนำมาสังคายนากันใหม่ เพราะขณะนี้ผู้จำหน่ายมีแต่รวยกับรวย ยอดเงินที่เก็บเป็นค่าบริการรักษานี้ ผมอยากจะถามว่าเอามาตอบแทน หรือคืนกำไรให้แก่ประชาชนบ้างหรือเปล่า ในรูปแบบอะไรบ้าง ไม่มีเลย"	เสียงพิมพ์ไทย
30 ตุลาคม 2538	นายแก้ว บัวสุวรรณ สส.เพชรบูรณ์ ประธานคณะกรรมการคมนาคมเอาเรื่องค่ามือถือรายเดือน 500 มาพิจารณาให้ลดเหลือ 200 บาท น่าจะเหมาะสม จะเจรจาเอกชนเชื่อว่าเป็นไปได้	สยามรัฐ
18 พฤศจิกายน 2538	นายจิรายุทธ์ วสุรัตน์ กรรมการเลขาธิการหอการค้าไทย สนับสนุนคณะกรรมการการเศรษฐกิจจัดค่าบริการมือถือ	มติชน
21 พฤศจิกายน 2538	นายรักษ์ สันติสุนทร ประธานคณะอนุกรรมการ ทำสรุปผลแบบสอบถาม สส. เรื่องการลดค่ารายเดือนมือถือ	คู่แข่งรายวัน
22 พฤศจิกายน 2538	นายสังข์ทอง ศรีเวศ สส.กาฬสินธุ์ พรรคความหวังใหม่ ประธานคณะกรรมการร่างแนวทางการพัฒนาโครงสร้างเศรษฐกิจภาคอีสานตอนล่าง เปิดเผยหลังการประชุมที่มี สส.พรรคความหวังใหม่ 12 คน เรียกให้องค์การโทรศัพท์ฯ เข้าประชุมปรับปรุงค่าบริการมือถือ	ไทยไฟแนนเชียล
23 พฤศจิกายน 2538	โทรศัพท์มือถือคุณภาพห่วย เจ้าของเผาประท้วง	มติชน
24 พฤศจิกายน 2538	พล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ รองนายกและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม กำชับนายวันมูหะหมัดนอร์ มะทา รมต.คมนาคม และสมบัติ อุทัยสง รมช.คมนาคม ดำเนินการลดค่าบริการมือถือ (การเมืองในช่วงนั้น ดร.ทักษิณ เป็นหัวหน้าพรรคพลังธรรม)	สยามโพสต์
25 พฤศจิกายน 2538	กรรมการเศรษฐกิจ ยืมมือกรรมการค้าภายใน ศึกษาต้นทุน เสนอ ครม. ขึ้นทะเบียนมือถือเป็นสินค้าควบคุม	ฐานเศรษฐกิจ
29 พฤศจิกายน 2538	ซีพี-ยูคอม-เอ็นทีที ینگาของเสียบ ลือสะพัดได้โต๊ะ 2,000 ล้าน องค์การโทรศัพท์ฯ จัดัยการตีความซ้ำให้สัมปทานมือถือรายที่ 3	มติชน
29 พฤศจิกายน 2538	มือถือรายที่ 3 ปฏิบัติการเช็กบิลทักษิณ ชินวัตร "พรรคการเมืองใหญ่กำลังผลักดันเปิดมือถือรายที่ 3 เพื่อไล่อี AIS ธุรกิจที่ทำรายได้หลักให้กับเครือชินวัตร พร้อมตามบดขยี้ทางการเมืองด้วยความพยายามเขียนพันธมิตรพ้นจากพรรคร่วมรัฐบาล"	ไทยไฟแนนเชียล

วัน / เดือน / ปี	เหตุการณ์	หนังสือพิมพ์
5 ธันวาคม 2538	กรณีกระแสการเคลื่อนไหวค่าบริการรายเดือน และมีมือถือรายที่ 3 นั้น "...การเคลื่อนไหวในด้านโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น ประโยชน์ของประชาชนไม่ใช่อันดับแรก... ชั้นแรก ปลุกกระแสในด้านมาตรฐานการให้บริการ ต่อมาปลุกกระแสในเรื่องอัตราค่าบริการ การปลุกกระแสหลายฝ่ายยืนยันว่า เกิดจากเกม (การเมือง) ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างแท้จริง มีผู้อยู่เบื้องหลังแน่นอน	มติชนสุดสัปดาห์
5 ธันวาคม 2538	เกมมือถือขับช้อนช้อนเงิน หวังใหม่ 'SET UP' สถานการณ์หวังล้มชิน-ยูคอม	คู่แข่งรายวัน
7 ธันวาคม 2538	หวังใหม่ขีดเส้น 22 ธันวาคมนี้ ลดบริการรายเดือนมือถือ	ไทยธุรกิจไฟแนนซ์
7 กุมภาพันธ์ 2539	วันนอร์โยนกฎฎีกาพลิกสัญญา บีบแตก-เอไอเอสลดค่ามือถือ	มติชน
19 กุมภาพันธ์ 2539	พล.อ.ชวลิตออกไปส่งองค์การโทรศัพท์ฯ และการสื่อสารฯ รับภาระนับพันล้าน ลดค่าบริการมือถือไม่หน้าใจ ล้วงลูกต่อส่งสัญญาอัลโหลมือถือให้หาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาอำนวยความสะดวกประชาชน เข้าทางข้อเสนอขอทำ "PHS" ของสองยักษ์ TA และ TT&T	ประชาชาติ
3 มีนาคม 2539	โทรไร้สาย PHS เกิดแน่ หวังใหม่-ซีพีตันสุดฤทธิ์ ขึ้นอยู่กับใคร แข็งทางการเมือง	สยามธุรกิจ
19 มีนาคม 2539	ทั้งยูคอมและชินวัตรรู้แล้วว่อย่างไร TA ก็เอา PHS เข้ามาจนได้ ฎษณกล่าว "หากจะอนุมัติกันจริงๆ ก็น่าจะเปิดให้มีการประมูลกันอย่างเป็นทางการ อย่างมางบงบให้บริการเฉพาะราย" ทางชินวัตรแม้รู้ว่าต้องยอมก็ต้องดันให้ถึงที่สุด อย่างน้อยก็เตะถ่วงให้ PHS คลอดข้าที่สุด	คู่แข่งรายวัน
21 มีนาคม 2539	สาวไส้ขบวนการ PHS NTT วิ่งขบับักการเมืองเจรจาบีจิวส์ลังการผ่าน สมบัติ อุทัยสง ตั้งเป้าร่วมทุน TA-TT&T ก่อนคืบเข้ามายึดฐานบนระบบทางด่วนสารสนเทศของไทย	วิจัยกร, คู่แข่ง
15 พฤษภาคม 2539	นายไพศาล พิฆังคค กรมการองค์การโทรศัพท์ฯ เปิดเผยในการเข้าเฝ้าสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร พล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม พร้อมนายวันมูหะหมัดนอร์ มะทา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม และคณะผู้บริหารองค์การโทรศัพท์ฯ รับสนองพระราชดำริที่จะให้ องค์การโทรศัพท์ฯ เปิดบริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหม่ในย่านความถี่ 1500 MHz	กรุงเทพธุรกิจ

วัน / เดือน / ปี	เหตุการณ์	หนังสือพิมพ์
2 มิถุนายน 2539	พรรคความหวังใหม่ กระทรวงคมนาคม และทศท. ร่วมกันหารือและจัดทำแผนการเปิดให้บริการโทรมือถือระบบ 1500 MHz พรรคความหวังใหม่ส่งทีมงานไปศึกษาระบบที่ญี่ปุ่น	สยามธุรกิจ
24 มิถุนายน 2539	บิ๊กจิวส่งคมนาคม (วันมูหะมัดนอร์) ผลักดันมือถือทหารผ่านศึก (บิ๊กจิวเป็นนายกสภาทหารผ่านศึก) ขอความถี่ 1885-2025 และ 2110-2200 ทำให้บริการได้ทั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1800 และ 1900 MHz อ้างว่าใช้ในกิจการทหาร	ประชาชาติ
15 สิงหาคม 2539	หลังพลังผักถอนตัวรัฐบาล หัวหน้าการเมืองพลิกอิก AIS ปิวตามทักษิณ เร่ง TA เซ็นทำ PHS	มติชน
18 ตุลาคม 2539	เสถียร ปิตกานันท์ ผู้อำนวยการองค์การโทรศัพท์ฯ เผย เรื่องมือถือองค์การทหารผ่านศึกต้องรอรัฐบาลชุดใหม่เดือนตุลาคม	มติชน
7 พฤศจิกายน 2539	มือถือทหารผ่านศึกแห้ว องค์การโทรศัพท์ฯ ยึดความถี่ย่าน 1500	ประชาชาติ
6 กุมภาพันธ์ 2540	สุวัจน์ทูปโต๊ะทำอัลโบล 1500 เก็บค่าโทรทางไกลนาทีละ 3 บาท	มติชน
9 กุมภาพันธ์ 2540	นายมหิตล จันทรางกูร ปลัดกระทรวงคมนาคม สั่งยกเลิกการรายงานคุณภาพมือถือ เพราะมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลใหม่ต้องรอนโยบายรัฐมนตรีก่อน	สยามธุรกิจ
16 กุมภาพันธ์ 2540	จับตาบอร์ดใหม่ ทศท. รื้อมือถือ PDC 1500 เปิดเอกชนร่วมทุน คาด "จัสมิน" เสียบ ดร.อดิศักดิ์ โพธารามิก มือหุ่นใหญ่จัสมิน 33.63% ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ มีสายสัมพันธ์ลึกซึ้งกับชาติพัฒนาและเป็นแหล่งเงินทุนแหล่งใหญ่ของพรรค	ฐานวิเคราะห์
20 กุมภาพันธ์ 2540	สุวัจน์เดินเกมลดค่าบริการมือถือต่อ เร่งทำอัตราเชื่อมโยงข่ายรับเปิดเสรี	ประชาชาติ
11 มีนาคม 2540	สุวัจน์สั่งตั้งบอร์ดเฉพาะกิจ เร่งศึกษาเปิดมือถือรายที่ 3	กรุงเทพธุรกิจ
18 มีนาคม 2540	สุวัจน์ดีเดย์ กำหนดเส้นตาย ทศท. เปิดประมูลรายใหม่เมษายนนี้ คาดมีทางเลือก 2 ระบบ คือ 1500 และ 1900	กรุงเทพธุรกิจ
30 มีนาคม 2540	ติเรกปฏิบัติการไฟลนกันเอกชน บีแทค-เอไอเอสแก้คุณภาพมือถือ เพิ่มความกดดันเพื่อเปิดมือถือรายใหม่	สยามธุรกิจ
3 กรกฎาคม 2540	กสท. และทศท. ติปีกรับความถี่เพิ่ม คณะกรรมการบริหารความถี่แห่งชาติ (กบถ.) อนุมัติคลื่น 1500-1900 ทำมือถือใหม่	ผู้จัดการรายวัน
31 สิงหาคม 2540	IMF สลายฝัน...โทรมือถือใหม่ สร้างเงื่อนไขควบคุมรายจ่ายของประเทศ ตัดงบประมาณปี 41 และทบทวนตัดทอน ชะลอหรือยกเลิกรายจ่ายการลงทุนในโครงการ 7 ลักษณะ นอกจากนี้สภาพัฒน์ไม่เห็นด้วยที่จะทำมือถือ 1500, 1900 MHz	สยามธุรกิจ

วัน / เดือน / ปี	เหตุการณ์	หนังสือพิมพ์
3 กันยายน 2540	'ดิเรก' ยืนกรานทำ PCD 1500 ไม่ฟังคำคัดค้านสภาพัฒน์ ยืนครม.ชี้ขาด อ้างเพื่อแก้ปัญหาเศรษฐกิจซบเซา และค่าบริการในปัจจุบันสูง คุณภาพไม่ดี และยังมีความต้องการใช้อีกมาก	วิญจักร
22 กันยายน 2540	คมนาคมดึงญี่ปุ่นทำสาย 'โครง-IMF' ดันไทยทำโทร1.9หมื่นล้าน	ผู้จัดการรายวัน
29 กันยายน 2540	ดิเรกชี้มือถือใหม่แข่งได้ แม้มีการกำหนดเพดานค่าบริการโทรศัพท์ ทำได้ทั้งสูงและต่ำ ระบุกระทรวงคมนาคมมีสิทธิเข้าแทรกแซงราคาหากลดต่ำเกินพอดี	สยามโพสต์
9 ตุลาคม 2540	'คมนาคม' เร่งมือถือ 1900 เข้าครม. ชี้ตั้งเงินทุนจากต่างประเทศ ตรงเงื่อนไข IMF	ผู้จัดการรายวัน
12 ตุลาคม 2540	แพคอัด 'สุวัจน์' ดัน 1900 หาทุนเลือกตั้งที่ยอหน้า	สยามธุรกิจ
9 พฤศจิกายน 2540	พรรคชาติพัฒนาแต่งตั้ง สมพงษ์ อมรวิวัฒน์ แทนดิเรก เจริญผล ผลักดันโทร 1900 ให้เกิด	สยามธุรกิจ
27 ธันวาคม 2540	สุเทพ เทือกสุบรรณ รมต.คมนาคม มีนโยบายให้ลดค่าเช่าหมายเลขรายเดือนโทรศัพท์เคลื่อนที่จาก 500 บาท เหลือ 200 บาท	วิญจักร

จากข้อมูลที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมดังแสดงในตารางข้างต้น จะเห็นว่า พรรคการเมืองได้เข้ามามีผลต่อการดำเนินธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดย 2 ประเด็นที่ถูกนำขึ้นมาเสนอ คือ การลดค่าเช่าหมายเลขรายเดือน และการเปิดสัมปทานโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหม่ โดยเริ่มจากนายพินิจ จารุสมบัติ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงคมนาคม (พรรคเสรีธรรม) ในปี 2537 สมัยรัฐบาลชวน ตามด้วยนายวันมูหะมัดนอร์ มะทา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม และพล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ รองนายกรัฐมนตรี (พรรคความหวังใหม่) ในปี 2538 สมัยรัฐบาลบรรหาร (ยุคนั้น ดร.ทักษิณ เป็นหัวหน้าพรรคพลังธรรม) จากนั้นนายสุวัจน์ ลิปตพัลลภ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม (พรรคชาติพัฒนา) และนายดิเรก เจริญผล รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงคมนาคม (คนนอกโควตาพรรคชาติพัฒนา) ในปี 2540 สมัยรัฐบาลชวลิต ยงใจยุทธ และล่าสุดนายสุเทพ เทือกสุบรรณ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม (พรรคประชาธิปัตย์) ในปี 2540-2541 สมัยรัฐบาลชวน

แม้ว่าผลในท้ายที่สุดจะไม่สามารถลดค่าเช่าหมายเลขรายเดือนได้ และไม่สามารถเปิดสัมปทานรายใหม่ได้ก็ตาม แต่ก็ถูกนักการเมืองใช้เป็นประเด็นมาโดยตลอด ซึ่งสาเหตุมาจาก

1. ดร.ทักษิณ ชินวัตร เข้ามาเล่นการเมือง ดันนั้นจุดอ่อนของ ดร.ทักษิณ ที่กลายเป็นเป้าโจมตีทางการเมือง คือ ธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เนื่องจากเป็นแหล่งรายได้หลักของกลุ่มชินวัตร

2. พรรคการเมืองต้องการหาคะแนนเสียงในช่วงใกล้เลือกตั้ง หรือใกล้หมดวาระ หรือช่วงเข้ามารับตำแหน่งใหม่ เนื่องจากผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นกลุ่มชนชั้นกลางที่มีฐานะและอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ คะแนนเสียงจากการหยิบบัตรประเด็นค่าเช่าหมายเลขรายเดือน และการเปิดสัมปทานโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหม่จะสามารถสร้างแนวร่วมกับชนชั้นกลางในกรุงเทพฯ ได้ เพราะหากพรรคการเมืองไม่ได้ต้องการคะแนนเสียงจากคนกลุ่มนี้ ก็น่าที่จะให้ความสนใจในเรื่องอัตราค่าบริการโทรศัพท์พื้นฐานมากกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ เนื่องจากโทรศัพท์พื้นฐานกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ และผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานก็มีกำลังซื้อน้อยกว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วย
3. ผลประโยชน์ทางการเมือง ทั้งที่เป็นตัวเงินและผลประโยชน์ในรูปแบบอื่น เป็นที่น่าสังเกตว่าในช่วงแรกของการเปิดประเด็นค่าเช่าหมายเลขรายเดือน และการเปิดสัมปทานโทรศัพท์เคลื่อนที่ รายที่ 3 ตัวแทนของพรรคการเมืองที่เข้ามาดูแลกระทรวงคมนาคมจะแสดงท่าทีที่หนักแน่นว่าจะต้องดำเนินการให้สำเร็จให้ได้ แต่เมื่อระยะเวลาผ่านไปตัวแทนของพรรคการเมืองเหล่านี้จะอ่อนข้อหรือกลับคำพูด ซึ่งก่อนที่จะเป็นเช่นนี้ มักจะปรากฏเป็นข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์ว่า ตัวแทนพรรคการเมืองที่เป็นตัวตั้งตัวตี ได้รับผลประโยชน์ตอบแทนในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง (โปรดดูความเคลื่อนไหวในเรื่องนี้ได้จากตารางข้างต้น) หรือมีบริษัทเอกชนทั้งในและต่างประเทศ รายอื่นอยู่เบื้องหลังการเคลื่อนไหวของนักการเมือง ตลอดจนการเคลื่อนไหวเพื่อหวังผลทางการเมือง โดยเฉพาะเมื่อ ดร.ทักษิณ ชินวัตร เข้ามาเป็นหัวหน้าพรรคพลังธรรมในปี 2538

ข้อสรุปทั้ง 3 ประการดังกล่าว ผู้วิจัยได้รับการสนับสนุนแนวความคิดจาก ดร.ไพฑูริย์ ลิ้มปวยอ มอดีตผู้อำนวยการองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย, คุณยิ่งยอด มัญชุวิสิฐ อดีตผู้สื่อข่าวโทรคมนาคม หนังสือพิมพ์ The Nation, คุณพัฒนพันธุ์ วงษ์พันธุ์ อดีตหัวหน้าข่าวโทรคมนาคมหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ และคุณมิถุน อัครสันติชัย ผู้สื่อข่าวโทรคมนาคมอาวุโส หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ไปในแนวทางเดียวกัน ส่วนคุณสรศักดิ์ เดียวประเสริฐกุล ให้ความเห็นว่า น่าจะมาจากสาเหตุเดียวกัน นั่นคือ ผลประโยชน์ในรูปตัวเงิน ซึ่งสอดคล้องกับบทความชิ้นหนึ่งในมติชนสุดสัปดาห์ เรื่อง “จับตา...สงครามมือถือ (เกม) เพื่อประชาชนจริงหรือ??” โดยบทความดังกล่าวมีเนื้อหาตอนหนึ่งระบุอย่างชัดเจนว่า

“...การเคลื่อนไหวในด้านโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น ประโยชน์ของประชาชนไม่ใช่อันดับแรก ...ขั้นแรกปลุกกระแสในด้านมาตรฐานการให้บริการ ต่อมาปลุกกระแสในเรื่องอัตราค่าบริการ การปลุกกระแสหลายฝ่ายยืนยันว่า เกิดจากเกม (การเมือง) ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างแท้จริง มีผู้อยู่เบื้องหลังแน่นอน เช่น การเผาเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งหากดูภายใต้จิตสำนึกของคนปกติแล้วจะเห็นว่า เป็นการกระทำที่ขาดเหตุผลมารองรับ เพราะว่าราคาไม่ใช่ถูก และการเผาก็ไม่ได้ช่วยแก้ปัญหาให้ดีขึ้นมา กระแสในเรื่องอัตราค่าบริการ

กระแสข่าวออกมาทำนองเอกชนเอาเปรียบประชาชน ความจริงหน่วยงานรัฐเป็นเสือนอนกิน เก็บเข้ากระเป๋าให้โบสถ์พนักงาน เมื่อกระแสทั้งสองสูงงอมก็มาถึงการเปิดมือถือรายที่ 3 ว่ากันว่ามีจำนวนเงินที่วิ่งกันอยู่ได้โต๊ะไม่ต่ำกว่า 2,000 ล้านบาท นั่นหมายถึง ความอिमหมี่พื้มนของเอกชนรายใหม่และผู้วิ่งเต้น" (มติชน-สุดสัปดาห์, 5 ธันวาคม 2538)

"...ความหวังใหม่พยายามสร้างกระแสลงว่า จะต้องลดค่าบริการมือถือเป็นของขวัญปีใหม่ ทั้ๆ ที่ปฏิบัติเอาใจชนชั้นกลาง สร้างภาพทั้ที่รู้ว่าทำไม่ได้ เพราะสัญญาแนบ ยกเว้นรัฐจะลดค่าสัมปทานลง ความหวังใหม่เอาพวกมาเคลื่อนไหว เฝ้ามือถือสักเครื่องเพื่ออ้างความชอบธรรม... เป็นปฏิบัติการจิตวิทยาที่ พล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ ชื่นชอบที่จะนำมาใช้ท่ามกลางสถานการณ์ทางการเมืองที่ตึงเครียดและใกล้เข้ามาสู่อับเช่นนี้เสมอๆ" (ฐานเศรษฐกิจ, 30 ธันวาคม 2538)

หนังสือพิมพ์ไทยไฟแนนเชียล ได้นำบทความใน Far Eastern Economic Review มาเสนอในมุมมองของการที่พรรคความหวังใหม่พยายามผลักดันให้มีการลดค่าเช่าหมายเลขรายเดือนว่า ปัญหาดังกล่าวเป็นประเด็นทางการเมือง ที่ใช้เพื่อการหาเสียงสนับสนุนทางการเมือง โดยความตอนหนึ่งว่า

"นิล เชมเบิล นักวิเคราะห์เอเชีย เอเชียในกรุงเทพฯ กล่าวว่า โดยพื้นฐานเป็นการเคลื่อนไหวของพรรคความหวังใหม่ที่จะเอาใจผู้เลือกตั้ง เนื่องจากขณะที่ยังไม่มีการเลือกตั้ง รัฐบาลผสมง่อนแง่น มักหาทางที่จะเรียกเสียงสนับสนุน... ในประเด็นเรื่อง ค่าธรรมเนียมและราคาแพงไม่มีเหตุผล เพราะกลไกตลาด ผู้บริโภคมีกำลังซื้อ อัตราเพิ่มจึงสูง 20% ในปีนี้ และการใช้มือถือก็ถูกกว่าโทรธรรมดาที่เก็บทางไกลสูงสุดนาทีละ 18 บาท (มือถือ 12 บาท) ... พรรคความหวังใหม่กำลังรับประโยชน์กับผู้ที่มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง นักวิเคราะห์โทรคมนาคมผู้หนึ่งตั้งข้อสังเกตว่า ผู้ที่ใช้มือถือและโทรศัพท์เป็นผู้ที่มีอิทธิพลและมีสถานะที่ดีที่สุดที่จะปกป้องพวกเขาในทางการเมือง" (ไทยไฟแนนเชียล, 3 กุมภาพันธ์ 2539)

เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์คู่แข่งในเรื่อง "เกมมือถือซบซ้อนซ้อนเงื่อน หวังใหม่ 'SET UP' สถานการณ์หวังล้มชิน-ยุคคอม" โดยได้สรุปเหตุการณ์ที่ผ่านมา พร้อมกับตั้งท้ายไว้ว่า ใครเป็นผู้ SET UP สถานการณ์ทำไม และเพื่ออะไร และคำถามตั้งท้ายว่า TA หายไปไหน (คู่แข่งรายวัน, 5 ธันวาคม 2538) เพราะก่อนหน้านี้มีกระแสข่าวว่า TA สนใจเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายที่ 3 ประกอบกับเป็นที่รู้กันว่า TA เป็นผู้สนับสนุนพรรคความหวังใหม่ของ พล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ

ประชาชาติธุรกิจได้เสนอข่าวเบื้องหลังแนวคิดการเปิดให้สัมปทานโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหม่ โดยพรรคความหวังใหม่ในข่าวเรื่อง "สะท้อนสายสัมพันธ์ "บักจิว-ซีพี" ยึดเบ็ดเสร็จโปรเจกต์สื่อสารฯ" ว่า การอนุมัติโครงการ PHS เป็นเรื่องอื้อฉาวที่สุด ภาพความเอื้ออาทรระหว่าง พลเอกชวลิต ยงใจยุทธ และนาย

ธนิษฐ์ เจียรนวนนท์ ประธานใหญ่ของเครือข่ายภาคเอกชนด้านซัพพลายเชน จากที่จังหวัดมีหนังสือถึงนายวันมูหะมัดนอร์ มะทา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม ให้เขาสัญญา 800-900 ให้กฤษฎีกาตีความ จะเปิดให้ผู้รับสัมปทาน รายใหม่ หลังจากนั้นไม่กี่วัน TA ส่งหนังสือขอเปิดให้บริการนี้กับองค์การโทรศัพท์พื้นที่ (ประชาชาติธุรกิจ, 18 เมษายน 2539)

ทางด้านคุณวุฒน ปริย์มาโนช เห็นไปในทำนองเดียวกันกับ ดร.ไพบูลย์ว่า การพยายามผลักดันให้มีการลดค่าเช่าหมายเลขรายเดือนนั้น เป็นเรื่องส่วนตัวของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่ต้องการจะหาเสียงในการเลือกตั้งครั้งต่อไป (ไทยไฟแนนเชียล, 25 พฤศจิกายน 2538)

ไม่ว่าสาเหตุที่พรรคการเมืองเข้ามาแทรกแซงกิจการธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะมาจากเหตุผลในข้อใดก็ตาม แต่จากการศึกษาข้อมูลที่เกิดขึ้นจากข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ และผู้ให้ข้อมูลหลัก จะเห็นว่า ทั้งพรรคการเมืองและหน่วยงานภาครัฐ ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจและกิจการทางการตลาดของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของไทยในรูปแบบผลประโยชน์ต่างตอบแทน กล่าวคือ ภาครัฐในฐานะเจ้าของสัมปทานมีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมและกำกับดูแลเอกชนผู้ได้รับสัมปทาน แต่ในทางปฏิบัติ อำนาจหน้าที่ดังกล่าวถูกจำกัดด้วยเงื่อนไขของสัมปทานหลายประการ และยิ่งถูกจำกัดด้วยผลประโยชน์ที่ภาครัฐมีส่วนได้ส่วนเสียจากผลการดำเนินงานของภาคเอกชนด้วย เช่นเดียวกับพรรคการเมืองอาศัยอำนาจผ่านช่องทางตำแหน่งทางการเมืองในกระทรวงคมนาคม สร้างกระแสกดดันให้กับเอกชนผู้ได้รับสัมปทานเพื่อหวังผลประโยชน์ที่จะได้รับตอบแทนจากทุกฝ่าย ทั้งจากเอกชนที่ได้รับสัมปทานอยู่ในปัจจุบันและเอกชนรายใหม่ที่พยายามจะเข้ามาสู่ธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ฉากสุดท้ายของการเคลื่อนไหวทางการเมือง เพื่อลดค่าเช่าหมายเลขรายเดือน และเปิดสัมปทานรายใหม่ในทุกยุค คือ ความว่างเปล่าที่ค่อยๆ เลือนหายไปกับกระแสลม (ปาก) และรอยรอยการก่อตัวขึ้นเป็นพายุกครั้งใหม่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาล

สรุป

จากที่ได้นำเสนอวิวัฒนาการและรูปแบบโครงสร้างการตลาดของธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงต้น จะเห็นว่า โครงสร้างการตลาดในแต่ละยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ขึ้นอยู่กับสถานการณ์การตลาด แต่องค์ประกอบหลักในโครงสร้างการตลาดที่เป็นแกนหลักไม่เคยเปลี่ยนแปลงไป นั่นคือ ผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตัวแทนจำหน่าย และผู้ใช้บริการ โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่ หน่วยงานภาครัฐและพรรคการเมืองเข้ามามีบทบาทมากขึ้นแตกต่างกันไปตามสถานการณ์

ตัวอย่างใบปลิวและ Fax ที่ใช้ระดมปลุกมือบมือถึงจังหวัดเชียงใหม่

ขอเชิญผู้ที่ซื้อโทรศัพท์ระบบ 900, GSM
 ของบริษัทชินวัตรแล้วมีปัญหาถูกตัดห้ามการโทรเข้า - ออก
 นัดประชุมขอความช่วยเหลือจากท่าน
 สส.ดร.สุรพงษ์ โตจักรวิชัยกุล พรรคประชาธิปัตย์ ณ. บ้านพัก
 ข้างปั้มน้ำมันบางจากช่วงสิงห์
 วันศุกร์ที่ 12 มิถุนายน พ.ศ. 2541
 เวลา 07.30 น. - 8.00 น.

ไปสี่แยกรินคำ	ไปแมริ่ม
สำนักงานตจวจบัญชี	ธนาคารศินนคร
บ้าน ส.ส.ดร.สุรพงษ์	ปั้มน้ำมันบางจาก

ขอเชิญข้างปั้มน้ำมันบางจากสี่แยกช่วงสิงห์
 เพื่อไม่ให้โดนเอาเปรียบขอเชิญ
 ทุกท่านร่วมมือกัน ขอขอบคุณ

ขอความร่วมมือทำป้าย
 เรียกร้องความเป็นธรรมตามที่ท่านอยากเขียน

ด้วยเหตุนี้ โครงสร้างการตลาดของธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ จึงเป็นปัจจัยหลักที่นำไปสู่ การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการตลาด เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของกิจกรรมการตลาดที่ผู้ซื้อ (Customer) ซื้อสินค้าหรือบริการที่ผู้เสนอขาย (Network Operator) นำเสนอ โดยมีตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการดำเนิน กิจกรรมทางการตลาดในบางช่วงเวลา คือ หน่วยงานของรัฐและพรรคการเมือง ทั้งนี้ การศึกษาถึงภาพรวม ของโครงสร้างการตลาด มีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะนำไปสู่การศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการตลาดของ ธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ 900 และดิจิตอล จีเอสเอ็ม ซึ่งจะได้อธิบายโดยละเอียดใน บทต่อไป