

การประสพผลสำเร็จทางธุรกิจของนสพ.ไทยรัฐ

คณาทร อัครวิจิตรดิกรณ์*

อาจารย์ ดร.อัญชลี จุฬาทิมพ์พันธ์**

บทคัดย่อ

บทวิจัยเรื่อง “การประสพผลสำเร็จทางธุรกิจของนสพ.ไทยรัฐ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ รวมทั้งศึกษาอิทธิพลของแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ทั้งนี้โดยใช้แนวคิดทางด้านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดหรือ 4Ps อันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) – ราคา(Price) – ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) – การส่งเสริมการตลาด(Promotion) เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จทางธุรกิจ

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักความสำเร็จทางธุรกิจของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมาจาก ทรัพยากรบุคคลากร ที่สำคัญที่สุดคือ ผู้ก่อตั้ง “กำพล วัชรพล” ทั้งจากวิสัยทัศน์ และการคิดค้น สร้างนวัตกรรมใหม่ๆด้านสื่อสิ่งพิมพ์ รวมทั้งยังริ่ระบบการขนส่ง การจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ จนกลายเป็นต้นแบบการบริหาร จัดการของสื่อสิ่งพิมพ์

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด หรือ 4Ps นับเป็นปัจจัยความสำเร็จที่ “กำพล วัชรพล” สามารถนำมาใช้ผสมกลมกลืนอย่างเหมาะสมลงตัว ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ Product หนังสือพิมพ์ไทยรัฐได้สร้างนวัตกรรมใหม่ๆทางด้านงานสื่อสารมวลชนอย่างมากมาย ก่อเกิดเป็นแนวคิด และเป็นแบบอย่างในทางปฏิบัติงานหนังสือพิมพ์ในยุคต่อๆมาหลายประการ

นอกจากนวัตกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ในด้านเนื้อหา หนังสือพิมพ์ไทยรัฐยังพัฒนานวัตกรรมด้านรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ควบคู่กันไป ตั้งแต่คิดค้นรูปแบบตัวอักษร การนำเสนอภาพข่าว พัฒนาการผลิต ตัวเรียงพิมพ์คุณภาพการพิมพ์ ด้วยเครื่องพิมพ์ที่รวดเร็ว ทันสมัย

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place) หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ถือเป็นเจ้าแรกที่วางรากฐานกลยุทธ์การตลาดของหนังสือพิมพ์เมืองไทย โดยวางระบบการส่งหนังสือพิมพ์รายวันทำให้ทุกเช้าบนแผงรายค้า่อยมีหนังสือพิมพ์รายวันวางขายพร้อมกันทุกจุดทั่วประเทศ

ปัจจัยด้านราคา หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีความได้เปรียบด้านการบริหารต้นทุนต่อหน่วยต่ำกว่าหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น และมีอิทธิพลอย่างสูงในการตรึงราคาขาย รวมทั้งการมียอดจำหน่ายสูงสุดในตลาด ทำให้ยอดโฆษณาหลังไหล รายได้จากการขายโฆษณาถือเป็นรายได้หลักมากกว่ารายได้จากการขายหนังสือพิมพ์

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดออกมาเป็นระยะๆ เช่น การระดมสิ่งของบริจาคช่วยผู้ประสบภัยน้ำท่วม การจัดขบวนแห่ต้อนรับนักกีฬาโอลิมปิก หรือนางงามจักรวาลชาวไทย การจับสลากชิงโชครางวัลใหญ่ ทายผลการแข่งขันฟุตบอลโลก และฟุตบอลยูโร และการสร้างโรงเรียนไทยรัฐวิทยา 101 แห่งทั่วประเทศ ภายใต้การบริหารและดูแลของมูลนิธิไทยรัฐ

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด หรือ 4Ps ดังกล่าว หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ สามารถหลอมรวมได้อย่างลงตัว จนดำรงสถานะความเป็นหนึ่งในตลาดหนังสือพิมพ์ไทยรายวันมาอย่างต่อเนื่อง สร้างความเชื่อถือ และกลายเป็นแบรนด์สินค้าที่ประชาชนไว้วางใจ มาอย่างยาวนานกว่า 5 ทศวรรษ

ท่ามกลางความก้าวหน้าสู่สังคมสารสนเทศยุคดิจิทัล และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างรวดเร็ว หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ซึ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์

*นักศึกษาลัทธิสุตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร มหวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย

** ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในระบบสื่อสารมวลชนยุคสื่อเก่า มั่นใจว่า ยังคงความ เป็นหนึ่ง และสามารถต้านทานกระแสการสื่อสารมวลชน ยุคสารสนเทศ ไปได้อีกไม่น้อยกว่า 30 ปีพร้อมกับ ความพยายามปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างระมัดระวัง

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เป็นหนังสือพิมพ์รายวัน ที่เก่าแก่ อยู่คู่สังคมไทยมานานและจะครบรอบ 60 ปีใน ปี 2553 ได้รับความนิยมนสูงสุดจากผู้อ่านมาช้านานจาก คนทุกระดับชั้นในสังคม ตั้งแต่ผู้อ่านระดับรากหญ้า ไป จนถึงผู้อ่านระดับ “ไฮโซฯ” หรือชนชั้นนำในสังคม ยาวนานกว่า 5 ทศวรรษ จนถึงปัจจุบัน หนังสือพิมพ์ไทย รัฐ มียอดการพิมพ์จำหน่ายสูงสุดที่ 1 ล้านฉบับต่อวัน ในขณะที่มีจำนวนผู้อ่านถึงวันละ 10 ล้านคน ทำให้ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ กลายเป็นสื่อที่มียอดโฆษณาและ ค่าโฆษณาสูงที่สุด ส่งผลให้ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ทำกำไร สูงสุดในประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ โดยกำไรปี 2550 สูงถึง 1,715 ล้านบาท

ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ มีการลงทุนจำนวนมาก รวมทั้งปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลาย ประการที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐนับ เป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่น่าศึกษาว่า มีปัจจัยสำคัญ อะไรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ รวมทั้งการจัดการ ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) อย่างไร

ท่ามกลางความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการ สื่อสาร ทำให้สื่อเก่าประเภท โทรทัศน์-วิทยุ และ หนังสือพิมพ์ ได้รับผลกระทบทั้งจากยอดผู้รับชม รับฟัง หรือยอดผู้อ่าน รวมทั้งผลกระทบหนักจากยอดการ ขายโฆษณา และยิ่งนับวัน แนวโน้มยอดการเสพข้อมูล ข่าวสาร ผ่านสื่อใหม่ ทั้งอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ และสื่อดิจิทัลจากประดิษฐ์กรรมใหม่ๆ ยิ่งมีมากขึ้น จะมีผลกระทบต่อหนังสือพิมพ์ไทยรัฐอย่างไร

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ในการเป็นหนังสือพิมพ์ที่มียอดขาย อันดับหนึ่งของประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของแต่ละปัจจัยที่ส่งผล ต่อความสำเร็จทางธุรกิจของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

3. ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การประสพผลสำเร็จทาง ธุรกิจของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ” สาระหลักมุ่งไปยังการ วิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อหาคำตอบถึงปัจจัยความสำเร็จ เชิงธุรกิจ ในการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ โดย เฉพาะกลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps) ที่ศึกษาเจาะลึกใน ปัจจัยการออกผลิตภัณฑ์(Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และ ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด (Promotion) รวมทั้งการ จัดการ สัดส่วนผสมทางการตลาด (4Ps) ที่ทำอย่างไรให้ เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่รอบด้าน ครบ ถ้วน ผู้วิจัยจึงแบ่งขอบเขตการศึกษากลุ่มประชากรออก เป็น 3 กลุ่มดังนี้

1. ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ บรรณาธิการ ข่าวหน้า 1 คอลัมนิสต์ หัวหน้าข่าว โดยการสัมภาษณ์เจาะ ลึก (In-depth Interview)

2. ผู้ทำการวิจัยยังเสาะหาข้อมูล ข้อเท็จจริง จาก นักสื่อสารมวลชนมืออาชีพ ที่อยู่ในแวดวงวิชาชีพสื่อสิ่ง พิมพ์ เพื่อสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) หา ข้อมูลเสริมประกอบอีกทางหนึ่งด้วย

3. ออกแบบสำรวจความคิดเห็นบุคคลทั่วไปที่ อ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นต่อปัจจัย การประสพผลสำเร็จ โดยเฉพาะความพึงพอใจต่อหนังสือ พิมพ์ไทยรัฐ ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจ ในด้านราคา ความพึงพอใจด้านช่องทางจัดจำหน่ายและ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ

ข้อมูลจากการสำรวจเชิงปริมาณนี้ เป็นการหา ข้อมูลเสริม เพื่อประกอบข้อมูลเชิงคุณภาพ ว่ามีส่วน สอดคล้อง สัมพันธ์ และแสดงนัยต่อปัจจัยการประสพ ผลสำเร็จทางธุรกิจของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มากน้อยแค่ ไหน อย่างไร

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อรับทราบและวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐในการเป็นหนังสือพิมพ์ที่มียอดขายอันดับหนึ่งของประเทศ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
3. เพื่อวิเคราะห์การมีส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
4. เป็นแนวทาง/ข้อเสนอแนะ สำหรับผู้บริหาร นำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงาน เพื่อขีดความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขัน
5. นำผลวิจัยที่ได้มาพัฒนา/สร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ในสื่อสิ่งพิมพ์ ให้ตรงกับความต้องการของผู้อ่าน เพื่อเพิ่มรายได้และขยายฐานลูกค้าต่อไป

5. ผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐที่สำคัญมาจากทรัพยากรบุคคล โดยเฉพาะเจ้าของและผู้ก่อตั้ง “กำพล วัชรพล” ผู้ได้รับการยกย่องเป็นผู้สร้างตำนาน และสร้างประวัติศาสตร์หนังสือพิมพ์เมืองไทย ผู้พลิกกระบวนการบริหารจัดการสื่อสิ่งพิมพ์ไทย ทำให้หนังสือพิมพ์ไทยรัฐผงาดครองตลาดหนังสือพิมพ์รายวันที่มียอดพิมพ์จำหน่าย ยอดผู้อ่านสูงที่สุดมาอย่างต่อเนื่อง ยาวนานกว่า 5 ทศวรรษ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ใช้แนวคิด ทฤษฎีด้านการตลาด หรือกลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps) เข้าไปจับจากการวิจัย โดยการสัมภาษณ์เจาะลึก พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญที่สุด และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นที่สุด จากการริเริ่มนวัตกรรมใหม่ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งจากรูปแบบ และเนื้อหา รวมทั้งกระบวนการผลิต

ด้านเนื้อหา หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ พลิกเนื้อหาตลาดหนังสือพิมพ์เมืองไทยที่ส่วนใหญ่คู่กรุ่นกับบรรยากาศการเมืองหลังเพิ่งเปลี่ยนแปลงการปกครอง ซึ่งต่างเสนอข่าวสารการเมืองเป็นด้านหลัก แต่หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมุ่งเสนอข่าวชาวบ้านและข่าวอาชญากรรม รวมทั้งเน้นลงภาพข่าวหน้า 1 จำนวนมาก ต่างจาก

หนังสือพิมพ์ยุคแรกเริ่มที่ส่วนใหญ่มีแต่ตัวหนังสือ

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐริเริ่มนำเสนอข่าวเชิงสืบสวนสอบสวน โดยเฉพาะคดีฉาวฉาว ในปี 2502 (สมัยยังชื่อเสียงอ่างทอง) จนประสบความสำเร็จ ยอดขายพุ่งขึ้นเป็นอันดับหนึ่งนับแต่นั้น

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐริเริ่มพิมพ์ภาพตรา นุ่งชุดว่ายน้ำ สีสันบัววันอาทิตย์ (ปี 2508) และเป็นเจ้าแรกที่ตีพิมพ์นวนิยายเงินกำลังภายใน (ปี 2520) สร้างยอดขายเพ็งสูงขึ้นมา รวมทั้ง “ไทยรัฐ” ริเริ่มนำเสนอสรุปรายงานข่าวในหน้า 1 (ปี 2531)

ด้านรูปแบบ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐเน้นลงภาพข่าวที่แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ไทยในยุคแรกแล้ว หนังสือพิมพ์ไทยรัฐยังสร้างสัญลักษณ์ที่โดดเด่น ด้วยการคิดประดิษฐ์รูปแบบตัวอักษรขึ้นโดยเฉพาะ ทั้งสัญลักษณ์หัวหนังสือ และรูปแบบตัวอักษรที่ใช้พาดหัว รวมทั้งการใช้สีหลักเป็นสีเขียว

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐยังเป็นหนังสือพิมพ์ไทยฉบับแรกที่พิมพ์ในระบบสี (ปี 2531) พิมพ์แยกส่วน (section) และเพิ่มหน้าสี (ปี 2539) เช่าเครื่องบินเหมาลำเป็นสตูดิโอถ่ายภาพกลางอากาศเป็นครั้งแรก (ปี 2520) ใช้ระบบรับ-ส่งภาพข่าวดำ วิดีโอ (Telephoto) ปี 2521 เป็นครั้งแรก ฯลฯ

ด้านการผลิต หนังสือพิมพ์ไทยรัฐได้พัฒนาระบบการพิมพ์ตั้งแต่ระบบฉบับแรก (ปี 2505) ขึ้นเป็นระบบโรตารีและสอดแทรกพิมพ์สี (ปี 2508) ไปจนถึงการพัฒนาเครื่องเรียงพิมพ์ด้วยแสงร่วมกับบริษัทโกดัก (ปี 2519) ก่อนที่จะนำระบบเรียงพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์มาใช้ครั้งแรก (ปี 2531) และเริ่มพิมพ์สีสี่สีฉบับแรก (ปี 2531) พัฒนาขึ้นด้วยการจัดหน้าระบบคอมพิวเตอร์ (ปี 2534) พร้อมการติดตั้งระบบแท่นพิมพ์ทันสมัยที่สุด (ปี 2538) ฯลฯ

กระทั่งกลยุทธ์ในการแบ่งการพิมพ์หนังสือพิมพ์ออกเป็น 6 กรอบ เพื่อเอื้ออำนวยต่อการจัดจำหน่ายและเพื่อให้เนื้อหาข่าว ใหม่น่าสนใจ และจัดสรรข่าวเหมาะสมกับแต่ภูมิภาคที่ส่งหนังสือพิมพ์จำหน่าย และสอดคล้องอย่างยิ่งกับกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยความสำเร็จช่องทางจำหน่าย (Place) หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เป็นผู้จัดระบบและวางรากฐานระบบสายส่ง เอเยนต์ แผงร้านค้าย่อยทั่วประเทศ โยง

เป็นเครือข่ายจนมาถึงทุกวันนี้ และถือเป็นคัมภีร์ที่หนังสือพิมพ์ไทยรายวันยุค ๆ ต่อมาต้องก้าวตาม ตั้งแต่การจัดสายส่ง การวางเอเยนต์ และร้านค้าแผงลอย รวมทั้งการออกสำรวจตลาด พบปะเอเยนต์ ดูแล ผู้กมิตร สร้างสายสัมพันธ์ประดุจเครือญาติ พร้อมงานเลี้ยงใหญ่ เอเยนต์ทั่วประเทศ ประจำปีที่ตบท้ายด้วยการชิงรางวัลจำนวนมาก ฯลฯ

ปัจจัยความสำเร็จด้านราคา ความได้เปรียบจากการมีต้นทุนเฉลี่ยต่ำกว่าหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ทั้งจากยอดขายที่สูงกว่า รายได้โฆษณาที่มากกว่า รวมทั้งต้นทุนวัตถุดิบ(กระดาษ)ที่ถูกลงกว่า ทำให้หนังสือพิมพ์ไทยรัฐสามารถยืนหยัด และตรึงราคาขายได้นานกว่าหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น โดยเฉพาะต้นทุนจากกระดาษวัตถุดิบสำคัญคือ กระดาษ มีราคาพุ่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในขณะที่ระบบการพิมพ์ที่มีสีสั่น และการโฆษณาที่ได้รับการตอบสนองจากลูกค้าจำนวนมาก บวกกับยอดขายสูงสุดของประเทศ ทำให้ค่าโฆษณาของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐสูงที่สุดในตลาด และรายได้จากโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 65 ของรายได้ทั้งหมด มากกว่ารายได้จากยอดขาย ซึ่งทำให้ธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์เมืองไทย ส่วนใหญ่ต้องลดราคาขายหนังสือให้ต่ำ โดยต้องพยายามหารายได้จากโฆษณา ขึ้นมาทดแทน

ปัจจัยความสำเร็จทางด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) หนังสือพิมพ์ไทยรัฐเพิ่งมาส่งเสริมการตลาดเมื่อปี 2512 ด้วยสร้างโรงเรียนไทยรัฐวิทยาหลังแรกที่จ.ลพบุรี และหลังจากนั้นก็สร้างต่อเนื่องรวม 101 แห่งทั่วประเทศ ถือเป็นปัจจัยการตลาดหลักที่ “ไทยรัฐ” ดำเนินการต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม “ไทยรัฐ” ยังมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดออกมาเป็นระยะ ๆ เช่น การพิมพ์แถบภาพสีสี่พระยาสัญลักษณ์ สมเด็จพระเทพฯ (ปี 2521) เป็นหนังสือพิมพ์ฉบับแรกที่ริเริ่มชิงรางวัลใหญ่ทายผลแข่งฟุตบอลโลก-ฟุตบอลยูโร (ปี 2525) จัดขบวนแห่ต้อนรับนางงามจักรวาล “ภรณ์ทิพย์ นาคหิรัญกนก” (ปี 2531) รวบรวมสิ่งของบรรเทาทุกข์ ช่วยเหลือผู้ประสบภัยพายุเกย์ (ปี 2532) แห่ต้อนรับ สมรักษ์ คำสิงห์ นักมวยโอลิมปิกเหรียญทองคนแรก (ปี 2539) ฯลฯ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการประสบผลสำเร็จทางธุรกิจของนสพ.ไทยรัฐ อยู่ที่การจัดการส่วนผสม

ทางการตลาด โดยปัจจัยด้านการผลิต(Product) มีความสำคัญมากที่สุด และผู้ให้สัมภาษณ์ให้นำหนักความสำเร็จจากปัจจัยการผลิตที่ร้อยละ 33.6 ตามด้วยปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place) ที่ผู้ให้สัมภาษณ์ให้นำหนักร้อยละ 32.3 ต่อด้วยปัจจัยด้านราคา(Price) ให้นำหนักที่ 18.6 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ให้นำหนักที่ 15.5

ในขณะที่ผลวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐในเขตกทม.และปริมณฑล มีระดับความพึงพอใจมาก ด้านเนื้อหา การเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา กีฬา บันเทิง บทความและบทวิเคราะห์ นอกจากนี้ระดับความพึงพอใจทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และความพึงพอใจกับความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ทั้งสิ้น สอดคล้องกับผลวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ดำเนินกลยุทธ์การตลาด(4Ps) ได้อย่างโดดเด่น

6. อภิปรายผลการศึกษา

ปัจจัยการประสบความสำเร็จของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐประการสำคัญที่สุดคือ เจเนอไซของทรัพยากรบุคคล โดยเฉพาะ “กำพล วัชรพล” เจ้าของและผู้ก่อตั้ง โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps) ทั้งผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผสมผสานอย่างลงตัว ทั้งเลือกใช้กลยุทธ์ และให้นำหนัก 4Ps อย่างเหมาะสม ทำให้หนังสือพิมพ์ไทยรัฐสามารถยืนหยัดเป็นหนังสือพิมพ์อันดับ 1 ของประเทศมาอย่างยาวนานกว่า 5 ทศวรรษ จนกลายเป็นพฤติกรรมความพึงพอใจในสินค้า สร้างความผูกพัน และจงรักภักดีในตราสินค้า กลายเป็นแบรนด์ “ไทยรัฐ” ที่แข็งแกร่งจนผู้บริหาร “ไทยรัฐ” มั่นใจว่า นสพ.ไทยรัฐ ยังสามารถยืนฝ่าด่านกระแสยุคสื่อใหม่ไปได้อีกอย่างน้อย 30 ปี

7. ข้อเสนอแนะ

การทำงานวิจัย “ไทยรัฐ” ครั้งต่อไป แหล่งบุคลากรที่สำคัญยิ่งได้แก่ คุณหญิงประณีตศิลป์ วัชรพล (วัชรพลรุ่นที่ 1) ยิ่งลักษณ์ วัชรพล-สราวุธ วัชรพล (วัชรพลรุ่นที่ 2) และ วัชร วัชรพล (วัชรพลรุ่นที่ 3) น่าจะเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่ทรงคุณค่าอย่างยิ่ง

การวิจัยครั้งต่อไป เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด(4Ps) ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ข้อจำกัดด้านกลยุทธ์ 4Ps ในสื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบสื่อเก่า ยังใช้ได้กับสื่อใหม่หรือไม่ อย่างไร และ

ท่ามกลางสถานการณ์ยุคสื่อสารสารสนเทศยุคใหม่ นสพ.ไทยรัฐจะปรับตัวอย่างไร

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

กาญจนา แก้วเทพ. (2543). การศึกษาสื่อสารมวลชน ทฤษฎีวิพากษ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดร.ณิ หิรัญรักษ์. (2543). การจัดการธุรกิจหนังสือพิมพ์. กรุงเทพฯ : เอกพิมพ์ไทย.

ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2544). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร. กรุงเทพฯ : ทิปป์ พอยท์.

ธีรยุทธ บุญมี. (2546). โลก MODERN&POST MODERN. กรุงเทพฯ : สาร.

ตำนานชีวิตกำพล วัชรพล. (2540). นักหนังสือพิมพ์ ผู้สร้างทฤษฎีการบริหารหนังสือพิมพ์แบบไทย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์กรุงเทพ (1984) จำกัด.

สุกัญญา ตีรวนิช. (2526). หนังสือพิมพ์ไทยจากปฏิวัติ 2475 สู่ปฏิวัติ 2516. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.

เสถียร วิชัยลักษณ์ และสีบวงศ์ วิชัยลักษณ์. (2526).

พระราชบัญญัติการพิมพ์พุทธศักราช.

กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์นิติเวช.

วิทยานิพนธ์

นงฤดี วงษ์จันทร์. (2548). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารความพึงพอใจและความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์คมชัดลึก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประพจน์ ณ บางช้าง. (2539). ปัจจัยที่เกี่ยวกับการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มัทนา เจริญวงศ์. (2543). เนื้อหาการเมืองในหนังสือพิมพ์รายวัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.