

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์และดุษฎีนิพนธ์ของต่างประเทศ (ProQuest Dissertations & Theses Global) ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 (ค.ศ. 2008 – 2017) จำนวน 241 เรื่อง และข้อมูลจากวารสารวิชาการ 3 ฉบับ คือ Journal of Media Business Studies (JOMBS), International Journal on Media Management (JMM) และ Journal of Media Economics (JME) ที่ถูกตีพิมพ์เผยแพร่ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 จำนวนทั้งสิ้น 328 เรื่อง ผู้วิจัยนำมาสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการใช้ค่าความถี่และร้อยละ ทั้งนี้งานวิจัยและบทความที่ถูกคัดเลือกเป็นกลุ่มศึกษาส่วนใหญ่มีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกิจการสื่อสารหลายประเด็น และหลายเรื่องที่มีการใช้ทฤษฎีมากกว่าหนึ่งทฤษฎีในการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้นับเป็นความถี่ทั้งหมด ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้สรุปประเด็นสำคัญและจัดหมวดหมู่ของข้อมูลที่รวบรวมได้ เพื่อเป็นตัวอย่าง เปรียบเทียบ และสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณต่อเนื่องกันไป ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับงานวิจัยและบทความที่ศึกษา
- 4.2 ประเด็นปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร
- 4.3 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร
- 4.4 วิธีดำเนินการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับงานวิจัยและบทความที่ศึกษา

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับงานวิจัย สรุปได้เป็น 1) จำนวนงานวิจัยจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ 2) จำนวนบทความจากวารสารวิชาการ 3) ประเภทของผลงานที่ตีพิมพ์เกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร 4) ประเภทของสื่อ/ธุรกิจสื่อที่มีการศึกษาในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์และดุษฎีนิพนธ์ 5) ประเภทของสื่อ/ธุรกิจสื่อที่ตีพิมพ์ในวารสารด้านการบริหารกิจการสื่อสาร และ 6) ประเทศที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560

4.1.1 จำนวนงานวิจัยจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์

จำนวนงานวิจัยจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ จำแนกตามค่าความถี่ในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1: จำนวนงานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร

ปี พ.ศ.	จำนวน (เรื่อง)
2551	28
2552	21
2553	23
2554	32
2555	30
2556	21
2557	22
2558	23
2559	17
2560	24
รวม	241

การวิจัยนี้พบว่าจำนวนงานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารที่ปรากฏในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 มีจำนวนมากที่สุดในปี พ.ศ. 2554 เป็นจำนวน 32 เรื่อง รองลงมา คือ พ.ศ. 2555 จำนวน 30 เรื่อง พ.ศ. 2551 จำนวน 28 เรื่อง พบว่า ปี พ.ศ. 2559 มีผลงานวิจัยน้อยที่สุด คือ จำนวน 17 เรื่อง

4.1.2 จำนวนบทความจากวารสารวิชาการ

จำนวนบทความจากวารสารวิชาการ 3 ฉบับ คือ JOMBS, JMM และ JME จำแนกตามค่าความถี่ ในตารางที่ 4.2 - 4.3

ตารางที่ 4.2: จำนวนบทความด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากวารสาร

ปี พ.ศ.	จำนวน
2551	34
2552	42
2553	30
2554	29
2555	40

ปี พ.ศ.	จำนวน
2556	35
2557	31
2558	28
2559	31
2560	28
รวม	328

การวิจัยนี้พบว่าวารสารวิชาการ ทั้ง 3 ฉบับ คือ JOMBS, JMM และ JME เท่าที่มีให้ตรวจสอบได้ทางฐานข้อมูลออนไลน์ ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 มีจำนวนบทความเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารรวมกันมากที่สุดในปี พ.ศ. 2552 เป็นจำนวน 42 เรื่อง รองลงมา คือ พ.ศ. 2555 จำนวน 40 เรื่อง พ.ศ. 2556 จำนวน 35 เรื่อง และพบว่ามีบทความด้านการบริหารกิจการสื่อสารตีพิมพ์ในวารสารวิชาการทั้ง 3 ฉบับเป็นจำนวนน้อยที่สุดในปี พ.ศ. 2558 และ พ.ศ. 2560 คือต่างมีจำนวน 28 เรื่อง

ตารางที่ 4.3: จำนวนบทความจากวารสารด้านการบริหารกิจการสื่อสารแยกตามวารสาร

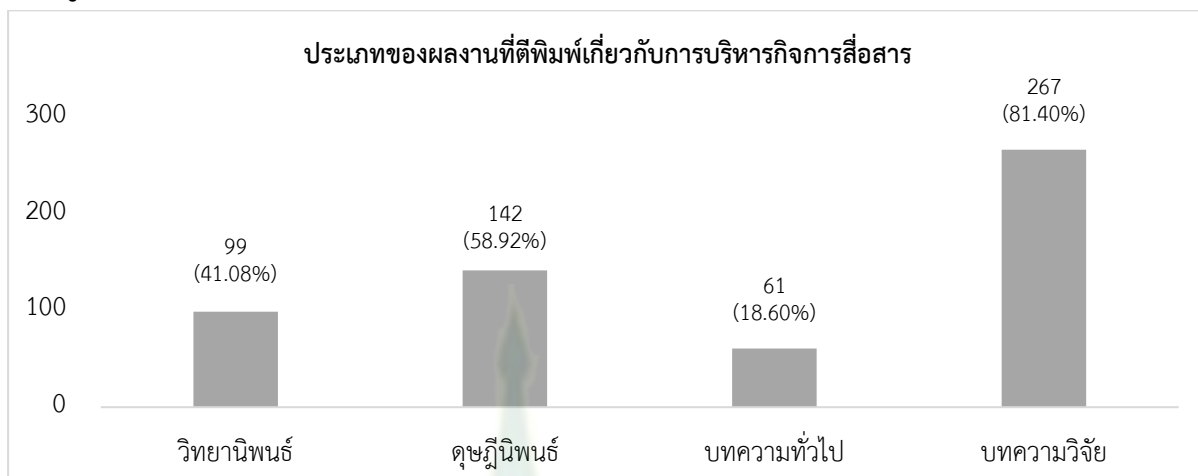
วารสาร	จำนวนบทความ	ร้อยละ
Journal of Media Business Studies (JOMBS)	149	45.43
International Journal on Media Management (JMM)	121	36.89
Journal of Media Economics (JME)	58	17.68
รวม	328	100.00

เมื่อแยกจำนวนบทความตามวารสารทั้ง 3 ฉบับ ระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2560 พบว่า Journal of Media Business Studies (JOMBS) มีบทความด้านการบริหารกิจการสื่อสารตีพิมพ์มากที่สุด เป็นจำนวน 149 บทความ คิดเป็นร้อยละ 45.43 รองลงมาคือ International Journal on Media Management (JMM) มีจำนวน 121 บทความ คิดเป็นร้อยละ 36.89 ตามด้วย Journal of Media Economics (JME) มีจำนวน 58 บทความ คิดเป็นร้อยละ 17.68

4.1.3 ประเภทของผลงานที่ตีพิมพ์เกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร

ประเภทของผลงานวิจัยและบทความที่ตีพิมพ์เกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารในวารสาร 3 ฉบับ ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 นำเสนอในแผนภูมิที่ 4.1

แผนภูมิที่ 4.1: ประเภทของผลงานที่ตีพิมพ์เกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร



ในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุชฎินิพนธ์เกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 จำนวน 241 เรื่องนั้น จำแนกได้เป็นวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทจำนวน 99 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 41.08 และดุชฎินิพนธ์ระดับปริญญาเอกจำนวน 142 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 58.92 ส่วนบทความด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากวารสารทั้งสามฉบับนั้น จำแนกได้เป็นบทความวิจัย 267 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 81.40 และบทความวิชาการทั่วไปจำนวน 61 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 18.60

4.1.4 ประเภทของสื่อ/ธุรกิจสื่อที่มีการศึกษาในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์และดุชฎินิพนธ์

การวิจัยนี้พบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุชฎินิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 เป็นการศึกษาเกี่ยวกับสื่อ/ธุรกิจสื่อที่มีความหลากหลาย ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4.2

แผนภูมิที่ 4.2: ประเภทของสื่อ/ธุรกิจสื่อจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์และดุชฎินิพนธ์

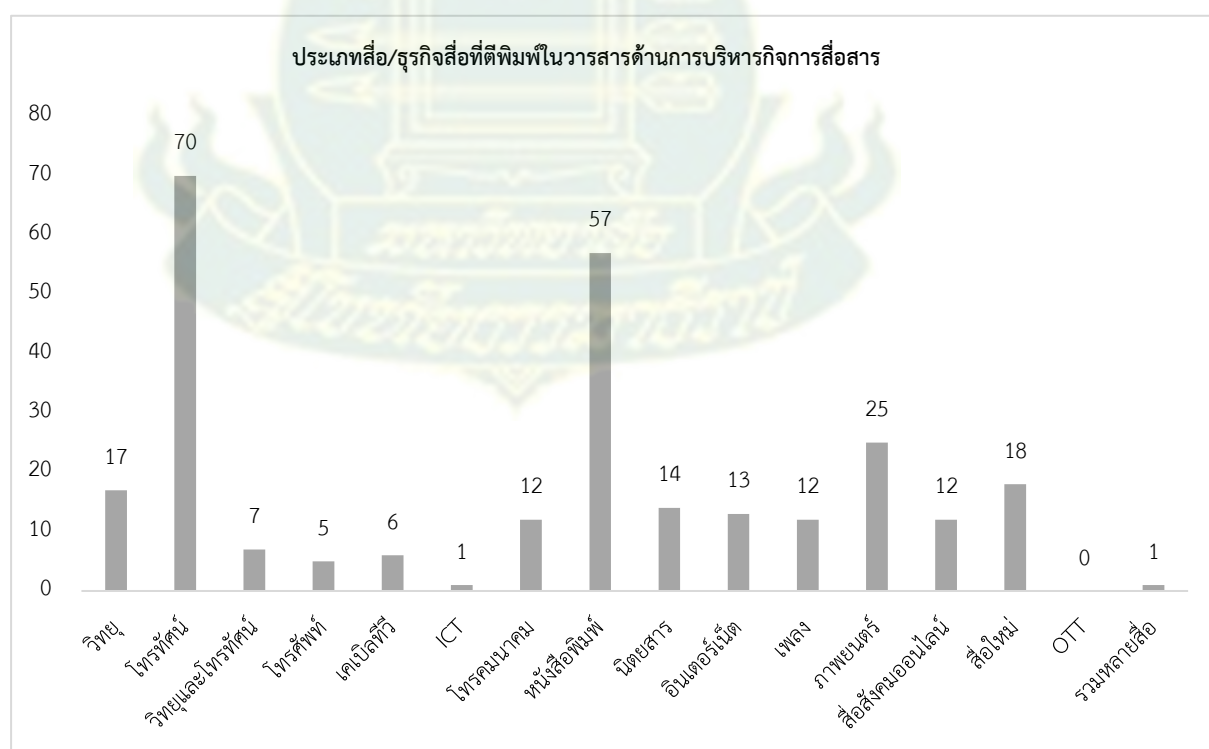


การวิจัยนี้พบว่าในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ (ProQuest Dissertations & Theses Global) ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกิจการสื่อสาร มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อต่างๆหลายประเภท รวมทั้งในรูปแบบของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสื่อต่างๆเหล่านั้น ผู้วิจัยพบว่ามีการศึกษาที่ระบุเกี่ยวกับสื่อใหม่โดยรวมเป็นจำนวนมากที่สุดถึง 60 เรื่อง รองลงมาเป็นการศึกษาเกี่ยวกับโทรทัศน์เป็นจำนวน 45 เรื่อง หนังสือพิมพ์ 35 เรื่อง ในขณะที่มีการศึกษาเกี่ยวกับนิตยสาร เพียง 5 เรื่อง นอกเหนือจากนั้น งานวิจัยบางเรื่องกล่าวถึงสื่อวิทยุโทรทัศน์หรือสื่อแพร่ภาพกระจายเสียงโดยรวม (broadcasting) จำนวน 9 เรื่อง สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล นอกจากสื่อใหม่จำนวน 60 เรื่อง แล้วยังมีการศึกษาเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตจำนวน 15 เรื่อง และสื่อสังคมออนไลน์ 7 เรื่อง และที่ระบุว่าศึกษาเรื่อง ICT และ OTT มีอย่างละ 1 เรื่อง (รวมกลุ่มสื่อดิจิทัลจำนวน 84 เรื่อง)

4.1.5 ประเภทของสื่อ/ธุรกิจสื่อที่ตีพิมพ์ในวารสารด้านการบริหารกิจการสื่อสาร

การวิจัยนี้พบว่าบทความจากวารสาร 3 ฉบับเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 เป็นการศึกษาเกี่ยวกับสื่อ/ธุรกิจสื่อที่หลากหลาย ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4.3

แผนภูมิที่ 4.3: ประเภทของสื่อ/ธุรกิจสื่อที่ตีพิมพ์ในวารสารด้านการบริหารกิจการสื่อสาร



การวิจัยนี้พบว่าในวารสารทั้ง 3 ฉบับ ระหว่าง พ.ศ. พ.ศ. 2551 – 2560 มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์โดยรวมเป็นจำนวนมากที่สุดถึง 70 เรื่อง และศึกษาเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์เป็นจำนวน 57 เรื่อง รองลงมาได้แก่การศึกษาเกี่ยวกับสื่อภาพยนตร์จำนวน 25 เรื่อง และสื่อวิทยุ 17 เรื่อง ในขณะที่สื่อวิทยุมี 14 เรื่อง เมื่อพิจารณาจากกลุ่มสื่อดิจิทัล จะเห็นว่ามีการศึกษาที่ระบุว่าเป็นเรื่องสื่อใหม่จำนวน 18 เรื่อง สื่อสังคมออนไลน์ 12 เรื่อง อินเทอร์เน็ต 13 เรื่อง และ ICT 1 เรื่อง (รวมกลุ่มสื่อดิจิทัลจำนวน 44 เรื่อง) และมีบทความเกี่ยวกับโทรศัพท์และโทรคมนาคม 18 เรื่อง

การศึกษาเกี่ยวกับสื่อต่างๆในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ และในวารสารวิชาการพบว่าบางเรื่องมีการระบุและกำหนดกรอบการศึกษาไว้อย่างชัดเจน ถึงสื่อที่ทำการศึกษา เช่น Study of China's TV shopping channels ศึกษาเกี่ยวกับช่องรายการขายของทางโทรทัศน์; An industry in transition: A participative investigation into the process of change in the broadcasting industry กล่าวถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมวิทยุโทรทัศน์; Reforms and development of the Chinese and Vietnamese party newspaper: A comparative study ศึกษาเปรียบเทียบเรื่องการปฏิรูปและพัฒนาการของหนังสือพิมพ์การเมืองในสองประเทศ ในบางเรื่องจะมีการศึกษามากกว่าหนึ่งสื่อ เช่น Twitter and television: A use and gratifications study of Twitter usage and television viewing เป็นการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อโดยการเปรียบเทียบสื่อใหม่คือทวิตเตอร์กับสื่อโทรทัศน์ วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์และบทความบางเรื่องไม่ได้เจาะจงเรื่องสื่อใดสื่อหนึ่ง แต่เป็นการกล่าวถึงประเด็นที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมสื่อโดยรวม เช่น Contemporary issues in media and entertainment ศึกษาประเด็นปัญหาในธุรกิจสื่อและบันเทิง; Executive leadership in transitory entertainment industries ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำในธุรกิจบันเทิง งานบางเรื่องจะกล่าวถึงบริบทความเปลี่ยนแปลงในยุคสื่อหลอมรวม และมีการศึกษามุ่งไปที่สื่อเฉพาะด้าน เช่น Studies on media convergence in broadcasting industry: A case study of Beijing Radio Corporation กรณีศึกษาบริษัทวิทยุกระจายเสียงแห่งกรุงปักกิ่งในยุคสื่อหลอมรวม

หัวข้อศึกษาเกี่ยวกับสื่อใหม่ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 ในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์จัดว่ามีจำนวนมาก เมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่น ตัวอย่าง เช่น เรื่อง US newspapers and the adoption of technological innovations ที่กล่าวถึงบทบาทของหนังสือพิมพ์ในประเทศสหรัฐอเมริกาในการยอมรับนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี; A digital juggling act: A case of new media's impact on the responsibilities of local television reporters กล่าวถึงผลกระทบของสื่อใหม่ต่อความรับผิดชอบของนักข่าวโทรทัศน์ท้องถิ่น; Characteristics of online editors at city and regional magazine ศึกษาคุณลักษณะของบรรณาธิการนิตยสารออนไลน์ระดับเมืองใหญ่และ

ระดับภูมิภาค; A case study of HD radio diffusion in the United States กรณีศึกษาการแพร่กระจายของวิทยุระบบดิจิทัลแบบความละเอียดสูงในประเทศสหรัฐอเมริกา

จากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์และดุษฎีนิพนธ์ พบว่ามีการศึกษาเรื่องสื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์เป็นจำนวนมากรองจากสื่อใหม่ หลายเรื่องที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงสถานภาพของสื่อหนังสือพิมพ์จากรูปแบบสิ่งพิมพ์ไปสู่สื่อใหม่ เช่น Moving Newspapers online: Newspaper diversification and viability ศึกษาเรื่องการปรับเปลี่ยนหนังสือพิมพ์ไปเป็นสื่อออนไลน์ เพื่อความหลากหลายและความอยู่รอดของธุรกิจ; Niche theory in new media: Is digital overtaking the print magazine industry? ใช้ทฤษฎีชีพพิสัย (Niche theory) มาวิเคราะห์ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ในการเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อยอมรับสื่อดิจิทัล

4.1.6 ประเทศที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร

การวิจัยนี้พบว่างานวิจัยจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 มีการระบุประเทศที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับกิจการสื่อสารไว้จำนวน 30 ประเทศ แจกแจงเป็นค่าความถี่และร้อยละ ดังแสดงในตารางที่ 4.4 ส่วนบทความจากวารสาร 3 ฉบับที่มีการระบุประเทศมีไม่มากนักจึงไม่นำมารายงาน

ตารางที่ 4.4: ประเทศที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร

ประเทศ	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ
สหรัฐอเมริกา	143	65.90
จีน	24	11.06
อังกฤษ	5	2.30
อินเดีย	5	2.30
แคนาดา	4	1.84
ฝรั่งเศส	3	1.38
ฮ่องกง	3	1.38
ไต้หวัน	2	0.92
เม็กซิโก	2	0.92
เยอรมนี	2	0.92
เกาหลี	2	0.92
ซาอุดีอาระเบีย	2	0.92
ญี่ปุ่น	2	0.92
ไนจีเรีย	2	0.92

ประเทศ	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ
ไทย	1	0.46
รัสเซีย	1	0.46
แอฟริกา	1	0.46
เชคโกสโลวาเกีย	1	0.46
โตมินิกัน	1	0.46
คูเวต	1	0.46
อิรัก	1	0.46
กานา	1	0.46
ตุรกี	1	0.46
อุกันดา	1	0.46
เบลเยียม	1	0.46
โคลัมเบีย	1	0.46
เนเธอร์แลนด์	1	0.46
เม็กซิโก	1	0.46
เวเนซุเอลา	1	0.46
ออสเตรเลีย	1	0.46
รวม	217	100.00

การวิจัยนี้พบว่าในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 ที่ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร มีการระบุประเทศที่ศึกษาไว้ชัดเจนหลายประเทศ และงานวิจัยบางเรื่องก็เป็นการศึกษาเปรียบเทียบ แม้ว่าจะงานวิจัยบางเรื่องไม่ได้ระบุประเทศไว้ แต่สามารถเข้าใจได้จากเนื้อหาของงานวิจัยว่าส่วนใหญ่ศึกษาในบริบทของประเทศสหรัฐอเมริกา หรือศึกษาจากมหาวิทยาลัยในประเทศสหรัฐอเมริกาโดยไม่เจาะจงประเทศที่ทำการศึกษา ซึ่งกลุ่มของประเทศสหรัฐอเมริกามีจำนวนมากที่สุด คือ 143 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 65.90 รองลงมาคือการศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์ในประเทศจีน (24 เรื่อง) อังกฤษและอินเดีย (ประเทศละ 5 เรื่อง) และประเทศแคนาดา (4 เรื่อง)

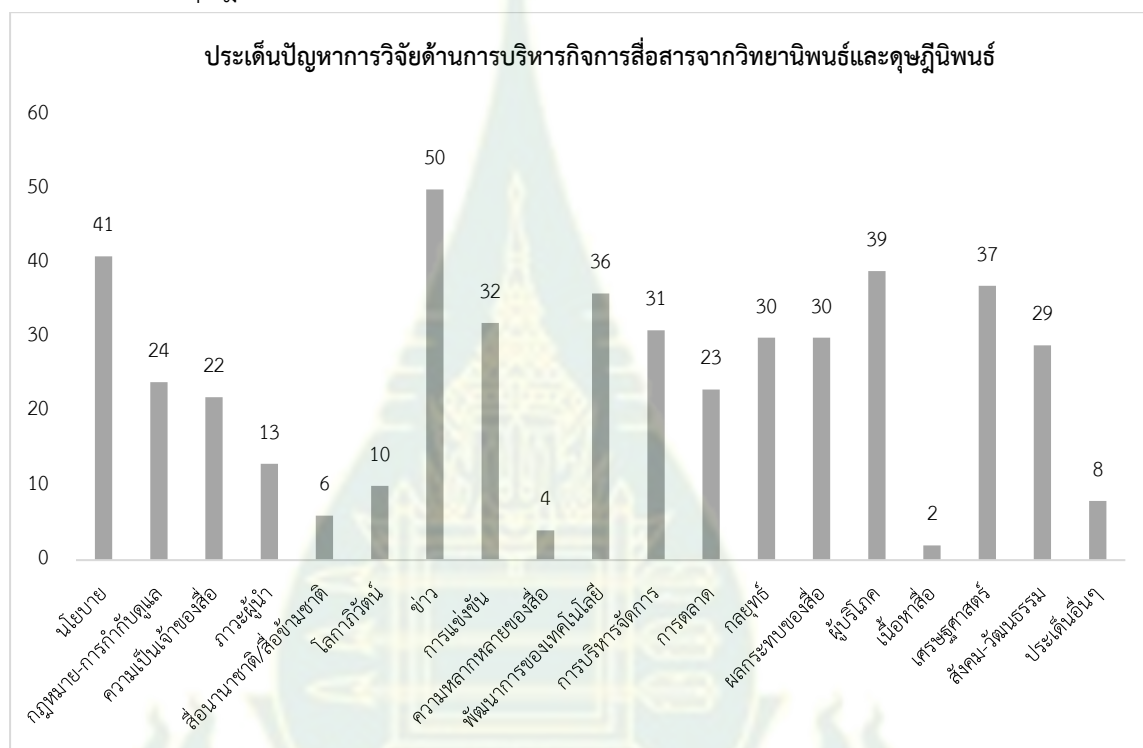
4.2 ประเด็นปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร

ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ และฐานข้อมูลวารสารวิชาการ ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 มีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารในหลายประเด็นหลัก ดังนี้

4.2.1 ประเด็นปัญหาการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากงานวิจัยในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์

งานวิจัยจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ พบว่ามีประเด็นปัญหาการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารที่หลากหลาย สามารถจำแนกได้ 19 ประเด็นหลักดังแสดงในแผนภูมิที่ 4.4

แผนภูมิที่ 4.4: ประเด็นปัญหาการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์และดุษฎีนิพนธ์

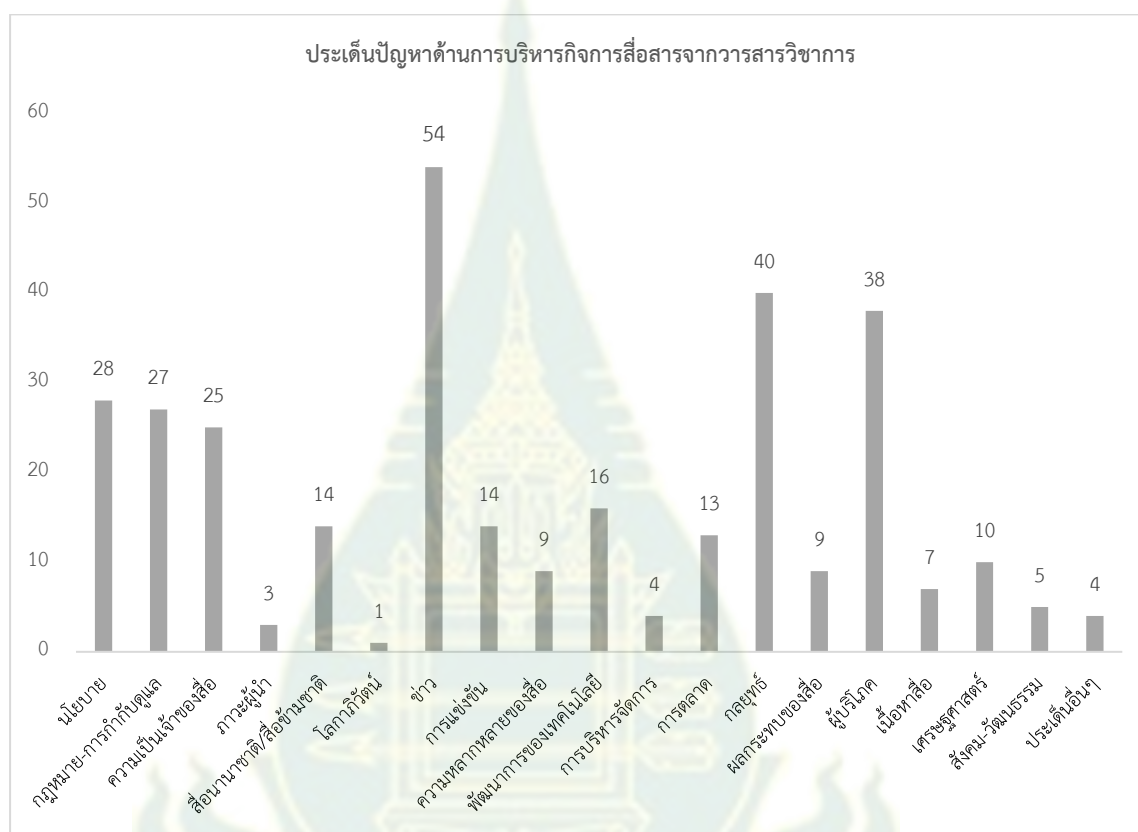


การวิจัยนี้พบว่าในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 มีประเด็นหลักที่สำคัญ ได้แก่ ประเด็นเกี่ยวกับข่าวมีจำนวนมากที่สุดมากที่สุด (50 เรื่อง) รองลงมาเป็นประเด็นเกี่ยวกับนโยบายการสื่อสาร (41 เรื่อง) ตามมาด้วยประเด็นเกี่ยวกับผู้บริโภค (39 เรื่อง) เศรษฐศาสตร์ (37 เรื่อง) เทคโนโลยี (36 เรื่อง) การแข่งขัน (32 เรื่อง) การบริหารจัดการ (31 เรื่อง) และกลยุทธ์การบริหาร (30 เรื่อง) ตามลำดับ ในขณะที่ประเด็นที่มีการศึกษาน้อยมากในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ได้แก่ ประเด็นสื่อนานาชาติ/สื่อข้ามชาติและความหลากหลายของสื่อซึ่งมีปรากฏเพียง 6 และ 4 เรื่อง ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยหลายเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาหลายด้านพร้อมกัน เช่น การกล่าวถึงพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารพร้อมกับความจำเป็นในการกำกับดูแลโดยภาครัฐ และส่งผลถึงการบริหารจัดการ เช่น การบริหารงานข่าวหนังสือพิมพ์ในยุคสื่อดิจิทัล

4.2.2 ประเด็นปัญหาการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากวารสารวิชาการ

จากการสังเคราะห์วารสารวิชาการจำนวน 3 ฉบับ เท่าที่มีการเผยแพร่ออนไลน์ พบว่ามีประเด็นหลักเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารที่หลากหลาย ผู้วิจัยจึงจำแนกตามข้อ 4.1.1 ได้ 19 ประเด็นหลักดังแสดงในแผนภูมิที่ 4.5

แผนภูมิที่ 4.5: ประเด็นที่ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารจากวารสารวิชาการ



ประเด็นหลักเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารจากวารสารวิชาการ JOMBS, JMM และ JME ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 พบว่าประเด็นเรื่องข่าวได้รับความสำคัญมากที่สุดเช่นเดียวกัน มีจำนวนถึง 54 เรื่อง รองลงมาเป็นประเด็นด้านกลยุทธ์การบริหาร (40 เรื่อง) และผู้บริโภคสื่อ (38 เรื่อง) ตามลำดับ ประเด็นที่ได้รับการกล่าวถึงในระดับทัดเทียมกัน ได้แก่ ประเด็นนโยบาย (28 เรื่อง) กฎหมาย/การกำกับดูแล (27 เรื่อง) และความเป็นเจ้าของสื่อ (25 เรื่อง) ส่วนประเด็นเรื่องพัฒนาการของเทคโนโลยี มีการกล่าวถึงเป็นจำนวน 16 เรื่อง ตามด้วยประเด็นสื่อนานาชาติ/สื่อข้ามชาติ (14 เรื่อง) ประเด็นการแข่งขัน (14 เรื่อง) และการตลาด (13 เรื่อง) ส่วนประเด็นที่มีการกล่าวถึงน้อย ได้แก่ ประเด็นเนื้อหาสื่อ (7 เรื่อง) สังคม-วัฒนธรรม (5 เรื่อง) การบริหารจัดการ (4 เรื่อง) และภาวะผู้นำ (3 เรื่อง)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่าประเด็นปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องข่าว มี การศึกษาในหลายมุมมอง เช่น การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของการบริหารธุรกิจสื่อสารมวลชนด้าน ข่าวที่มีผลมาจากแรงขับเคลื่อนของเทคโนโลยี โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของสื่อออนไลน์ ทำให้ผู้อ่าน สามารถเป็นผู้ผลิตข่าวได้ด้วยตนเอง ตัวอย่างของงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับประเด็นข่าว ได้แก่ Rapid institutional change, professional journalists and the rise of the news nerd ศึกษาเรื่อง การเปลี่ยนแปลงในสถาบันนักวารสารศาสตร์ท่ามกลางการเกิดขึ้นของนักข่าวอิสระ; Analysis of effects of news media industrialization strategy in china ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ผลกระทบ ของกลยุทธ์อุตสาหกรรมสื่อด้านข่าวในประเทศจีน; Making news in the People's Republic of China: The case of CCTV-9 ศึกษาเรื่องการทำข่าวของสถานีโทรทัศน์ CCTV-9 ในประเทศจีน

การศึกษาในมุมมองของผู้บริโภคข่าว เช่น Surveying undergraduates' news consumption habits: Journalism education in the age of media convergence สํารวจเรื่องพฤติกรรมการ บริโภคข่าวของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในยุคหลอมรวมสื่อ; In search of local news: How readers' desire for information and entertainment predicts their choice of online or print local news ศึกษาเรื่องความต้องการของผู้อ่านด้านข้อมูลข่าวสารและความบันเทิง กับการ เลือกรับข่าวท้องถิ่นผ่านสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์; Social media and the local television news audience ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคข่าว เปรียบเทียบระหว่างผู้รับข่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์และข่าว โทรทัศน์ท้องถิ่น; Give the people what they want: An exploratory analysis of news satisfaction levels among African Americans วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในข่าวของกลุ่ม คนแอฟริกันอเมริกัน

การศึกษาเรื่องข่าวในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 พบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ เนื้อหาข่าวในแง่มุมต่างๆ เช่น The feminist voice in mainstream news discourse ศึกษาการ สะท้อนมุมมองเกี่ยวกับสตรีในเนื้อหาข่าวของสื่อกระแสหลัก; To tell the truth: The credibility of Cable News Networks in an era of increasingly partisan political news coverage ศึกษา เรื่องความน่าเชื่อถือของการนำเสนอข่าวของสำนักข่าวในยุคข่าวเลือกข้าง เหล่านี้เป็นต้น

การนำเสนอประเด็นปัญหาการวิจัยในแต่ละหัวข้อเรื่อง ส่วนมากไม่ได้เกี่ยวข้องอยู่เพียง ประเด็นเดียว แต่มักเชื่อมโยงประเด็นปัญหาด้านอื่นๆเข้าไปด้วยตามบริบทที่ศึกษา เช่น การศึกษา เรื่องข่าวในมุมมองของผู้ชมรายการโทรทัศน์ หรือเชื่อมโยงประเด็นเพศสภาพกับการบริหารงาน/ องค์กรสื่อมวลชน เช่น Women news directors: Gender obstacles to achieving television newsroom leadership ศึกษาเรื่องอุปสรรคทางเพศสภาพในการขึ้นสู่ตำแหน่งผู้บริหารทีมข่าว เรื่อง Poor media, rich democracy: How economics and technology affect construction of

news processes เป็นการศึกษาเชิงโครงสร้างถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการทำข่าว ทั้งการบริหารงานและการกำหนดวาระข่าว

ปัญหาการวิจัยที่มีการศึกษาจำนวนมากรองลงมาคือหัวข้อเกี่ยวกับนโยบายการสื่อสาร ซึ่งเป็นประเด็นที่ค่อนข้างกว้างขวางและหลากหลายอย่างมาก เพราะปัญหาการวิจัยหลายๆเรื่องก็เกี่ยวข้องกับนโยบายการสื่อสาร ไม่ด้านใดก็ด้านหนึ่ง ตัวอย่างเช่น Policy and competition: The Development of the cable television industry in the United States ศึกษาเรื่องนโยบายและการแข่งขันของโทรทัศน์บอกรับสมาชิกหรือเคเบิลทีวีในประเทศสหรัฐอเมริกา; Assessing the impact of privatization policy on telecommunications sector effectiveness and economic activity in Sub-Saharan Africa ศึกษาผลกระทบของนโยบายการแปรรูป ที่มีต่อประสิทธิผลและกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจของภาคธุรกิจโทรคมนาคมในเขตตอนใต้ทะเลทรายซาฮารา; The State of the State: A qualitative meta-analysis of state involvement in television broadcasting in the former Czechoslovakia ศึกษาบทบาทของรัฐในกิจการโทรทัศน์ในประเทศเช็กโกสโลวาเกียเดิม; Carnival in the birdcage: A study of the film and media industries' reforms in China after 1978 and its soft power ศึกษาเรื่องการปฏิรูปอุตสาหกรรมภาพยนตร์และสื่อในประเทศจีนหลัง ค.ศ. 1978 รวมทั้งผลอิทธิพลที่ตามมา; Go mobile go everywhere? The roles and effects of mobile broadband policies ศึกษาบทบาทและผลกระทบของนโยบายเกี่ยวกับโทรศัพท์ broadband; Democracy or technocracy? An analysis of public and expert participation in FCC policymaking ศึกษาวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้เชี่ยวชาญในการกำหนดนโยบายของคณะกรรมการสื่อสารแห่งรัฐในประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเด็นปัญหาเรื่องผู้บริโภคสื่ออันว่ามีความสำคัญ ปรากฏในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์และดุชฎินิพนธ์ รวมทั้งฐานข้อมูลวารสารวิชาการเป็นจำนวนมาก เช่น Social media and the local television news audience ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์และการชมข่าวโทรทัศน์ท้องถิ่น; Appealing to the audience: How local TV news content producers learn about the viewers ศึกษาความต้องการของผู้ชมเพื่อนำไปพัฒนารายการโทรทัศน์ท้องถิ่น Twitter and television: A uses and gratifications study of Twitter usage and television viewing ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้ทวิตเตอร์และการชมโทรทัศน์; Always connected: Digital media in the lives of today's teenagers ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นในยุคปัจจุบัน Does embedding social media channels in hotel websites influence travelers' satisfaction and purchase intentions? ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของช่องรายการสื่อสังคมในเว็บไซต์ของโรงแรมที่มีต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้เดินทาง; Is increased consumer control changing media consumption from media business push

to media consumer pull? ศึกษาถึงผู้บริโภคที่มีอำนาจในการควบคุมสื่อมากขึ้นว่าจะส่งผลต่อพฤติกรรมกรบริโภคในเชิงรุกและรับอย่างไร

การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านเศรษฐศาสตร์ มีจำนวนมากเช่นกัน ตัวอย่างเช่น METPRO: A case study in diversity and newspaper economics ศึกษาประเด็นเกี่ยวกับความหลากหลายและเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับหนังสือพิมพ์ในโครงการฝึกงานบรรณาธิการสำหรับชนกลุ่มน้อย; Converting cultural capital to economic capital in the journalism field: Content management in the newspaper business กล่าวถึงการจัดการเนื้อหาในวงการวารสารศาสตร์เพื่อเปลี่ยนทุนทางวัฒนธรรมให้เป็นทุนทางเศรษฐกิจ; Cult of personalities: The influence economy of digital culture กล่าวถึงเศรษฐกิจของวัฒนธรรมดิจิทัล; Poor media, rich democracy: How economics and technology affect construction of news processes กล่าวถึงปัจจัยด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยีที่มีผลต่อกระบวนการสร้างข่าว; Assessing the impact of privatization policy on telecommunications sector effectiveness and economic activity in Sub-Saharan Africa ศึกษาผลกระทบของนโยบายการแปรรูป ที่มีต่อประสิทธิภาพและกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจของภาคธุรกิจโทรคมนาคมในเขตตอนใต้ทะเลทรายซาฮารา; Digital debate: Newspaper editors' approaches to online access fees and whether readers are willing to pay them ศึกษาถึงประเด็นเชิงเศรษฐศาสตร์กรณีหนังสือพิมพ์ต้องการคิดค่าเข้าใช้สื่อออนไลน์จากผู้อ่าน; Creating new revenue streams by realigning AM radio content with changes influenced by new technology กล่าวถึงการสร้างรายได้ในธุรกิจวิทยุระบบ AM โดยการปรับเปลี่ยนตามเทคโนโลยีสมัยใหม่; The work/play of the interactive new economy: Video game development in the United States and India ศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐกิจรูปแบบใหม่เชิงปฏิสัมพันธ์ในการพัฒนาวิดีโอเกมในประเทศสหรัฐอเมริกาและอินเดีย

ประเด็นพัฒนาการด้านเทคโนโลยีที่นำไปสู่การวิจัยมีปรากฏอยู่เป็นจำนวนมากเช่นกัน ตัวอย่างเช่น A study of development of Chinese newspaper groups in the context of digitalization การศึกษาพัฒนาการของกลุ่มหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในบริบทของการเปลี่ยนไปสู่ระบบดิจิทัล; Always connected: Digital media in the lives of today's teenagers ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของวัยรุ่นในยุคปัจจุบัน; Niche theory in new media: Is digital overtaking the print magazine industry? ศึกษาว่าสื่อใหม่ในรูปแบบดิจิทัลจะเข้ามาแทนที่ธุรกิจนิตยสารในรูปแบบสิ่งพิมพ์หรือไม่; The future of the women's magazines: Women's use of print and online women's magazines in the digital age ศึกษาการอ่านนิตยสารของผู้หญิงในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และออนไลน์ในยุคดิจิทัล; Mobile broadband adoption and its role in the U.S. digital divide ศึกษาการยอมรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ broadband และบทบาทของเทคโนโลยีที่มีต่อความเหลื่อม

ล้าทางดิจิทัลในประเทศสหรัฐอเมริกา; Bridging digital poverty: Adoption of information and communication technologies at community technology centers in the Dominican Republic โดยศึกษาจากการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ศูนย์เทคโนโลยีชุมชนในสาธารณรัฐโดมินิกันเพื่อการลดช่องว่างความยากจน; Poor media, rich democracy: How economics and technology affect construction of news processes เป็นการศึกษาเชิงโครงสร้างถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการทำข่าว ทั้งการบริหารงานและการกำหนดวาระข่าว; Factors impacting adoption of social communication technologies in organizations: A mixed methods study ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การยอมรับเทคโนโลยีการสื่อสารสังคมในองค์กร

ประเด็นเรื่องผลกระทบของสื่อยังคงเป็นประเด็นที่มีผู้สนใจศึกษาอย่างต่อเนื่อง เช่น Analysis of effects of news media industrialization strategy in china การวิเคราะห์ผลกระทบของกลยุทธ์อุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศจีน; Triple-play strategy in the cable and telecommunications industries: An empirical study of its use and impact on the US communications market ศึกษาเรื่องการใช้และผลกระทบของการให้บริการ Triple Play ที่มีต่อตลาดการสื่อสารในประเทศสหรัฐอเมริกา; The trust factor between meteorologists and viewers and the effects on local television audience retention ปัจจัยความเชื่อถือนระหว่างนักอุตุนิยมวิทยาและผู้ชม และผลกระทบต่อ การติดตามชมของผู้ชมรายการโทรทัศน์ท้องถิ่น; The impact of free newspapers on US markets ศึกษาผลกระทบของหนังสือพิมพ์แจกฟรีต่อตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา; A digital juggling act: a case study of new media's impact on the responsibilities of local television reporters ศึกษาผลกระทบของสื่อใหม่ต่อความรับผิดชอบของผู้รายงานข่าวท้องถิ่น

เรื่องกลยุทธ์ในการบริหารกิจการสื่อสาร มีพบมากเช่นกัน ตัวอย่างเช่น A study on brand development strategy of broadcasting media ศึกษากลยุทธ์การพัฒนาตราสินค้าของสื่อแพร่ภาพกระจายเสียง; Study on integration strategy of campus media in universities and colleges ศึกษากลยุทธ์เชิงบูรณาการของสื่อของสถาบันการศึกษา/มหาวิทยาลัย; The strategic analysis of broadcasting industry development under the background of the Triple-play วิเคราะห์กลยุทธ์ของการพัฒนาอุตสาหกรรมแพร่ภาพกระจายเสียงภายใต้การให้บริการ Triple-play; Staying ahead of the digital tsunami: Strategy, innovation and change in public media organizations ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ นวัตกรรม และความเปลี่ยนแปลงในองค์กรสื่อสารสาธารณะ

ประเด็นเรื่องการแข่งขันมีปรากฏอยู่ในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์หลายเรื่อง แต่มักจะผสมผสานกับประเด็นปัญหาด้านอื่นๆ เช่น Examining media convergence: Does it

converge good journalism, economic synergies, and competitive advantages? กล่าวถึงการหลอมรวมสื่อซึ่งยังมีคำถามเกี่ยวกับผลพวงที่ตามมาว่าจะทำให้เกิดการหลอมรวมวารสารศาสตร์ที่ดี การร่วมมือด้านเศรษฐกิจ และผลประโยชน์เชิงการแข่งขันหรือไม่; Journalism culture in Kunming: Market competition, political constraint and new technology in a Chinese metropolis ศึกษาวัฒนธรรมวารสารศาสตร์ที่คุนหมิง เกี่ยวกับการแข่งขันในตลาด ข้อจำกัดทางการเมือง และเทคโนโลยีสมัยใหม่ในมหานครของจีน

ประเด็นเกี่ยวกับการแข่งขัน จะมีการนำเสนออย่างเด่นชัดในกลุ่มวารสาร ตัวอย่างเช่น JOMBS มีการตีพิมพ์เรื่อง Effects of public broadcasting on the competition among private broadcasters and the total surplus ผลกระทบของสื่อแพร่ภาพกระจายเสียงสาธารณะที่มีต่อการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการกิจการภาคธุรกิจ; Corporate political strategies related to decisions of European Competition Commission on regulatory issues in the European telecommunications industry กลยุทธ์ทางการเมืองของบริษัท ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจของคณะกรรมการแข่งขันแห่งภูมิภาคยุโรป ในประเด็นการกำกับดูแลอุตสาหกรรมโทรคมนาคมแห่งภูมิภาคยุโรป; BBC in house production and the role of the window of creative competition การผลิตรายการของ BBC และบทบาทในการแข่งขันเชิงสร้างสรรค์; Competition, collaboration and cooperation: Swedish Provincial Newspaper Markets in Transition กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของตลาดหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศสวีเดน ในส่วนที่เกี่ยวกับการแข่งขัน และความร่วมมือระหว่างกัน; Competing with whom? where? and why (not)? An empirical study of U.S. online newspapers' competition dynamics เป็นเรื่องเกี่ยวกับการแข่งขันในธุรกิจหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศสหรัฐอเมริกา; Regulating media markets in the public interest: Principles beyond competition การกำกับดูแลตลาดสื่อในเชิงประโยชน์สาธารณะซึ่งต้องยึดหลักการที่เหนือกว่าการแข่งขัน

ประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการมีความสำคัญไม่น้อย และสามารถสะท้อนถึงปัญหาโดยตรงในการบริหารกิจการสื่อสาร ตัวอย่างเช่น เรื่อง Investigating the glass ceiling: How women in top media management shattered the glass ceiling การศึกษาสถานการณ์และบทบาทของผู้หญิงที่จะสามารถก้าวขึ้นมาถึงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงในวงการสื่อได้; Research on culture construction and management of SY broadcasting and TV station ศึกษาการสร้างและการบริหารเชิงวัฒนธรรมของสถานีโทรทัศน์ในประเทศจีน; Discuss upon the channel conflict management of newspaper distributing การบริหารจัดการความทับซ้อนของช่องทาง การจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์; Experiences in change management among media industry executives: A narrative inquiry ศึกษาการบริหารความเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารของ

องค์กรสื่อต่างๆ; Converting cultural capital to economic capital in the journalism field: Content management in the newspaper business กล่าวถึงการจัดการเนื้อหาในวงการวารสารศาสตร์เพื่อเปลี่ยนทุนทางวัฒนธรรมให้เป็นทุนทางเศรษฐกิจ; Newspaper management training and attitudes: A survey of managing editors and human resource directors on management training and attitudes toward management in newspapers การสำรวจความคิดเห็นของบรรณาธิการบริหารและหัวหน้าฝ่ายทรัพยากรบุคคลที่มีต่อการบริหารงานหนังสือพิมพ์; Spin the black circle: Exploring the survival of the independent record store in the digital age, under the lens of entrepreneurial management theory ใช้ทฤษฎีการบริหารงานแบบผู้ประกอบการเพื่อศึกษาความอยู่รอดของห้างจำหน่ายแผ่นเสียงอิสระในยุคดิจิทัล

4.3 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร

ผลการวิจัยพบว่าแนวคิดและทฤษฎีที่ถูกกล่าวถึงในงานวิจัยจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ และจากบทความวิจัยในวารสาร JOMBS, JMM และ JME ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 แจกแจงเป็นค่าความถี่ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4.6 – 4.7

4.3.1 แนวคิดและทฤษฎีในงานวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์

แนวคิดและทฤษฎีที่ถูกกล่าวถึงในงานวิจัยจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 มีความหลากหลาย ผู้วิจัยจึงจัดหมวดหมู่ให้มีความชัดเจนมากขึ้น เช่น เป็นทฤษฎีกลุ่มบริหารธุรกิจ กลุ่มทฤษฎีวิพากษ์ กลุ่มทฤษฎีสังคมวิทยา และกลุ่มทฤษฎีด้านการสื่อสาร ฯลฯ

แผนภูมิที่ 4.6: แนวคิดและทฤษฎีที่ปรากฏในการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์

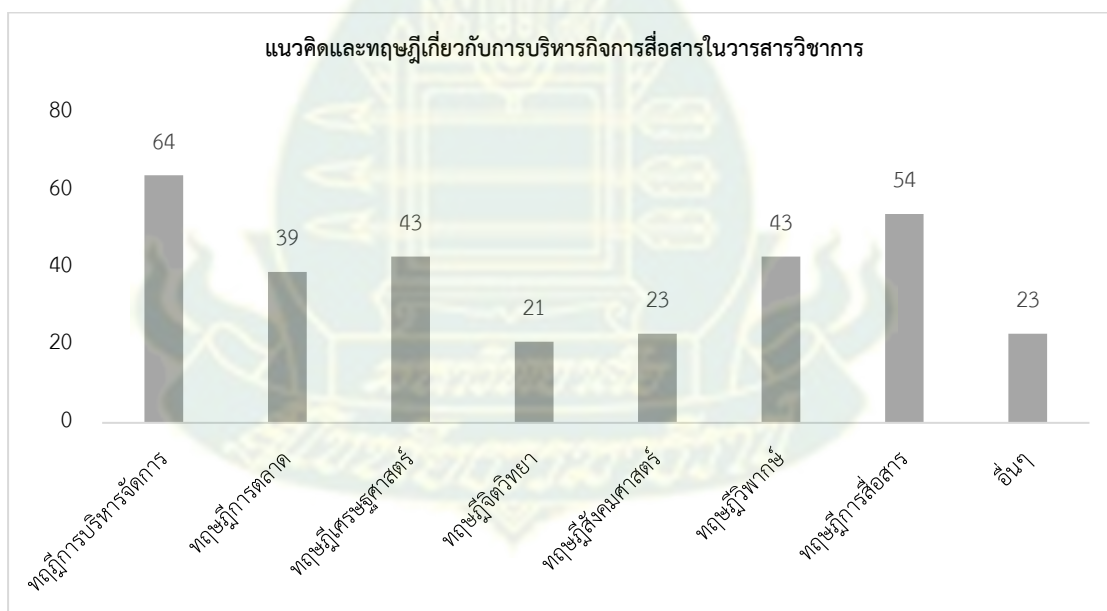


การวิจัยนี้พบว่างานวิจัยในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 มีการใช้แนวคิดและทฤษฎีที่หลากหลาย และงานวิจัยหลายเรื่องก็มีการใช้หลายทฤษฎีร่วมกัน ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวเป็นหมวดหมู่ พบว่ามีการใช้ทฤษฎีด้านการสื่อสารมากที่สุด (89 เรื่อง) รองลงมาเป็นทฤษฎีการบริหารจัดการ (44 เรื่อง) และทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ (42 เรื่อง) ทฤษฎีในกลุ่มทฤษฎีสังคมศาสตร์ (34 เรื่อง) ทฤษฎีวิพากษ์ (33 เรื่อง) ทฤษฎีจิตวิทยา (20 เรื่อง) ทฤษฎีการตลาด (14 เรื่อง) และทฤษฎีอื่นๆ (43 เรื่อง)

4.3.2 แนวคิดและทฤษฎีในบทความวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากวารสารวิชาการ

แนวคิดและทฤษฎีที่ถูกกล่าวถึงในบทความวิจัยในวารสาร JOMBS, JMM และ JME ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตาม 4.2.1 มีทั้งทฤษฎีในกลุ่มบริหารธุรกิจ กลุ่มทฤษฎีวิพากษ์ กลุ่มทฤษฎีสังคมวิทยา และกลุ่มทฤษฎีด้านการสื่อสาร ฯลฯ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4.7

แผนภูมิที่ 4.7: แนวคิดและทฤษฎีที่ปรากฏในการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากวารสารวิชาการ



การวิจัยนี้พบว่างานวิจัยในวารสาร JOMBS, JMM และ JME ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 มีการใช้แนวคิดและทฤษฎีที่หลากหลาย และงานวิจัยหลายเรื่องก็มีการใช้หลายทฤษฎีร่วมกัน ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวเป็นหมวดหมู่ พบว่ามีการใช้ทฤษฎีด้านการบริหารจัดการมากที่สุด (64 เรื่อง) รองลงมาเป็นทฤษฎีด้านการสื่อสาร (54 เรื่อง) ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์และทฤษฎีในกลุ่ม

ทฤษฎีวิพากษ์มีจำนวนเท่ากัน (43 เรื่อง) ตามด้วยทฤษฎีการตลาด (39 เรื่อง) ส่วนทฤษฎีสังคมศาสตร์ ทฤษฎีจิตวิทยา และทฤษฎีอื่น ๆ มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 23, 21 และ 23 เรื่องตามลำดับ

การสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีจากงานวิจัยทั้งจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ และ จากวารสารวิชาการ พบว่ามีทฤษฎีเด่นๆ ได้แก่

ทฤษฎีกลุ่มการบริหารจัดการ

ทฤษฎีในกลุ่มการบริหารจัดการที่พบเป็นส่วนมากคือ Organizational/Professional Culture Theories, Strategic Management theory, Change Management theory, Brand Theory, Leadership Theory, Human Capital Theory, Network Theory, Organizational Identity theory, Entrepreneurial Management Theory, Niche Theory, Media industry Studies approach, Structural Contingency Theory รวมถึงทฤษฎีทางการตลาด เช่น John McManus's Market Theory, Theory of the Firm, Relationship Marketing Theory และ Integrated Marketing Communication Concept

ทฤษฎีกลุ่มเศรษฐศาสตร์

ทฤษฎีกลุ่มเศรษฐศาสตร์ส่วนมากจะเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรด้านการสื่อสาร การแข่งขันในธุรกิจสื่อ เช่น Game Theory, Resource Allocation Theory, Government and Market Failure Theory, Theory of Demand, Theory of Consumer Behavior, Theories of Market Structure, Monopoly Theory, Theory of Competitive Advantage

ทฤษฎีกลุ่มจิตวิทยา

ทฤษฎีในกลุ่มจิตวิทยามีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีด้านการบริหารและด้านการสื่อสารอย่างมาก เช่นเดียวกัน เพราะศาสตร์ด้านจิตวิทยาช่วยให้เราสามารถเข้าใจการสื่อสารและพฤติกรรมของมนุษย์ ได้ง่ายขึ้น และเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถนำไปใช้ในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทฤษฎีกลุ่มจิตวิทยาที่พบในงานวิจัยมีหลากหลาย เช่น Interaction Theory, Expectancy Value Theory, Perception Theory, Social Cognitive Theory, Motivation Hygiene Theory, Self-determination Theory, Symbolic Interaction Theory, Identity Signaling Theory, Source Credibility Theory, Hierarchical Model Theory, Social Identity Theory, Parasocial Interaction Theory และ Effectuation Theory

ทฤษฎีกลุ่มสังคมศาสตร์

ทฤษฎีด้านสังคมศาสตร์มีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีด้านการบริหารและด้านการสื่อสารโดยพื้นฐาน การสังเคราะห์ทฤษฎีในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้จัดหมวดหมู่ทฤษฎีด้านการบริหารและการสื่อสารไว้เฉพาะ จึงทำให้ทฤษฎีด้านสังคมศาสตร์ทั่วไปมีจำนวนไม่มากนัก เช่น Social Exchange Theory,

Social Dominance Theory, Social Cognitive Career Theory, Social Judgement Theory, Social Exclusion Theory, Theory of Planned behavior, Social Systems Theory

ทฤษฎีกลุ่มวิพากษ์

ทฤษฎีในกลุ่มวิพากษ์ ประกอบด้วยทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์การเมืองไปจนถึงด้านความไม่เท่าเทียมทางสถานะและเพศสภาพซึ่งส่งผลถึงโครงสร้างการบริหารและเป็นอุปสรรคในการบริหารกิจการสื่อสาร เช่น Political Economy Theory, Organizational Social Media Governance Theory, Institutionalism and Resource Dependence Theory, Feminist Theory, Feminist Media Theory, Hegemonic Masculinity Theory, Gender-based assumption และ Stereotypical judgement

ทฤษฎีกลุ่มการสื่อสาร

ทฤษฎีกลุ่มการสื่อสารมีปรากฏในงานวิจัยที่ศึกษาอย่างหลากหลาย เช่น กลุ่ม Functional Theory ซึ่งกล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อในสังคม เช่น Gatekeeping Theory ทฤษฎีในกลุ่ม Normative Theory ซึ่งกล่าวถึงบรรทัดฐานของสื่อและมีความเชื่อมโยงกับหลักการที่ซับซ้อนด้านสังคม การเมือง และปรัชญา ซึ่งจัดระบบแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อและสังคม เช่น Four Theories of the Press รวมถึง Social Responsibility Theory และ Communication for Development Theory ทฤษฎีในกลุ่ม Media Effect Theory ซึ่งเชื่อในอิทธิพลของสื่อที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของคน พบว่างานวิจัยหลายเรื่องมีการใช้ Agenda Setting Theory รวมทั้ง Framing Theory และ Priming Theory, Media Dependency Theory, Cultivation Theory, Media Influence Theory, Social Learning Theory และ Hostile Media Effect Theory และในมุมมองของผู้ที่สนใจศึกษาเรื่องอิทธิพลอันจำกัดของสื่อ (Limited Effect Theory) Uses and Gratification Theory ยังคงได้รับการอ้างอิงอยู่มาก นอกจากนั้นยังมีทฤษฎีที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่สำคัญ เช่น Diffusion of Innovation Theory และ Technology Acceptance Model ในการสังเคราะห์งานวิจัยนี้ ยังมีทฤษฎีอื่นๆที่จัดเป็นทฤษฎีในกลุ่มการสื่อสารได้ เช่น Rhetorical Theory, Media Substitutability Theory, Media Complimentary Theory, Media Social Presence Theory, Theory of Television Program Choice และ Global News Flow Theory

กลุ่มทฤษฎีอื่นๆ

ทฤษฎีอื่นๆที่พบจากงานวิจัยในการศึกษานี้ เช่น Theory of Creativity, Transnational Media Management Theory, และ Theories of Globalization

การวิจัยนี้พบว่าในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ และฐานข้อมูลบทความจากวารสารวิชาการระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 งานวิจัยแต่ละเรื่องจะมีการใช้ทฤษฎีในลักษณะที่หลากหลาย บางเรื่องใช้ทฤษฎีเดียวเป็นกรอบในการศึกษา บางเรื่องใช้หลายทฤษฎีในกลุ่มเดียวกัน เช่น กลุ่มทฤษฎีด้านการสื่อสาร ด้านเศรษฐศาสตร์ ด้านการบริหารธุรกิจ ด้านเศรษฐศาสตร์การเมือง ด้านสังคมวิทยา และด้านจิตวิทยา เป็นต้น แต่ก็มีจำนวนไม่น้อยที่มีการศึกษาผสมผสานข้ามกลุ่มทฤษฎี การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายและนโยบายหลายเรื่องที่ไม่ได้มีการกล่าวถึงทฤษฎีไว้อย่างชัดเจน แต่ใช้วิธีศึกษาเอกสารเชิงประวัติศาสตร์ และการอภิปรายตามกรอบประเด็นที่กำหนด การแบ่งกลุ่มทฤษฎีจากข้อมูลที่สังเคราะห์มาข้างต้น จะพบว่าบางทฤษฎีไม่สามารถแยกกลุ่มกันได้เด็ดขาด เพราะมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีด้านสังคมศาสตร์และจิตวิทยาที่คล้ายกัน จึงขึ้นอยู่กับวิธีการนำไปใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์ของสังคม

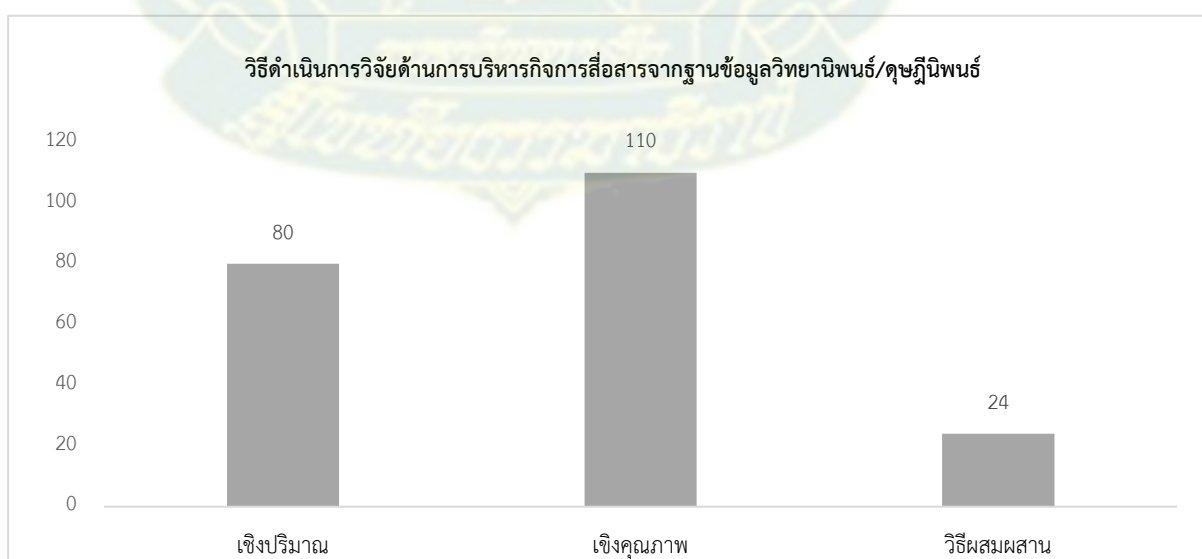
4.4 วิธีดำเนินการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร

การสังเคราะห์งานวิจัยจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ และบทความวิจัยจาก JOMS, JMM และ JME ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 พบว่ามีการใช้วิธีดำเนินการวิจัยทั้งเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และแบบผสมผสาน ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกค่าความถี่และสรุปได้ดังนี้

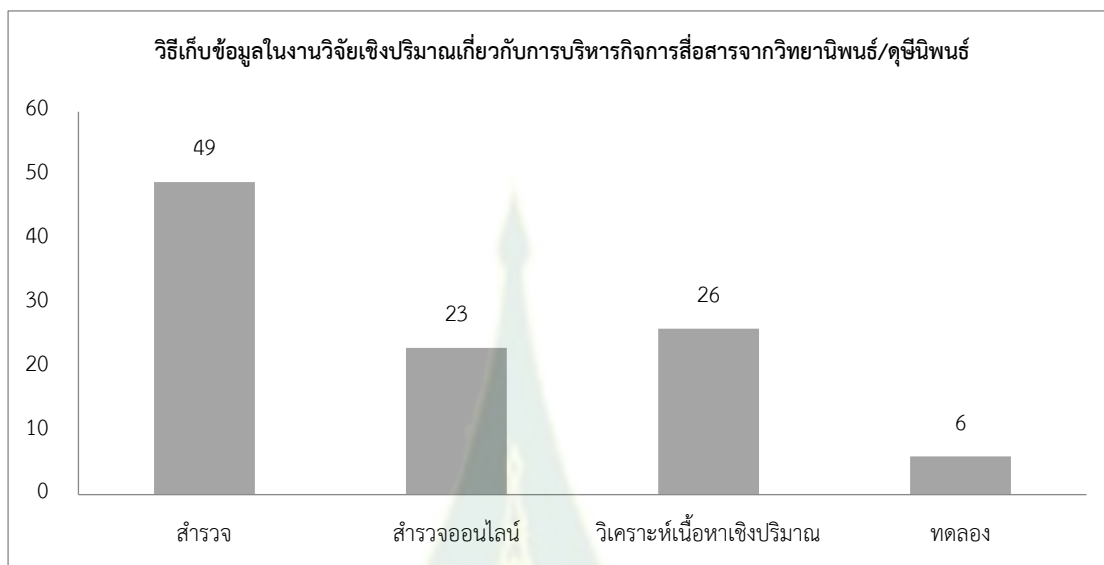
4.4.1 วิธีดำเนินการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์

วิธีดำเนินการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ จัดกลุ่มได้เป็นวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และแบบผสมผสาน รวมทั้งวิธีการเก็บข้อมูลที่พบในงานวิจัยเหล่านั้น นำเสนอในแผนภูมิที่ 4.8 – 4.10

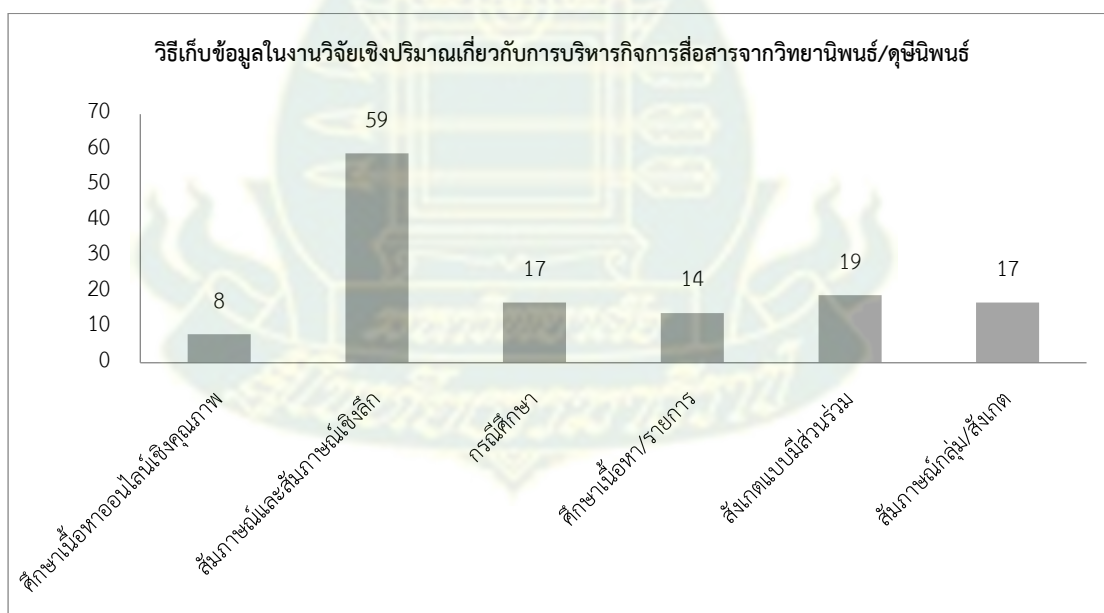
แผนภูมิที่ 4.8: วิธีดำเนินการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์



แผนภูมิที่ 4.9: วิธีการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์



แผนภูมิที่ 4.10: วิธีการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์



การวิจัยนี้พบว่าในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 มีการใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณจำนวน 80 เรื่อง เชิงคุณภาพจำนวน 110 เรื่อง และวิธีผสมผสานจำนวน 24 เรื่อง และในงานวิจัยเชิงปริมาณ มีการใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจมากที่สุด (49 เรื่อง) ตามด้วยการ

วิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ (26 เรื่อง) การสำรวจออนไลน์ (23 เรื่อง) แต่มีการใช้การวิจัยการทดลอง น้อยที่สุด มีจำนวนเพียง 6 เรื่อง สำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพนั้น มีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ และสัมภาษณ์เชิงลึกมากที่สุด (59 เรื่อง) รองลงมาคือการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (19 เรื่อง) กรณีศึกษา และการสัมภาษณ์กลุ่ม/สังเกตมีจำนวนเท่ากันคือ 17 เรื่อง ตามด้วยการศึกษาเนื้อหา/รายการ (14 เรื่อง) และศึกษาเนื้อหาออนไลน์เชิงคุณภาพ (8 เรื่อง) และมีงานวิจัยบางเรื่องที่ใช้วิธีการเก็บข้อมูล มากกว่า 1 วิธี

ตัวอย่างของวิธีการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณจากงานวิจัยในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ได้แก่เรื่อง Communicating with Viewers: Examining the Use of Graphics in Cable Television ศึกษาเรื่องการใช้กราฟิกในแคเบิลทีวี มีการเก็บข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหารายการ (content analysis) จากช่องเคเบิลทีวีในประเทศสหรัฐอเมริกา อันได้แก่ ช่อง USA, TNT, Nickelodeon และ Disney Channel เรื่อง Characteristics of online editors at city and regional magazines ศึกษาคุณลักษณะของบรรณาธิการนิตยสารออนไลน์ในระดับเมืองใหญ่และระดับภูมิภาค เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจออนไลน์ เพื่อหาคุณลักษณะ บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ วิธีการบริหารจัดการ ปัญหาอุปสรรค และและความพึงพอใจในงานของกลุ่มตัวอย่างบรรณาธิการ เรื่อง To Tell the Truth: The Credibility of Cable News Networks in an era of increasingly partisan political news coverage ศึกษาเรื่องความน่าเชื่อถือของการนำเสนอข่าวของสำนักข่าวในยุคข่าวเลือกข้าง ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการทดลอง โดยให้กลุ่มประชากรที่สนับสนุนพรรคการเมืองทั้งสองขั้ว (Democrats และ Republicans) ให้คะแนนความน่าเชื่อถือต่อข่าว 6 เรื่องที่นำเสนอผ่านช่องเคเบิลทีวี (Fox News และ CNN) ซึ่งครั้งหนึ่งเป็นข่าวการเมือง พบว่า Republicans เชื่อถือข่าวที่นำเสนอทาง Fox News มากกว่า ในขณะที่ Democrats เชื่อถือข่าวที่นำเสนอผ่าน CNN มากกว่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่าในการวิจัยเชิงคุณภาพจากฐานข้อมูลที่ศึกษา มีการใช้วิธีการเก็บข้อมูลหลายวิธี ตัวอย่างเช่น A digital juggling act: A case study of new media's impact on the responsibilities of local television reporters กล่าวถึงผลกระทบของสื่อใหม่ต่อความรับผิดชอบของนักข่าวโทรทัศน์ท้องถิ่น ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interviews) นักข่าว ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation)

ผลการวิจัยนี้ยังพบว่า การวิจัยแบบผสมผสานเป็นวิธีการที่ทำให้ได้ผลการวิจัยเชิงลึกและครอบคลุมประเด็นที่ศึกษาได้รอบด้าน ตัวอย่างเช่น Converting cultural capital to economic capital in the journalism field: Content management in the newspaper business กล่าวถึงการจัดการเนื้อหาในวงการวารสารศาสตร์เพื่อเปลี่ยนทุนทางวัฒนธรรมให้เป็นทุนทางเศรษฐกิจ เป็นกรณีศึกษา (case study) และการวิจัยแบบผสมผสาน มีการสัมภาษณ์ผู้บริหารหนังสือพิมพ์เพื่อ

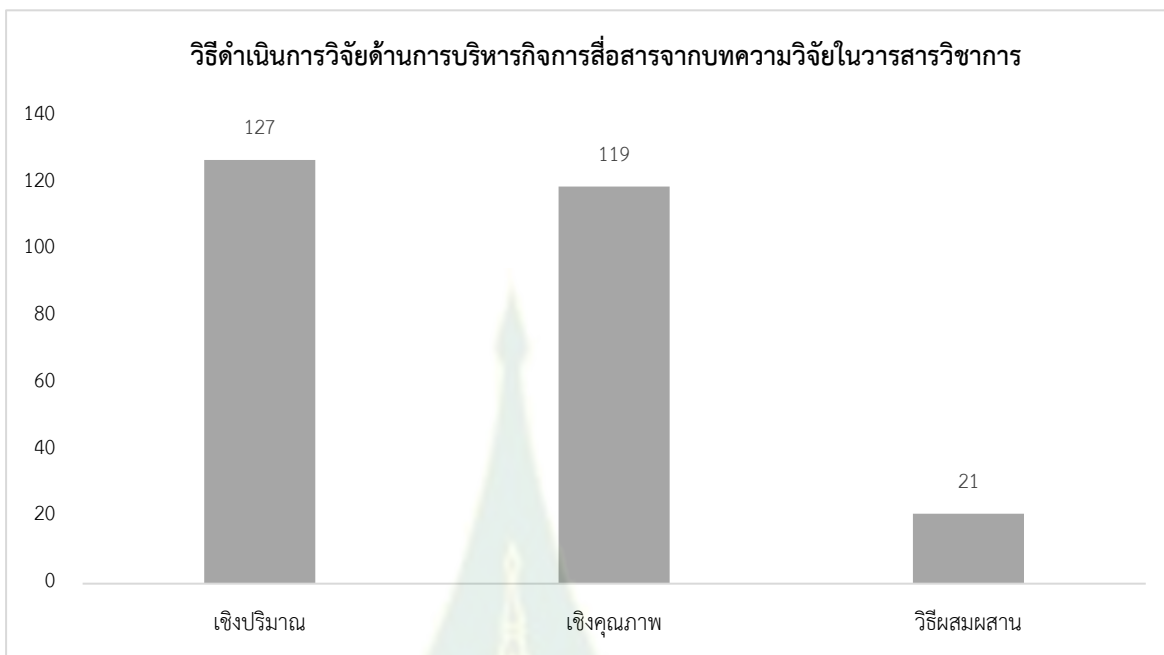
ศึกษาการรับรู้ขององค์กรต่อความเป็นวารสารศาสตร์ที่มีคุณภาพ การจัดสรรทรัพยากร การบริหารจัดการเนื้อหา และความสัมพันธ์ระหว่างการบรรณาธิกรณและธุรกิจ การวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์และข้อมูลทางการเงินเพื่อศึกษาว่าการผลิตเนื้อหาสอดคล้องกับมาตรฐานความเป็นวารสารศาสตร์ที่มีคุณภาพหรือไม่อย่างไร มีการสำรวจพฤติกรรมของผู้อ่านเพื่อศึกษาว่าเนื้อหาที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันมีผลกระทบต่อผู้อ่านและรายได้ของหนังสือพิมพ์หรือไม่ อย่างไร เรื่อง Breaking television news: Is social media coverage you can count on? ศึกษาวิธีการที่นักข่าวและช่างภาพบูรณาการผลิตข่าวโทรทัศน์กับสื่อสังคม รวมทั้งผลกระทบที่มีต่อข่าวโทรทัศน์ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยวิธีการสำรวจเพื่อศึกษาการยอมรับนวัตกรรมการใช้สื่อสังคมในการรวบรวมและเผยแพร่ข่าว และเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์นักข่าวและช่างภาพตัวต่อตัว เรื่อง Unfulfilled potential: A case study of traditional news media and the Internet เป็นกรณีศึกษาการทำงานแบบหลอมรวมสื่อของสามองค์กรข่าว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุ และสถานีโทรทัศน์ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวเชิงปริมาณ และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนร่วม

จากฐานข้อมูลที่ทำการศึกษา พบว่ามีงานวิจัยหลายเรื่องที่เป็นกรณีศึกษา และใช้วิธีการเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ และบางเรื่องก็เป็นการศึกษาเชิงประวัติศาสตร์และการวิเคราะห์เอกสาร ไม่ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากบุคคล เช่น Globalization and marketization of China's television industry: A case study of southwest China's Chongqing Broadcasting Group ศึกษาเรื่องโลกาภิวัตน์และการแข่งขันในระบบตลาดของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศจีน เป็นกรณีศึกษาที่มีหลายมุมมองทั้งด้านเศรษฐศาสตร์การเมืองและองค์กรสื่อ

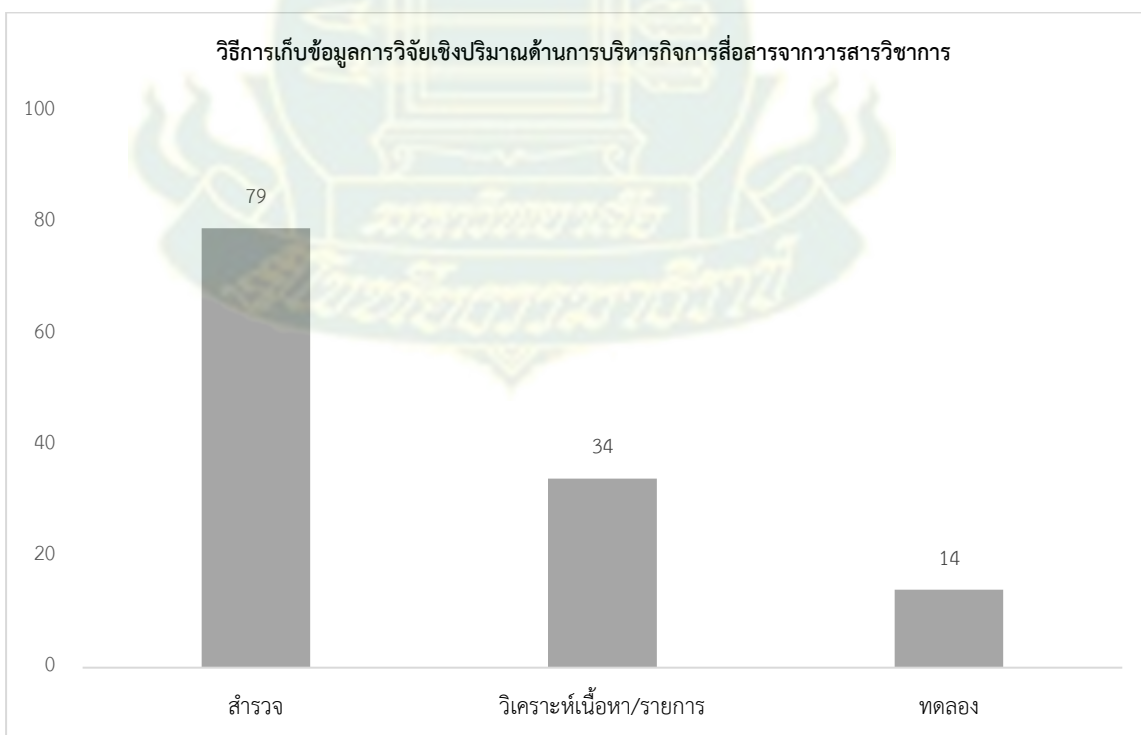
4.4.2 วิธีดำเนินการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากบทความวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารที่พบจากบทความวิจัยในวารสาร JOMBS, JMM และ JME จัดกลุ่มได้เป็นวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และแบบผสมผสาน รวมทั้งวิธีการเก็บข้อมูลที่พบในงานวิจัยเหล่านั้น นำเสนอในแผนภูมิที่ 4.11- 4.13

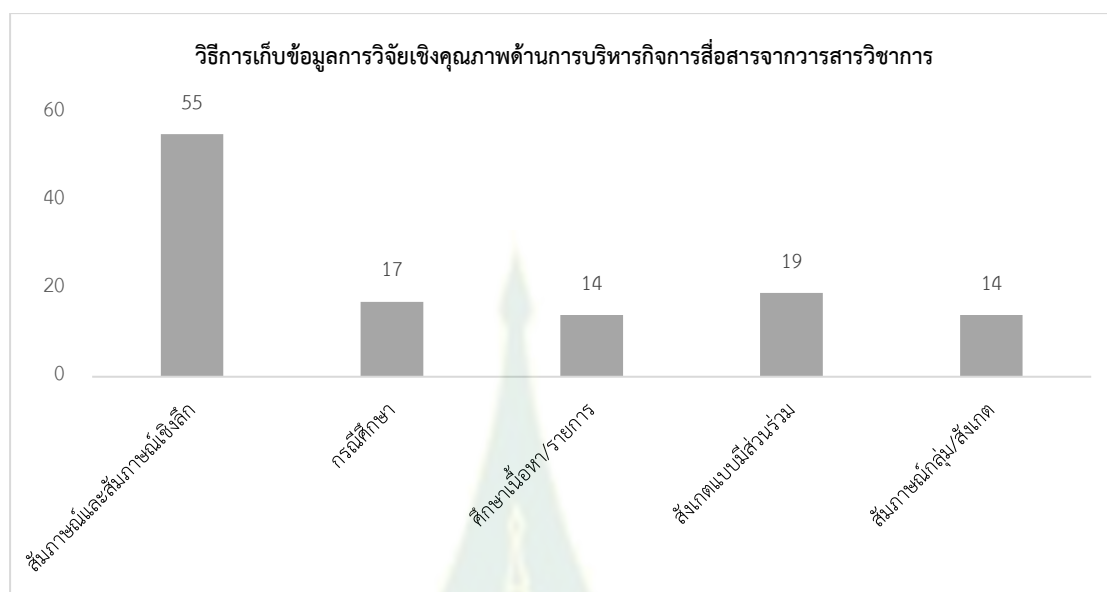
แผนภูมิที่ 4.11: วิธีดำเนินการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากบทความวิจัยในวารสารวิชาการ



แผนภูมิที่ 4.12: วิธีการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากวารสารวิชาการ



แผนภูมิที่ 4.13: วิธีการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากวารสารวิชาการ



การวิจัยนี้พบว่าในวารสารวิชาการ JOMBS, JMM และ JME ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 ที่มีการเผยแพร่ออนไลน์จำนวน 267 เรื่องนั้น มีการใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณจำนวน 127 เรื่อง วิจัยเชิงคุณภาพจำนวน 119 เรื่อง และวิธีผสมผสานจำนวน 21 เรื่อง และในงานวิจัยเชิงปริมาณ มีการใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจมากที่สุด (79 เรื่อง) ตามด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ (34 เรื่อง) แต่มีการใช้การวิจัยการทดลองน้อยที่สุด มีจำนวนเพียง 14 เรื่อง สำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพนั้น มีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มเชิงลึกมากที่สุด (55 เรื่อง) รองลงมาคือการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (19 เรื่อง) และกรณีศึกษา (17 เรื่อง) การศึกษาเนื้อหา/รายการเชิงคุณภาพ และการสนทนากลุ่ม มีจำนวนอย่างละเท่ากัน (14 เรื่อง)

ตัวอย่างของวิธีการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณจากงานวิจัยในวารสารวิชาการ JOMBS, JMM และ JME ได้แก่ เรื่อง Does the brand affect the quality perception of news articles? – An experimental study on news media brands in Switzerland ศึกษาว่าผู้ชมมีการประเมินคุณภาพของข่าวโดยเนื้อหาหรือตราสินค้าของสำนักข่าวนั้น โดยการใช่วิธีการทดลองออนไลน์ ซึ่งผลปรากฏว่าผู้ชมประเมินคุณภาพข่าวจากเนื้อหามากกว่า; Audience interactivity on video websites and the business implications for online media platforms ศึกษาพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมของผู้บริโภคสื่อออนไลน์โดยการวิเคราะห์การใช้งานบนเว็บไซต์วิดีโอ ศึกษาโดยการสำรวจกลุ่มผู้ใช้เทคโนโลยีบรอดแบนด์; Boom or bust? U.S. television news industry is booming but burnout looms for some ศึกษาระดับการถดถอยในการทำงานของนักข่าวโทรทัศน์และภาระงานรวมทั้งความรู้สึกถึงการสนับสนุนขององค์กร โดยใช้วิธีการสำรวจ; Competing with whom?

Where? and Why (not)? An empirical study of U.S. online newspapers' competition dynamics ศึกษาธรรมชาติ ระดับ และพื้นที่การแข่งขันของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยใช้วิธีการสำรวจผู้ใช้งานเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จำนวน 27 เว็บไซต์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและแหล่งข้อมูลออนไลน์/ออฟไลน์อื่นๆของผู้ใช้ในท้องถิ่นและที่อื่นๆ; Managing the Online Crowd: Motivations for engagement in user-generated content ศึกษาเหตุผลที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีส่วนร่วมในเนื้อหาที่ผลิตโดยชุมชนออนไลน์ โดยเปรียบเทียบกับผู้ใช้กลุ่มที่ชอบมีส่วนร่วมกับกลุ่มที่วางเฉยต่อเว็บไซต์หลักของชุมชนเพื่อทราบแรงจูงใจในการมีส่วนร่วม โดยใช้การสร้างโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM); Media management tools: UK broadcast media executives' perspective สำรวจความคิดเห็นของผู้บริหารสื่อแพร่ภาพกระจายเสียงในสหราชอาณาจักรที่มีต่อสถานการณ์สื่อในประเทศ อิทธิพลของสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่มีต่อการสร้างกลยุทธ์ด้านสื่อ และเครื่องมือในการบริหารจัดการที่พวกเขาใช้ และระดับความพึงพอใจที่ผู้บริหารเหล่านั้นมีต่อเครื่องมือในการบริหาร

ตัวอย่างของงานวิจัยเชิงคุณภาพจากบทความวิจัยได้แก่ The evolution of dominant logic: 40 years of strategic framing in the Finnish Broadcasting Company ศึกษาวิวัฒนาการของความคิดเชิงกลยุทธ์ในการบริหารจัดการของบริษัทสื่อแพร่ภาพกระจายเสียงของฟินแลนด์ในระยะเวลาที่ผ่านมา 40 ปี โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพจากรายงานการประชุมประจำปี; Ethical challenges of hybrid editors ศึกษาความคิดเห็นของบรรณาธิการนิตยสารไลฟ์สไตล์และบรรณาธิการข่าวในประเทศฟินแลนด์ เกี่ยวกับการตัดสินใจเชิงจริยธรรมระหว่างการทำงานสนับสนุนตราสินค้าและการทำหน้าที่ด้านวารสารศาสตร์ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์; Accessing the audience community: How newspapers connect with audience communities in Finland, Japan, and Korea ศึกษาการรับรู้ของหนังสือพิมพ์กระแสหลักและการปฏิบัติต่อกลุ่มผู้อ่านในฐานะที่เป็นชุมชนมิใช่ในฐานะมวลชน เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้อ่านหนังสือพิมพ์ในประเทศฟินแลนด์ ญี่ปุ่น และเกาหลี; Between decline and a new online business model: The case of the Spanish newspaper industry ศึกษารูปแบบของการทำธุรกิจหนังสือพิมพ์ในยุคของการเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์รอบด้านและเทคโนโลยี โดยใช้วิธีการศึกษาเพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นโดยกลุ่มกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ Prisa ในประเทศสเปน; Chinese newspaper ownership, corporate strategies, and business models in a globalizing world เป็นกรณีศึกษาหนังสือพิมพ์ Beijing Youth Daily (BYD) ที่วิเคราะห์ความเป็นเจ้าของสื่อ และอิทธิพลของโลกาภิวัตน์ที่มีต่อความเป็นเจ้าของสื่อ กลยุทธ์องค์กร และรูปแบบธุรกิจขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศจีน

ตัวอย่างของบทความวิจัยที่ใช้วิธีเชิงผสมผสาน ได้แก่ The dilemma of building campus radio stations on a business model: the case of ATL FM in Ghana ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัยในประเทศกานาโดยใช้รูปแบบของวิทยุประเภทธุรกิจ ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหารายการและการสัมภาษณ์เชิงลึก; Current state and development perspectives of media economics/media management research วิเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์สื่อ/การบริหารกิจการสื่อเพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการวิจัยในอนาคต ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณในงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย

