



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน : การวิเคราะห์ บริษัท ผู้จัดการ จำกัด (มหาชน)" แนวคิดทฤษฎีที่จะนำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ มีดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีข่าวสารและสังคมข่าวสาร (Studies of Information Technology and Information Society)
2. ทฤษฎีองค์กร (Organization Theory)

แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและสังคมสารสนเทศ

(Studies of Information Technology and Information Society)

คำว่า "สารสนเทศ" (Information) มีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า "ข้อมูล" (Data) แม้ว่าโดยข้อเท็จจริงแล้ว 2 คำนี้มีความแตกต่างกัน เพราะ "ข้อมูล" นั้นเป็นข้อเท็จจริง แต่ "สารสนเทศ" เป็นข้อมูลที่ได้นำมาประมวลหรือจัดทำอยู่ในรูปแบบที่มีความหมายต่อผู้รับ เพราะฉะนั้นในขณะที่ "ข้อมูล" เป็นข้อเท็จจริงที่ได้จากแหล่งต่าง ๆ โดยยังไม่ได้ปรับปรุง แต่ "สารสนเทศ" จะต้องผ่านกระบวนการตกแต่งและปรับปรุงเสียก่อนที่จะส่งไปให้ผู้รับ (กาญจนา แก้วเทพ, "ความหมายและนิยามสำคัญของสังคมสารสนเทศตามที่สนธิทอนาคคศาสตร์" เอกสารประกอบโครงการอบรมความคิดเทคโนโลยีสารสนเทศกับสื่อมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 6 กรกฎาคม 2537. (อัคราเนา))

"เทคโนโลยีสารสนเทศ" หมายถึง การรวบรวม เก็บรักษา จัดการ แพร่กระจาย และการใช้สารสนเทศโดยไม่ได้ตีกรอบไว้เพียงแค่เรื่องซอฟต์แวร์ และ ฮาร์ดแวร์เท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงความสำคัญของมนุษยชาติและเป้าหมายที่พวกเขาสร้างขึ้นมาจากที่ได้มีเทคโนโลยีชนิดนี้เกิดขึ้นมาในโลก

ในอดีตที่ผ่านมามนุษย์ได้ปฏิบัติระบบสารสนเทศหลายครั้ง ตั้งแต่ศตวรรษที่ 15 โดย กูเทนเบิร์ก จนถึงยุคโลกที่สามเช่นในปัจจุบัน ที่ "สังคมสารสนเทศ" เป็นสังคมใหม่ที่เกิดขึ้น โดยมีข่าวสารเป็นตัวเล่นบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ก่อให้เกิดผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตามบรรยากาศและความเข้าใจในการทำงานจะพลิกโฉมไปจนแทบจะจดจำไม่ได้ ผู้คนอาจจะไม่ต้องมาทำงานในสำนักงาน เพราะใช้วิธีติดต่อสื่อสารโดยใช้โทรศัพท์ และส่งงานกันโดยใช้โทรสารที่เรียกกันว่า Teleworking หรือ Telecommuters

ลักษณะเด่นอีกประการหนึ่งของสังคมข่าวสารก็คือ ปริมาณและระดับการไหลเวียนของข่าวสารมีสูงมาก กระทั่งเป็นส่วนใหญ่ของสังคม ซึ่งสิ่งนี้สะท้อนให้เห็นความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคมไปพร้อมกัน (อนูช อภาภิรม, 2534)

Alvin Toffler (1981) ผู้แต่งหนังสือเรื่อง The Third Wave ได้กล่าวว่า คลื่นลูกที่หนึ่งคือการปฏิวัติทางเกษตรกรรมได้ยุติลงแล้ว และแม้ดังของคลื่นลูกที่สองคือการปฏิวัติอุตสาหกรรมสำหรับบางประเทศยังคงดำเนินอยู่ ในขณะที่พลังของคลื่นลูกที่สามคือยุคสารสนเทศปรากฏขึ้นครั้งแรกในสหรัฐอเมริกา มีการเริ่มเอาเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ในการปฏิบัติงานอย่างแพร่หลายในประเทศอุตสาหกรรมที่เริ่มตระหนักถึงพลังของการเปลี่ยนแปลงจากยุคสารสนเทศ และพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงสังคมอุตสาหกรรมที่เป็นอยู่ในปัจจุบันมาเป็นสังคมสารสนเทศ พร้อมทั้งระบบอุตสาหกรรมนิคมไม่ใช่เป็นแค่เพียงระบบเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมเท่านั้น

อารยธรรมของคลื่นลูกที่ 3 นี้จะมีวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งที่ใช้ในทุกอุตสาหกรรมและเป็นวัตถุประสงค์ที่ใช้ไม่มีวันหมด นั่นคือ สารสนเทศ และจินตภาพ มันจะช่วยให้เกิดทรัพยากรใหม่ขึ้นมาทดแทนอย่างไม่มีวันจบ

ความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอันเนื่องมาจากการขยายตัวของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม ทำให้เกิดความต้องการข่าวสารอย่างมากมาในทุกวงการ ข่าวสารได้แพร่กระจายไปในทุกระดับ ทุกทิศทางในหลายรูปแบบโดยผ่านสื่อที่ทันสมัยทั้งสื่อทั่วไปและสื่อมวลชน

ความเจริญทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทำให้การสื่อสารพัฒนาไปโดยมีการผลิตและการใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสารที่ทันสมัยด้วยระบบสื่อสารดาวเทียม ระบบแสง ระบบเคเบิลใยแก้ว และระบบคอมพิวเตอร์

ระบบโทรคมนาคมและคอมพิวเตอร์จะเป็นตัวการสำคัญในการผลักดันการเปลี่ยนแปลงในอนาคตเหมือนเช่นที่ "การผลิต" เคยผลักดันระบบอุตสาหกรรมมาแล้ว ในยุคอุตสาหกรรมนั้น การสื่อสารอาจทำหน้าที่เป็นเพียงแค่มือซ้ายเท่านั้น แต่ในสังคมข่าวสารสนเทศ การสื่อสารจะก้าวขึ้นมาเป็นหัวใจของระบบเศรษฐกิจ

ด้วยคุณภาพและความก้าวหน้าอย่างมหาศาลของระบบโทรคมนาคม เช่น เคเบิล-โทรศัพท์แบบไฟเบอร์-ออปติก สามารถให้บริการเรียกทางโทรศัพท์ได้ถึง 40,000 ราย ในเวลาเดียวกัน สักยภาพของเคเบิลที่ทำหน้าที่เป็น "ทางหลวงอิเล็กทรอนิกส์" ทำให้เราสามารถจะติดต่อกับใคร ที่ไหน เมื่อไหร่ ในรูปแบบใดก็ได้

สังคมในยุคข่าวสารทำให้วงการต่าง ๆ เกิดการแข่งขันทั้งทางธุรกิจ การเมือง การศึกษา การจัดระบบของโลก ซึ่งกำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบใหม่ ที่มีลักษณะการรวมตัวเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากขึ้นทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ความต้องการข่าวสาร ในสังคมเกิดขึ้นทุกระดับและทุกวงการ และมีลักษณะคล้ายคลึงกันเกือบทั่วโลก

ในด้านระบบเศรษฐกิจของข่าวสาร ความก้าวหน้าของระบบโทรคมนาคม ทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจโลก พรมแดนของประเทศเป็นสิ่งที่ไร้ความหมาย การบริการด้านการเงินซึ่งเป็นส่วนที่เจริญที่สุดของระบบเศรษฐกิจโลก ได้รับแรงเสริมทางด้านอิเล็กทรอนิกส์อย่างไม่หยุดยั้งในอนาคตเศรษฐกิจข่าวสารข้อมูลจะเป็นภาคที่ผลิตงานจำนวนมากที่ท้าทายและมีรายได้ที่ดียิ่ง

ในแง่สังคม วัฒนธรรมของทุกสังคมจะมีลักษณะที่เป็น "มาตรฐาน" และเป็น "สากล" ทั้งนี้โดยมีสื่อมวลชนเป็นกลไกตัวสำคัญ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือในปี 1994 ประชาชนทั่วทั้งโลกมีจุดรวมความสนใจที่เป็นมาตรฐานแบบเดียวกัน พุดคุยเรื่องเดียวกันใช้เวลาในเรื่องเดียวกัน คือ เรื่องการแข่งขันฟุตบอลโลก เป็นต้น

ในแง่การเมือง ในปัจจุบันเราจะเห็นว่ารัฐสภาไม่สามารถจะตอบสนองความต้องการของคนทุกกลุ่มได้อีกต่อไปแล้ว และเนื่องจากในโลกปัจจุบันนี้เต็มไปด้วยอุปกรณ์สื่อสารนำสมัยมากมาย ข้อจำกัดเก่าๆ เช่น การสื่อสารแบบทางเดียวนั้นถูกขจัดไปหมดแล้ว มีหลายวิธีที่ผู้คนจะแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจได้ด้วยตัวเองอย่างฉับพลันหลังจากที่ได้รับข้อมูลทั้งหมด โดยไม่จำเป็นต้องไปลงคะแนนเสียงที่หน่วยเลือกตั้ง ดังนั้นอาจเป็นไปได้ว่ารูปแบบการเมืองในอนาคตนั้น จะมีการยกเลิกรูปแบบการเลือกตั้งแบบตัวแทนที่กำลังมีอยู่ และเดินหน้าไปสู่รูปแบบของ "ประชาธิปไตยกึ่งทางตรง" โดยประชาชนจะเป็นตัวแทนของตัวเอง การสื่อสารสมัยใหม่จะเปิดหนทางให้ประชาชนมีสิทธิ์ มีส่วนร่วมโดยตรงในการตัดสินใจโดยตรงในการตัดสินใจทางการเมือง

Alvin Toffler (Power Shift, 1988) กล่าวว่าสื่อมวลชนในยุคสังคมข่าวสารเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากทั้งรูปแบบของรายการ ลักษณะการใช้สื่อ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีการจัดระบบการหาแหล่งข่าวในลักษณะของเครือข่าย (Network) ไปทั่วโลกในเวลาเดียวกันเทคโนโลยี ยุคดาวเทียมนำไปสู่การกระจายข่าวสารครอบคลุมพื้นที่ทั่วโลก (Globalization)

การผลิตของสื่อมวลชน พยายามมุ่งเป้าหมายผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (Specialization) มากขึ้นเพื่อทำให้ "ข่าวสาร" ได้รับความสนใจจากกลุ่มคนเฉพาะ เนื่องจากปริมาณของข่าวสารมีมาก จนไม่สามารถรับได้หมด

สื่อมวลชนจะต้องปรับปรุงตนเองเพื่อให้ก้าวทันต่อความเปลี่ยนแปลง และความออกวิสัยทัศน์ของคนในสังคม ธุรกิจในวงการสื่อมวลชนจึงมีทั้งธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ และธุรกิจที่จะต้องล้มสลายไปตามกาลเวลา เพราะมีการแข่งขันสูง

จอห์น ไนซ์บิตต์ และคณะ (เมกาเทรนด์, 1982) กล่าวว่า "เรากำลังจมอยู่ในทะเลแห่งข้อมูลข่าวสาร และหิวโหยต่อความรู้ใหม่ๆ อย่างที่สุด ซึ่งทุกวันนี้ มีสื่อมวลชนที่เสนอข้อมูลข่าวสาร สะท้อนความเปลี่ยนแปลงในทุกด้านให้แก่เราได้ตลอดเวลา ทั้งจากเครือข่ายเคเบิลทีวี จากสถานีแต่ละช่อง จากวิดีโอ และฟิล์ม จากนิตยสาร หนังสือพิมพ์ จำนวนนับไม่ถ้วน"

ในการศึกษาเรื่อง "พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน : การวิเคราะห์บริษัท ผู้จัดการ จำกัด (มหาชน)" ได้นำกรอบความคิดเรื่องเทคโนโลยีข่าวสารและสังคมข่าวสาร มาเพื่อใช้อธิบายการขยายธุรกิจของบริษัท ทั้งในรูปของสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออื่น ๆ สอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคที่เพิ่มปริมาณสูงขึ้น ในยุคของเทคโนโลยีข่าวสารและสังคมข่าวสารนี้

ทฤษฎีองค์กร (Organization Theory)

วอลลิส และบาราน (Wallis and Baran 1990: 216-244) ถือว่าสื่อมวลชน เป็นองค์กรหรือสถาบันอย่างหนึ่ง ซึ่งองค์กรหรือสถาบันบางแห่งตั้งขึ้นเพื่อผลิตสินค้าและแสวงหากำไรให้มากที่สุด (Dean: 1951) แต่องค์กรหรือสถาบันบางแห่งตั้งขึ้นเพื่อผลิตสินค้าและแสวงหากำไร จึงกล่าวได้ว่าทุกองค์กรมีกระบวนการ "การจัดสถาบัน" (Institutionalization) เพื่อให้องค์กรนั้นดำรงอยู่ที่จะทำประโยชน์ให้แก่สังคมโดยรวม (Selznick, 1957) ดังนั้น องค์กรจะอยู่โดดเดี่ยวไม่ได้ จำเป็นต้องผูกพันกับกลุ่มและสภาพแวดล้อมอื่นๆ ด้วย

เลวิตต์ เจ.ฮาโรลด์ และคณะ (Leavitt J. Harold, et al., The Organizational World (New York : Harcourt Brace, 1973), P.4) กล่าวว่า องค์กรต่าง ๆ ประกอบด้วยกิจกรรม 4 ประการ คือ

1. หน้าที่และเป้าหมายขององค์กร ว่าองค์กรมีเป้าหมายอย่างไรและบรรลุเป้าหมายนั้นได้อย่างไร
2. โครงสร้างภายในองค์กรว่าลักษณะภายในองค์กรแบ่งออกเป็นอย่างไร
3. เครื่องมือในการบริหารองค์กรว่าจะมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อควบคุมการปฏิบัติงานขององค์กรให้เกิดความมั่นคงได้อย่างไร
4. บุคลากรในองค์กรจะมีลักษณะแนวความคิดเป็นอย่างไร มีวิถีคิดที่จะสร้างความพร้อมให้เกิดขึ้น

ดังนั้นองค์กรใหญ่ ๆ จึงต้องมีลักษณะสำคัญใน 4 ประการคือ

1. งาน (Tasks) องค์กรจะออกแบบ หรือสร้างสิ่งหนึ่งขึ้นเพื่อบริการ ซึ่งมีเป้าหมายที่แน่นอน

2. โครงสร้าง (Structure) องค์กรจะต้องมีโครงสร้างของการปฏิบัติงานของคนในองค์กรซึ่งมีเป้าหมายที่แน่นอน

3. องค์กรต้องมีเครื่องมือ (Tools) ซึ่งประกอบด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่สามารถเป็นอุปกรณ์ในการปฏิบัติการ และช่วยเหลือการบริหารให้มีประสิทธิภาพ

4. บุคลากรในองค์กร (People) ซึ่งมีลักษณะของพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

การจัดโครงสร้างองค์กร (Organization Structure) เป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรควรจะต้องจัดขึ้นหลังจากการกำหนดวัตถุประสงค์แล้ว หน้าที่ของการจัดองค์กรนั้นเป็นการกำหนดโครงสร้างที่เหมาะสมเพื่อให้กิจกรรมบรรลุเป้าหมาย โดยทั่วไปโครงสร้างขององค์กรจะแสดงออกมาในรูปของแผนภูมิองค์กร หรือปริมิตของภาระงาน และยังแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ด้านอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ระหว่างงานด้านต่าง ๆ ในองค์กร โดยจะชี้ให้เห็นว่าใครจะต้องรายงานให้แก่ใคร หรือใครบังคับบัญชาใครนั่นเอง

การศึกษาองค์กรในลักษณะของระบบ

การศึกษาองค์กรในลักษณะของระบบอาจแยกพิจารณาศึกษาได้เป็น 2 แนวทาง คือ

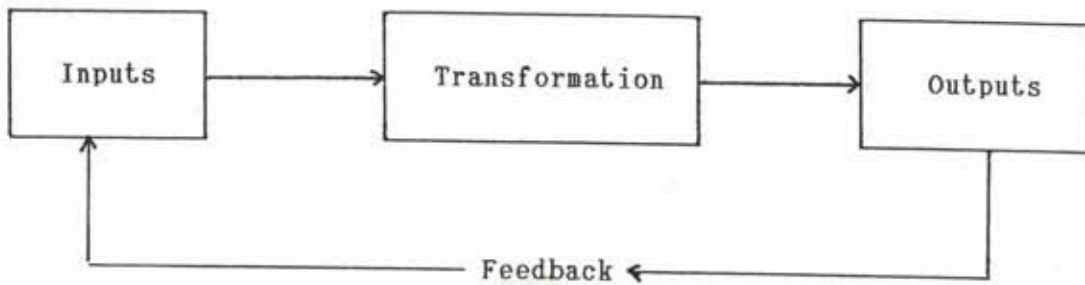
1. การศึกษาองค์กรในลักษณะของระบบเปิด (Open System Strategy)
2. การศึกษาองค์กรในลักษณะของระบบปิด (Closed System Strategy)

พงศ์สิทธิ์ และชลิตา (พงศ์สิทธิ์ ศรีสมทรัพย์ และชลิตา ศรีสมณี, หลักการจัดองค์กรและการจัดการ (กรุงเทพมหานคร : คุณพินอักษรกิจ, 2528) , หน้า 112-114) เสนอว่ามุมมององค์กรในลักษณะของระบบเปิด ทำให้เรามองสังคมเป็นระบบที่เคลื่อนไหวมีความสัมพันธ์กับภาวะแวดล้อม เช่น มีการรับสิ่งต่าง ๆ จากสภาวะแวดล้อมในรูปของวัตถุดิบ พลังงาน ข่าวสาร มีการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ ให้อยู่ในรูปของผลผลิตขององค์กร โดยระบบเปิดมิได้คำนึงแต่ด้านความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม แต่ระบบเปิดยังคำนึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่อยู่ในองค์กรเอง ระบบเปิดปรับตัวเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมตลอดเวลาโดยการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและกระบวนการของปัจจัยต่าง ๆ ภายใน

วัสดุข้อมูลข่าวสาร

กลไกภายในองค์กร

ผลงาน



เมื่อเราพิจารณาองค์กรในลักษณะของระบบเปิด องค์กรจะถือเป็นระบบ ๑ หนึ่ง ซึ่งประกอบไปด้วยระบบย่อยๆ ที่ต่างๆ กัน องค์กรได้รับทรัพยากรในรูปของพลังงานข่าวสารและวัตถุดิบจากสภาพแวดล้อมและมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรดังกล่าวนี้ (Transformation System) เพื่อให้ได้ผลผลิตกลับไปสู่สภาพแวดล้อม ในที่นี้องค์กรมิได้เป็นระบบทางเทคนิคหรือระบบธรรมดาๆ ในสังคม (ทางกายภาพ ทางชีวภาพ) หากแต่ว่าองค์กรเป็นระบบที่มีโครงสร้าง มีการรวบรวมการทำงานของมนุษย์ โดยอาศัยเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน เทคโนโลยีดังกล่าวมีอิทธิพลต่อรูปแบบของการทำงานรวมถึงผลงานของระบบอย่างไรก็ตาม ระบบทางสังคมจะเป็นผู้กำหนดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในอันที่จะใช้เทคโนโลยีนั้นๆ

องค์กรอันประกอบด้วยผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่บริหารปัจจัยในการผลิต ได้มองว่ากระบวนการสื่อสารทุกวันนี้ เป็นกระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรม โดยผลผลิตที่ออกมาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม ซึ่งไม่เหมือนกับบรรดาสินค้าอุปโภคบริโภคที่เป็นปัจจัยใช้ในการดำรงชีวิต แต่ในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม สินค้าทางวัฒนธรรมก็มีส่วนที่คล้ายคลึงกับสินค้าอื่นๆ ตรงที่มีกระบวนการผลิตและการจำหน่ายเพื่อแสวงหากำไร ซึ่งเมื่อไรก็ตามที่การผสมผสานระหว่างการตามใจตลาดและการนำตลาด มีความเหมาะสมจะลงตัว เมื่อนั้นผลกำไรจำนวนมหาศาลก็จะตามมา

ด้วยเหตุที่หน่วยทางธุรกิจที่ทำการผลิตสินค้าวัฒนธรรม คือสื่อมวลชน เราจึงใช้คำว่า อุตสาหกรรมสื่อมวลชน

Anderson and Meyer (1988) ได้นำเสนอทัศนะเกี่ยวกับ "อุตสาหกรรมสื่อ" ไว้ในหนังสือ Meditated Communication : A social action perspective มีสาระสำคัญสรุปได้ว่า สมาชิกของสื่อ ก็คือ องค์กรต่าง ๆ ซึ่งผลิตเนื้อหาที่จะกระจายไปสู่ผู้รับสารในแต่ละสื่อ ก็จะมีประชากรหรือสมาชิกขององค์กรซึ่งหมายรวมถึงตัวสื่อและบริษัทที่ให้การสนับสนุน ตลอดจน บริษัทร่วม บริษัทย่อย ซึ่งมีพันธกิจหน้าที่อยู่กับสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ ก็ต้องพึ่งพาบริษัทซึ่งผลิตกระดาษหนังสือพิมพ์ (Newsprints) ซึ่งประชากรหรือสมาชิกขององค์กรต่างๆ ที่ประสานสัมพันธ์ซึ่งกันและกันนี้ (Interrelated Organization) โดยทั่วไปแล้วถูกเรียกขานกันว่า อุตสาหกรรม (Industry)

อุตสาหกรรมสื่อมวลชน (Media Industry) เป็นคำที่ใช้เรียกธุรกิจสื่อสารมวลชน ซึ่งขยายตัวจากธุรกิจครอบครัวมาเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่ต้องมีการลงทุนหลายสิบล้านบาท มีระบบการบริหารสมัยใหม่ มีระบบการส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่ายอย่างกว้างขวาง

เศรษฐกิจของสังคมไทยกำลังเปลี่ยนไปสู่การพึ่งผลผลิตจากอุตสาหกรรม ความเปลี่ยนแปลงนี้มีแนวโน้มที่เห็นได้ชัดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยที่การเติบโตของภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการขยายตัวรวดเร็วกว่าภาคเกษตรกรรม และรายได้ผลผลิตมีอัตราสูงกว่าภาคอื่นๆ และอุตสาหกรรมสื่อมวลชนก็มีการเติบโตไปพร้อมกับเศรษฐกิจ

ตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองที่มีแนวคิดที่ว่าความรู้ข่าวสารที่ผลิตโดยสื่อมวลชนเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายใต้แรงกดดันของตลาด คีแมนต์-ซีพลาซ และเกิดขึ้นเพราะการแสวงหาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจด้วย นายทุนต้องการกำไรจากการผลิตอื่นเหมือนกับการผลิตสินค้าทั่วไป ดังนั้นกฎเกณฑ์ทุนนิยมจึงใช้ได้เช่นกันในระบบสื่อสารมวลชน ผลที่ตามมาก็คือ

- เนื้อหาข่าวสารจะต้องสอดคล้องกับความใฝ่ฝันของมวลชน
- ธุรกิจสื่อมวลชนมีแนวโน้มใหญ่โตขึ้น มีลักษณะผูกขาดมากขึ้น
- ไม่มีการเสี่ยงภัยกับการลงทุน
- สนองบริการเฉพาะกลุ่มที่สามารถจ่ายได้

ภาพการครอบครองสื่อหลายชนิดโดยเจ้าของคนเดียว เป็นสิ่งที่มองเห็นได้ชัดเจนใน
 ภาวะปัจจุบัน เนื่องจากการประหยัคทรัพยากร และต้นทุนการผลิตตามทฤษฎีการผลิต ซึ่งเป็น
 เรื่องเกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่มีอยู่ต่อกันระหว่างปัจจัยการผลิตที่ใช้ไปในกระบวนการผลิต (Factor
 Inputs) กับจำนวนผลผลิต (Outputs) ที่ได้รับหรือจำนวนสินค้าที่ผลิตได้ซึ่งเรียกว่า "The
 Production Function" ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตที่ใช้และผลผลิตที่ได้รับสำหรับ
 การผลิตสินค้าแต่ละชนิดอาจแบ่งได้เป็นสองพวก คือพวกหนึ่งเป็นพวกอัตราการรวม หรืออัตราที่
 จำเป็นในการผสมปัจจัยการผลิตเป็นอัตราที่คงที่สำหรับการผลิตสินค้าชนิดนั้น ซึ่งหมายความว่า
 ปัจจัยการผลิตที่ใช้ นั้น จะต้องเป็นอัตราส่วนที่แน่นอน แต่ในกรณีทั่วไปอัตราการรวมปัจจัยการผลิต
 มักเป็นอัตราส่วนที่เปลี่ยนแปลงได้ (Variable) ซึ่งเป็นพวกที่สองของความสัมพันธ์ที่กล่าวข้างต้น
 การรวบรวมปัจจัยการผลิตเข้าด้วยกันสามารถจะเปลี่ยนแปลงใช้ปัจจัยการผลิตหนึ่งแทนปัจจัยการ
 ผลิตอีกอย่างหนึ่งได้โดยได้รับผลผลิตที่เหมือนกัน (ปัจจัย บุณนาค, สันติ แก้วสันติ,
จุลเศรษฐศาสตร์ 2535)

การเติบโตของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนในปัจจุบัน สามารถนำมาวิเคราะห์ตามแนว
 รูปแบบต่าง ๆ ได้ดังนี้คือ

1. การผนวกประสานในแนวตั้ง (Vertical Integration) คือการดำเนินธุรกิจ
 ที่กระทำได้โดยการเข้าดำเนินกิจการตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการผลิตสินค้าจนถึงขั้นตอนสุดท้าย รวม
 ถึงการจัดจำหน่ายสินค้านั้นๆ เช่น กิจการหนังสือพิมพ์ที่มีโรงงานกระดาษ มีโรงพิมพ์ และสาย
 ส่งจัดจำหน่ายเป็นของตัวเอง โดยไม่ต้องพึ่งพาธุรกิจของผู้อื่น ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจแบบครบ
 วงจร ทำให้เจ้าของกิจการสามารถควบคุมการผลิตทุกขั้นตอนได้ตามต้องการ

2. การผนวกประสานในแนวนอน (Horizontal Integration) คือการที่
 ธุรกิจสื่อสารมวลชนเข้าไปดำเนินธุรกิจแบบเดียวกันโดยใช้วิธีลงทุนเปิดกิจการใหม่หรือการเข้า
 ไปซื้อกิจการของเจ้าของเดิม (Take Over) เช่น บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่งกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
 มีกิจการในเครือขายเกี่ยวกับการทำข่าวทั้งทางหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ

3. การขยายตัวข้ามธุรกิจ (Diversification) คือรูปแบบการขยายธุรกิจไปยังสิ่งอื่นที่ใกล้เคียงกับธุรกิจเดิม หรืออาจจะขยายเข้าไปในธุรกิจที่แตกต่างกันอย่างมากก็ได้ มีทั้งจากการเป็นเจ้าของสื่อแล้วการกระจายตัวออกไปยังธุรกิจอื่น

4. การกระจายตัวข้ามชาติ (Internationalization) เป็นรูปแบบการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของการลงทุนข้ามชาติ ตัวอย่างเช่น สนิธ ลิ้มทองกุล ประธานกรรมการ บริษัทผู้จัดการ จำกัด (มหาชน) ได้มีการลงทุนในหนังสือพิมพ์ในต่างประเทศหลาย ๆ ฉบับ อาทิ หนังสือพิมพ์เว็คเนามินิวส์ ในเว็คเนาม นิตยสาร "บ๊ชช" ในลอนดอน เจริญ และ "เอเชียอิงค์" นิตยสารธุรกิจภูมิภาคที่ออกในฮ่องกง (ผู้จัดการรายวัน, (29 กันยายน 2536) : 1-2)

การที่ธุรกิจสื่อมวลชนแต่ละประเภทมีขนาดใหญ่เกิดการดำเนินธุรกิจแบบรวมตัวกระจายตัว ซึ่งถ้าประสบความสำเร็จก็จะเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ที่มีกำลังครองสูงและสามารถบีบให้บริษัทเล็ก ๆ เลิกล้มกิจการไป ลักษณะเช่นนี้ นักเศรษฐศาสตร์เรียกว่า การกระจุกตัวของธุรกิจ (Concentration)

กล่าวโดยสรุป บริษัทผู้ดำเนินงานผลิตสื่อ ภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม จะเป็นลักษณะของการเป็นองค์กรเปิดที่จะต้องมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงในตัวเอง และจะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมภายนอกอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อรักษาคุณภาพในอันที่จะคงสถานะของตัวองค์กรเอาไว้และเพื่อพัฒนาตัวเองให้สอดคล้องกับบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

ดังนั้นในการศึกษาวิจัยเรื่อง "พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน : การวิเคราะห์ บริษัท ผู้จัดการ จำกัด (มหาชน)" ปัจจัยทางด้านองค์กรเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ต้องนำมาพิจารณาเป็นกรอบในการวิเคราะห์และทำให้ทราบถึงวิถีการดำเนินงานของบริษัทที่ต้องมีการปรับตัวในฐานะผู้ผลิตสื่อที่มุ่งหวังที่จะแสวงหากำไรสูงสุด จึงมีการรวมตัวของธุรกิจสื่อหลาย ๆ ประเภท เพราะจะสามารถใช้ประโยชน์จากปัจจัยการผลิต (Inputs) ขึ้นหนึ่งกระจายออกไปสู่ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ออกมา (Outputs) ได้อย่างหลากหลาย ซึ่งถือเป็นการประหยัดต้นทุน (economics of scale) อันส่งผลให้ต้นทุนการผลิตต่ำลง และมีเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจได้มากขึ้น ซึ่งจะทำได้สามารถพัฒนาองค์กรให้เติบโตได้อย่างรวดเร็ว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. รัชณี วงศ์วรรณ (2534) ศึกษาวิจัยเรื่อง "แนวโน้มนับหนังสือพิมพ์ไทยในทศวรรษหน้า" โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงทิศทาง นโยบาย เนื้อหา สติภาพ เสรีภาพ ความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์ไทย การดำเนินกิจการของหนังสือพิมพ์ไทย ผู้ประกอบวิชาชีพและผู้อ่านหนังสือพิมพ์ไทย ตลอดจนเทคนิคการผลิตและกลุ่มเป้าหมายของหนังสือพิมพ์ไทย

ผลการศึกษาพบว่า

1. แนวโน้มของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทิศทางและนโยบายของหนังสือพิมพ์ไทยมากที่สุดก็คือ ความก้าวหน้าของระบบสื่อสาร
2. แนวโน้มในด้านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ไทยจะมีทั้งประเภทที่เสนอเนื้อหาทุก ๆ ด้าน ดังเช่นปัจจุบัน และมีแนวโน้มที่จะเสนอเนื้อหาเฉพาะด้านมากขึ้น
3. แนวโน้มในด้านสติภาพและเสรีภาพของหนังสือพิมพ์ไทย จะมีสติภาพเสรีภาพมากขึ้น ด้วยเหตุผลว่าระบบการสื่อสารที่ทันสมัย ทำให้เกิดกระแสความตื่นตัวในเรื่องการรับรู้ข่าวสาร
4. แนวโน้มในด้านการดำเนินกิจการของหนังสือพิมพ์ไทย จะมีลักษณะการดำเนินกิจการเป็นบริษัทมหาชน เป็นรูปแบบธุรกิจสากล
5. แนวโน้มด้านเทคนิคการผลิตหนังสือพิมพ์ จะมีการพิมพ์ออกมา 4 สี แทนพิมพ์จะสามารถพิมพ์ได้มากกว่า 4 หน้า พร้อม ๆ กัน และอาจจะใช้คอมพิวเตอร์ เป็นเครื่องมือในการควบคุมการผลิต
6. แนวโน้มในด้านจำนวนการผลิต และจำหน่ายหนังสือพิมพ์มีมากขึ้น
7. แนวโน้มในด้านลักษณะของกลุ่มผู้อ่านจะเป็นผู้ประกอบอาชีพทุก ๆ ด้านเป็นผู้มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป

2. สุชาดา เพชรแก้ว (2536) ศึกษาวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์ลักษณะอุตสาหกรรมข่าวในประเทศไทย" มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาถึงกระบวนการผลิต กระจายข่าว และลักษณะของอุตสาหกรรมข่าว ทั้งในภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน โดยพิจารณาในเชิงโครงสร้าง พฤติกรรม การดำเนินบทบาทและเนื้อหา

จากการศึกษาพบว่า

อุตสาหกรรมข้าวในประเทศไทย สามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. อุตสาหกรรมข้าวที่ผลิตและให้บริการข้าวผ่านสื่อมวลชน ซึ่งมีเพียงสำนักข่าวไทยเพียงแห่งเดียวเท่านั้นที่ทำหน้าที่นี้
2. อุตสาหกรรมข้าวที่ผลิตและกระจายข้าวให้แก่ผู้รับสาร ซึ่งหมายถึงกลุ่มสถาบันสื่อมวลชน ซึ่งถูกจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการผลิตและขายข้าวให้แก่ผู้รับสารโดยตรง

ลักษณะของอุตสาหกรรมข้าวในประเทศไทย

1. คุณลักษณะในเชิงโครงสร้างและเนื้อหาของอุตสาหกรรมข้าว ได้รับผลกระทบมาจากหน้าที่สมาชิกของอุตสาหกรรมมีสถานภาพเป็นสถาบันสื่อ ทำให้โครงสร้างของอุตสาหกรรมข้าวทั้งระบบต้องตอบสนองต่อโครงสร้างภายนอกที่ใหญ่กว่า อันได้แก่ บริบทในด้านกฎหมาย การเมือง เศรษฐกิจ เป็นสำคัญ

2. คุณลักษณะทางพฤติกรรมและเนื้อหาของอุตสาหกรรม เป็นผลลัพธ์ที่ได้จากการมีโครงสร้างในลักษณะดังกล่าว ปรากฏให้เห็น 3 ลักษณะ คือ

2.1 พฤติกรรมการตัดสินใจของสมาชิกของอุตสาหกรรมข้าวมีขาดหลักเหตุผลที่แน่ชัด ทั้งนี้เพราะตลาดของสื่อมีความผันผวนได้ง่าย ผนวกกับมีความกดดันจากการแข่งขันที่สูงขึ้นทุกขณะ

2.2 พฤติกรรมทางเทคโนโลยี แสดงให้เห็นถึงอย่างมากในการควบคุมทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงาน

2.3 พฤติกรรมการค้าระหว่างสมาชิกของอุตสาหกรรมข้าว ซึ่งดำเนินการในเชิงพาณิชย์ และผู้ซื้อคือกลุ่มโฆษณา ไม่ได้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาและคุณค่าของเนื้อหาอย่างแท้จริง

3. การดำเนินบทบาทของอุตสาหกรรมข้าว เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่สำคัญ 4 ประการ
ดังนี้คือ

- 3.1 รายได้และผู้รับสาร
 - 3.2 ระเบียบข้อบังคับและหลักกฎหมาย
 - 3.3 หลักเกณฑ์ทางด้านผู้บริโภค อันได้แก่ การโฆษณา มีอิทธิพลในการสร้าง
เงื่อนไขในการดำเนินบทบาทให้กับสมาชิกของอุตสาหกรรมข้าวที่ดำเนินการในเชิงพาณิชย์
 - 3.4 วัตถุประสงค์ของอุตสาหกรรม อันหมายถึง เจ้าของ ผู้ถือหุ้น หรือผู้ให้เครดิต
สามารถสร้างเงื่อนไขในการดำเนินบทบาททางการผลิตเนื้อหาให้แก่สมาชิกของอุตสาหกรรมข้าว
ทั้งระบบ
 - 3.5 กลุ่มผลประโยชน์ในสังคม ซึ่งพบว่า กลุ่มอำนาจทางการเมืองและกลุ่ม
ผู้รับสาร เป็นกลุ่มสำคัญในการเปลี่ยนแปลงการดำเนินบทบาทของอุตสาหกรรมข้าวได้อย่างชัดเจน
4. เนื้อหาของอุตสาหกรรมข้าว ที่มีคุณลักษณะพื้นฐานที่สำคัญ 2 ประการ คือ
- 4.1 เนื้อหาที่สามารถใช้ประโยชน์และขายได้เสมอ (Disposibility) ซึ่งมี
ลักษณะสำคัญคือ การผลิตซ้ำภายในวันเดียวกัน และการผลิตซ้ำข้ามวันหรือตามข้าว
 - 4.2 เนื้อหาที่มีความเหมาะสมในการนำเสนอ (Access) ด้วยกลวิธีต่าง ๆ
ซึ่งจะแตกต่างกันตามประเภทสื่อ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย