

การเป็นเจ้าของข้ามสื่อและผลกระทบ : วิเคราะห์จากกลุ่มเดอะเนชั่น

นายจักร์กฤษ เพิ่มพูล



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2540

ISBN 974 - 637 - 970 - 4

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CROSS - MEDIA OWNERSHIP AND ITS IMPACT : THE NATION GROUP CASE STUDY

MR.Chakkris Permpool

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts in Journalism

Department of Journalism

Graduate School

Chulalongkorn University

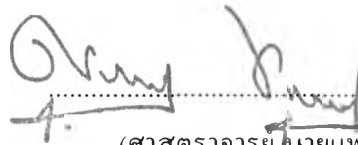
Academic Year 1997

ISBN 974 - 637 - 970 - 4


หัวข้อวิทยานิพนธ์      การเป็นเจ้าของข้ามสื่อและผลกระทบ : วิเคราะห์จากกลุ่มเดอะเนชั่น  
โดย                              นายจักร์กฤษ เพิ่มพูล  
ภาควิชา                              วารสารสนเทศ  
อาจารย์ที่ปรึกษา              รองศาสตราจารย์ ดร.ดรุณี หิรัญรักษ์

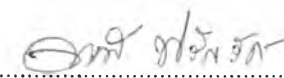
---

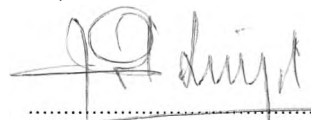
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วน  
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

  
.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ สุภวัฒน์ ชุตินวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสภณ)

  
.....อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ดรุณี หิรัญรักษ์)

  
.....กรรมการ  
(อาจารย์สุธีร์ รัตนนาคินทร์)

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

จักร์กฤษ เพิ่มพูล : การเป็นเจ้าของข้ามสื่อและผลกระทบ : วิเคราะห์จากกลุ่ม  
เดอะเนชั่น (CROSS MEDIA OWNERSHIP AND ITS IMPACT : THE NATION  
GROUP CASE STUDY) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ฉวี หิรัญรักษ์ 109 หน้า . ISBN 974 - 637 -  
970 - 4

งานวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบในการเป็นเจ้าของข้ามสื่อของ  
กลุ่มเดอะเนชั่น ปัจจัยที่ผลักดันให้กลุ่มเนชั่นขยายตัวข้ามสื่อ รวมทั้งศึกษาพัฒนาการและการขยายธุรกิจ  
ของกลุ่มเดอะเนชั่น โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก สัมภาษณ์กลุ่ม และจาก  
เอกสารต่าง ๆ

ผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบจากการข้ามสื่อในแง่ขององค์กร เป็นผลกระทบในเชิงบริหารที่ทำให้  
ให้เกิดการโยกย้ายบุคลากรข้ามสื่อ ซึ่งทำให้กลุ่มเดอะเนชั่นต้องแก้ปัญหาแบบไม่รู้จบอยู่ตลอดเวลา ใน  
ขณะที่ผลกระทบต่อผู้รับสาร ผู้รับสารในกลุ่มวิทยุและโทรทัศน์เชื่อว่า การเสนอข่าวผ่านสื่อต่างๆจากฐาน  
ข่าวเดียวกัน มีความเป็นไปได้ที่จะครอบงำความคิดของผู้รับสาร ซึ่งแตกต่างจากผู้รับสารในกลุ่ม  
หนังสือพิมพ์ที่เชื่อว่าการข้ามสื่อไม่มีผลในการครอบงำความคิดของผู้รับสาร

สำหรับปัจจัยที่ผลักดันให้กลุ่มเดอะเนชั่นขยายตัวข้ามสื่อ นั้น ในส่วนของปัจจัยภายนอก ได้แก่  
ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและการศึกษา การเมือง คู่แข่ง ส่วนปัจจัยภายใน ได้แก่  
บุคลากร เครื่องมือ เครื่องจักร เงินทุน และฐานข่าว ซึ่งปัจจัยในส่วนบุคลากรนับเป็นปัจจัยสำคัญ โดย  
เฉพาะผู้บริหารระดับสูงของกลุ่มเดอะเนชั่น คือ สุทธิชัย หยุ่น ที่มีภาพลักษณ์ของนักสื่อสารมวลชนในเชิง  
อุดมคติ อันเป็นแบบฉบับกลุ่มผู้นำรุ่นใหม่ของกลุ่มเดอะเนชั่น ที่ก้าวไปสู่สื่อวิทยุ และโทรทัศน์ ซึ่งทำให้  
การข้ามสื่อของกลุ่มเดอะเนชั่นได้รับการยอมรับ

ภาควิชา .....วารสารสนเทศ  
สาขาวิชา .....การหนังสือพิมพ์  
ปีการศึกษา ..... 2540

ลายมือชื่อนิสิต .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

## : MAJOR JOURNALISM  
KEY WORD: CROSS MEDIA OWNERSHIP / THE NATION GROUP

CHAKKRIS PERMPOOL : CROSS MEDIA OWNERSHIP AND ITS IMPACT :  
THE NATIONGROUP CASE STUDY . THESIS ADVISOR : ASSO . PROF .  
DARUNEE HIRANRAK.109 pp . ISBN 974 - 637 - 970 - 4

The first objectives of this qualitative study is to study the impact of The Nation Group to expand across media and to study its development and its growth . The methodology used in this study included depth interview , group interview and documentary research .

Result of the study shows that the impact of cross - media in terms of organization is managerial impact which led to relocate staffs across the broad that forced the media group to dissolve the problems continuously . For the customer side , radio and TV audiences beleive that news from the same base in any form of media probably influence the audiences' thinkings .

There are internal and external factors which drive the Nation Group expanding across media . The external factors are social , educational , political , economic , technology and competitors . Internal factors are staffs , equipment , machineries , capital and sources . Human resources is important , especially Mr. Suthichai Yoon editor in chief of the Nation Group . He is the symbol of mass media man and prototype of young leaders in the Nation Group . As a result, the Nation Group's cross - media is accepted in general .

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ  
สาขาวิชา.....การหนังสือพิมพ์  
ปีการศึกษา.....2540

ลายมือชื่อนิติ.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของรองศาสตราจารย์ ดร.ครุณี หิรัญรักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งให้คำชี้แนะทั้งในด้านความคิดและการปฏิบัติมาโดยตลอด รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิโรโสภณ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์สุธีร์ รัตนาคินทร์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่สละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำต่างๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นงานวิจัยที่สมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอขอบพระคุณทุกท่านในที่นี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ คุณสุทธิชัย หยุ่น ที่ทำให้ได้มีโอกาสศึกษาวิจัย และได้รับการสนับสนุนที่ดี

ขอขอบคุณ คุณรัตนภรณ์ ศรีอำพันธ์ และ คุณรัตนาวดี เรืองปราชญ์ กัลยาณมิตรผู้ให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

จักร์กฤษ เพิ่มพูล

8 มีนาคม 2541

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญแผนภาพ .....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาคำวิจัย.....	5
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	6
ขอบเขตการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดในการเป็นเจ้าของข้ามสื่อในต่างประเทศ.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและสังคมสารสนเทศ.....	19
แนวคิดด้านการตลาด.....	20
ทฤษฎีความพึงพอใจ.....	22
ทฤษฎีองค์การ.....	26
ผู้รับสารกับกระบวนการสื่อสาร.....	27
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	32
แหล่งข้อมูลในการวิจัย.....	32
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	34
ระยะเวลาในการวิจัย.....	35

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล.....	35
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
การนำเสนอข้อมูล.....	36
บทที่ 4 พัฒนาการของกลุ่มเดอะเนชั่น.....	38
การก้าวสู่ธุรกิจข้ามสื่อ.....	39
ปัจจัยผลักดันการขยายตัวข้ามสื่อ.....	52
ปัจจัยภายนอก.....	53
ปัจจัยภายใน.....	64
บทที่ 5 ผลกระทบจากการข้ามสื่อ.....	69
ผลกระทบต่อองค์กร.....	71
ผลกระทบต่อผู้รับสาร.....	74
ผลกระทบต่อเนื้อหา.....	85
บทที่ 6 บทสรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	87
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	91
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	92
รายการอ้างอิง.....	94
ภาคผนวก	
ก. บทสัมภาษณ์ สุทธิชัย หยุ่น.....	97
ข. บทสัมภาษณ์ ธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์.....	106
ประวัติผู้เขียน.....	109



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 : งบประมาณโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เดือนมกราคม - มีนาคม (ไตรมาสแรก) 1996 ('000).....	54
ตารางที่ 2 : งบประมาณโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เดือนมกราคม - มีนาคม (ไตรมาสแรก) 1997 ('000).....	55
ตารางที่ 3 : เปรียบเทียบอัตราการเติบโตของการใช้สื่อ ตั้งแต่ มกราคม - เมษายน 1997 ('000).....	55

## สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1 องค์กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะแวดล้อมทางสังคม.....	12
แผนภาพที่ 2 แบบจำลองความคาดหวังการใช้สื่อกับความพึงพอใจ.....	23
แผนภาพที่ 3 แบบจำลององค์ประกอบของการใช้ประโยชน์ของการได้รับความ พึงพอใจ.....	25
แผนภาพที่ 4 การแบ่งกลุ่มสายงานธุรกิจ กระจายอำนาจบริหารเนชั่นมัลติมีเดีย เป็นสามกลุ่ม.....	45
แผนภาพที่ 5 การเคลื่อนไหวของราคากระดาษหนังสือพิมพ์ในช่วงปี 2536 - 2538....	56
แผนภาพที่ 6 การแก้ปัญหาบุคลากร ด้วยวิธีการไม่รู้จบ.....	73