

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การสังเคราะห์งานวิจัยต่างประเทศเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษางานวิจัยของต่างประเทศระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 เพื่อ 1) สังเคราะห์ประเด็นปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร 2) สังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร และ 3) สังเคราะห์วิธีดำเนินการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร ผลการวิจัยทำให้ทราบประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารของต่างประเทศโดยผ่านงานวิจัย ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 ได้ทราบความสนใจของนักวิชาการที่มีต่อสถานการณ์ด้านการบริหารกิจการสื่อสาร วิธีการสร้างงานวิจัยและเลือกใช้เครื่องมือการวิจัยเพื่อตอบโจทย์ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารในทศวรรษที่ผ่านมา และได้องค์ความรู้เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดรูปแบบและทิศทางการวิจัยเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการบริหารกิจการสื่อสารในยุคปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งการนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาด้านการบริหารกิจการสื่อสารของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ เพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มผู้เรียนและตลาดเป้าหมายภายใต้ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสมต่อไป

การวิจัยนี้เป็นการสังเคราะห์งานวิจัย (research synthesis) โดยมีการศึกษานำร่อง (pilot study) จากฐานข้อมูลงานวิจัยและวารสารวิชาการของต่างประเทศ และพบว่าฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์และดุชฎินิพนธ์ของต่างประเทศ (ProQuest Dissertations & Theses Global) และฐานข้อมูลบทความวิชาการจาก SCImago Journal Rank (SJR) เป็นแหล่งค้นคว้าที่มีงานวิจัยตรงกับที่ผู้วิจัยต้องการทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ วิธีการคัดเลือกงานวิจัยจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์และดุชฎินิพนธ์ ใช้การค้นด้วยคำสำคัญและกลุ่มคำที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการกลั่นกรองจากผู้เชี่ยวชาญ จนได้วิทยานิพนธ์และดุชฎินิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์จำนวน 241 เรื่อง ส่วนวิธีการคัดเลือกบทความจากวารสารวิชาการ ใช้วิธีคัดเลือกวารสารด้านการบริหารกิจการสื่อสารโดยพิจารณาจากค่าดัชนีที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลงานวิจัย (*h* Index) รวมทั้งการกลั่นกรองจากผู้เชี่ยวชาญ ทำให้ได้วารสารที่นำมาสังเคราะห์จำนวนสามฉบับ คือ Journal of Media Business Studies (JOMBS), International Journal on Media Management (JMM) และ Journal of Media Economics (JME) ได้บทความวิจัยและบทความวิชาการเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารจำนวน 328 เรื่อง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้มี 2 ฉบับ ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูลงานวิจัยจากวิทยานิพนธ์/ดุชฎินิพนธ์ และแบบบันทึกข้อมูลบทความวิจัยจากวารสารวิชาการ ซึ่งใช้ผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่านเป็นผู้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการอ่านงานวิจัยและบันทึกข้อมูลลงแบบบันทึกด้วยตนเอง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ใช้วิธีการสรุปประเด็นสำคัญและจัดหมวดหมู่ของข้อมูลที่รวบรวมได้ ซึ่งจำเป็นต้องใช้ความรู้ความชำนาญเชิงวิชาการด้านการบริการกิจการสื่อสารและทักษะด้านภาษาอังกฤษของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสรุปและตีความประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร สรุปได้ดังนี้

### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของงานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร

การวิจัยนี้พบว่าจำนวนงานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารที่ตีพิมพ์ในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/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 และปี พ.ศ. 2559 มีผลงานวิจัยน้อยที่สุด คือ จำนวน 17 เรื่อง ส่วนวารสารวิชาการ ทั้งสามฉบับ คือ JOMBS, JMM และ JME 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 และพบว่าปีที่มีการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการทั้ง 3 ฉบับเป็นจำนวนน้อยที่สุด ได้แก่ปี พ.ศ. 2558 และ พ.ศ. 2560 คือต่างมีจำนวน 28 เรื่อง และเมื่อแยกจำนวนบทความตามวารสารทั้ง 3 ฉบับ ระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2560 พบว่า Journal of Media Business Studies (JOMBS) มีบทความด้านการบริหารกิจการสื่อสารตีพิมพ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.43 รองลงมาคือ International Journal on Media Management (JMM) มีร้อยละ 36.89 ตามด้วย Journal of Media Economics (JME) มีร้อยละ 17.68

ประเภทของงานวิจัยในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์เกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 ที่คัดออกมาได้จำนวน 241 เรื่องนั้น จำแนกได้เป็นวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทร้อยละ 41.08 และดุษฎีนิพนธ์ระดับปริญญาเอกร้อยละ 58.92 ส่วนบทความด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากวารสารทั้งสามฉบับ จำนวน 328 เรื่องนั้น จำแนกได้เป็นบทความวิจัยร้อยละ 81.40 และบทความทั่วไปร้อยละ 18.60

เมื่อสังเคราะห์ประเภทของสื่อที่มีการศึกษาอยู่ในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกิจการสื่อสารระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 พบว่ามีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อต่างๆหลายประเภท รวมทั้งการศึกษารูปร่างที่เกี่ยวข้องกับสื่อต่างๆ เหล่านั้น ผู้วิจัยพบว่ามีการศึกษาที่ระบุเกี่ยวกับสื่อใหม่โดยรวมเป็นจำนวนมากที่สุดถึง 60 เรื่อง รองลงมาเป็นการศึกษาเกี่ยวกับโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับสื่อกลุ่มดิจิทัลโดยรวม (สื่อใหม่ อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ ICT OTT) มีจำนวนถึง 84 เรื่อง ส่วนการสังเคราะห์วารสารทั้งสามฉบับ ระหว่าง พ.ศ. 2551

– 2560 พบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์เป็นจำนวนมากที่สุดถึง 70 เรื่อง ตามด้วยหนังสือพิมพ์จำนวน 57 เรื่อง รวมกลุ่มสื่อดิจิทัลจำนวน 44 เรื่อง และมีบทความเกี่ยวกับโทรศัพท์และโทรคมนาคมปรากฏอยู่ 18 เรื่อง

เมื่อพิจารณาถึงประเทศที่มีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 พบว่ามีการระบุประเทศที่ศึกษาไว้ชัดเจนหลายประเทศ และงานวิจัยบางเรื่องก็เป็นการศึกษาเปรียบเทียบ แม้ว่างานวิจัยบางเรื่องไม่ได้ระบุประเทศไว้ แต่สามารถเข้าใจได้จากเนื้อหาของงานวิจัยว่าส่วนใหญ่ศึกษาในบริบทของประเทศสหรัฐอเมริกาหรือศึกษาจากมหาวิทยาลัยในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งกลุ่มของประเทศสหรัฐอเมริกามีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 65.90 รองลงมาคือการศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์ในประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 11.06

### 5.1.2 ประเด็นปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร

การวิจัยนี้พบว่าในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ และฐานข้อมูลวารสารวิชาการที่ศึกษา ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 ส่วนมากมีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารในหลายประเด็นพร้อมกันไป ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกิจการสื่อสารได้ 19 ประเด็นหลัก จากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ พบว่ามีการศึกษาประเด็นเกี่ยวกับข่าวมากที่สุดเป็นจำนวน 50 เรื่อง ตามด้วยนโยบายการสื่อสารจำนวน 41 เรื่อง ประเด็นเกี่ยวกับผู้บริโภค (39 เรื่อง) เศรษฐศาสตร์ (37 เรื่อง) เทคโนโลยี (36 เรื่อง) การแข่งขัน (32 เรื่อง) การบริหารจัดการ (31 เรื่อง) และกลยุทธ์การบริหาร (30 เรื่อง) ตามลำดับ นอกนั้นเป็นประเด็นอื่นๆที่ได้รับความสนใจกล่าวถึงไม่มากนัก เช่น โลกาภิวัตน์ ความหลากหลายของสื่อ และเนื้อหาสื่อ

ประเด็นปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารจากวารสารวิชาการ พบว่าประเด็นเรื่องข่าวได้รับความสำคัญมากที่สุดเช่นเดียวกัน มีจำนวนถึง 54 เรื่อง รองลงมาเป็นประเด็นด้านกลยุทธ์การบริหาร (40 เรื่อง) และผู้บริโภคสื่อ (40 เรื่อง) ตามลำดับ ประเด็นที่ได้รับการกล่าวถึงน้อยลงมาในระดับทัดเทียมกัน 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) ประเด็นที่ปรากฏในงานวิจัยน้อยมาก ได้แก่ ประเด็นเนื้อหาสื่อ สังคม-วัฒนธรรม การบริหารจัดการ และภาวะผู้นำ

### 5.1.3 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร

งานวิจัยในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 มีการใช้แนวคิดและทฤษฎีที่หลากหลาย และงานวิจัยหลายเรื่อง ก็มีการใช้หลายทฤษฎีร่วมกัน จากการได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวเป็นหมวดหมู่ พบว่ามีการใช้ทฤษฎีด้านการสื่อสารมากที่สุด (89 เรื่อง) รองลงมาเป็นทฤษฎีการบริหารจัดการ (44 เรื่อง) และทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ (42 เรื่อง) ทฤษฎีในกลุ่มทฤษฎีสังคมศาสตร์ (34 เรื่อง) ทฤษฎีวิพากษ์ (33 เรื่อง) ทฤษฎีจิตวิทยา (20 เรื่อง) ทฤษฎีการตลาด (14 เรื่อง) และทฤษฎีอื่นๆ (43 เรื่อง) ส่วนการสังเคราะห์งานวิจัยจากวารสารสามฉบับ พบว่ามีการใช้แนวคิดและทฤษฎีที่หลากหลายเช่นกัน และงานวิจัยหลายเรื่องก็มีการใช้หลายทฤษฎีร่วมกัน จากการได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวเป็นหมวดหมู่ พบว่ามีการใช้ทฤษฎีด้านการบริหารจัดการมากที่สุด (64 เรื่อง) รองลงมาเป็นทฤษฎีด้านการสื่อสาร (54 เรื่อง) ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ และทฤษฎีในกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์มีจำนวนเท่ากัน (43 เรื่อง) ตามด้วยทฤษฎีการตลาด (39 เรื่อง) ส่วนทฤษฎีสังคมศาสตร์ ทฤษฎีจิตวิทยา และทฤษฎีอื่น ๆ มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 23, 21 และ 23 เรื่อง ตามลำดับ

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

### 5.1.4 วิธีดำเนินการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร

งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร ในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 มีการใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณจำนวน 80 เรื่อง เชิงคุณภาพจำนวน 110 เรื่อง และวิธีผสมผสานจำนวน 24 เรื่อง และในงานวิจัยเชิงปริมาณ มีการใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจมากที่สุด (49 เรื่อง) ตามด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ (26 เรื่อง) การสำรวจออนไลน์ (23 เรื่อง) และมีการใช้การวิจัยการทดลองน้อยที่สุดเป็นจำนวนเพียง 6 เรื่อง สำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพนั้น มีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และสัมภาษณ์เชิงลึกมากที่สุด (59 เรื่อง) รองลงมาคือการสังเกตแบบ

มีส่วนร่วม (19 เรื่อง) กรณีศึกษาและการสัมภาษณ์กลุ่ม/สังเกตมีจำนวนเท่ากันคือ 17 เรื่อง ตามด้วยการศึกษาเนื้อหา/รายการ (14 เรื่อง) และศึกษาเนื้อหาออนไลน์เชิงคุณภาพ (8 เรื่อง) และมีงานวิจัยบางเรื่องที่ใช้วิธีการเก็บข้อมูลมากกว่า 1 วิธี

งานวิจัยจากวารสารวิชาการทั้ง 3 ฉบับ ส่วนมากเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (127 เรื่อง) มีงานวิจัยเชิงคุณภาพ 119 เรื่อง และวิธีผสมผสาน 21 เรื่อง งานวิจัยเชิงปริมาณส่วนใหญ่เก็บข้อมูลโดยวิธีการสำรวจ (79 เรื่อง) ส่วนงานวิจัยเชิงคุณภาพส่วนใหญ่เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์/สัมภาษณ์เชิงลึก (55 เรื่อง)

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

### 5.2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับงานวิจัยและบทความที่ศึกษา

Kung (2007) กล่าวว่าหลักสูตรการบริหารกิจการสื่อสารมักจะถูกจัดสอนในระดับบัณฑิตศึกษา ส่วนมากจะเป็นด้านที่เน้นเฉพาะทางในระดับปริญญาโท แต่ก็มีบ้างที่จัดสอนในระดับปริญญาเอก แต่จากการสังเคราะห์งานวิจัยต่างประเทศเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2560 การวิจัยนี้พบว่าพบว่ามีฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ มีการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารจำนวน 241 เรื่อง และยังพบว่างานวิจัยที่พบส่วนมากเป็นดุษฎีนิพนธ์ระดับปริญญาเอก ร้อยละ 58.92 และวิทยานิพนธ์ร้อยละ 41.08 แสดงว่าประเด็นปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารที่เป็นเรื่องที่น่าสนใจได้รับความสนใจจากการศึกษาในระดับปริญญาเอกมากขึ้นกว่าช่วงทศวรรษก่อนหน้านั้น ทั้งนี้อาจเกิดจากพัฒนาการด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทศวรรษที่ผ่านมา ทำให้ประเด็นปัญหาด้านการบริหารกิจการสื่อสารมีความสำคัญและสามารถจับความสนใจของนักวิชาการด้านสื่อและด้านอื่นๆมากขึ้น ซึ่งนับว่าเป็นโอกาสที่ดีที่สาขาวิชาการบริหารกิจการสื่อสารจะได้ถูกนำไปศึกษาอย่างลึกซึ้ง และมีการพัฒนาสาขาวิชาให้เข้มแข็ง เพื่อจะได้องค์ความรู้ใหม่ๆที่สามารถนำผลการวิจัยกลับมาใช้ประโยชน์ทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพได้

Picard (2006) กล่าวถึงวิชาการบริหารกิจการสื่อสารในระยะเวลา 60 ปี ที่ผ่านมาพบว่าเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับสื่อและมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเพียงเล็กน้อย พอเริ่มเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 การบริหารกิจการสื่อสารก็ถูกยอมรับว่ามีความสำคัญในฐานะที่เป็นเรื่องที่มีความพิเศษเฉพาะทาง จากการศึกษาสำรวจของงานวิจัยนี้ พบว่าบทความวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารส่วนใหญ่ไม่ได้ปรากฏมากนักในวารสารด้านการสื่อสารหรือด้านการบริหารธุรกิจทั่วไป แต่ไปปรากฏในวารสารเฉพาะทางด้านการบริหารสื่อโดยเฉพาะ ตามตัวอย่างที่ได้คัดเลือกมาศึกษา เช่น Journal of Media Business Studies (JOMBS) และ International Journal on Media Management (JMM) ซึ่งมีบทความวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.43

และ 36.89 ของวารสารที่คัดเลือกมาทั้งสามฉบับ ซึ่งทำให้ยืนยันได้ว่า ศาสตร์ทางด้านการบริหารกิจการสื่อสารมีคุณสมบัติที่สำคัญต่อวงการศึกษามาก จึงมีความเด่นชัดขึ้นตามระยะเวลาที่ผ่านมาว่าครั้งศตวรรษ ทำให้เกิดวารสารวิชาการเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกิจการสื่อสารขึ้น

การสังเคราะห์ประเภทของสื่อ/ธุรกิจสื่อที่มีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร ผลการวิจัยพบว่าในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับสื่อใหม่โดยรวมเป็นจำนวนมากที่สุดถึง 60 เรื่อง มีการศึกษาเกี่ยวกับโทรทัศน์เป็นจำนวน 45 เรื่อง และศึกษาเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์เป็นจำนวน 35 เรื่อง ส่วนในการสังเคราะห์บทความจากวารสารทั้ง 3 ฉบับ พบว่ามีผู้ศึกษาเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์โดยรวมเป็นจำนวนมากที่สุดถึง 70 เรื่อง หนังสือพิมพ์ 57 เรื่อง และกลุ่มสื่อใหม่ (รวมกลุ่มสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ ICT) จำนวน 44 เรื่อง แสดงให้เห็นชัดเจนว่าในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 สื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และสื่อใหม่นั้นมีบทบาทสำคัญเป็นที่สนใจของนักวิชาการอย่างโดดเด่นมากกว่าสื่ออื่น การวิเคราะห์เชิงคุณภาพพบว่า ในช่วงเวลาที่ผ่านมามีสื่อสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์กำลังตกอยู่ในภาวะวิกฤต จึงมีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารหนังสือพิมพ์และการปรับตัวเชิงธุรกิจของหนังสือพิมพ์กันมาก เช่น การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างหนังสือพิมพ์ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และในรูปแบบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ขณะเดียวกันสื่อวิทยุโทรทัศน์ก็อยู่ในสถานะที่ถูกคุกคามจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่เทคโนโลยีการสื่อสารยุคดิจิทัลเช่นเดียวกัน ดังนั้น ประเภทของสื่อที่ได้รับความสนใจในการศึกษาด้านการบริหารกิจการสื่อสารทั้งจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์และจากบทความในวารสารจึงมีความสอดคล้องกันอย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น เรื่อง Twitter and television: A use and gratifications study of Twitter usage and television viewing เป็นการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ โดยการศึกษาเปรียบเทียบสื่อใหม่คือทวิตเตอร์กับสื่อโทรทัศน์ และ เรื่อง US newspapers and the adoption of technological innovations ที่กล่าวถึงบทบาทของหนังสือพิมพ์ในประเทศสหรัฐอเมริกาในการยอมรับนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี

การสังเคราะห์ประเทศที่มีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร เนื่องจากการวิจัยนี้ใช้ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ภาษาอังกฤษเป็นแหล่งข้อมูล และเป็นฐานข้อมูลที่รวบรวมงานของสถาบันการศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก จึงพบผลงานด้านการบริหารกิจการสื่อสารที่ทำการศึกษาด้านการบริหารกิจการสื่อสารมากที่สุดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 65.90 ตามด้วยประเทศจีนร้อยละ 11.06 ในขณะที่การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ในประเทศอื่น ๆ พบได้น้อยมาก ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะสาขาวิชาการบริหารกิจการสื่อสารถูกก่อตั้งขึ้นในยุโรปและอเมริกา (Muñoz, 2016) หรืออาจเป็นการสะท้อนว่าการศึกษาวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารยังจัดว่าเป็นศาสตร์ใหม่เมื่อเปรียบเทียบกับศาสตร์ทางด้านการสื่อสาร การบริหาร หรือเศรษฐศาสตร์ จึงมีกลุ่มนักวิชาการ

ที่สนใจศึกษาอยู่ในจำนวนจำกัดและส่วนมากเป็นการศึกษาในประเทศที่พัฒนาแล้วหรือเป็นผู้นำด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสาร

### 5.2.2 ประเด็นปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร

การสังเคราะห์ประเด็นปัญหาการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ และจากบทความในวารสารสามฉบับที่คัดเลือกมาศึกษา พบว่าประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารที่พบในงานวิจัยแต่ละเรื่องมักจะมีมากกว่า 1 ประเด็น ซึ่งประเด็นด้านข่าวถูกพบมากที่สุดทั้งในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ (50 เรื่อง) และบทความจากวารสาร (54 เรื่อง) แสดงให้เห็นว่าประเด็นเรื่องข่าวมีความสำคัญต่อสังคมทุกระดับ และยังมีการเชื่อมโยงไปสู่ประเด็นปัญหาเรื่องอื่นๆ เช่น ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาและสำนักข่าว กระบวนการผลิตและเผยแพร่ข่าว และคุณลักษณะของผู้สื่อข่าวในยุคดิจิทัล ผู้วิจัยจึงสรุปว่าท่ามกลางสถานการณ์ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป ประชาชนยังมีความต้องการบริโภคข่าวสารอยู่ไม่ได้ลดน้อยลง แต่เทคโนโลยียุคใหม่มีผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในกระบวนการผลิตและรูปแบบการบริโภคข่าวในยุคปัจจุบัน

นอกจากนั้นยังมีประเด็นอื่นๆที่พบว่ามีความถี่สูงในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ได้แก่ประเด็นเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค/ผู้ชม/ผู้ฟัง กลยุทธ์ นโยบาย การบริหารจัดการพัฒนาการของเทคโนโลยี และผลกระทบของสื่อ ส่วนประเด็นปัญหาจากบทความวิชาการในฐานข้อมูลวารสาร พบว่ามีความถี่ของประเด็นด้านกลยุทธ์และผู้บริโภคมาก รองลงมาจากประเด็นข่าวเช่นกัน เมื่อพิจารณาประเด็นปัญหาที่มีความถี่ในระดับน้อยของฐานข้อมูลทั้งสองแหล่ง พบว่าประเด็นเกี่ยวกับความหลากหลายของสื่อและเนื้อหาของสื่อไม่ได้มีการนำมาศึกษามากนักในช่วง 10 ปีที่ทำการศึกษา ผู้วิจัยสรุปว่าระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2560 ธุรกิจด้านสื่อมีการเปลี่ยนแปลงด้วยแรงขับเคลื่อนของปัจจัยเทคโนโลยีเป็นหลัก การบริหารกิจการสื่อสารมีการปรับตัวอย่างมาก ผลการวิจัยสะท้อนว่านักวิชาการในสถาบันการศึกษาต่างประเทศมองเห็นประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกิจการสื่อสารอย่างรอบด้าน และสะท้อนว่าข่าวยังเป็นสิ่งสำคัญของชีวิตประจำวันของผู้บริโภคในสังคม และความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อเป็นประเด็นปัญหาสำคัญในการบริหารกิจการสื่อสาร ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารกิจการสื่อสารที่ควรให้ความสำคัญ (พบในงานวิจัยมากกว่า 30 เรื่องขึ้นไป) ได้แก่ประเด็นเกี่ยวกับนโยบายด้านสื่อ เทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค เศรษฐศาสตร์ กลยุทธ์และผลกระทบของสื่อ การแข่งขัน และการบริหารจัดการสื่อในระดับต่างๆ

เป็นที่น่าสังเกตว่า ประเด็นความหลากหลายของสื่อและประเด็นสื่อข้ามชาติ/โลกาภิวัตน์ ซึ่งอาจเคยเป็นประเด็นที่สำคัญมากในการบริหารกิจการสื่อสารในยุคสื่อดั้งเดิม กลับไม่ได้รับความสำคัญมากนักในยุคสื่อดิจิทัลที่ผู้บริโภคสื่อสามารถเข้าถึง ใช้งาน และผลิตเนื้อหาสื่อได้อย่าง

หลากหลายมากกว่า ทั้งธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตในปัจจุบันก็สามารถก้าวข้ามเส้นแบ่งเขตแดนของแต่ละชาติทำให้การสื่อสารในปัจจุบันมีความเป็นโลกาภิวัตน์ได้มากขึ้นจนไม่เป็นประเด็นปัญหาที่สำคัญอีกต่อไป ผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่า ประเด็นปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารที่พบระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 มีทั้งปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายนอกองค์กร เช่น การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี นโยบาย การแข่งขัน ผู้บริโภค ฯลฯ และปัจจัยภายในองค์กร เช่น ความเป็นเจ้าของสื่อ กลยุทธ์การบริหารจัดการ และภาวะผู้นำ แต่การวิจัยนี้กลับพบว่าประเด็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำไม่ได้รับความสนใจศึกษามากนัก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Mierzejewska (2011) ที่พบว่าหัวข้อภาวะผู้นำเป็นหัวข้อที่ไม่ได้รับความสนใจมากนักในการวิจัยและการพัฒนาทฤษฎีในสาขาของการบริหารกิจการสื่อสาร ทั้งๆที่ประเด็นเรื่องภาวะผู้นำมีความสำคัญ ยืนยันได้จากงานเขียนโดยนักวารสารศาสตร์หลายชิ้นที่กล่าวถึงผู้บริหารซึ่งมีบทบาทสำคัญยิ่งในการควบคุมและบริหารจัดการองค์กร และหนังสือตำราต่างๆหลายเล่มก็กล่าวถึงภาวะผู้นำในการบริหารกิจการสื่อสาร แต่จำนวนนักวิชาการที่ศึกษาโดยการเก็บข้อมูลจริงจึงและเผยแพร่ผลงานในวารสารด้านการบริหารกิจการสื่อสารกลับปรากฏว่ามีน้อยจนน่าประหลาดใจ

### 5.2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร

Lowe และ Brown (2016) กล่าวว่า ปัญหาที่พบในการทบทวนวรรณกรรมด้านการบริหารกิจการสื่อสารคือ มักจะจะไม่ค่อยพบศาสตร์ทางด้านการสื่อสาร (communication) และสื่อมวลชนศึกษา (media studies) สักเท่าไรในงานที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ เพราะในแวดวงวิชาการมักจะใช้ทฤษฎีการบริหารทั่วไปกันมากกว่าที่จะพัฒนาทฤษฎีการสื่อสารและสื่อมวลชน แต่ในงานวิจัยนี้กลับพบว่างานวิจัยในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551 – 2560 มีการใช้แนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญมากที่สุดสามอันดับแรกคือ ด้านการสื่อสาร ด้านการบริหารจัดการ และทฤษฎีด้านเศรษฐศาสตร์ และยังสอดคล้องกับการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีจากบทความวิจัยในวารสาร JOMBS, JMM และ JME ซึ่งพบว่ามีกลุ่มแนวคิดทฤษฎีที่สำคัญสามอันดับแรกคือ ทฤษฎีด้านการบริหารจัดการ ด้านการสื่อสาร และด้านเศรษฐศาสตร์ เช่นกัน ดังนั้น ผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับ Lowe และ Brown (2016) เพราะการวิจัยนี้พบว่าแนวคิดทฤษฎีด้านการสื่อสารมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าแนวคิดทฤษฎีด้านการบริหารในการศึกษาวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2551 - 2560

ยิ่งไปกว่านั้น การสังเคราะห์งานวิจัยนี้ยังพบว่ามีการใช้ทฤษฎีด้านเศรษฐศาสตร์ในงานวิจัยที่ศึกษาเป็นจำนวนมากเช่นกัน ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่านักคิดส่วนใหญ่ที่มีส่วนในการผลักดันริเริ่มสาขาวิชาการบริหารกิจการสื่อสารก็ให้ความสำคัญกับนักเศรษฐศาสตร์ด้านสื่อ เช่น Robert G. Picard, Alfonso Nieto, Karl Erick Gustafson, Alan Albarran และ Steven



Wildman จึงเป็นความชัดเจนว่า สาขาวิชาการบริหารกิจการสื่อสารมีความเกี่ยวข้องกับสาขาวิชาเก่าแก่คือสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ของสื่อ (media economics) ซึ่งเริ่มต้นในครึ่งหลังของทศวรรษที่ 1970s และช่วงต้นทศวรรษ 1980s และยังคงเป็นอยู่จนถึงปัจจุบัน

#### 5.2.4 วิธีดำเนินการวิจัยที่ใช้ในการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร

การสังเคราะห์วิธีการวิจัยที่ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารนั้น ในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ มีการใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณ ในการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์และสัมภาษณ์เชิงลึกมากที่สุด (59 เรื่อง) ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณนั้น มีการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสำรวจมากที่สุด (49 เรื่อง) และเป็นที่น่าสนใจว่า การเก็บข้อมูลการสำรวจผ่านสื่อออนไลน์มีจำนวนเกือบครึ่งหนึ่งของการสำรวจแบบเดิม (23 เรื่อง) ผู้วิจัยคาดว่า การเก็บข้อมูลออนไลน์ในการวิจัยจะเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ เพราะเป็นวิธีที่สะดวกและมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการสำรวจแบบเดิม เชื่อว่าจะมีการพัฒนาโปรแกรมและวิธีการช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของการสำรวจออนไลน์ให้มีความเที่ยงตรงและมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นได้ในอนาคต

ผลการสังเคราะห์งานวิจัยต่างประเทศเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร พบว่า สาขาวิชาการบริหารกิจการสื่อสารมีความเป็นพหุวิทยาการ (multidisciplinary) ที่ต้องใช้องค์ความรู้จากหลายสาขามาประกอบกัน ดังเช่นที่ Kung (2017) กล่าวว่าต้องเป็นการเชื่อมโยงระหว่างสาขาวิชาการจัดการ (management) และการเน้นเฉพาะธุรกิจสื่อ (media industry) และองค์กรสื่อ (media organizations) แนวคิดของ Kung (2017) อาจแตกต่างจาก Lowe และ Brown (2016) ซึ่งยืนยันว่าการศึกษาด้านการบริหารกิจการสื่อสารควรให้ความสนใจในแนวคิดเชิงปรัชญาอย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นสังคมวิทยา มานุษยวิทยา รัฐศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ฯลฯ และควรเชื่อมโยงกับการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ด้วย การวิจัยนี้ยืนยันความเป็นพหุวิทยาการของการบริหารกิจการสื่อสาร ซึ่งควรเชื่อมโยงสาขาต่างๆได้อย่างกว้างขวาง โดยนำมาบูรณาการเพื่ออธิบายถึงปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องหรือเน้นเฉพาะเจาะจงในธุรกิจสื่อ (media industry) และองค์กรสื่อ (media organizations)

#### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง “การสังเคราะห์งานวิจัยต่างประเทศเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงสถานการณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการกิจการสื่อสารในต่างประเทศที่ผ่านมา และทำให้เห็นแนวโน้มในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกิจการสื่อสาร องค์ความรู้ที่ได้รับจากการสังเคราะห์งานวิจัยในครั้งนี้จึงควรนำไปใช้เป็นข้อมูลเปรียบเทียบกับสถานการณ์ในประเทศไทย และเป็นแนวทางให้นักวิชาการนำไปพัฒนาและต่อยอดการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการกิจการสื่อสารในประเทศไทยให้ทันสมัยและแพร่หลายต่อไป

2. ผลการวิจัยนี้พบว่าสื่อที่มีความสำคัญในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2560 คือ สื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และสื่อใหม่ (สื่อดิจิทัลหลายประเภทในภาพรวม) และผลการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพก็ทำให้ทราบสถานการณ์และปัญหาที่สะท้อนจากผลงานวิจัยหลายเรื่องว่าสื่อหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ แม้มีความสำคัญแต่ก็กำลังถูกคุกคามและถูกแทนที่โดยสื่อใหม่มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลการวิจัยนี้จึงทำให้นักวิชาการและผู้เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกิจการสื่อสารสามารถวางแผนรับมือกับสถานการณ์จริงได้อย่างเหมาะสมและแม่นยำ

3. ผลการวิจัยนี้พบว่าประเด็นปัญหาการวิจัยมีความสำคัญในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2560 มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการบริหารทั้งภายนอก (เช่น ด้านนโยบาย กฎหมาย ผู้บริโภค เทคโนโลยี และการแข่งขัน) และภายใน (เช่น ความเป็นเจ้าของสื่อ และกลยุทธ์การบริหารจัดการ) ดังนั้น การบริหารจัดการกิจการสื่อสารจึงควรคำนึงถึงปัจจัยทั้งภายในและภายนอกพร้อมกันไป

4. ผลการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎี และวิธีดำเนินการวิจัย ซึ่งพบว่ามีความหลากหลาย เป็นเครื่องยืนยันถึงความเป็นพหุวิทยาการ (multidiscipline) ของศาสตร์ด้านการบริหารจัดการกิจการสื่อสาร จึงทำให้การศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการกิจการสื่อสารเป็นพื้นที่เปิดกว้างให้นักวิชาการจากวงการอื่นที่สนใจในศาสตร์นี้สามารถเข้ามาร่วมพัฒนาความรู้ด้านการบริหารจัดการกิจการสื่อสารให้แข็งแกร่งและมีมุมมองใหม่ๆที่ทันสมัยได้ต่อไป

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการกิจการสื่อสารของต่างประเทศนี้ ทำการศึกษาจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ และวารสารวิชาการของต่างประเทศ ผลการวิจัยจึงอาจไม่ได้สะท้อนสถานการณ์และประเด็นปัญหาของประเทศไทยโดยตรง ผู้วิจัยเสนอให้มีการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการกิจการสื่อสารของประเทศไทย เพื่อเปรียบเทียบและทราบสถานการณ์ของประเทศไทยเกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการกิจการสื่อสาร

2. ควรนำผลการวิจัยเรื่องการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการกิจการสื่อสารของต่างประเทศ ไปต่อยอดโดยทำการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นปัญหาการวิจัยในหัวข้อที่สำคัญ เช่น

การบริหารกิจการสื่อดิจิทัล ประเด็นด้านนโยบาย ด้านการแข่งขันที่สำคัญในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกิจการสื่อสาร เพื่อให้ได้คำตอบเชิงลึกที่สามารถนำไปแก้ปัญหาสถานการณ์จริงได้อย่างทันสมัยและเป็นรูปธรรม

