

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกเนื้อหาต้นอสังหาริมทรัพย์
ในหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ : ระหว่างปีเศรษฐกิจเฟื่องฟูกับถดถอย

นางสาวพรรณณี อ่าบดิน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2540

ISBN 974-639-188-7

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

FACTORS INFLUENCING SELECTION OF REAL ESTATE NEWS IN BUSINESS
NEWSPAPER DURING THE YEAR OF ECONOMIC GROWTH AND RECESSION

MISS PUNNINEE ABEEDIN

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Journalism

Department of Journalism

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1997

ISBN 974-639-188-7

พิมพ์ครั้งแรกที่มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

พรรณณี อาบิদিন : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกเนื้อหาด้าน
อสังหาริมทรัพย์ในหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ : ระหว่างปีเศรษฐกิจ
เฟื่องฟูกับถดถอย (FACTORS INFLUENCING SELECTION OF
REAL ESTATE NEWS IN BUSINESS NEWSPAPER DURING
THE YEAR OF ECONOMIC GROWTH AND RECESSION)

อ.ที่ปรึกษา: รศ. ดร. ดร. ตรี ธิวัณรักษ์, 132 หน้า.

ISBN 974-639-188-7

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือก
เนื้อหาด้านอสังหาริมทรัพย์ใน หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ 2 ฉบับคือ หนังสือพิมพ์ประชาชาติ
ธุรกิจ และหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจโดยเฉพาะ การลงโฆษณาของบริษัทพัฒนาอสังหา
ริทรัพย์ ในระหว่างปีเศรษฐกิจเฟื่องฟูกับถดถอย

ผลการวิจัยพบว่าการลงโฆษณาของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ มีอิทธิพลต่อการ
คัดเลือกเนื้อหาของหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ โดยจากการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่า บริษัทที่
ลงโฆษณามาก หนังสือพิมพ์ก็มีการนำเสนอเนื้อหา มากขึ้นในสัดส่วนที่สัมพันธ์กัน ซึ่งเห็น
ได้ชัดในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ที่รายรับจากการลงโฆษณาซึ่งเป็นรายได้หลักของ
หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจลดลงและหนังสือพิมพ์ก็ระมัดระวังการนำเสนอเนื้อหา มิให้กระทบ
กับผู้ลงโฆษณา

นอกจากนี้จากการศึกษาผู้ที่ทำหน้าที่คัดเลือกเนื้อหาในระดับต่างๆ พบว่านอกจาก
องค์ประกอบในการคัดเลือกข่าวแล้วยังมีปัจจัยอื่นๆเช่น ความสนิทสนมกับแหล่งข่าวและ
นโยบายของบริษัท ยังมีผลต่อการคัดเลือกเนื้อหาด้านอสังหาริมทรัพย์ของ หนังสือพิมพ์
แนวธุรกิจอีกด้วย ดังนั้นสรุปได้ว่าการลงโฆษณาด้านอสังหาริมทรัพย์มีอิทธิพลต่อการ
คัดเลือกเนื้อหาของหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ

ภาควิชาวารสารสนเทศ.....
สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์.....
ปีการศึกษา 2540

ลายมือชื่อนิติ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาพร้อม

3971155028 : MAJOR JOURNALISM

KEY WORD: FACTORS INFLUENCING SELECTION OF REAL ESTATE NEWS IN BUSINESS NEWSPAPER DURING OF ECONOMIC GOWTH AND RECESSION.

PUNNINEE ABEEDIN : FACTORS INFLUENCING SELECTION OF REAL ESTATE NEWS IN BUSINESS NEWSPAPER DURING THE YEAR OF ECONOMIC GOWTH AND RECESSION.
THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. DARUNEE HIRUNRAK, Phd 132 pp. ISBN 974-639-188-7

This study aims to identify factors influencing selecting of esentation on reale state business rom two business newspapers-PRACHACHART HURAKIJ and THAN SETTHAKIJ. It emphaizes advertising placement of real estate companies during roburst and recession


Fromtheresult of the researchit is found that advertisement of real estate companies does influence selection of news presentation of business newspapers. The analysis observed that proportion of newspresentation and advertismnt placed are correlated-duringthe period of economic growth real estate companiesplaced alot of advertismnt , While the newspapers also presented news as much.On the other hand, during recession, newspapers are more careful in presenting news articles not to cause negative against thier clients.


Other influencing factors found in the study are the relationship between the companies and the newspapers and policies in selecting reale state news presentation of each paper.Therefore, it can be concluded that the advertismnt placed by real estate companies does influence selection of newspresentation in business newspapers

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ.....

สาขาวิชา.....ก.ว.ร.น.ป.ง.ส.อ.ท.พ.....

ปีการศึกษา.....2540.....

ลายมือชื่อผู้จัดทำ.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจากท่านอาจารย์ที่ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ข้อคิดเห็นรวมทั้งแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆตลอดระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษาวิจัย จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. ตรีภูมิ หิรัญรักษ์ ที่กรุณาให้เกียรติเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ศาสตราจารย์สุกัญญา สุตบรรทัด ได้กรุณาให้เกียรติเป็นประธานและกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ นันทริกา คุ่มไพโรจน์ที่ให้เกียรติร่วมเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ได้สละเวลา ให้ข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ และคุณอนิวัตร ประกิจวรพงศ์และคุณอุบล ทองประเสริฐ ที่นอกจากให้ข้อมูลสัมภาษณ์แล้วยังเป็นธุระนัดหมายบุคคลต่างๆให้อีกด้วย

ขอขอบคุณน้องๆฝ่ายสารนิเทศ สำนักประสานกิจการสัมพันธ์ เครือเจริญโภคภัณฑ์ คุณศุภกิตติ , คุณพันธ์ศักดิ์ , คุณณัฐนิชา , คุณดุษฎีที่เป็นธุระต่างๆให้ ขอขอบคุณคุณพิสุทธิ์ นิลสินธพ และคุณ ดวงเดือน สหเวชภักดิ์ ที่เสียสละเวลาช่วยเหลือจัดทำตารางข้อมูลและแปลความรวมทั้งเพื่อนร่วมรุ่นที่ไม่ได้เอ่ยนามอีกหลายคนให้ความช่วยเหลือ ในช่วงทำการศึกษาวิจัย

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดาที่ให้โอกาสศึกษาเล่าเรียนจนพบความสำเร็จในครั้งนี้ ขอขอบคุณคุณจิตติศักดิ์ นันทพานิช ปิยะมิตรผู้ให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจการทำวิจัย และลูกเฟิร์นที่ร่วมเรียนกับแม่มาโดยตลอด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่	
1 . บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหานาวิจัย	10
วัตถุประสงค์	10
สมมติฐานการวิจัย	11
ขอบเขตการวิจัย	11
นิยามศัพท์	12
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	14
2 . แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
องค์ประกอบในการคัดเลือกข่าวของหนังสือพิมพ์	16
แนวคิดและทฤษฎีการคัดเลือกข่าว	17
ทฤษฎีคุณค่าข่าว	21
บทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์	23
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารและธุรกิจหนังสือพิมพ์	26

	หน้า
ทฤษฎีองค์กร	26
ทฤษฎีสื่อสารการตลาด	30
ทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวกับนักประชาสัมพันธ์	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
3. ระเบียบวิธีการวิจัย	40
การเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	40
เครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล	42
แหล่งข้อมูลและการสร้าง เครื่องมือสำหรับการวิจัย	42
การจำแนกข้อมูลและสถิติที่นำมาใช้	46
การวิเคราะห์ข้อมูลและหน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์	47
การนำเสนอข้อมูล	48
4. ผลการวิจัย	49
เนื้อหาที่ถูกนำเสนอและโฆษณา	51
เปรียบเทียบการนำเสนอเนื้อหาและการลงโฆษณา	55
เปรียบเทียบจำนวนเนื้อหากับโฆษณา	66
เปรียบเทียบการลงโฆษณาระหว่างหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจกับ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ	69
เปรียบเทียบการนำเสนอเนื้อหาหน้าแรกกับหน้าใน	74
การใช้งบโฆษณาของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ระหว่างปี 2538 กับ ปี 2540	76
การใช้งบโฆษณาของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	81
ปัจจัยในการเลือกลงโฆษณาของบริษัทอสังหาริมทรัพย์	86

	หน้า
การลงโฆษณามีผลต่อการคัดเลือกเนื้อหา.....	88
การเปิดส่วนข่าวก่อสร้างที่ดิน.....	91
การคัดเลือกเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจกับหนังสือพิมพ์ ฐานเศรษฐกิจ.....	93
ความสัมพันธ์กับแหล่งข่าวมีผลต่อการคัดเลือกเนื้อหา.....	98
หลักเกณฑ์ในการวางแผนสื่อของบริษัทตัวแทนโฆษณา.....	102
การนำเสนอข่าวเชิงบวกไม่ใช่ปัจจัยในการเลือกเพื่อวางแผนสื่อของ บริษัทตัวแทนโฆษณา.....	103
5.สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	105
สรุปผลการวิจัย.....	106
อภิปรายผล.....	112
ข้อเสนอแนะการวิจัย.....	109
รายการอ้างอิง.....	119
ภาคผนวก.....	124
ประวัติผู้เขียน.....	132

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนชิ้นเนื้อหาและโฆษณาของ บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน) บริษัท กฤษดามหานคร จำกัด(มหาชน) และบริษัท ศุภาลัย จำกัด(มหาชน) ช่วงครึ่งปีแรก 2538 ปีเศรษฐกิจเฟื่องฟูใน หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ	53
2	แสดงจำนวนชิ้นเนื้อหาและโฆษณาของ บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน) บริษัท กฤษดามหานคร จำกัด(มหาชน)และบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ครึ่งปีแรก 2538 ปีเศรษฐกิจเฟื่องฟู ในหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ	54
3	แสดงจำนวนชิ้นเนื้อหาและโฆษณาของ บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟคจำกัด(มหาชน)บริษัท กฤษดามหานคร จำกัด(มหาชน)และบริษัท ศุภาลัยจำกัด(มหาชน) ครึ่งปีแรก 2540 ปีเศรษฐกิจถดถอย ในหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ	56
4	แสดงจำนวนเนื้อหาและการลงโฆษณาของบริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟค จำกัด(มหาชน)บริษัท กฤษดามหานคร จำกัด(มหาชน)และบริษัท ศุภาลัย จำกัด(มหาชน) ครึ่งปีแรก 2540 ปีเศรษฐกิจถดถอย ในหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ	57
5	เปรียบเทียบการเสนอเนื้อหา และการลงโฆษณาคิดเป็นร้อยละของบริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด(มหาชน) บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน)บริษัท กฤษดามหานคร จำกัด (มหาชน) และบริษัท ศุภาลัย จำกัด(มหาชน) ระหว่างหนังสือพิมพ์ ประชาชาติธุรกิจกับ หนังสือพิมพ์ ฐานเศรษฐกิจช่วงครึ่งปีแรก 2538 ปีเศรษฐกิจเฟื่องฟู	59

- | | | |
|----|---|----|
| 6 | เปรียบเทียบการเสนอเนื้อหา และการลงโฆษณาเป็นร้อยละของ บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) บริษัทพร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟก จำกัด (มหาชน) บริษัทกฤษดามหานคร จำกัด (มหาชน) บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ระหว่างหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจกับหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจระหว่าง ครั้งปีแรก 2540 ปีเศรษฐกิจถดถอย | 61 |
| 7 | เปรียบเทียบการลงโฆษณาและการเสนอเนื้อหาของ บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด(มหาชน)บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟกจำกัด(มหาชน)บริษัท กฤษดามหานคร จำกัด(มหาชน)และ บริษัท ศุภาลัย จำกัด(มหาชน)ใน หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจระหว่างครั้งปีแรก 2538 ปีเศรษฐกิจเฟื่องฟูกับครั้งปีแรก 2540 ปีเศรษฐกิจถดถอย | 67 |
| 8 | เปรียบเทียบการลงโฆษณา และการเสนอเนื้อหา ของบริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด(มหาชน) บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟก จำกัด(มหาชน) บริษัท กฤษดามหานคร จำกัด(มหาชน)และบริษัท ศุภาลัยจำกัด(มหาชน) ในหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจระหว่างครั้งปีแรก 2538 ปีเศรษฐกิจเฟื่องฟูกับ ครั้งปีแรก 2540 ปีเศรษฐกิจถดถอย | 68 |
| 9 | เปรียบเทียบการลงโฆษณา และคิดเป็นร้อยละของ บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด(มหาชน)ใน หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจกับหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจระหว่างครั้งปีแรก 2538 ปีเศรษฐกิจเฟื่องฟูกับครั้งปีแรก2540 ปีเศรษฐกิจถดถอย | 70 |
| 10 | เปรียบเทียบการลงโฆษณาและคิดเป็นร้อยละของ บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟก จำกัด(มหาชน)ใน หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจกับหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจระหว่างครั้งปีแรก 2538 ปีเศรษฐกิจเฟื่องฟู กับครั้งปีแรก 2540 ปีเศรษฐกิจถดถอย | 71 |

ตาราง	หน้า
<p>11 เปรียบเทียบการลงโฆษณา และคิดเป็นร้อยละของ บริษัท กฤษดามหา มมหานคร จำกัด(มหาชน) ในหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจกับ หนังสือพิมพ์ ฐานเศรษฐกิจระหว่างครึ่งปีแรก 2538 ปีเศรษฐกิจเฟื่องฟู กับครึ่งปีแรก 2540 ปีเศรษฐกิจถดถอย</p>	72
<p>12 เปรียบเทียบการลงโฆษณา และคิดเป็นร้อยละของ บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในหนังสือ พิมพ์ประชาชาติธุรกิจกับ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ระหว่าง ครึ่งปีแรก 2538 ปีเศรษฐกิจเฟื่องฟู กับครึ่งปีแรก 2540 ปีเศรษฐกิจถดถอย</p>	73
<p>13 เปรียบเทียบจำนวนการนำเสนอเนื้อหาของ บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด(มหาชน) บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟค จำกัด(มหาชน) บริษัท กฤษดามหานครจำกัด (มหาชน)และ บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจระหว่างครึ่งแรกของปี 2538 ปีเศรษฐกิจ เฟื่องฟูกับปี 2540 ปีเศรษฐกิจถดถอย</p>	76
<p>14 เปรียบเทียบการนำเสนอเนื้อหาของ บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟค จำกัด(มหาชน)บริษัท กฤษดา มหานครจำกัด(มหาชน)และบริษัทศุภาลัยจำกัด (มหาชน) ในหนังสือพิมพ์ ฐานเศรษฐกิจ ระหว่างครึ่งแรกของปี 2538 ปี เศรษฐกิจเฟื่องฟูกับปี 2540 ปีเศรษฐกิจถดถอย</p>	77
<p>15 เปรียบเทียบการนำเสนอเนื้อหาบริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด(มหาชน) บริษัท พร็อพเพอร์ตี้เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน) บริษัท กฤษดามหานคร จำกัด(มหาชน) และบริษัท ศุภาลัย จำกัด(มหาชน) ระหว่างหน้าแรก กับหน้าใน ในหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ กับหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ระหว่างครึ่งปีแรก 2538 ปีเศรษฐกิจเฟื่องฟูกับครึ่งปี 2540 ปีเศรษฐกิจ ถดถอย</p>	79