

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง "พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน : การวิเคราะห์ เดอะเนชั่นกรุ๊ป" เป็นการคาดการณ์ว่าในสังคมข่าวสาร ซึ่งพร้อมไปด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารนั้นได้กระตุ้นให้อุตสาหกรรมสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยจะต้องปรับเปลี่ยนไปในทิศทางใด เพื่อให้ทันต่อความต้องการของสังคม โดยศึกษาจากกรณีของบริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด (เดอะเนชั่นกรุ๊ป) ซึ่งเป็นบริษัทหนังสือพิมพ์ที่มีชื่อเสียงและมีการขยายตัวอย่างเห็นได้ชัดในช่วงเวลาที่ผ่านมา ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากแหล่งข้อมูลเอกสารและแหล่งข้อมูลบุคคล เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนการพัฒนาของเดอะเนชั่นตั้งแต่ยุคเริ่มต้นจากหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษเพียงฉบับเดียว จนถึงยุคปัจจุบันที่ได้เป็นเจ้าของสื่อต่าง ๆ นอกเหนือไปจากสื่อสิ่งพิมพ์ วิเคราะห์หาปัจจัยที่ผลักดันให้การดำเนินงานของเดอะเนชั่นได้ขยายตัวมาสู่จุดนี้ และเกิดประโยชน์ต่อเดอะเนชั่นอย่างไรบ้าง รวมถึงการจัดรูปองค์กรที่เอื้อต่อการบริหารงานในบริษัทที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วเช่นนี้ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงปรับทิศทางสังคมในด้านต่าง ๆ จะส่งผลให้เดอะเนชั่นจำเป็นต้องวางแผนหรือปรับทิศทางอย่างไร เพื่อเป็นการเตรียมรับมือกับสถานการณ์ในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ขึ้นอยู่กับพื้นฐานของทฤษฎีองค์กรและแนวคิดสังคมข่าวสาร เพราะเดอะเนชั่นกรุ๊ปถือเป็นองค์กรหนึ่งซึ่งดำเนินอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การตอบสนองความเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อแก้ปัญหาการเสื่อมถอยขององค์กร โดยเฉพาะในสังคมข่าวสารที่เทคโนโลยีการสื่อสารได้เพิ่มบทบาทมากขึ้นต่อความต้องการข่าวสารในสังคมทุกระดับ และ ทฤษฎีการ

ผลของการศึกษาเรื่อง "พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน : การวิเคราะห์เดอะเนชั่นกรุป พบว่ามีปัจจัยภายนอกหลายปัจจัยที่ผลักดันให้เดอะเนชั่นเติบโต และขยายขอบข่ายของธุรกิจนอกเหนือไปจากหนังสือพิมพ์ได้ อาทิ ความเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมด้านต่าง ๆ ตามมา อันได้แก่ ประชาชนมีรายได้สูงขึ้น มีอัตราการขยายตัวทางการศึกษาเพิ่มขึ้น ต้องการข่าวสารเพื่อการตัดสินใจมากและรวดเร็วขึ้นรวมถึงเทคโนโลยีการสื่อสารที่ถูกพัฒนาให้เพิ่มขีดความสามารถในการส่งข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ปัจจัยทั้งหมดทำให้เดอะเนชั่นกรุปสามารถกระจายหรือแตกกิ่งก้านสาขาได้อย่างมากมาย จนทุกวันนี้ชื่อ "THE NATION" ที่ถูกเอ่ยถึง จึงไม่ใช่หมายถึงความถึงหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษรายวันฉบับหนึ่งอีกต่อไปแล้ว แต่หมายถึงองค์กรหนึ่งที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับข่าวสารและสื่อมวลชนหลายแขนง ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ หนังสือ วิทยุ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ เป็นต้น

ปัจจัยภายนอกที่เอื้ออำนวยต่อธุรกิจเพียงอย่างเดียวจะไม่เกิดประโยชน์อะไร ถ้าหากว่านโยบายและตัวผู้บริหารของเดอะเนชั่นกรุปไม่ตอบรับกับปัจจัยภายนอกเหล่านี้ การเติบโตของเดอะเนชั่นเริ่มจากหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษฉบับเล็ก ๆ ที่ประสบกับปัญหาต่าง ๆ ทำให้ฐานะของบริษัทขาดความมั่นคง จนกระทั่งถึงจุดหนึ่งที่หนังสือพิมพ์สามารถอยู่ได้ และประสบการณ์ความยากลำบากในอดีตได้สร้างนโยบายให้เดอะเนชั่นเดินหน้าที่จะขยายงานต่อไป เพื่อลดความเสี่ยงไม่ให้บริษัทต้องกลับไปเผชิญกับภาวะการณ์เช่นในอดีตอีก

นอกจากนั้น ผู้บริหารซึ่งมีความเป็นมืออาชีพด้านสื่อมวลชน และสั่งสมประสบการณ์ในด้านข่าวสารมาตลอดทั้งชีวิต เช่น คุณสุทธิชัย หยุ่น บรรณาธิการอำนวยการเครือเนชั่น ผู้มีสายตากว้างไกล และมองเห็นถึงความสำคัญของข่าวสารที่ทวีมากขึ้นทุกวัน รวมถึงการตระหนักในหน้าที่ของสื่อมวลชนที่ดี ทำให้เดอะเนชั่นกรุปเติบโตไปในทิศทางที่เกี่ยวกับข่าวสารและกระจายไปในหลาย ๆ สื่อมากขึ้น การตัดสินใจในการดำเนินงานต่าง ๆ ของเดอะเนชั่นกรุป เป็นไปในลักษณะร่วมกันคิดในหมู่คณะกรรมการบริหาร รวมถึงหัวหน้ากองบรรณาธิการ ผู้ร่วมทำงานกับเดอะเนชั่นมาเป็นเวลานาน ดังนั้น การตัดสินใจจึงไม่ได้กระทำไปโดยตัวผู้บริหารเพียงคนเดียวคนหนึ่งเท่านั้น แต่ได้คำนึงถึงความสอดคล้องกับนโยบายของเดอะเนชั่นด้วย ที่เห็นได้ชัดว่า



การขยายตัวของเดอะเนชั่นกรุปเป็นไปในลักษณะที่ค่อยเป็นค่อยไปและอยู่ภายในกรอบของนโยบายที่ต้องการดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องกับข่าวสาร ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใดก็ตาม

ลักษณะการเติบโตของสื่อในค่ายอื่น ๆ อาจแตกต่างกันไปจากนี้ ตัวอย่างเช่น ในการศึกษาเรื่อง "พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน : บริษัท ผู้จัดการ จำกัด (อัญชิสรา พานิชศิริ , 2538) ผลการวิจัยพบว่า การเติบโตของผู้จัดการที่เป็นไปอย่างรวดเร็วยิ่งกว่าของเดอะเนชั่นนั้นเกิดจากปัจจัยทางด้านผู้นำ คือ คุณสนธิ ลิ้มทองกุล เป็นผู้ผลักดันที่สำคัญ ผู้จัดการมีการกระจายธุรกิจไปในหลายด้านไม่เฉพาะทางด้านสื่อเท่านั้น แต่ได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจอื่น เช่น อสังหาริมทรัพย์ ฯลฯ ธุรกิจของผู้จัดการเป็นไปในลักษณะกระจายกระจาย การเข้าไปถือหุ้นโดยคุณสนธิเองในกิจการต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ โดยไม่ได้ขยายไปในนามของผู้จัดการ ซึ่งในจุดนี้สามารถสะท้อนให้เห็นแนวคิดและเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจสื่อของผู้บริหารที่แตกต่างกัน

การเติบโตไม่ว่าจะเป็นไปในลักษณะใดก็ตาม แต่ทุกธุรกิจย่อมมีเป้าหมายคือสามารถเอาชนะคู่แข่งในตลาดที่มีอยู่มากมายได้ อุตสาหกรรมสื่อมวลชนในยุคปัจจุบันได้เร่งขยายตัวและกระจายตัวทางธุรกิจ มีลักษณะของการกระจุกตัวมากขึ้น เกิดบริษัทใหญ่ ๆ ที่มีสื่ออยู่ในครอบครองหลายประเภทเหมือนกับอุตสาหกรรมสื่อมวลชนในต่างประเทศ เช่น กรณีหนังสือพิมพ์วิญจกรก็ได้เข้าไปร่วมถือหุ้นในบริษัทมีเดียพลัส ซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิตรายการวิทยุทางสถานีต่าง ๆ และเข้าไปร่วมถือหุ้นในบริษัท สยามบรอดแคสต์ติ้ง แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจ เคเบิลทีวี (THAI SKY TV) บริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับเทปเพลงต่าง ๆ ก็ได้ขยายธุรกิจไปในลักษณะครบวงจร โดยเป็นผู้ผลิตเทปเพลงเอง หรือ การจัดรายการวิทยุ การจัดรายการโทรทัศน์ ต่าง ๆ เพื่อสามารถเป็นช่องทางในการโปรโมทผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ นอกจากนี้ อุตสาหกรรมสื่อมวลชนในยุคปัจจุบันมีแนวโน้มของการดำเนินธุรกิจให้ครอบคลุมทุกด้านและใช้รูปแบบของการหาพันธมิตรมากขึ้น เช่น บริษัทสยามทีวี แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น ซึ่งเป็นบริษัทของเครือสหศรีนิมา ได้แตกกิ่งก้านสาขาบริษัทในเครือออกไปเกือบ 40 บริษัท ครอบคลุมด้านคอมมิวนิเคชั่นและมีเดียทั้งหมด แบ่งธุรกิจออกได้ทั้งหมด 8 ด้าน ได้แก่ โทรคมนาคม อินเทอร์เน็ตเทคโนโลยี โทรทัศน์ยูเอชเอฟ วิทยุ สำนักข่าว

หนังสือพิมพ์ โดยความร่วมมือกับหนังสือพิมพ์เสตรทไทม์ของสิงคโปร์ เพื่อออกหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ "BUSINESS DAY" และโปรดักส์ขึ้นเข้าสู่สำหรับผลิตรายการสารคดีจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ

อุตสาหกรรมสื่อมวลชนในปัจจุบัน นับเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้ทุนมากมาสมหาค่าในการดำเนินการ การขยายธุรกิจเป็นสิ่งจำเป็นไม่ว่าจะในรูปแบบใดก็ตาม นอกจากนี้ การรวมกลุ่มพันธมิตรจะเป็นสิ่งที่มีสมกันมากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจใหญ่ขึ้นและมีอำนาจในการแข่งขันมากขึ้นด้วย

ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยศึกษาในเรื่อง "พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน : การวิเคราะห์เดอะเนชั่นกรุป" มีข้อจำกัดในแง่ที่ว่าเดอะเนชั่นกรุปเป็นองค์กรธุรกิจเอกชนที่ต้องแข่งขันกับคู่แข่งอื่น ๆ ในตลาด ซึ่งทำให้ข้อมูลหรือแนวคิดทางธุรกิจบางอย่างไม่อาจเปิดเผยได้ อีกทั้งการดำเนินงานในช่วงก่อนเข้าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยยังไม่มีการจัดเก็บข้อมูล และรวบรวมผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ จึงทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถได้ข้อมูลตัวเลขที่ละเอียดมากพอในส่วนของผลกำไร และรายได้ที่แน่ชัดในช่วงก่อนเข้าตลาดหุ้นได้ นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงของเดอะเนชั่นกรุปเป็นไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นขณะที่ผลงานวิจัยนี้เผยแพร่ออกสู่สายตาผู้อ่าน การดำเนินงานของเดอะเนชั่นกรุปอาจมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมนอกเหนือไปจากสิ่งที่ได้กล่าวถึงไว้ในงานวิจัยเรื่องนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ในการศึกษา "พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน : การวิเคราะห์เดอะเนชั่นกรุป" เป็นการศึกษาข้อมูลเฉพาะองค์กรเดอะเนชั่นองค์กรเดียวเท่านั้น หากต้องการให้ภาพของพัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมด้านนี้ชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่าน่าสนใจที่จะศึกษาองค์กรสื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ ด้วย อาทิ อุตสาหกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบว่าพัฒนาการและแนวโน้มจะเป็นไปในทิศทางที่สนับสนุนข้อวิเคราะห์

เบื้องต้นหรือไม่ นอกจากนั้นควรมีการวิจัยถึงผลกระทบของระบบโทรคมนาคม และเทคโนโลยี
สมัยใหม่ ซึ่งเป็นตัวแปรหลักต้นที่สำคัญต่อระบบสื่อสารมวลชนในยุคโลกาภิวัตน์ รวมไปถึง
อุตสาหกรรมโฆษณาซึ่งเป็นแหล่งรายได้สนับสนุนที่สำคัญ อันคาดว่าจะ เป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น
ในส่วนของการผลิตบุคลากรโศภภาคีรัฐและเอกชน ผู้ประกอบวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน ตลอดจน
ประชาชนโดยทั่วไปที่จำเป็นต้องปรับตัวเองให้ทันต่อการสื่อสารที่พัฒนาเปลี่ยนแปลงอยู่อย่างไม่หยุด
ยั้งดังที่ปรากฏในปัจจุบัน