

การศึกษาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารในงานวิชาการต่างประเทศ

ศิริวรรณ อนันต์โท*

สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Received: 24 January 2020

Revised: 4 August 2020

Accepted: 4 August 2020

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษางานวิจัยของต่างประเทศ ระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 เพื่อสังเคราะห์ (1) ประเด็นปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร (2) แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยและ (3) วิธีดำเนินการวิจัย ผลงานที่ใช้ศึกษาคัดเลือกจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์นานาชาติ จำนวน 241 เรื่อง และบทความวิชาการจำนวน 328 เรื่องจากวารสารจำนวน 3 ฉบับ ซึ่งคัดเลือกจากฐานข้อมูล SCImago Journal Rank (SJR) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติพรรณนา ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการสรุปประเด็นสำคัญและจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อสรุปและตีความ ผลการวิจัยพบว่างานวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 ส่วนใหญ่เป็นผลงานในระดับปริญญาเอก และส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ส่วนการสังเคราะห์บทความวิจัยจากวารสารสามฉบับพบว่าส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผลการสังเคราะห์งานวิจัยจากแหล่งข้อมูลทั้งสองกลุ่มพบว่า สื่อ/ธุรกิจสื่อที่มีการศึกษามากที่สุด คือ เรื่องสื่อใหม่ โทรศัพท์ และหนังสือพิมพ์ ส่วนประเด็นปัญหาการวิจัยที่ปรากฏมากที่สุดคือเรื่องข่าว โดยรวมแล้วงานวิจัยในการศึกษานี้มีการใช้ทฤษฎีที่หลากหลาย ส่วนใหญ่เป็นทฤษฎีการสื่อสาร การบริหารจัดการ และเศรษฐศาสตร์

คำสำคัญ : การบริหารกิจการสื่อสาร งานวิชาการต่างประเทศ การสังเคราะห์งานวิจัย

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: drsirirwana@gmail.com

A Study of Media Management in International Academic Work

Siriwan Anantho*

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

Received: 24 January 2020

Revised: 4 August 2020

Accepted: 4 August 2020

ABSTRACT

The objectives of this research article were to study international research from 2008- 2017 in order to synthesize (1) significant research problems concerning media management; (2) concepts and theories underlying media management research; and (3) research methods employed. The 241 theses/dissertations were selected from ProQuest Dissertations and Theses Global database, and 328 academic articles in three journals were obtained from SCImago Journal Rank (SJR) . The quantitative data were analyzed by descriptive statistics, and qualitative data were analyzed by thematic content analysis. The research results showed that most of media management research between 2008 and 2017 were doctoral dissertations, and most of which adopted qualitative approach. Meanwhile, most research articles published in the three selected journals used quantitative method. The data synthesis showed that the most popular media/media industry being studied were new media, television, and newspapers, while news was the most prominent research topic. In general, various theories were suggested in this study, however the prominent ones were media/communication, management, and economic theories.

Keywords: media management, international academic work, research synthesis

* Corresponding Author; E-mail: drsiriwana@gmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การบริหารกิจการสื่อสารเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริหารองค์กรสื่อภาคธุรกิจ สื่อสาธารณะ และสื่อประเภทต่างๆ ซึ่งรวมถึงการบริหารงานบุคคล การบริหารการผลิตสื่อและการตลาด กลยุทธ์ที่ผู้บริหารจำเป็นต้องใช้ในการบริหารกิจการสื่อสาร รวมทั้งปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อการบริหารกิจการสื่อสาร อันที่จริงแล้วนิยามที่เป็นหนึ่งเดียวของการบริหารกิจการสื่อสาร (media management) ยังไม่มีกำหนดไว้อย่างแน่นอน ดังเช่นที่ Kung (2017) กล่าวว่าการบริหารกิจการสื่อสารยังไม่มีนิยามที่ชัดเจนหรือเป็นที่เห็นพ้องต้องกัน อย่างไรก็ตาม โดยธรรมชาติของสาขาวิชานี้ การบริหารกิจการสื่อสารเป็นการศึกษาเชิงสหวิทยาการ (interdisciplinary research) เกี่ยวกับวิธีการที่องค์กรสื่อใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดเพื่อให้เป็นประโยชน์ตามความจำเป็นของสังคม หรืออีกด้านหนึ่งการบริหารกิจการสื่อสารก็คือการบริหารช่องทางสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การบริหารกิจการสื่อสารจึงเป็นจุดตัดทางวิชาการระหว่างศาสตร์สองด้าน อันได้แก่ การสื่อสารและการบริหารธุรกิจ (Muñoz, 2016) Albarran (2008) กล่าวว่า การนิยามความหมายของการบริหารกิจการสื่อสารนั้นมิใช่เรื่องง่าย เพราะธุรกิจสื่อในแต่ละยุคไม่เหมือนกัน ซึ่งหมายความว่าการศึกษาด้านการบริหารกิจการสื่อสารย่อมมีวิวัฒนาการและการเปลี่ยนแปลง

ปัจจุบันนี้ การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลให้การสื่อสารที่เคยเกิดขึ้นในวงจำกัดได้มีการขยายตัวออกไปในวงกว้างอย่างแพร่หลาย พร้อมทั้งกับที่ความสามารถในการครอบครองและเข้าถึงสื่อของประชาชนมีมากขึ้น บริบทของการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารจึงมีการเปลี่ยนแปลงและมีความซับซ้อนมากขึ้นทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ ส่งผลกระทบต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกๆระดับ นับตั้งแต่ผู้ประกอบการไปถึงผู้บริโภคสื่ออันหมายถึงประชาชนทั่วไปอย่างกว้างขวาง Kung (2017) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นตามระยะเวลา ว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นประจำสม่ำเสมอในวงการธุรกิจสื่อซึ่งใครก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เทคโนโลยีรูปแบบใหม่ไม่ได้เกิดขึ้นมาเพื่อทำลายล้างเทคโนโลยีดั้งเดิม แต่เป็นแรงผลักดันให้เทคโนโลยีดั้งเดิมมีการปรับตัว

จะเห็นได้ว่าบนเส้นทางการประกอบกิจการสื่อสารนั้น ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการต้องตั้งรับสถานการณ์และมีการปรับตัวตลอดเวลา สถานการณ์เทคโนโลยีเปลี่ยนโลก (disruptive technology) ที่กำลังเกิดขึ้นอาจส่งผลถึงการทำลายล้างเทคโนโลยีดั้งเดิมได้ทีเดียว ตัวอย่างเช่น ประเทศไทยเคยมีโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อกจำนวน 6 ช่อง ต่อมาในปี พ.ศ. 2557 มีการเปลี่ยนไปเป็นระบบดิจิทัลเป็นจำนวนกว่า 20 ช่อง ซึ่งส่งผลถึงการปรับตัวของสื่อเคเบิลทีวีและโทรทัศน์ดาวเทียม รวมทั้งการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ที่ให้บริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก เช่น บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีใช้โครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (Over The Top: OTT) ซึ่งสามารถส่งตรงเนื้อหาถึงผู้บริโภคสื่อแบบไร้พรมแดนและไม่มีขอบเขตจำกัด ดังนั้น ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศาสตร์ด้านการบริหารกิจการสื่อสารจึงเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยนำพาผู้ประกอบการธุรกิจด้านการสื่อสารให้ดำเนินกิจการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพในภูมิทัศน์สื่อยุคปัจจุบัน

จากความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงบริบททางการสื่อสารในทุกๆระดับ และจากผลกระทบของการสื่อสารที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคมดังกล่าวมาข้างต้น รวมทั้งเป้าหมายและนโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (digital economy) ที่เป็นวาระเร่งด่วนในการพัฒนาประเทศ ความรู้ด้านการบริหารกิจการสื่อสารจึงเป็นเรื่องสำคัญสำหรับสถานการณ์เทคโนโลยีเปลี่ยนโลกในปัจจุบัน แต่ในสถานการณ์จริงกลับพบว่างานวิจัยด้านนี้ในประเทศไทยยังไม่ได้มีการศึกษาให้หลากหลายมากนัก ผู้วิจัยจึงทำการสังเคราะห์งานวิจัยต่างประเทศเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร

ในช่วง พ.ศ. 2551-2560 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เทคโนโลยีดิจิทัลกำลังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมสื่ออย่างมาก ส่งผลถึงพฤติกรรมผู้บริโภคและการประกอบกิจการไปทั่วโลก การวิจัยนี้จึงมุ่งหวังเพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารที่ปรากฏในงานวิชาการระดับนานาชาติ ซึ่งจะเป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาด้านวิชาการและการประกอบกิจการสื่อสารของประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสังเคราะห์ประเด็นปัญหาการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารของต่างประเทศ ระหว่าง พ.ศ. 2551-2560
2. เพื่อสังเคราะห์แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารของต่างประเทศ ระหว่าง พ.ศ. 2551-2560
3. เพื่อสังเคราะห์วิธีดำเนินการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารของต่างประเทศ ระหว่าง พ.ศ. 2551-2560

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้องค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกับสถานการณ์ของประเทศไทยในอนาคต
2. ได้แนวทางในการพัฒนาด้านการบริหารกิจการสื่อสารทั้งเชิงวิชาการและปฏิบัติการ
3. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรด้านการบริหารกิจการสื่อสาร เพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มผู้เรียนและตลาดเป้าหมายภายใต้ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสมต่อไป

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การบริหารกิจการสื่อสาร (media management) นับว่าเป็นสาขาวิชาใหม่ที่เกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ Ferguson (1997) กล่าวว่า เมื่อก่อนเป็นการยากที่จะแยกสาขาวิชาการบริหารกิจการสื่อสารออกจากสาขาวิชาสื่อสารมวลชนหรือการบริหารองค์กร จนกระทั่งนักวิชาการในสาขาวิชาการบริหารกิจการสื่อสารได้พัฒนาทฤษฎีเฉพาะที่ก้าวข้ามเศรษฐศาสตร์และการบริหารจัดการเชิงประยุกต์ จนสามารถทำให้สาขาวิชาการบริหารกิจการสื่อสารมีความโดดเด่นขึ้นมา Kung (2007) กล่าวถึงเป้าหมายของการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารว่าต้องเป็นสะพานเชื่อมระหว่างสาขาวิชาทั่วไปเกี่ยวกับการบริหาร และมีการเน้นเฉพาะไปที่ธุรกิจสื่อและองค์กรสื่อ โดยเน้นความสำคัญของทฤษฎีด้านการบริหารจัดการมากกว่า ซึ่ง Lowe and Brown (2016) คิดว่าแนวคิดของ Kung อาจเป็นจริงในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา แต่ในปัจจุบันแนวคิดนี้คงไม่ถูกต้องนัก Lowe and Brown (2016) ยืนยันว่า การศึกษาด้านการบริหารกิจการสื่อสารควรให้ความสนใจในแนวคิดเชิงปรัชญาอย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นสังคมวิทยา มานุษยวิทยา รัฐศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ฯลฯ และควรเชื่อมโยงกับการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ Albarran (2008) ที่เห็นว่าการบริหารกิจการสื่อสารต้องการการมีปฏิสัมพันธ์กับสาขาวิชาอื่นๆ นอกเหนือจากสาขาวิชาการบริหารจัดการ จึงควรมีการศึกษารวมในหลายศาสตร์ทั้งด้านธุรกิจ สังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ ทั้งควรมีการทำวิจัยร่วมกันระหว่างภาคธุรกิจสื่อและนักวิชาการอีกด้วย

Merzewska and Hollifield (2006) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีในงานวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารโดยการสังเคราะห์บทความวิจัยจากวารสารวิชาการในช่วงเวลา 15 ปี และพบกลุ่มแนวคิดทฤษฎีที่

สามารถสรุปได้กว้างๆ เช่น ทฤษฎีด้านการบริการจัดการเชิงกลยุทธ์ ทฤษฎีด้านโครงสร้าง ทฤษฎีด้านวัฒนธรรมองค์กร ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม ทฤษฎีภาวะผู้นำ และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นต้น ส่วนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการการสังเคราะห์งานวิจัยนั้น Cooper and Hedges (1994) กล่าวถึงความหมายของการสังเคราะห์งานวิจัย (research synthesis) ว่า ในทางสังคมศาสตร์ มักใช้ในความหมายเช่นเดียวกับคำว่า การทบทวนงานวิจัย (research review) และการทบทวนอย่างเป็นระบบ (systematic review) แต่ Cooper and Hedges (1994) ให้ความหมายว่า การสังเคราะห์งานวิจัย เป็นความพยายามที่จะบูรณาการงานวิจัย (research integration) โดยค้นหาความสอดคล้องและพิจารณาความเปลี่ยนแปลงหรือความแตกต่างของผลการศึกษาในการศึกษาที่คล้ายกัน จุดประสงค์ของการสังเคราะห์การวิจัยคือพยายามที่จะบูรณาการงานวิจัยให้สามารถที่จะสรุปอ้างอิงได้ (generalization)

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนของการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการสังเคราะห์งานวิจัย (research synthesis) ของต่างประเทศด้านการบริหารกิจการสื่อสาร เป็นระยะเวลา 10 ปีย้อนหลัง นับตั้งแต่ พ.ศ. 2551-2560 โดยทำการสังเคราะห์ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรของงานวิจัยนี้ คืองานวิจัยจากฐานข้อมูลดุซนีนีพนธ์/วิทยานิพนธ์ ProQuest Dissertations and Theses Global ระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 และบทความวิจัยและบทความวิชาการในวารสารวิชาการจากฐานข้อมูล SCImago Journal Rank (SJR) ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 โดยมีขั้นตอนการคัดเลือกตัวอย่างดังนี้

1. การเลือกงานวิจัยจากฐานข้อมูลดุซนีนีพนธ์/วิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยคัดเลือกภายใต้คำสำคัญ “media management” และนำมากรองซ้ำด้วยประเด็นที่เกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารอีกชั้นหนึ่งภายใต้กรอบการค้นหาคำที่หาได้ในฐานข้อมูล โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของขอบข่ายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกิจการสื่อสารจำนวน 17 ประเด็น ได้แก่ ประเด็น mass communication, journalism, marketing, management, information technology, business administration, organizational behavior, public policy, women studies, film studies, economics, organization theory, public administration, entrepreneurship, social network, mass media, law ทำให้ได้วิทยานิพนธ์และดุซนีนีพนธ์ที่อยู่ในขอบเขตของการบริหารกิจการสื่อสารเป็นจำนวน 741 รายการ ขั้นตอนต่อไปจึงให้ผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่านอ่านงานวิจัยทุกเรื่องเพื่อคัดกรอง จนได้รายงานการวิจัยวิทยานิพนธ์และดุซนีนีพนธ์ที่ตรงกันและสามารถใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการในการศึกษาได้จำนวน 241 เรื่อง และได้นำมาทำการศึกษาทั้งหมด

2. การคัดเลือกบทความวิจัยและบทความวิชาการจากวารสารวิชาการในฐานข้อมูล SJR ผู้วิจัยได้ใช้วารสารวิชาการ 3 ฉบับเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 และมีการอ้างอิงทางวิชาการสูง อันได้แก่ Journal of Media Business Studies (JOMBS), International Journal on Media Management (JMM) และ Journal of Media Economics (JME) มาทำการคัดเลือกโดยใช้เกณฑ์ที่ปรับจากการคัดเลือกวิทยานิพนธ์และดุซนีนีพนธ์ในข้อ 1 และให้ผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่านตรวจสอบจนได้บทความวิจัยและบทความวิชาการที่ตรงกันจำนวนทั้งสิ้น 328 เรื่อง และนำมาทำการศึกษาทั้งหมด

ผู้เชี่ยวชาญที่ร่วมทำการคัดกรองตัวอย่างงานวิจัยและบทความวิชาการทั้งสองท่านเป็นผู้มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ด้านการสื่อสาร ด้านการบริหาร และด้านเศรษฐศาสตร์ ซึ่งเป็นศาสตร์ที่สำคัญในการศึกษาวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร (Albarran, 2012)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยได้แก่ (1) แบบบันทึกข้อมูลงานวิจัยจากวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ และ (2) แบบบันทึกข้อมูลบทความวิชาการจากวารสารวิชาการ เครื่องมือดังกล่าวมีประเด็นเกี่ยวกับข้อมูล/คุณลักษณะทั่วไปของงานวิจัย และยังแบ่งประเด็นเป็นหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ ประเด็นปัญหาการวิจัย แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย และวิธีดำเนินการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและบันทึกข้อมูลลงแบบบันทึกด้วยตนเอง โดยการอ่านงานวิจัยและบทความภาษาอังกฤษที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด แล้วบันทึกโดยการลงรหัสลงในแบบบันทึกตามหมวดหมู่ที่กำหนดเพื่อนำไปวิเคราะห์เชิงปริมาณ รวมทั้งการบันทึกบริบทและประเด็นสำคัญเพื่อนำไปวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และร้อยละ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการสรุปประเด็นสำคัญและจัดหมวดหมู่ของข้อมูลที่รวบรวมได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การสรุปประเด็นหลัก (theme) ที่ปรากฏจากผลการวิจัยช่วยยืนยันและร่วมอธิบายผลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยคำนึงถึงสถานการณ์เชิงเศรษฐกิจสังคมและเทคโนโลยีในบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อความกระจ่างชัดและเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับงานวิจัย และเป็นการเติมเต็มให้งานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับงานวิจัยและบทความที่ศึกษา (2) ประเด็นปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร (3) แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร และ (4) วิธีดำเนินการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับงานวิจัยและบทความที่ศึกษา

จำนวนงานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารที่ตีพิมพ์ในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 มีจำนวนมากที่สุดใน พ.ศ. 2554 เป็นจำนวน 32 เรื่อง และปี พ.ศ. 2559 มีผลงานวิจัยน้อยที่สุด คือ จำนวน 17 เรื่อง ส่วนวารสารวิชาการทั้งสามฉบับ คือ Journal of Media Business Studies (JOMBS), International Journal on Media Management (JMM) และ Journal of Media Economics (JME) ระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 มีจำนวนบทความเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารรวมกันมากที่สุดใน พ.ศ. 2552 เป็นจำนวน 42 เรื่อง และพบว่า ปีที่มีการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการทั้ง 3 ฉบับเป็นจำนวนน้อยที่สุด ได้แก่ พ.ศ. 2558 และ พ.ศ. 2560 คือ ต่างมีจำนวน 28 เรื่อง และเมื่อแยกจำนวนบทความตามวารสารทั้ง 3 ฉบับ ระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 พบว่า JOMBS มีบทความด้านการบริหารกิจการสื่อสารตีพิมพ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.43 รองลงมา คือ JMM มีร้อยละ 36.89 ตามด้วย JME มีร้อยละ 17.68

ประเภทของงานวิจัยในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุขฎินิพนธ์เกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 ที่คัดออกมาได้จำนวน 241 เรื่องนั้น จำแนกได้เป็นวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทร้อยละ 41.08 และดุขฎินิพนธ์ระดับปริญญาเอกร้อยละ 58.92 ส่วนบทความด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากวารสารทั้งสามฉบับ จำนวน 328 เรื่องนั้น จำแนกได้เป็นบทความวิจัย ร้อยละ 81.40 และบทความทั่วไปร้อยละ 18.60

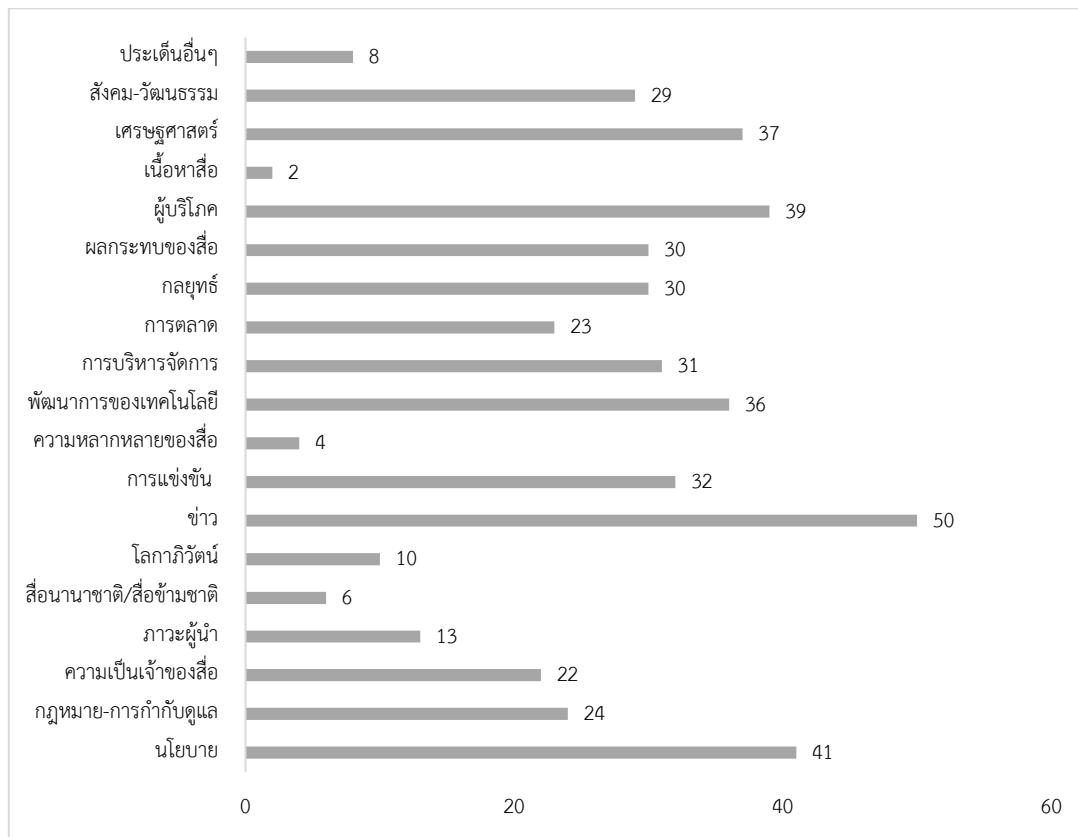
เมื่อสังเคราะห์ประเภทของสื่อที่มีการศึกษาอยู่ในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุขฎินิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกิจการสื่อสารระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 พบว่ามีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อต่างๆ หลายประเภท รวมทั้งการศึกษารูทิจที่เกี่ยวข้องกับสื่อต่างๆ เหล่านั้น โดยมีการศึกษาที่ระบุเกี่ยวกับสื่อใหม่โดยรวมเป็นจำนวนมากที่สุดถึง 60 เรื่อง รองลงมาเป็นการศึกษาเกี่ยวกับโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับสื่อกลุ่มดิจิทัลโดยรวม (สื่อใหม่ อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ ICT OTT) มีจำนวนถึง 84 เรื่อง ส่วนการสังเคราะห์วารสารทั้งสามฉบับระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 พบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์เป็นจำนวนมากที่สุดถึง 70 เรื่อง ตามด้วยหนังสือพิมพ์จำนวน 57 เรื่อง รวมกลุ่มสื่อดิจิทัลจำนวน 44 เรื่อง และมีบทความเกี่ยวกับโทรศัพท์และโทรคมนาคมปรากฏอยู่ 18 เรื่อง

เมื่อพิจารณาถึงประเทศที่มีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุขฎินิพนธ์ระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 พบว่ามีการระบุประเทศที่ศึกษาไว้ชัดเจนหลายประเทศ และงานวิจัยบางเรื่องก็เป็นการศึกษาเปรียบเทียบ แม้ว่าจะงานวิจัยบางเรื่องไม่ได้ระบุประเทศไว้ แต่สามารถเข้าใจได้จากเนื้อหาของงานวิจัยว่าส่วนใหญ่ศึกษาในบริบทของประเทศสหรัฐอเมริกา หรือศึกษาจากมหาวิทยาลัยในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งกลุ่มของประเทศสหรัฐอเมริกามีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 65.90 รองลงมาคือการศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์ในประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 11.06

ส่วนข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยสรุปได้ตามข้อ 2-4 ดังต่อไปนี้

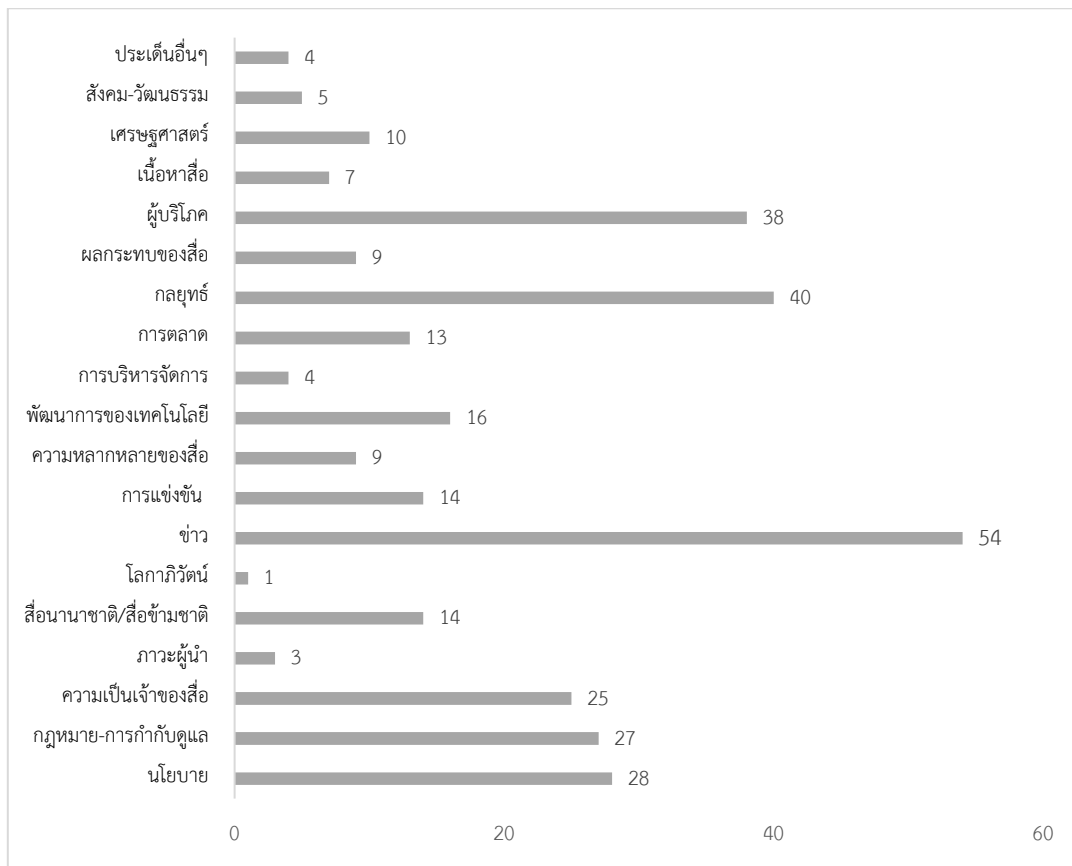
2. ประเด็นปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร

การวิจัยนี้พบว่าในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุขฎินิพนธ์ และฐานข้อมูลวารสารวิชาการที่ศึกษา ระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 ส่วนมากมีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารในหลายประเด็นพร้อมกันไป ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกิจการสื่อสารได้ 19 ประเด็นหลัก จากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุขฎินิพนธ์ พบว่ามีการศึกษาประเด็นเกี่ยวกับข่าวมากที่สุดเป็นจำนวน 50 เรื่อง ตามด้วยนโยบายการสื่อสารจำนวน 41 เรื่อง ประเด็นเกี่ยวกับผู้บริโภค (39 เรื่อง) เศรษฐศาสตร์ (37 เรื่อง) เทคโนโลยี (36 เรื่อง) การแข่งขัน (32 เรื่อง) การบริหารจัดการ (31 เรื่อง) กลยุทธ์การบริหาร (30 เรื่อง) และผลกระทบของสื่อ (30 เรื่อง) นอกนั้นเป็นประเด็นอื่นๆ ที่ได้รับความสนใจกล่าวถึงไม่มากนัก เช่น สื่อข้ามชาติ ความหลากหลายของสื่อ และเนื้อหาสื่อ (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ประเด็นปัญหาการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์และดุษฎีนิพนธ์
พ.ศ. 2551-2560

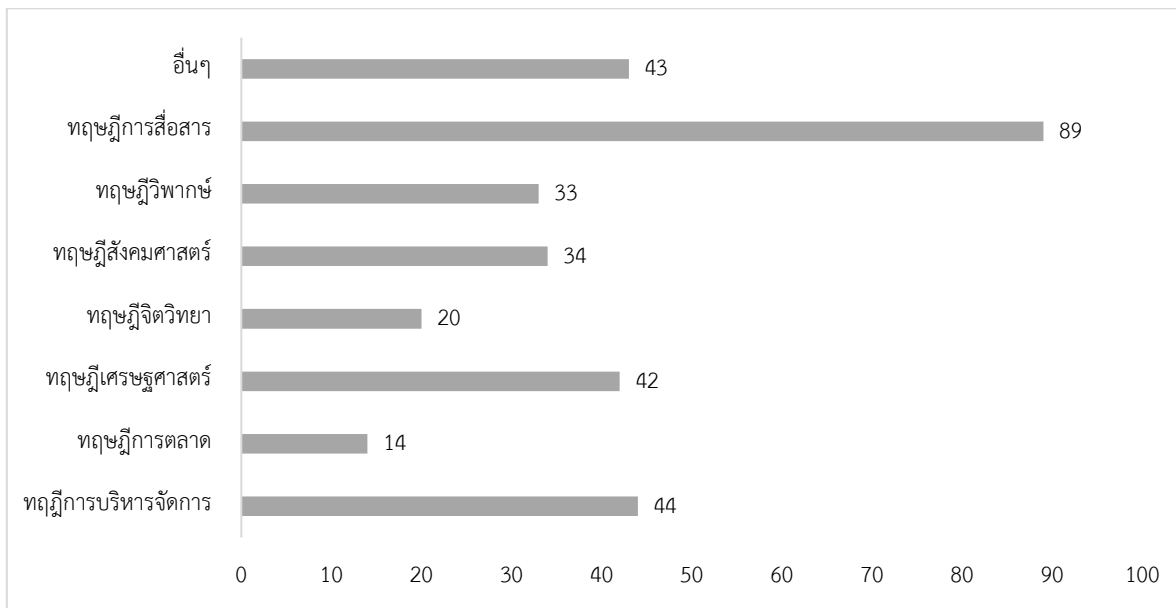
ประเด็นปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารจากวารสารวิชาการ พบว่าประเด็นเรื่องข่าวได้รับความสำคัญมากที่สุดเช่นเดียวกัน มีจำนวนถึง 54 เรื่อง รองลงมาเป็นประเด็นด้านกลยุทธ์การบริหาร (40 เรื่อง) และผู้บริโภคสื่อ (38 เรื่อง) ตามลำดับ ประเด็นที่ได้รับการกล่าวถึงน้อยลงมาในระดับที่ดัดเทียมกัน ได้แก่ 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 ได้แก่ประเด็นเนื้อหาสื่อ สังคม-วัฒนธรรม การบริหารจัดการ ภาวะผู้นำและโลกาวัดน์ (ภาพที่ 2)



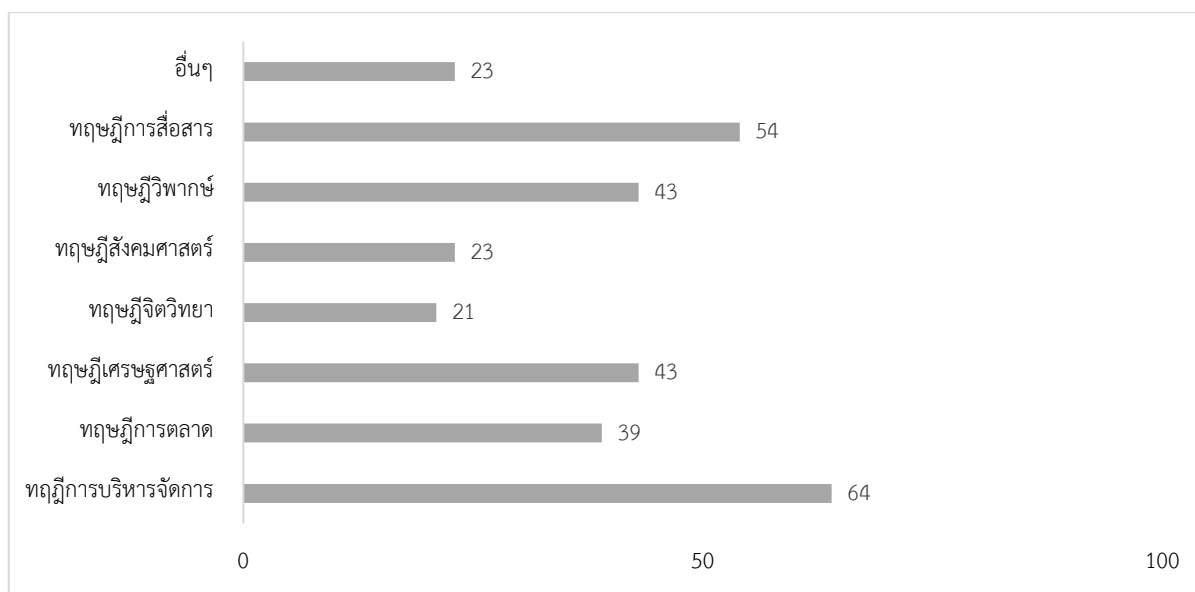
ภาพที่ 2 ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารจากวารสารวิชาการ พ.ศ. 2551-2560

3. แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร

งานวิจัยในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 มีการใช้แนวคิด และทฤษฎีที่หลากหลาย และงานวิจัยหลายเรื่องก็มีการใช้หลายทฤษฎีร่วมกัน จากการที่ได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวเป็นหมวดหมู่ พบว่ามีการใช้ทฤษฎีด้านการสื่อสารมากที่สุด (89 เรื่อง) รองลงมาเป็นทฤษฎีการบริหารจัดการ (44 เรื่อง) และทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ (42 เรื่อง) ทฤษฎีในกลุ่มทฤษฎีสังคมศาสตร์ (34 เรื่อง) ทฤษฎีวิพากษ์ (33 เรื่อง) ทฤษฎีจิตวิทยา (20 เรื่อง) และทฤษฎีการตลาด (14 เรื่อง) (ภาพที่ 3) ส่วนการสังเคราะห์งานวิจัยจากวารสารสามฉบับ พบว่ามีการใช้แนวคิดและทฤษฎีที่หลากหลายเช่นกัน และงานวิจัยหลายเรื่องก็มีการใช้หลายทฤษฎีร่วมกัน จากการได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวเป็นหมวดหมู่ พบว่ามีการใช้ทฤษฎีด้านการบริหารจัดการมากที่สุด (64 เรื่อง) รองลงมาเป็นทฤษฎีด้านการสื่อสาร (54 เรื่อง) ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์และทฤษฎีในกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์มีจำนวนเท่ากัน (43 เรื่อง) ตามด้วยทฤษฎีการตลาด (39 เรื่อง) ส่วนทฤษฎีสังคมศาสตร์ และทฤษฎีจิตวิทยา มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 23 และ 21 เรื่องตามลำดับ (ภาพที่ 4) การแบ่งกลุ่มทฤษฎีจากข้อมูลที่สังเคราะห์มาข้างต้น จะพบว่าบางทฤษฎีไม่สามารถแยกกลุ่มจากกันได้เด็ดขาด เพราะมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีด้านสังคมศาสตร์และจิตวิทยาที่คล้ายกัน จึงขึ้นอยู่กับวิธีการนำไปใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์ของสังคม



ภาพที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีที่ปรากฏในการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/
ดุชนิพนธ์ พ.ศ. 2551-2560



ภาพที่ 4 แนวคิดและทฤษฎีที่ปรากฏในการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากวารสารวิชาการ
พ.ศ. 2551-2560

4. วิธีดำเนินการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร

งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุชนิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 มีการใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณจำนวน 80 เรื่อง เชิงคุณภาพจำนวน 110 เรื่อง และวิธีผสมผสานจำนวน 24 เรื่อง และในงานวิจัยเชิงปริมาณ มีการใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจมากที่สุด (49 เรื่อง) ตามด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ

(26 เรื่อง) การสำรวจออนไลน์ (23 เรื่อง) และมีการใช้การวิจัยเชิงทดลองน้อยที่สุดเป็นจำนวนเพียง 6 เรื่อง สำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพนั้น มีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และสัมภาษณ์เชิงลึกมากที่สุด (59 เรื่อง) รองลงมา คือ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (19 เรื่อง) กรณีศึกษาและการสัมภาษณ์กลุ่ม/สังเกตมีจำนวนเท่ากันคือ 17 เรื่อง ตามด้วยการศึกษาเนื้อหา/รายการ (14 เรื่อง) และศึกษาเนื้อหาออนไลน์เชิงคุณภาพ (8 เรื่อง) และมีงานวิจัยบางเรื่องที่ใช้วิธีการเก็บข้อมูลมากกว่า 1 วิธี

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

อภิปรายผล

Kung (2007) กล่าวว่าหลักสูตรการบริหารกิจการสื่อสารมักจะถูกจัดสอนในระดับบัณฑิตศึกษา ส่วนมากจะเป็นด้านที่เน้นเฉพาะทางในระดับปริญญาโท แต่จากการสังเคราะห์งานวิจัยต่างประเทศเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 พบว่าฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ด้านนี้ส่วนมากเป็นดุษฎีนิพนธ์ระดับปริญญาเอก ทั้งนี้อาจเกิดจากพัฒนาการด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทศวรรษที่ผ่านมา ทำให้ประเด็นปัญหาด้านการบริหารกิจการสื่อสารมีความสำคัญและสามารถจับความสนใจของนักวิชาการด้านสื่อและด้านอื่นๆ มากขึ้น ทำให้มีการศึกษาในระดับที่ลึกซึ้งมากกว่าเดิม

สำหรับประเภทของสื่อ/ธุรกิจสื่อ ผลการวิจัยพบว่า ในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 มีการศึกษาเกี่ยวกับสื่อใหม่โดยรวมเป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ตามลำดับ ส่วนในการสังเคราะห์บทความจากวารสารทั้ง 3 ฉบับ พบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์โดยรวมเป็นจำนวนมากที่สุด ตามด้วยหนังสือพิมพ์ และกลุ่มสื่อใหม่ สะท้อนว่าในช่วง พ.ศ. 2551-2560 สื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และสื่อใหม่นั้นมีบทบาทสำคัญเป็นที่สนใจของนักวิชาการอย่างโดดเด่นมากกว่าสื่ออื่น การวิเคราะห์เชิงคุณภาพพบว่า ในช่วงเวลาที่ผ่านมาระบบการประกอบธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์กำลังตกอยู่ในภาวะวิกฤติ จึงมีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อหนังสือพิมพ์และการปรับตัวเชิงธุรกิจของหนังสือพิมพ์กันมาก เช่น การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างหนังสือพิมพ์ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และในรูปแบบออนไลน์ ขณะเดียวกันสื่อวิทยุโทรทัศน์ก็อยู่ในสถานะที่ถูกคุกคามจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่เทคโนโลยีระบบดิจิทัลเช่นเดียวกัน ดังนั้น ประเภทของสื่อที่ได้รับความสนใจในการศึกษาด้านการบริหารกิจการสื่อสารทั้งจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์และจากบทความในวารสารจึงมีความสอดคล้องกันและยังสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อในช่วง พ.ศ. 2551-2560 อย่างชัดเจน

ส่วนประเทศที่มีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารนั้น เนื่องจากการวิจัยนี้ใช้ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ภาษาอังกฤษเป็นแหล่งข้อมูล และเป็นฐานข้อมูลที่รวบรวมงานของสถาบันการศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก จึงพบผลงานที่ทำการศึกษานี้ในประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด ตามด้วยประเทศจีน ในขณะที่การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ในประเทศอื่นๆ พบได้น้อยมาก ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะสาขาวิชาการบริหารกิจการสื่อสารถูกก่อตั้งขึ้นในยุโรปและอเมริกา (Muñoz, 2016) หรืออาจเป็นการสะท้อนว่าการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารยังจัดว่าเป็นศาสตร์ใหม่เมื่อเปรียบเทียบกับศาสตร์ทางด้านการสื่อสาร การบริหาร หรือเศรษฐศาสตร์

จึงมีกลุ่มนักวิชาการที่สนใจศึกษาอยู่ในจำนวนจำกัดและส่วนมากเป็นการศึกษาในประเทศที่พัฒนาแล้วหรือเป็นผู้นำ
ด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสาร

การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ประเด็นปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสาร

การสังเคราะห์ประเด็นปัญหาการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสารจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์
และจากบทความในวารสารสามฉบับที่คัดเลือกมาศึกษา พบว่าประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารที่พบ
ในงานวิจัยแต่ละเรื่องมักจะมีมากกว่า 1 ประเด็น ซึ่งประเด็นด้านข่าวถูกพบมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าประเด็นเรื่องข่าว
มีความสำคัญต่อสังคมทุกระดับ และยังมีการเชื่อมโยงไปสู่ประเด็นปัญหาเรื่องอื่นๆ เช่น ความน่าเชื่อถือของเนื้อหา
ข่าวและสำนักข่าว กระบวนการผลิตและเผยแพร่ข่าว และคุณลักษณะของผู้สื่อข่าวในยุคดิจิทัล เป็นต้น จึงแสดงว่า
ท่ามกลางสถานการณ์ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป ความต้องการบริโภคข่าวสารของประชาชนยังมีอยู่มาก
แต่เทคโนโลยียุคใหม่มีผลให้กระบวนการผลิตและรูปแบบการบริโภคข่าวในยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป

ประเด็นปัญหาจากบทความวิชาการพบว่ามีความถี่ของประเด็นด้านกลยุทธ์และผู้บริโภคมากรองลงมาจาก
ประเด็นข่าวเช่นกัน แต่เมื่อพิจารณาประเด็นปัญหาที่มีความถี่ในระดับน้อยของฐานข้อมูลทั้งสองแหล่ง พบว่าประเด็น
เกี่ยวกับความหลากหลายของสื่อและเนื้อหาของสื่อไม่ได้มีการนำมาศึกษามากนักในช่วง 10 ปีที่ทำการศึกษา
ผลการวิจัยนี้จึงสะท้อนว่านักวิชาการในสถาบันการศึกษาต่างประเทศมองเห็นประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการ
บริหารกิจการสื่อสารอย่างรอบด้าน โดยประเด็นเรื่องข่าวยังเป็นสิ่งสำคัญ รวมทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อ
นอกจากนี้ยังมีประเด็นอื่นๆ ที่มีความสำคัญ ได้แก่ นโยบายด้านสื่อ เทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค เศรษฐศาสตร์ กล
ยุทธ์และผลกระทบของสื่อ การแข่งขัน และการบริหารจัดการสื่อในระดับต่างๆ จะเห็นได้ว่า ประเด็นปัญหาการวิจัย
เกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารที่พบระหว่าง พ.ศ. 2551-2560 มีทั้งปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายนอกองค์กร เช่น
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี นโยบาย การแข่งขัน ผู้บริโภค ฯลฯ และปัจจัยภายในองค์กร เช่น ความเป็นเจ้าของสื่อ
กลยุทธ์การบริหารจัดการ และภาวะผู้นำ แต่การวิจัยนี้กลับพบว่าประเด็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำไม่ได้รับความสนใจศึกษา
มากนัก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Mierzejewska (2011) ที่พบว่าหัวข้อภาวะผู้นำเป็นหัวข้อที่ไม่ได้รับ
ความสนใจมากนักในการวิจัยและการพัฒนาทฤษฎีในสาขาของการบริหารกิจการสื่อสาร ทั้งๆ ที่ประเด็นเรื่องภาวะ
ผู้นำมีความสำคัญ ยืนยันได้จากงานเขียนโดยนักวารสารศาสตร์หลายชิ้นที่กล่าวถึงผู้บริหารซึ่งมีบทบาทสำคัญยิ่งใน
การควบคุมและบริหารจัดการองค์กร และหนังสือตำราต่างๆ หลายเล่มก็กล่าวถึงภาวะผู้นำในการบริหารกิจการสื่อสาร
แต่จำนวนนักวิชาการที่ศึกษาโดยการเก็บข้อมูลจริงจึงและเผยแพร่ผลงานในวารสารด้านการบริหารกิจการสื่อสารกลับ
ปรากฏว่ามีน้อยจนน่าประหลาดใจ

2. แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร

Lowe and Brown (2016) กล่าวว่า ปัญหาที่พบในการทบทวนวรรณกรรมด้านการบริหารกิจการสื่อสาร
คือ มักจะไม่ค่อยพบศาสตร์ทางด้านการสื่อสาร (communication) และสื่อมวลชนศึกษา (media studies) สักเท่าไร
ในงานที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ เพราะในแวดวงวิชาการมักจะใช้ทฤษฎีการบริหารทั่วไปกันมากกว่าที่จะพัฒนา
ทฤษฎีการสื่อสารและสื่อมวลชน แต่ในงานวิจัยนี้กลับพบว่างานวิจัยในฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ ระหว่าง
พ.ศ. 2551-2560 มีการใช้แนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญมากที่สุดสามอันดับแรก คือ ด้านการสื่อสาร ด้านการบริหารจัดการ
และทฤษฎีด้านเศรษฐศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีจากบทความวิจัยในวารสาร
JOMBS, JMM และ JME เช่นกัน ยิ่งไปกว่านั้น ยังพบว่ามีการใช้ทฤษฎีด้านเศรษฐศาสตร์ในงานวิจัยที่ศึกษาเป็น

จำนวนมากเช่นกัน ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่านักคิดส่วนใหญ่ที่มีส่วนในการผลักดันริเริ่มสาขาวิชาการบริหารกิจการสื่อสารก็ให้ความสำคัญกับนักเศรษฐศาสตร์ด้านสื่อ เช่น Robert G. Picard, Alfonso Nieto, Karl Erick Gustafsson, Alan Albarran และ Steven Wildman จึงเป็นความชัดเจนว่า สาขาวิชาการบริหารกิจการสื่อสารมีความเกี่ยวข้องกับสาขาวิชาเก่าแก่ คือ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ของสื่อ (media economics) ซึ่งเริ่มต้นในครึ่งหลังของทศวรรษ 1970s และช่วงต้นทศวรรษ 1980s และยังคงเป็นอยู่จนถึงปัจจุบัน

3. วิธีดำเนินการวิจัยที่ใช้ในการวิจัยด้านการบริหารกิจการสื่อสาร

จากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ พบว่ามีการใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณ ในการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์และสัมภาษณ์เชิงลึกมากที่สุด ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณนั้นมีการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสำรวจมากที่สุด และยังพบว่าการเก็บข้อมูลการสำรวจผ่านสื่อออนไลน์มีจำนวนเกือบครึ่งหนึ่งของการสำรวจแบบเดิม

ในขณะที่ Kung (2017) กล่าวว่าการบริหารกิจการสื่อสารต้องเป็นการเชื่อมโยงระหว่างสาขาวิชาการจัดการ (management) และการเน้นเฉพาะธุรกิจสื่อ (media industry) และองค์กรสื่อ (media organizations) แนวคิดของ Kung (2017) อาจแตกต่างจาก Lowe and Brown (2016) ซึ่งยืนยันว่าการศึกษาด้านการบริหารกิจการสื่อสารควรให้ความสนใจในแนวคิดเชิงปรัชญาอย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นสังคมวิทยา มานุษยวิทยา รัฐศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ฯลฯ และควรเชื่อมโยงกับการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ด้วย การวิจัยนี้ยืนยันความเป็นพหุวิทยาการของการบริหารกิจการสื่อสาร ซึ่งควรเชื่อมโยงสาขาวิชาต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง โดยนำมาบูรณาการเพื่ออธิบายถึงปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องหรือเน้นเฉพาะเจาะจงในธุรกิจสื่อในอดีต ปัจจุบันและอนาคตได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงสถานการณ์และแนวโน้มในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกิจการสื่อสาร ซึ่งผู้เกี่ยวข้องสามารถนำไปวางแผนรับมือกับสถานการณ์จริงได้ ส่วนนักวิชาการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและต่อยอดการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารในประเทศไทยให้ทันสมัยและแพร่หลายต่อไป

1.2 ประเด็นปัญหาการวิจัยมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยทั้งภายใน (เช่น ด้านนโยบาย กฎหมาย ผู้บริโภค เทคโนโลยี และการแข่งขัน) และภายนอก (เช่น ความเป็นเจ้าของสื่อ และกลยุทธ์การบริหารจัดการ) ดังนั้น การบริหารกิจการสื่อสารจึงควรคำนึงถึงปัจจัยทั้งภายในและภายนอกควบคู่กันไป

1.3 ผลการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎี และวิธีดำเนินการวิจัย ยืนยันความเป็นพหุวิทยาการของศาสตร์ด้านการบริหารกิจการสื่อสาร จึงควรเปิดพื้นที่ให้นักวิชาการจากวงการอื่นๆ มากขึ้น เพื่อเข้ามาร่วมพัฒนาความรู้ด้านการบริหารกิจการสื่อสารให้แข็งแกร่งและมีมุมมองใหม่ๆ ที่หลากหลาย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงเปรียบเทียบเกี่ยวกับการบริหารกิจการสื่อสารของต่างประเทศและประเทศไทย

2.2. ควรนำผลการวิจัยไปศึกษาต่อยอดเกี่ยวกับประเด็นปัญหาการวิจัยในหัวข้อที่สำคัญ เช่น การบริหารกิจการสื่อดิจิทัล ประเด็นด้านนโยบาย และด้านการแข่งขัน เพื่อให้ได้คำตอบเชิงลึกที่สามารถนำไปแก้ปัญหาสถานการณ์จริงได้อย่างทันสมัยและเป็นรูปธรรม

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

เอกสารอ้างอิง

- Albarran, A. B. (2008). Defining media management. *The International Journal on Media Management*, 10(4), 184–186.
- Albarran, A. B. (2012). Media management and economics research: The first 75 years. In A. B. Albarran (Ed.), *Media management and economics research in a transmedia environment* (pp. 5-18). New York: Routledge.
- Cooper, H. M. and Hedges, L. V. (Eds.). (1994). *The handbook of research synthesis*. New York: The Russell Sage Foundation.
- Ferguson, D. A. (1997). The domain of inquiry for media management researchers. In C. Warner (Ed.), *Media management review* (pp. 177–184). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kung, L. (2007). Does media management matter? Establishing the scope, rationale and future research agenda for the discipline. *Journal of Media Business Studies*, 4(1), 21-23.
- Kung, L. (2017). *Strategic management in the media: Theory to practice*. London: Sage.
- Lowe, G. F. and Brown, C. (Eds.), (2016). *Managing media firms and industries: What's so special about media management?*. Cham: Springer International Publishing.
- Mierzejewska, B. I. (2011). Media management in theory and practice. In M. Deuze (Ed.), *Managing media work* (pp. 13–30). London: Sage.
- Mierzejewska, B. I. and Hollifield, C. A. (2006). Theoretical approaches in media management research. In Albarran, S., Chan-Olmsted, and M. Wirth (Eds.), *Handbook of media management and economics* (pp. 37-66). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Muñoz, J. P. A. (2016). *Media management*. Oxford Bibliographies. DOI: 10.1093/OBO/9780199756841-0089.