



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“จากประวัติศาสตร์ของการหนังสือพิมพ์ แสดงให้เห็นว่า หนังสือ และสื่อในสมัยใหม่นั้น มีแนวโน้มที่จะทำงานเพื่อตอบสนองผู้ที่เป็นผู้สนับสนุนทางการเงิน ด้วยเหตุเพราะเป็นองค์กรที่แสวงหาผลกำไร ขณะที่บริบททางสังคมนั้น สื่อมวลชนมีหน้าที่นำข่าวสารสู่ประชาชน หากจะคาดหวังให้พวกเขาหันกลับมาสนใจประโยชน์ของมวลชนทดแทนผลประโยชน์ของผู้สนับสนุนทางการเงิน คงเป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้”

นี่เป็นข้อสรุปของ J.Herbert Altschull (อ้างใน Servin, Werner J. and Tankard, James W Jr. 1992) ที่แสดงให้เห็นว่าสถาบันสื่อมวลชนนั้นมีความซับซ้อนในบริบทของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง ในขณะที่เดียวกันสื่อมวลชนก็ต้องปรับตัวให้สามารถอยู่รอดได้ในวิกฤตการณ์เศรษฐกิจ

Altschull ย้ำว่า สื่อมวลชนอิสระแท้จริงนั้นไม่มี และไม่สามารถอยู่ได้ สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวแทนของคนหรือกลุ่มคนที่มีอำนาจทางการเมืองและเศรษฐกิจ การนำเสนอเนื้อหาของสื่อมวลชน มักจะสะท้อนผลประโยชน์ของผู้สนับสนุนทางการเงินเสมอ

ข้อสังเกตนี้ คือจุดที่ชี้ให้เห็นความสำคัญและความจำเป็นของการศึกษาวิจัย เกี่ยวกับเจ้าของและองค์กรสื่อมวลชน ทั้งนี้เพื่อความเข้าใจที่สมบูรณ์ถึงอิทธิพลของสื่อมวลชน โดยเฉพาะสถานการณ์ของสื่อมวลชนในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ และเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบวิกฤตการณ์เศรษฐกิจต่อธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ : กลุ่มแมนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป

ในระหว่างปี พ.ศ. 2533-2537 เศรษฐกิจของประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียมีการเติบโตในอัตราที่สูงต่อเนื่องมาโดยตลอด ส่งผลให้ธุรกิจส่วนใหญ่มีแนวโน้มขยายตัวไปพร้อมๆ กับการแข่งขันที่รุนแรงยิ่งขึ้น การแข่งขันดังกล่าวทำให้เกิดความต้องการรับรู้ข่าวสาร ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการรับรู้ข่าวสารที่เชื่อมโยงและประสานกันทั่วทุกมุมโลก โดยมีเทคโนโลยีเป็นตัวรองรับ ได้ส่งผลให้สื่อชนิดต่างๆ เติบโตอย่างรวดเร็ว

ในช่วงเวลานี้มีหนังสือพิมพ์ และนิตยสารเกิดใหม่รวมมากกว่า 30 ฉบับ มีการลงทุนในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อมากมาย แม้จะไม่มีภาระตัวเลขที่แน่ชัด แต่ก็มีประมาณการไว้ว่า ทั้งอุตสาหกรรมสื่อมวลชนและที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อมีการจ้างงานเกิดขึ้นไม่ต่ำกว่า 10,000 คน

นอกจากนั้นธุรกิจสื่อมวลชนมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว จนเกิดปรากฏการณ์การระดมทุนครั้งใหญ่ โดยการนำธุรกิจสื่อมวลชนและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์กันขนานใหญ่ ปัจจุบันสื่อขนาดใหญ่ในประเทศไทยจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ทั้งสิ้น 9 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. กลุ่มบางกอกโพสต์ จดทะเบียนในปี พ.ศ. 2527
2. กลุ่มเนชั่น จดทะเบียนในปี พ.ศ. 2531
3. กลุ่มมติชน จดทะเบียนในปี พ.ศ. 2532
4. กลุ่มผู้จัดการ จดทะเบียนในปี พ.ศ. 2533
5. กลุ่มตงฮั่ว จดทะเบียนในปี พ.ศ. 2534
6. กลุ่มวิญจักร จดทะเบียนในปี พ.ศ. 2534
7. กลุ่มอัมรินทร์ พรินติง จดทะเบียนในปี พ.ศ. 2535
8. กลุ่มซี เอ็ด จดทะเบียนในปี พ.ศ. 2535
9. กลุ่ม TBSP จดทะเบียนในปี พ.ศ. 2536

ด้วยช่องทางการระดมทุนที่เปิดกว้าง ทำให้กลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ด้วยเงินทุนประกอบการจำนวนมหาศาล ที่ได้มาจากการขายหุ้นสามัญ และการกู้ยืมจากต่างประเทศ เงินทุนเหล่านี้ถูกใช้ไปเพื่อการขยายตัวของสื่อสิ่งพิมพ์ในหลายรูปแบบ อาทิ

การขยายตัวของกลุ่มเนชั่น มัลติมีเดีย จากผลการศึกษาเรื่อง “การเป็นเจ้าของข้ามสื่อและผลกระทบต่อวิเคราะห์จากกลุ่มเดอะเนชั่น” โดย จักรกฤษ เพิ่มพูน พบว่า กลุ่มเนชั่น มีการขยายตัวอย่างสูง โดยมุ่งขยายข้ามสื่อจากสื่อสิ่งพิมพ์มุ่งไปสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดยจัดบริษัทย่อยหลายบริษัทขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัว เช่นในปี 2535 ตั้งบริษัท เนชั่นเรดิโอ เน็ทเวอร์ค เพื่อดำเนินการสื่อวิทยุ และก่อตั้งบริษัทเนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่นในปี 2536 เพื่อดำเนินการธุรกิจสื่อโทรทัศน์ และได้ปรับโครงสร้างองค์กรใหม่เพื่อรองรับธุรกิจข้ามสื่อ เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2539 โดยแบ่งสายงานออกเป็น สายธุรกิจสิ่งพิมพ์ สายกระจายเสียง และสายธุรกิจอื่น ๆ

การก้าวสู่ธุรกิจเต็มรูปแบบเปิดโอกาสให้บริษัทสามารถขยายแฟ้มเคาะโฆษณาสื่อหลายสื่อในขณะเดียวกันได้ บริษัทจึงตัดสินใจเปลี่ยนชื่อจาก “เนชั่นพลับลิชชิงกรุ๊ป” มาเป็น “เนชั่นมัลติมีเดีย” ในเดือนสิงหาคม 2539 เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจสื่อสารที่ครอบคลุมทั้งสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต

ปัจจุบัน กลุ่มเนชั่นเป็นกลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์เพียงกลุ่มเดียวที่ยังคงดำเนินธุรกิจข้ามสื่อ โดยมีธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ประกอบด้วย หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น ธุรกิจสื่อกระจายเสียงและภาพ ซึ่งเป็นการผลิตข่าวและวิเคราะห์ข่าวให้กับสถานีวิทยุรวม 154 สถานี รวมทั้งเป็นผู้ผลิตรายการข่าว วิเคราะห์ข่าวให้กับสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. และสถานีโทรทัศน์เสรีหรือไอทีวี ซึ่งกลุ่มเนชั่นถือหุ้น และร่วมบริหารด้วย

อีกกลุ่มหนึ่งคือกลุ่ม มติชน เป็นกลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่จำกัดการขยายตัวอยู่ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งพิมพ์ โดยสิ่งพิมพ์ในกลุ่มประกอบด้วย

1. หนังสือพิมพ์รายวันคือ มติชนรายวัน และข่าวสด
2. หนังสือพิมพ์ราย 3 วัน คือ ประชาชาติธุรกิจ
3. หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ คือ งานดี

นอกจากนี้ยังมีนิตยสารประกอบด้วย

1. นิตยสารรายสัปดาห์ คือ มติชนสุดสัปดาห์
2. นิตยสารรายปักษ์ คือ เทคโนโลยีชาวบ้าน กรุงเทพทันโลก
3. นิตยสารรายเดือน คือ เส้นทางเศรษฐกิจ ศิลปวัฒนธรรม มติชนวิทยาศาสตร์

การขยายตัวของกลุ่มมติชนเป็นไปอย่างอนุรักษ์นิยม คือ จำกัดอยู่ที่ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ แต่กระนั้นบริษัทก็จำเป็นที่จะต้องมีการจัดโครงสร้างการบริหารที่เหมาะสม โดยมีการลงทุนใน 2 บริษัทย่อย 2 บริษัท คือ

1. บริษัท ข่าวสด จำกัด โดยเข้าถือหุ้น 99.99% ซึ่งบริษัทนี้ประกอบกิจการออกหนังสือพิมพ์รายวัน "ข่าวสด" และออกหนังสือเฉพาะกิจ
2. บริษัท งานดี จำกัด เข้าถือหุ้น 99.5% ประกอบกิจการจัดจำหน่ายหนังสือในเครือของบริษัท และของสำนักพิมพ์อื่น ๆ โดยปัจจุบัน บริษัท มติชน (มหาชน) จำกัด รับจ้างพิมพ์หนังสือพิมพ์ข่าวสดให้แก่บริษัท ข่าวสด จำกัด สำหรับบริษัท งานดี จำกัด นั้น เป็นผู้จัดจำหน่ายหนังสือทุกฉบับในเครือของมติชน

ในปี พ.ศ. 2538 ท่ามกลางการขยายตัวที่ไร้ขีดจำกัด และหลากหลายรูปแบบ ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยก็เริ่มประสบปัญหา เริ่มต้นจากราคากระดาษที่เพิ่มสูงขึ้นเกือบ 100% จากราคา 400 ดอลลาร์ต่อตัน ขึ้นมาเป็น 700-800 ดอลลาร์ต่อตัน เป็นผลให้ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย ต้องพากันลดต้นทุนโดยการลดจำนวนหน้าของการตีพิมพ์ และลดค่าใช้จ่ายการดำเนินงานลง ในขณะนี้เองนิตยสารขนาดเล็กหลายแห่งพากันปิดตัว หนังสือพิมพ์รายวันขึ้นราคาขายจากฉบับละ 5 บาท เป็น 7-10 บาท ทำให้สามารถประคับประคองตัวไปได้ระยะหนึ่ง

ตารางที่ 1 แสดงราคากระดาษ News Print ในตลาดโลก 2535-2541

ปี	ราคา(ดอลลาร์ต่อตัน)
2535	370
2536	460
2537	470
2538	700
2539	650
2540	550
2541	650

ที่มา : บริษัทหลักทรัพย์ เมอร์ริล ลินช์

บริษัทหลักทรัพย์ เมอร์ริล ลินช์ (2540) ระบุว่า ประมาณ 40% ของต้นทุนการผลิตสิ่งพิมพ์ จะเป็นส่วนของต้นทุนวัสดุการพิมพ์ คือกระดาษ เพราะฉะนั้นปัญหาเรื่องต้นทุนราคากระดาษนั้นจะเป็นปัญหาใหญ่ต่อสิ่งพิมพ์ทุกประเทศในเอเชียยกเว้นประเทศจีน เพราะทุกประเทศไม่สามารถผลิตกระดาษได้พอกับความต้องการใช้ในประเทศ ส่วนใหญ่นำเข้าจากจีน ฟินแลนด์ และสหรัฐอเมริกา

สมาน สุดโต นายกสมาคมนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย และนักข่าวอาวุโส สายอุตสาหกรรมและการเงินของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ กล่าวว่ากระดาษที่ผลิตในประเทศราคาประมาณ 24,000 บาทต่อตัน มีกำลังการผลิตเพียง 244,000 ตันต่อปี ในขณะที่ความต้องการใช้กระดาษมีอยู่สูงถึง 353,000 ตันต่อปี ทำให้ประเทศไทยต้องนำเข้ากระดาษในปริมาณสูง ดังนั้น ค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลงทุก 1 บาท จะทำให้ต้นทุนการผลิตหนังสือพิมพ์เพิ่มขึ้น 4.2 ล้านบาทต่อปี ทำให้หนังสือพิมพ์หลายฉบับต้องปิดตัวไป

ต่อมาในปี พ.ศ. 2539-2540 แม้สถานการณ์ราคากระดาษเริ่มคลี่คลายลง ราคากระดาษ News Print ที่ใช้ในการพิมพ์หนังสือพิมพ์ลดลงอย่างรวดเร็ว แต่ธุรกิจสิ่งพิมพ์กลับต้องเผชิญหน้ากับปัญหาใหม่ รายได้จากการขายโฆษณาตกต่ำอย่างรุนแรง จากปัญหาวิกฤตการณ์เศรษฐกิจที่เริ่มก่อตัว

ในรายงานการวิเคราะห์ธุรกิจสิ่งพิมพ์ในเอเชีย 2540 ของบริษัทหลักทรัพย์ เมอร์ริล ลินช์ ระบุว่า โดยเฉลี่ยแล้วธุรกิจสิ่งพิมพ์นั้น 50-75% ของรายได้ทั้งหมดมาจากการขายพื้นที่โฆษณา

ประพันธ์ บุญเกียรติ อติตรงประธานกรรมการบริษัท วัฏจักร (สมาคมนักข่าว, 2540) กล่าวว่า รายได้จากค่าโฆษณาเมื่อมองทั้งอุตสาหกรรมจะลดลงอย่างรุนแรง

ประพันธ์ กล่าวว่า ธุรกิจสิ่งพิมพ์ เป็นกลุ่มธุรกิจหลักที่ซื้อพื้นที่โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุด คิดเป็น 13% ของค่าใช้จ่ายเพื่อการโฆษณาทั้งระบบ เมื่อธุรกิจนี้ประสบปัญหาจากภาวะเศรษฐกิจ จึงทำให้ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบตามไปด้วย โดยในปี 2539 ยอดการโฆษณาจากกลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์หายไปถึง 1,000 ล้านบาท เหตุการณ์เลวร้ายลงอีกเมื่อบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ คือ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ ประกาศตัดค่าใช้จ่ายด้านโฆษณาถึง 25% ในปี 2540 ถึง 2541

นอกจากนี้การพัฒนากำหนดราคาเสนอข่าวของสื่ออื่น ทั้งสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ การบูมของข่าวโทรทัศน์ ปรากฏการณ์นำเสนองานของสถานีโทรทัศน์ช่องใหม่ “ไอทีวี” ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างมากต่อยอดการขายพื้นที่โฆษณาของสื่อสิ่งพิมพ์

เดวิด โจนส์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ The New York Times (World Press Association, 2540) กล่าวว่า ไม่มีทางที่หนังสือพิมพ์จะสามารถเพิ่มยอดจำหน่ายได้ หากสามารถให้ข้อมูลแก่ผู้อ่านได้เท่า ๆ กับที่ได้จากโทรทัศน์ และไม่มีทางที่หนังสือพิมพ์จะอยู่ได้ หากหนังสือพิมพ์ให้ข้อมูลที่ต่ำกว่าความคาดหวังของผู้อ่าน

ขณะเดียวกัน สุทธิชัย หยุ่น ก็มีความเห็นที่สอดคล้องกัน โดยระบุว่า ในที่สุดโทรทัศน์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จะเข้ามามีบทบาทสำคัญทดแทนสื่อสิ่งพิมพ์ (งานเสวนา “หนังสือพิมพ์ยุค 2000 จัดโดย มติชน วันที่ 10 มกราคม 2540)

สุทธิชัย บอกว่า ในปี ค.ศ. 2000 อินเทอร์เน็ตจะเข้ามามีส่วนในชีวิตคนมากขึ้น โดยเฉพาะอิทธิพลในการบริโภคข่าวสาร การที่หนังสือพิมพ์จะน่าสนใจก็ต่อเมื่อมีแนวทางของตนเองที่ชัดเจน จะเป็นหนังสือพิมพ์อย่างทั่วไปอย่างแต่ก่อนไม่ได้แล้ว

อีก 4-5 ปีหนังสือพิมพ์จะลดลง ในอนาคตหนังสือพิมพ์จะเป็นส่วนเกิน ผู้อ่านจะอ่านก็ต่อเมื่อมีเวลาเหลือจากการทำอย่างอื่น เพราะข้อมูลที่ผู้อ่านต้องการนั้นหาได้หมดแล้วจากคอมพิวเตอร์ วิทยุ และโทรทัศน์ การที่จะอ่านหนังสือพิมพ์ อาจจะเป็นเพราะมีการดู นักเขียนหรือคอลัมน์บางคอลัมน์

ในสหรัฐอเมริกาแนวโน้มการเติบโตของหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับต่ำในอัตรา 2-3 % เนื่องจากมีสื่ออื่นเข้ามาทดแทน

การเข้ามามีอำนาจของสื่อใหม่นั้นส่งผลต่อรายได้จากการขายโฆษณาของสื่อสิ่งพิมพ์อย่างชัดเจน การพัฒนาวิธีการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ และวิทยุ นั้น ทำให้ประชาชนหันมาสนใจสื่อนี้มากขึ้น ทำให้อัตราการขยายตัวของรายได้โฆษณาในสื่อโทรทัศน์ และวิทยุยังคงเพิ่มขึ้น ในขณะที่ยอดการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์นั้นลดลง

ตารางที่ 2 ส่วนแบ่งตลาดโฆษณาแยกตามสื่อ (%) 2536-2540

สื่อ	2536	2537	2538	2539	2540
โทรทัศน์	47.5	46.0	44.2	48.8	52.2
สิ่งพิมพ์	27.4	29.9	27.9	24.3	20.8
วิทยุ	11.3	10.8	11.1	10.8	11.8
นิตยสาร	8.8	8.8	8.4	8.2	7.0
บิลบอร์ด	4.4	4.0	7.8	7.2	8.0
ป้ายติดรถโดยสาร	0.6	0.5	0.6	0.6	0.0
ภาพยนตร์	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลคู่แข่ง

สภาการณดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจโดยรวม แต่ละแห่งต่างดำเนินมาตรการลดค่าใช้จ่ายด้วยวิธีการต่าง ๆ อาทิ การลดจำนวนการตีพิมพ์ ทั้งจำนวนยอดพิมพ์ และจำนวนหน้าตีพิมพ์ รวมทั้งการเริ่มปลดพนักงานออก โดยเริ่มต้นที่กลุ่มแมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป ในเดือนมกราคม 2540 มีการปลดพนักงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกองบรรณาธิการออกจำนวน 200 คน ทั้งนี้เป้าหมายทั้งหมด คือ จะลดจำนวนพนักงานจาก 1,400 คนลงเหลือ 800 คน

สนธิ ลิ้มทองกุล บรรณาธิการใหญ่ เจ้าของกลุ่มแมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป เขียนแถลงการณ์ในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2540 ว่า อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์กำลังเข้าสู่วิกฤตโดยที่คนในธุรกิจสิ่งพิมพ์ไม่รู้ตัว และสิ่งพิมพ์กำลังพ่ายแพ้ในเรื่องความเร็วในสงครามข่าวระหว่างสิ่งพิมพ์กับสื่ออิเล็กทรอนิกส์

อย่างไรก็ตาม ความรุนแรงของปัญหาการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอีก เมื่อเศรษฐกิจไทยอยู่ในภาวะบูม “ภาวะฟองสบู่” ถึงจุดที่ฟองสบู่แตก ประเทศไทยต้องเผชิญหน้ากับความถดถอยทางเศรษฐกิจเฉียบพลัน เนื่องมาจากโครงสร้างพื้นฐานของเศรษฐกิจประเทศไทยมีปัญหาการเก็งกำไรในระบบเศรษฐกิจมากกว่าการก่อผลผลิตที่แท้จริงในระบบเศรษฐกิจ ส่งผลให้เงินบาทถูกโจมตี นักลงทุนต่างชาติถอนการลงทุน และมีการเรียกหนี้ต่างชาติคืนอย่างรวดเร็ว

จนทำให้สถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์ขาดสภาพคล่องอย่างรุนแรง และหลายแห่งต้องปิดตัวลง ประเทศไทยประสบปัญหาขาดเงินทุนสำรองเฉียบพลัน

รัฐบาลในขณะนั้นโดย พล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ นายกรัฐมนตรี จึงตัดสินใจประกาศให้ค่าเงินบาทลอยตัว และนำประเทศเข้าโครงการขอความช่วยเหลือด้านการเงินและการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ หรือ International Monetary Fund: IMF เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2540

วิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นได้ขยายตัวกลายเป็นวิกฤตการณ์ทางการเงินทั่วเอเชีย ประเทศเพื่อนบ้านของไทย ไม่ว่าจะเป็นอินโดนีเซีย เกาหลีใต้ มาเลเซีย แม้กระทั่งญี่ปุ่นต่างประสบปัญหาเดียวกัน กลายเป็นปัจจัยซ้ำเติมให้เศรษฐกิจประสบกับภาวะถดถอยมากยิ่งขึ้น รวมทั้งก่อให้เกิดแรงกดดันในประเทศ มีการประท้วงจากประชาชนผู้เสียผลประโยชน์ จนในที่สุด รัฐบาลภายใต้การนำของ พล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ ไม่สามารถบริหารประเทศต่อไปได้ รัฐบาลใหม่ภายใต้การนำของพรรคประชาธิปัตย์ ที่มีนายชวน หลีกภัย เป็นนายกรัฐมนตรี เข้ามาบริหารประเทศแทนเมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2540 โดยมีการกึ่งในการฟื้นฟูเศรษฐกิจเป็นเดิมพัน

แต่ภาวะเศรษฐกิจไทยก็ยังคงถดถอยมากขึ้นเรื่อย ๆ เอกสารของกระทรวงแรงงาน และสำนักงานสถิติแห่งชาติ ระบุว่า ปัจจุบันมีคนว่างงานทั้งสิ้นประมาณ 2,700,000 คนเมื่อสิ้นปี 2542 ในขณะเดียวกัน ตัวเลขการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในประเทศหดตัวอย่างรุนแรง จนรัฐบาลต้องดำเนินการกระตุ้นการใช้จ่ายเพื่อการลงทุนในประเทศ โดยเร่งเบิกจ่ายงบประมาณของรัฐบาล พร้อมทั้งมีการกู้เงินจากรัฐบาลญี่ปุ่น เพื่อนำมาใช้จ่ายในประเทศ ภายใต้โครงการมियाฮาวา เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ แต่ก็ไม่เป็นผลสำเร็จ เศรษฐกิจกระเตื้องขึ้นเพียงชั่วคราว ความมั่นใจของนักลงทุน ยังไม่กระเตื้องขึ้น

ธนาคารแห่งประเทศไทย รายงานว่า ในปี 2542 เป็นปีที่ทำทลาย เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจยังไม่คลี่คลาย ทางทางต้องมุ่งปรับระบบเศรษฐกิจการเงินเพื่อให้แข็งแกร่งและรองรับความผันผวนที่อาจเกิดขึ้นได้ แม้เครื่องชี้เศรษฐกิจด้านการใช้จ่าย เพื่อการบริโภคและการผลิตบางตัวเริ่มส่งสัญญาณทรงตัวและชะลอลง และหดตัวแล้วก็ตาม แต่การปูทางไปสู่การฟื้นฟูเสถียรภาพของระบบเศรษฐกิจขึ้นอยู่กับ การแก้ไขปัญหาสถาบันการเงิน (แนวโน้มนเศรษฐกิจปี 2542 , ผู้จัดการรายวัน มีนาคม 2542)

เมื่อยังไม่ปรากฏแนวโน้มของการฟื้นตัวเศรษฐกิจ รัฐบาลจึงต้องดำเนินการออกมาตรการกู้เงินจากต่างประเทศผ่านโครงการมियाฮาวา แพลน เป็นเงินทั้งสิ้น 53,000 ล้าน เพื่อนำมาใช้จ่ายผ่านหน่วยงานรัฐบาลเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ รวมทั้งมีการลดภาษีมูลค่าเพิ่มจาก 10% เหลือ 7%

เพื่อกระตุ้นการบริโภคในประเทศที่กำลังหดตัวในวันที่ 1 เมษายน 2542 แต่นักเศรษฐศาสตร์และนักการเงินต่างเชื่อกันเศรษฐกิจไทยจะยังคงไม่กระเตื้องขึ้น

พันศักดิ์ วิญญรัตน์ อดีตบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์เอเชียโทมส์ กล่าวว่า จุดมุ่งหมายของแผนกระตุ้นเศรษฐกิจในครั้งนี้ รัฐบาลต้องการกระตุ้นเศรษฐกิจในระยะสั้น โดยการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคของประชาชน แต่แผนกระตุ้นเศรษฐกิจนี้ยังมีจุดอ่อนอยู่คือ มีโอกาสที่จะเกิดการรั่วไหลของการใช้เงินและการคอร์ปชั่นมีอยู่สูงมาก แผนกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลจะต้องมีการตรวจสอบให้เกิดความโปร่งใสให้มากที่สุด และต้องไม่โยนความรับผิดชอบในการใช้เงินผิดพลาดให้กับประชาชน

นอกจากนี้การกู้เงินต่างประเทศ เพื่อมากระตุ้นการบริโภคเป็นนโยบายที่ไม่เหมาะสมทั้งด้านหลักการและคุณธรรม และไม่มีรัฐบาลไหนในโลกที่ยืมเงินต่างประเทศมาเพื่อการบริโภค อีกทั้งรัฐบาลไม่มีนโยบายที่จะสร้างรายได้เพื่อคืนเงินกู้อายุ 15 ปีนี้ได้ จึงเป็นภาระของลูกหลานที่จะต้องหาเงินมาคืนเงินกู้ และที่สำคัญเงินกู้นั้นจะเป็นเงินกู้ในรูปของเงินเขน ดังนั้นรัฐบาลดูเหมือนกำลังจะเลียนแบบภาคเอกชนในช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจที่กู้ยืมเงินจากต่างประเทศ มหาศาลเข้ามาลงทุนโดยไม่ก่อให้เกิดรายได้อะไร เป็นผลให้เกิดภาวะฟองสบู่แล้วกลายเป็นวิกฤตการณ์จนทุกวันนี้

อีกทั้งประเทศไทยมีการนำเข้าสูงถึง 1 ใน 3 ของ GDP ดังนั้นการลดภาษีมูลค่าเพิ่มจะเป็นการเพิ่มการเสียเงินตราต่างประเทศ (Is Spending the way Out, Bangkok Post 29 มีนาคม 2542)

ภายใต้สภาวะการณ์เช่นนี้ ส่งผลให้ธุรกิจในประเทศจำนวนมากต้องล้มละลาย ปิดกิจการ ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ก็หลีกเลี่ยงไม่ได้

สาเหตุหนึ่งเป็นเพราะการขยายตัวของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในระยะที่ผ่านมา ใช้เงินลงทุนจำนวนมากส่วนใหญ่มากจากเงินกู้จากต่างประเทศ ผ่านระบบธนาคารในประเทศ เป็นสาเหตุสำคัญนำไปสู่ปัญหาอันรวดเร็วแก่ทุกธุรกิจสิ่งพิมพ์ เพราะทันทีที่มีการประกาศลอยตัวค่าเงินบาทแล้วหนี้ของแต่ละบริษัทเพิ่มขึ้นทันทีเกือบ 2 เท่า การเริ่มทยอยปิดตัวของหนังสือพิมพ์จึงเริ่มต้นในปี 2540-2541

ปิยะ มาลากุล ณ อยุธยา กล่าวในการประชุมพนักงานเมื่อวันที่ 8 มกราคม 2541 เพื่อแจ้งมติกรรมการในการปิดหนังสือพิมพ์สยามโพสต์ว่า สยามโพสต์ต้องแบกหนี้ตั้งแต่อยู่เครือโพสต์พับลิชซึ่งประมาณ 300-400 ล้านบาท ปัญหาคดีฟ้องร้องที่ติดพันมา แต่ละเดือนมีค่าใช้จ่าย 800,000 บาท ขาดทุนเดือนละ 2 ล้านบาท ยังไม่รวมดอกเบี้ยเงินกู้ (แมลงวันในไร่ส้ม, มติชน-

สุดสัปดาห์, 7-14 มกราคม 2541)

ผลจากการปิดตัวของหนังสือพิมพ์สยามโพสต์ ทำให้พนักงานจำนวน 173 คนต้องออกจากงานโดยได้รับค่าชดเชยตามกฎหมายแรงงาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการขายทรัพย์สินของบริษัทด้วย

ในเวลาใกล้เคียงกับการปิดตัวของหนังสือพิมพ์สยามโพสต์นั้น หนังสือพิมพ์อีกฉบับที่ปิดตัวลงคือ หนังสือพิมพ์สื่อธุรกิจ

ชุดิมา บุรณรัชดา บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์สื่อธุรกิจ กล่าวว่า การลดลงของค่าเงินบาททำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น โดยเฉพาะค่ากระดาษและหมึกพิมพ์ กองบรรณาธิการจึงลดค่าใช้จ่ายเช่น การปิดไฟฟ้าที่ไม่จำเป็น การประหยัดอุปกรณ์สำนักงาน ลดจำนวนหน้าที่พิมพ์จาก 40 เหลือ 32 หน้า แต่สถานการณ์ก็ยังไม่ดีขึ้น จนต้องลดเงินเดือนพนักงานลง 10-30% ต่อมาด้วยการลดจำนวนพนักงานลง แต่ปัญหาเศรษฐกิจก็กระหน่ำอย่างหนักจึงต้องปิดตัวลง(แมลงวันในไร่ส้ม, มติชนสุดสัปดาห์, 7-14 มกราคม 2541)

หนังสือพิมพ์สื่อธุรกิจปิดตัวลง โดยฉบับสุดท้ายที่ตีพิมพ์ คือฉบับวันที่ 8 พฤศจิกายน 2540

การปิดตัว และการปลดพนักงานขององค์กรสื่อสิ่งพิมพ์หลายแห่ง ก็ถึงปัญหาไว้มากมาย อาทิ กรณีกลุ่มผู้จัดการ มีการปลดพนักงานรวมทั้งสิ้น 1,100 คน โดยที่บริษัทยังค้างเงินเดือนค้างจ่าย และเงินชดเชยการเลิกจ้าง ส่งผลให้พนักงานจำนวนต้องยื่นฟ้องต่อศาลแรงงาน

ด้านกลุ่มวัฏจักรที่มีการปลดพนักงานออกทั้งสิ้น 1,500 คนนั้น พนักงานได้มีการนัดชุมนุมเนื่องจากไม่พอใจที่บริษัทไม่จ่ายค่าชดเชยการเลิกจ้างและเงินเดือนค้างจ่ายตามกำหนดการ ผ่อนจ่ายระบุไว้ในหนังสือเลิกจ้างที่จะบริษัทเสนอจะผ่อนชำระ 21 งวด ทั้งนี้มีพนักงานจำนวนหนึ่งบุกเข้าไปในโรงพิมพ์ พร้อมกับใช้น้ำมันราดขู่ที่เผาโรงพิมพ์ (สยามโพสต์, 4 ธันวาคม 2540)

ชุดิมา บุรณรัชดา นายกสมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย สรุปรว่า ในปี 2540 คนในอาชีพหนังสือพิมพ์ตกงานถึง 3000 คนไม่ว่าจะเป็นฝ่ายจัดการ ฝ่ายธุรกิจการ ฝ่ายขนส่ง ส่วนจำนวนนักข่าวที่ตกงานมีประมาณ 1500 คน

รายงานจากสมาคมนักหนังสือพิมพ์(2540)ระบุว่า หนังสือพิมพ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่ปิดตัวไปแล้วประกอบด้วย ไทยแลนด์ไทมส์ ไทยธุรกิจไฟแนนซ์ ไทยไฟแนนซ์เซียล สื่อธุรกิจ ไฟแนนซ์เซียลเดย์ โลกกีฬารายวัน คู่แข่งรายวัน สยามโพสต์

ท่ามกลางวิกฤตการณ์เศรษฐกิจ กลุ่มสิ่งพิมพ์แต่ละแห่งล้วนประสบปัญหา ซึ่งหนักเบาต่างกัน ทุกแห่งมีการปรับตัว เปลี่ยนนโยบาย ปรับทีมบริหาร และดำเนินการในทุกวิถีทาง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้หนังสือพิมพ์สามารถอยู่รอด และผ่านวิกฤตการณ์ในครั้งนี้ไปได้ ดังนั้นเพื่อการศึกษาแนวทางการปรับตัวของกลุ่มสิ่งพิมพ์ และปัจจัยที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานและการขยายตัวของธุรกิจสิ่งพิมพ์ ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาในกรณีกลุ่มแมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป ซึ่งเป็นกลุ่มสิ่งพิมพ์ที่ประสบปัญหาจากการดำเนินงานมากที่สุดกลุ่มหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อเป็นตัวแทนในการอธิบายภาพรวมของธุรกิจสิ่งพิมพ์ และการบริหารจัดการสิ่งพิมพ์ในวิกฤตการณ์เศรษฐกิจ

ปัญหาคำนำวิจัย

1. ลักษณะการขยายตัวในเชิงองค์กรธุรกิจสิ่งพิมพ์ ของกลุ่มแมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป ก่อนเกิดวิกฤตการณ์เศรษฐกิจ เป็นอย่างไร
2. ลักษณะของผลกระทบจากวิกฤตการณ์เศรษฐกิจ ต่อกลุ่มแมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป เป็นอย่างไร
3. ลักษณะการปรับตัวของกลุ่ม แมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป ท่ามกลางวิกฤตการณ์เศรษฐกิจ เป็นอย่างไร
4. ปัจจัยภายใน คือ องค์กร ผู้บริหาร การบริหาร ทุนประกอบการ บุคลากร วัฒนธรรม องค์กร ลักษณะและรูปแบบเนื้อหา มีผลต่อการปรับตัวของกลุ่มแมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป อย่างไร
5. ปัจจัยภายนอก คือ ภาวะเศรษฐกิจ สังคมข่าวสาร ภาวะธุรกิจสิ่งพิมพ์ การโฆษณา และการแข่งขัน มีผลต่อการปรับตัวของกลุ่มแมนเนเจอร์มีเดีย กรุ๊ป อย่างไร

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการและลักษณะการขยายตัวของกลุ่มแมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป ในด้านองค์กร การดำเนินธุรกิจสื่อมวลชนก่อนและหลังเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผลต่อการดำเนินงาน การปรับตัวของกลุ่มแมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการปรับตัวของกลุ่มแมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป ท่ามกลางวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพัฒนาการการขยายตัวของกลุ่มแมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป ในด้านองค์กร การดำเนินธุรกิจ เปรียบเทียบก่อนและหลังเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ โดยศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวและการลดขนาดองค์กรลงอย่างเฉียบพลันในช่วงตั้งแต่การก่อตั้งกิจการในปี 2526 จนถึงเดือนธันวาคม 2542

ข้อตกลงเบื้องต้น

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มผู้จัดการ ซึ่งถือเป็นตัวแทนใช้ในการวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจของสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศ รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนของสื่อมวลชนในประเทศ ทั้งนี้ได้ศึกษาองค์กรในส่วนอื่น และเนื้อหาสาร(Content Analysis)ในกลุ่มแมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป

ข้อสันนิษฐานการวิจัย

1. ลักษณะการขยายตัวของกลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในกลุ่มแมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป เป็นไปตามสภาพการขยายตัวของเศรษฐกิจ และการขยายตัวของความต้องการข่าวสารที่เพิ่มสูงขึ้น และการพัฒนาเทคโนโลยีข่าวสาร
2. วิกฤตการณ์เศรษฐกิจ มีผลกระทบต่อธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่มแมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป ทั้งในเชิงการบริหาร การจัดการ การตลาด บุคลากร และการนำเสนอเนื้อหา
3. วิกฤตการณ์เศรษฐกิจ มีผลต่อการปรับตัวของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่มแมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป ทั้งในเชิง การบริหาร การจัดการ บุคลากร และ การนำเสนอเนื้อหา
4. ลักษณะการปรับตัวของสื่อสิ่งพิมพ์ในกลุ่ม แมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป เป็นไปตาม ปัจจัยตามด้านคือ
 1. ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย องค์กร ผู้บริหาร การบริหาร ทุนประกอบการ บุคลากร วัฒนธรรมองค์กร ลักษณะและรูปแบบเนื้อหา
 2. ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ภาวะเศรษฐกิจ สังคมข่าวสาร ภาวะธุรกิจสิ่งพิมพ์ การโฆษณา และการแข่งขัน

นิยามศัพท์

กลุ่มแมนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป - หมายถึง กลุ่มธุรกิจสื่อมวลชน ที่อยู่ภายใต้การดำเนินการของบริษัท แมนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป จำกัด(มหาชน) ซึ่งปัจจุบันเป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์และนิตยสารข่าวเศรษฐกิจ และธุรกิจ ประกอบด้วยผู้จัดการรายวัน หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ และนิตยสารผู้จัดการรายเดือน

วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ - หมายถึง ความเสื่อมถอยของภาวะเศรษฐกิจ ที่เป็นผลจากปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ ที่เป็นอุปสรรคต่อการลงทุนและการขยายธุรกิจ หรือเป็นการดำเนินธุรกิจประสบปัญหาต้องตัดลดพนักงาน ลดค่าใช้จ่าย รวมทั้งเป็นภาวะที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อลดลง ทำให้ธุรกิจประสบปัญหาขาดทุนและล้มละลาย

ผลกระทบ - หมายถึง ปรากฏการณ์ที่เกิดต่อเนื่องจากเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ในที่นี้หมายถึงผลกระทบที่เกิดจากวิกฤตการณ์เศรษฐกิจที่มีต่อธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ในเชิงการจัดการ การบริหาร การตลาด บุคลากร และการนำเสนอเนื้อหา

การขยายตัว - หมายถึง การขยายตัวขององค์กร ในส่วนของการเพิ่มทุนประกอบการ การกู้เงินเพื่อขยายกิจการ การขยายกิจการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิม การลงทุนในธุรกิจใหม่ที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิม การขยายอัตรากำลังบุคลากร เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต ปริมาณการผลิต ยอดจำหน่าย รวมทั้งการแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชน การนำบริษัทและบริษัทในเครือเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

การปรับตัว - หมายถึง การวางแผนปรับเปลี่ยนนโยบายเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ การจัดการ การบริหาร นโยบายการนำเสนอข่าว การปรับเปลี่ยนลักษณะและรูปแบบของเนื้อหา โดยคาดหวังว่าการปรับเปลี่ยนนี้จะนำไปสู่ผลกำไรที่มากขึ้น

ปัจจัย - หมายถึง องค์กรประกอบที่เข้ามาอิทธิพล ทั้งในด้านส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของธุรกิจสื่อมวลชน โดยในการศึกษาครั้งนี้จำแนกปัจจัยออกเป็นดังนี้

1. ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย องค์กร ผู้บริหาร การบริหาร ทุนประกอบการ บุคลากร วัฒนธรรมองค์กร ลักษณะและรูปแบบเนื้อหา
2. ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ภาวะเศรษฐกิจ สังคมข่าวสาร ภาวะธุรกิจสิ่งพิมพ์ การโฆษณา และการแข่งขัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. จะได้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิด และวิธีการในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่มีผลต่อการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ในสภาพที่เต็มไปด้วยการแข่งขันที่รุนแรง และภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศไทยไม่เอื้ออำนวย
2. เป็นกรณีศึกษาที่สำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยด้านการบริหารและการจัดการธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์
3. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ อาจใช้เป็นแนวทางหนึ่งสำหรับวางแผนการดำเนินธุรกิจในอนาคตของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย