

## บทที่ 6

### สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

#### สรุป

การวิจัยเรื่อง “การเป็นเจ้าของข้ามสื่อและผลกระทบ : วิเคราะห์จากกลุ่มเดอะเนชั่น” เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาวิเคราะห์ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 แบบ ประกอบด้วย วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก วิจัยแบบกลุ่มเจาะลึกและรวบรวมเอกสารที่มีอยู่แล้ว เพื่อวิเคราะห์การข้ามสื่อที่มีผลต่อการกำหนดนโยบายและการบริหาร วิเคราะห์การข้ามสื่อที่มีผลต่อองค์การ เนื้อหา รวมทั้งทัศนคติ ความคิด ความเชื่อของผู้รับสาร และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการข้ามสื่อ

การวิจัยครั้งนี้อยู่บนพื้นฐานของแนวคิดการเป็นเจ้าของข้ามสื่อในต่างประเทศ แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและสังคมสารสนเทศ แนวคิดด้านการตลาดโดยเฉพาะการสื่อสารการตลาด ทฤษฎีความพึงพอใจ ทฤษฎีองค์การ และผู้รับสารกับกระบวนการสื่อสารด้วยเหตุผลที่โลกก้าวเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่เพิ่มสมรรถนะการผลิตสินค้าและบริการให้รวดเร็วขึ้นประกอบกับสังคมสารสนเทศอันเป็นสังคมที่อุดมไปด้วยข่าวสารทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ในขณะที่ความต้องการข่าวสารในทุกระดับ ทุกสังคมได้ขยายตัวเพิ่มและมีความต้องการสื่อที่หลากหลายมากขึ้น

และความต้องการข่าวสารที่เพิ่มและมีความหลากหลายมากขึ้นนี้ เป็นเหตุผลที่ต้องใช้แนวคิดด้านการตลาด เพื่อการวางแผนกลยุทธ์ในการผลิตสื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ในขณะเดียวกันในแง่ของการสื่อสารการตลาด ยังเป็นแนวคิดที่อธิบายการผลิตสื่อให้สามารถสนองตอบลูกค้าโฆษณา ซึ่งนับเป็นรายได้หลักของธุรกิจข้ามสื่อด้วย

นอกจากนั้นทฤษฎีความพึงพอใจ ได้นำมาใช้เพื่อศึกษาเหตุผล ปัจจัย ในการเลือกใช้สื่อ เลือกรับข่าวสารเพื่อสนองความพึงพอใจและสอดคล้องกับความต้องการของสังคม เช่นเดียวกับผู้รับสารกับกระบวนการสื่อสารซึ่งเป็นหลักคิดการสื่อสารในแง่ทัศนคติหรือเป้าหมาย

มีต่อผู้รับสาร โดยนับเดียวกันก็จะพิจารณาความสัมพันธ์ของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร ข่าวสาร และสื่อในลักษณะที่แตกต่างกัน

สำหรับทฤษฎีองค์การ จะอธิบายปรากฏการณ์ข้ามสื่อของกลุ่มเดอะเนชั่น ในฐานะที่ กลุ่มเดอะเนชั่นเป็นองค์การหนึ่งซึ่งดำเนินอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งการตอบสนองความเปลี่ยนแปลงด้วยการขยายตัวข้ามสื่อก็เพื่อแก้ปัญหาความเสื่อมถอยของ องค์การ

### อภิปรายผล

ในการศึกษาเรื่อง การเป็นเจ้าของข้ามสื่อและผลกระทบ : วิเคราะห์จากกลุ่ม เดอะเนชั่น ซึ่งได้ศึกษาพัฒนาการของกลุ่มเดอะเนชั่นจากสื่อสิ่งพิมพ์สู่ธุรกิจหลายสื่อ โดย พิจารณาปัจจัยทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่มีส่วนผลักดันให้กลุ่มเดอะเนชั่นขยายตัว ข้ามสื่อ รวมทั้งผลกระทบในแง่ขององค์การ ผู้รับสาร และเนื้อหา นั้น ผลการวิจัยพบว่า

1. พัฒนาการของกลุ่มเดอะเนชั่น จากสื่อสิ่งพิมพ์สู่ธุรกิจหลายสื่อ นั้น มีพื้นฐานมาจาก ผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในงานข่าวมาอย่างยาวนานเป็นเวลาถึง 26 ปี ด้วยระยะเวลาดังกล่าว ทำให้กลุ่มเดอะเนชั่นมีทรัพยากรข่าวจำนวนมากมามหาศาล ประกอบกับผู้นำองค์กรทางด้าน สื่อสิ่งพิมพ์ คือสุทธิชัย หยุ่น ยังมีภาพลักษณ์ของนักสื่อสารมวลชนอันเป็นที่ยอมรับอย่างกว้าง ขวาง ฉะนั้นการที่สุทธิชัย หยุ่น ปรับบทบาทจากสื่อสิ่งพิมพ์ ไปสู่สื่อวิทยุ และโทรทัศน์ ใน เวลาต่อมา จึงประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว

อย่างไรก็ตามภาพลักษณ์ของ สุทธิชัย หยุ่น ก็นับเป็นจุดอ่อนของกลุ่มเดอะเนชั่นที่ถ่าง ทอดไปสู่กลุ่มผู้นำรุ่นใหม่ โดยที่คนกลุ่มนี้จะเป็นเสมือนตัวแทนของสุทธิชัย หยุ่น เท่านั้น หาก ภาพลักษณ์ สุทธิชัย หยุ่น หดหายไปจากองค์กรเนชั่น ปัญหาการสร้างจุดขาย หรือเอกลักษณ์ เฉพาะตัวของกลุ่มผู้นำที่ข้ามไปยังสื่ออื่น ๆ เช่นสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ถึงแม้ว่า สุทธิชัย หยุ่น จะยืนยันว่าความสำเร็จเหล่านี้ไม่ได้มาจากตัวเขาก็ตาม

2. มีปัจจัยภายนอกหลายปัจจัยที่ผลักดันให้กลุ่มเดอะเนชั่นขยายตัวข้ามสื่อ เช่น ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ทั้งในแง่ของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ที่ส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาอันเป็นรายได้หลักของสื่อหนังสือพิมพ์มีอัตราการเติบโตตามไปด้วย และทั้งในแง่ของความตกต่ำทางเศรษฐกิจในเวลาต่อมา ที่ทำให้รายได้จากการโฆษณาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเป็นแหล่งรายได้สำคัญของสื่อหนังสือพิมพ์ลดน้อยลง ในขณะที่สื่อโทรทัศน์ และวิทยุ ยังมีรายได้จากการจัดสรรงบประมาณโฆษณาอันดับ 1 และ 3 ฉะนั้น จึงเป็นโอกาสในการสร้างรายได้ของผู้บริหารกลุ่มเดอะเนชั่น จากโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ ในรูปของแพ็คเกจมีเดีย

หากแต่การพึ่งพารายได้โฆษณาจากสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ก็นับว่ามีความเสี่ยงสูงโดยเฉพาะแนวคิดในการเสนอข่าวอย่างตรงไปตรงมา กล้าวิพากษ์ วิเคราะห์ของกลุ่มเดอะเนชั่นที่เป็นหลักพื้นฐานในการทำสื่อสิ่งพิมพ์อาจเป็นปัญหาให้ไม่สามารถดำเนินรายการวิทยุหรือโทรทัศน์ได้อย่างราบรื่น เช่น กรณีที่เดอะเนชั่นเคยถูกสั่งปิดรายการถึง 2 ครั้ง ในรายการเก็บตกจากเนชั่นทางสถานีวิทยุ คลื่น 96.0 MHZ ของกรมการรักษาดินแดง เนื่องจากการเชิญ ศ. ศิวรักษ์ หรือสุลักษณ์ ศิวรักษ์ นักคิด นักเขียนและนักวิจารณ์สังคม มาร่วมรายการวิจารณ์กองทัพ

3. ไม่เพียงปัจจัยภายนอกที่ผลักดันกลุ่มเดอะเนชั่นให้ขยายตัวข้ามสื่อเท่านั้น หากแต่ผู้บริหารระดับสูงของกลุ่มเดอะเนชั่น โดยเฉพาะธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์ และสุทธิชัย หยุ่น ที่คนหนึ่งมีมุมมองด้านการตลาด ในขณะที่อีกคนหนึ่งมีมุมมองด้านการสื่อสารมวลชน นับเป็นปัจจัยภายในที่สำคัญในการขยายตัวข้ามสื่อของกลุ่มเดอะเนชั่นด้วย เพราะการที่กลุ่มเดอะเนชั่นมีธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์ เป็นผู้รับผิดชอบด้านบริหารธุรกิจ ทำให้สุทธิชัย หยุ่น ผู้บริหารอีกคนหนึ่ง สามารถแสดงบทบาทหรือภาพลักษณ์ของนักสื่อสารมวลชนในเชิงอุดมคติได้เต็มที่ซึ่งจะพบความแตกต่างอย่างชัดเจนหากมองเปรียบเทียบกับองค์กรสื่ออื่น เช่น กลุ่มผู้จัดการ และกลุ่มวิญญูจักร ซึ่งอาจเป็นเหตุผลที่ทำให้กลุ่มเหล่านั้น ไม่ประสบความสำเร็จในการข้ามสื่อมากนัก

แต่การตัดสินใจข้ามสื่อที่ถูกกำหนดมาจากฝ่ายกองบรรณาธิการ ที่มีได้มีแนวคิดในเชิงธุรกิจนั้น อาจเป็นปัญหาได้ในการดำเนินธุรกิจที่ต้องมีปัจจัย ดันทุน กำไร เป็นตัววัดความสำเร็จ

4. การเติบโตของกลุ่มเดอะเนชั่นจากหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษฉบับเล็ก ๆ ที่ต้องต่อสู้กับหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษที่อยู่ในตลาดมาอย่างยาวนาน และผ่านประสบการณ์ความล้มเหลวมาครั้งแล้วครั้งเล่า ยังเป็นแรงกระตุ้นให้กลุ่มเดอะเนชั่นขยายงาน ขยายบทบาทขององค์การอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้อยู่รอดได้ในภาวะการแข่งขัน อันจะนำไปสู่เป้าหมายการเป็นผู้นำในธุรกิจสื่อในที่สุด ซึ่งปรากฏการณ์เช่นนี้ อธิบายได้ด้วยทฤษฎีองค์การ (Organizational Theory) โดยเฉพาะองค์การสื่อมวลชนภายใต้แรงกดดันทางเศรษฐกิจ ที่มีปัจจัยทางด้านคู่แข่ง เป็นแรงผลักดันสำคัญ

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในแง่ของการขยายงาน ขยายบทบาท ขององค์การที่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง จะเห็นว่าในแง่บวก องค์การเนชั่นสามารถสร้างบุคลากร ที่สามารถโยกย้ายไม่ว่าจะเป็นการถาวรหรือชั่วคราวในการทำงานข้ามสื่อและสร้างการยอมรับได้ระดับหนึ่ง ด้วยภาพลักษณ์ของสุทธิชัย หยุ่น ผู้นำองค์การที่รับผิดชอบด้านการผลิตสื่อ ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มผู้จัดการ และวัฏจักร ที่ยังไม่อาจสร้างการยอมรับในจุดนี้ได้มากนัก แต่ขณะเดียวกัน หากพิจารณาในแง่ลบ เห็นว่า การตัดสินใจที่ค่อนข้างรวดเร็วในการขยายงาน โดยไม่เตรียมสำรองปัญหาที่จะเกิดติดตามมา กล่าวเฉพาะกรณีการข้ามสื่อ ก็อาจส่งผลกระทบต่อองค์การได้ เช่น กรณีการโยกย้ายบุคลากรจากเนชั่นทีวี ไปไอทีวี ซึ่งทำให้เนชั่นทีวีขาดบุคลากร และส่งผลถึงการทำงานในระยะเวลาหนึ่ง ในขณะเดียวกัน ก็เป็นปัญหาในเชิงบริหารของกลุ่มเดอะเนชั่น ที่ทำให้ต้องแก้ปัญหาแบบไม่รู้จบอยู่ตลอดเวลา

5. สำหรับประเด็นการข้ามสื่อและผลกระทบ ต่อองค์การ เนื้อหา และผู้รับสารนั้น ประเด็นผู้รับสารเป็นประเด็นที่สำคัญและน่าสนใจว่า การข้ามสื่อในกรณีประเทศไทยจะมีข้อวิตกเช่นเดียวกับในต่างประเทศ คืออิทธิพลของสื่อในการครอบงำความคิดของผู้รับสารหรือไม่ อย่างไร ผลการวิจัยพบว่าผู้บริหารกลุ่มเดอะเนชั่นพิจารณาเงื่อนไขในการเป็นเจ้าของสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ ในประเทศไทยซึ่งจะทำให้สามารถกำหนดนโยบาย กำหนดแนวทางในการเสนอข่าวสาร เป็นหลักคิดว่าไม่สามารถมีอิทธิพลเหนือผู้รับสารได้ ซึ่งเป็นประเด็นที่สอดคล้องกับการสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการและนักศึกษา

ในขณะที่กลุ่มหนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของเนชั่น มีความเชื่อที่แตกต่างจากกลุ่มวิทยุและโทรทัศน์ ที่ว่าการข้ามสื่อของเดอะเนชั่นมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร แต่เป็นอิทธิพล

ในแง่บวกจากความเชื่อถือในองค์กรเนชั่น และภาพลักษณ์ของผู้นำองค์กร เช่น สุทธิชัย หยุ่นขณะที่กลุ่มวิทยุและโทรทัศน์ ถึงแม้มีความเชื่อในอิทธิพลของสื่อกลุ่มเดอะเนชั่น แต่ไม่ยอมรับในความเป็นกลางของเนชั่น และไม่เชื่อในภาพลักษณ์ ของสุทธิชัย หยุ่น อันอาจเป็นข้อสันนิษฐานได้ว่า กลุ่มวิทยุและโทรทัศน์จะเป็นกลุ่มใหม่ในการรับสื่อของเนชั่น ตรงข้ามกับกลุ่มหนังสือพิมพ์ที่รู้จักและเชื่อถือความเป็นเนชั่นมาอย่างยาวนาน

หากพิจารณาในแง่การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) ของผู้รับสาร เฉพาะ 3 กลุ่ม อันได้แก่ กลุ่มหนังสือพิมพ์ กลุ่มวิทยุ และกลุ่มโทรทัศน์ กลุ่มหนังสือพิมพ์จะเป็นกลุ่มที่เปิดรับสื่อจากกลุ่มเดอะเนชั่นมากที่สุด โดยมีทั้งการเปิดรับเพื่อการติดตามข่าวสาร และใช้ประโยชน์จากสื่อในการแลกเปลี่ยนทัศนคติกับผู้อื่น ในเวลาที่กลุ่มวิทยุและโทรทัศน์ การใช้สื่อเพื่อความพึงพอใจจะมีน้อยกว่า การใช้สื่อเพื่อติดตามข่าวความเคลื่อนไหวของบ้านเมือง

เมื่อมองภาพรวมของการข้ามสื่อของกลุ่มเดอะเนชั่น พบว่า กลุ่มเดอะเนชั่นมีปัจจัยทั้งภายนอกและปัจจัยภายในที่ส่งเสริมการข้ามสื่อ และสามารถนำไปสู่เป้าหมายในการใช้ฐานข่าวฐานคนที่มีประสบการณ์ในการทำงานสื่อหนังสือพิมพ์ ปรับใช้กับการข้ามไปยังสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ ให้ทั้งสองสื่อนี้สะท้อนภาพความเป็นเนชั่นได้อย่างสัมฤทธิ์ผล แต่เมื่อพิจารณาผลกระทบจากการข้ามสื่อ โดยเฉพาะในแง่ของผู้รับสาร พบว่า เงื่อนไขของการเป็นเจ้าของข้ามสื่อรวมทั้งทัศนคติของผู้รับสารที่มีความเชื่อในเชิงบวกสำหรับกลุ่มเดอะเนชั่น ยังไม่เพียงพอให้พิจารณาได้ว่า จำเป็นต้องมีหน่วยงานที่จะมากำกับ ดูแลการข้ามสื่อในประเทศไทยหรือไม่

#### ข้อจำกัดในการวิจัย

กลุ่มเดอะเนชั่น มีความเคลื่อนไหวในการขยายงาน ขยายบทบาทตลอดเวลา ฉะนั้น ข้อมูลในส่วนโครงสร้างการบริหาร และอื่นๆ อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปบางส่วน นอกจากนั้น การเป็นเจ้าของข้ามสื่อในประเทศไทยยังเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่ ซึ่งทำให้การสัมภาษณ์กลุ่มในส่วนผู้รับสารอาจจะยังมองเห็นภาพผลกระทบไม่ชัดเจนนัก แต่ก็ทำให้เห็นแนวโน้มเฉพาะเรื่องการข้ามสื่อในประเทศไทย จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรเนชั่น และผู้บริหารวิทยุจักร และ

ผู้จัดการ ว่ามีทิศทางที่กิจการสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยจะต้องก้าวไปเพื่อให้อยู่รอดได้ในภาวะการแข่งขัน และยุคใหม่ของข้อมูลข่าวสาร ที่มีความต้องการสื่อที่หลากหลายมากขึ้น

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การเป็นเจ้าของข้ามสื่อในประเทศไทย นอกจากประเด็นเรื่องผลกระทบในแง่มุมต่างๆ แล้ว ปรากฏการณ์การข้ามสื่อที่เริ่มเกิดขึ้นในประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มเดอะเนชั่นซึ่งก้าวเข้าสู่ธุรกิจมัลติมีเดียเต็มตัว ยังนับเป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษาในเชิงกลยุทธ์การข้ามสื่อ ที่ต้องแข่งขันกับสื่อสิ่งพิมพ์ที่ก้าวไปสู่การข้ามสื่อ และสื่อวิทยุ โทรทัศน์ที่มีอยู่เดิม ให้ละเอียดลึกซึ้งมากขึ้น ดังนี้

1. วิฤตการณ์ราคากระดาษ ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ที่ส่งผลกระทบรุนแรงสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ทั้งระบบ เป็นประเด็นที่น่าสนใจศึกษาในเชิงกลยุทธ์ต่อไปว่า การกระจายธุรกิจจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีกระดาษเป็นปัจจัยการผลิตสำคัญ ไปยังธุรกิจสื่อวิทยุ และโทรทัศน์รวมทั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบต่างๆ จะเป็นทางออกสำหรับวิฤตการณ์ครั้งนี้ได้หรือไม่ เพียงใด

2. การขยายตัวข้ามสื่อของกลุ่มสิ่งพิมพ์อื่น ที่เริ่มจากการลงทุน และการขยายตัวข้ามสื่อของกลุ่มเดอะเนชั่นที่เริ่มจากเป้าหมายในการเสริมสร้างภาพพจน์ หรือการขยายธุรกิจข้ามสื่อของกลุ่มสิ่งพิมพ์อื่นๆ ในอนาคตซึ่งอาจจะมีเป้าหมายหลักแตกต่างกันไป น่าสนใจศึกษาในเชิงเปรียบเทียบ เพื่อแสวงหาแนวทางที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการขยายธุรกิจข้ามสื่อของกลุ่มสิ่งพิมพ์

3. สำหรับผลกระทบในการเป็นเจ้าของข้ามสื่อของกลุ่มสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะกลุ่มสิ่งพิมพ์ที่ใช้ฐานข่าวเดียวกัน กระจายไปทุกสื่ออาจจะมีผลในการครอบงำความคิดของผู้รับสารได้นั้น เป็นประเด็นที่ควรพิจารณาว่า ประเทศไทยควรจะมีคณะกรรมการการในรูปของคณะกรรมการเสรีภาพการสื่อสาร (Federal Communications Commission) หรือ FCC ในประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อมากำกับดูแลในเรื่องนี้หรือไม่นั้น หากพิจารณาโครงสร้างการเป็นเจ้าของสื่อเฉพาะสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ ในประเทศไทยที่เอกชนยังไม่สามารถเข้าไปเป็นเจ้าของหรือกำหนดทิศทางการนำเสนอข่าวสารได้อย่างเสรี อาจยังไม่จำเป็นที่จะต้องมีการในรูป

แบบ FCC ขึ้นมาในขณะนี้ แต่ควรมีการพิจารณาแนวทางในการจัดตั้งคณะกรรมการหรือหน่วยงานที่จะมากำกับ ดูแลเรื่องนี้ในอนาคตเพราะแนวโน้มในการที่อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ จะกระจายธุรกิจไปสู่การข้ามสื่อจะมีมากขึ้น และอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการเป็นเจ้าของของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งเป็นผลให้กลุ่มสิ่งพิมพ์ใดสิ่งพิมพ์หนึ่งเข้าไปเป็นเจ้าของหลายสื่อ และอาจจะมีอิทธิพลได้

4. ลักษณะการขยายตัวข้ามสื่อของกลุ่มเดอะเนชั่น เป็นการขยายฐานจากสิ่งพิมพ์ที่มีแนวคิดพื้นฐานในเชิงอุดมการณ์ ฉะนั้นจึงมีข้อวิตกกังวลว่า การข้ามสื่อของกลุ่มเดอะเนชั่นอาจมีอิทธิพลในการครอบงำความคิดของผู้รับสาร อย่างไรก็ตามขณะนี้ปรากฏการณ์ร่วมในการเป็นเจ้าของข้ามสื่อมิได้จำกัดเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์เท่านั้น หากแต่ยังมีการข้ามสื่อในลักษณะอื่นๆ เช่น จากสื่อเพื่อการบันเทิงไปยังสื่อสิ่งพิมพ์ หรือจากสื่อวิทยุ ไปสู่สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งอาจให้ผลที่แตกต่างกัน และอาจเป็นประเด็นที่น่าศึกษาในเชิงเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจข้ามสื่อด้วยกัน รวมทั้งธุรกิจข้ามสื่อในต่างประเทศ

นอกจากนั้นการข้ามสื่อซึ่งเป็นปรากฏการณ์ใหม่ และจะเป็นปรากฏการณ์ร่วมของกิจการสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยในอนาคต ซึ่งยังไม่มีงานวิจัยในเรื่องนี้โดยตรง งานวิจัยครั้งต่อไปยังอาจศึกษาได้ในแง่มุมต่างๆมากมาย ทั้งในเชิงเศรษฐศาสตร์และการบริหารธุรกิจ