

การปรับตัวของหนังสือพิมพ์จีนในยุคดิจิทัล กรณีศึกษาบริษัทซิงเสียนเยอะเป่า

Chinese newspaper's intercultural adaptation in Digital age Case study of

Sing Sian Yer Pao Company

มัลติกา คล่องแคล่ว¹ และ วิทยาการ เชียงกูล²

10.14456/JRGSBRANGSIT.2017.25

บทคัดย่อ

การปรับตัวของหนังสือพิมพ์จีนในยุคดิจิทัล กรณีศึกษาบริษัทซิงเสียนเยอะเป่า มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อศึกษารูปแบบการปรับตัวของหนังสือพิมพ์จีนซิงเสียนเยอะเป่า (2) เพื่อศึกษาวิธีการรักษาและคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของหนังสือพิมพ์จีนซิงเสียนเยอะเป่า (3) เพื่อศึกษาแนวทางและนโยบายเตรียมความพร้อมในอนาคตของหนังสือพิมพ์จีนซิงเสียนเยอะเป่า (4) เพื่อศึกษาแนวทางในการดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์จีนในท่ามกลางการเปลี่ยนผ่านวัฒนธรรมโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารในระดับวางกลยุทธ์ ผู้บริหารระดับวางแผนและส่งต่อนโยบาย และพนักงานระดับปฏิบัติการ โดยอ้างอิงการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์ตามแนวคิดการบริหารจัดการองค์กร พบว่าการเปลี่ยนแปลงของสิ่งพิมพ์ในยุคดิจิทัลเช่นปัจจุบัน จะเป็นสาเหตุหลักที่นำไปสู่การปรับโฉมใหม่ของสิ่งพิมพ์เช่นหนังสือพิมพ์ ความจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับผู้อ่านข่าว เพื่อช่วงชิงพื้นที่ข่าวกับสื่อคู่แข่ง ซินเสียนเยอะเป่าจึงพยายามขยายตลาดและเจาะกลุ่มลูกค้าอายุน้อยลง ประกอบกับต้องสร้างสื่อที่ทันสมัย หนังสือพิมพ์ยังคงดำเนินการอยู่ แต่มีเพิ่มช่องทางขึ้นมาเพื่อให้เป็นที่รู้จักในโลกดิจิทัลควบคู่ไปด้วย เช่น we chat เป็นการเสริมซึ่งกันและกัน เป็นการช่วยพยุงซึ่งกันและกันให้อยู่รอดปลอดภัย โดยท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงใด ๆ จะยังมีสิ่งที่ดำรงคงอยู่ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนเจ้าของ จากกลยุทธ์แบบเดิม ส่วนนี้เป็นกรอบคิดที่ครอบคลุมการปรับตัวระลอกใหญ่ใดๆ ของหนังสือพิมพ์จีนซิงเสียนเยอะเป่าจากอดีต มาจนปัจจุบันอย่างชัดเจนที่สุด ทั้งนี้การดำเนินการใดๆ อยู่ภายใต้หลักคิดความรู้คุณค่าต่อประเทศไทย ไม่สร้างความแตกแยกเสียหาย และการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างไทย – จีน อย่างมั่นคงและยาวนาน เพราะช่วงยุคสมัยหนึ่ง แวดวงหนังสือพิมพ์จีนเอง เคยถูกมองว่าเป็นภัยต่อความมั่นคงที่ต้องจับตามองและถูกควบคุมโดยรัฐบาล และปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของประเทศไทย

แม้ปัจจุบันยังไม่ได้รับผลกระทบมากนัก แต่เพื่อให้ทันเหตุการณ์และทันต่อการลงข่าวในระบบดิจิทัล ข่าวที่แข่งขันกันเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในยุคดิจิทัลจึงมีข้อเสียคือ ความรวดเร็วที่อาจทำให้เกิดความผิดพลาดของข้อมูลหรือเกิดความคลาดเคลื่อนไปบ้าง เพราะการแข่งขันแย่งชิงพื้นที่ที่สื่ออื่นรุนแรง และต้องการความรวดเร็วในการเข้าถึงผู้อ่าน แต่หนังสือพิมพ์มีข้อดีเรื่องความถูกต้องแม่นยำ ผ่านการตรวจทานเข้มข้นกว่า ไม่ว่าจะเป็นการตรวจทานโดยสำนักงานตำรวจแห่งชาติ และต้องผ่านการตรวจทานโดยสำนักพระราชวังเพื่อเป็นสื่อที่เป็นตัวแทนของความสัมพันธ์ระหว่างไทยจีน ซึ่งมีประวัติศาสตร์ความสัมพันธ์มายาวนาน

คำสำคัญ: หนังสือพิมพ์จีน, ยุคดิจิทัล, การปรับตัว, ซิงเสียนเยอะเป่า, สื่อสิ่งพิมพ์

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจีนและอาเซียนในระบบเศรษฐกิจโลก มหาวิทยาลัยรังสิต

² อาจารย์ประจำวิชา สาขาวิชาจีนและอาเซียนในระบบเศรษฐกิจโลก มหาวิทยาลัยรังสิต

Abstract

The purpose of this research was 1) to examine Chinese newspaper's intercultural adaptation in Digital age in case study of Sing Sian Yer Pao Company. 2) to study how Sing Sian Yer Pao preserve and maintain their identity of the Chinese newspaper. 3) to study how their prepare and plan to the future. 4) to study the Chinese newspaper business in the midst of transitional culture. This research is qualitative research by using In-depth interview method. A sample of this cases were drawn from the concept of Organizational Behavior therefore using simple by select sampling through purposive random method were Chief executive level who strategically positioned by review an interview, Management level for plans and policies and operation employee. The findings indicated that transformation from analog to digital age affect directly. publications business and leading to the renovation in newspapers business such as Sing Sian Yer Pao Company. The need adjust provide accordance with the requirements of readers for increase the market share and compete with competitors. Therefore, Sing Sian Yer Pao Company efforts to expanding their market and targeting younger customers by establish advanced media such as application WeChat additional parallel along the publication. To enhance each other approach without abandoning any one the extremists, but helped each other for the survival collaborative.

Although It is currently not affected too much. Keeping abreast, keeping pace with fastest events and express news update in digital systems may causes of inconsistent data or discrepancies news, but newspapers have more advantageous in accuracy issue through the concentration in process of collation. However, does not necessary mean that the Internet and the World Wide Web in digital age have obtained the power to establish a specific agenda for the rest of the media and the public. The main conceptual framework that remaining Chinese newspaper identities was still continuing an original intention. Major ideas of gratitude to Thailand, do not create any cleavage damage, and to maintain international relationships between Thailand – China for sustainable and long-lasting relativity.

Key words : Chinese' newspaper, digital age, adaptation, Sing Sian Yer Pao, publication

1. บทนำ

หนังสือพิมพ์จีนมีจุดเริ่มต้นมาจากอิทธิพลของนักสอนศาสนาชาวตะวันตก ในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 19 ที่ต้องการนำความรู้และวิทยาการใหม่ๆ เข้าไปสู่คนจีน พร้อมกับเผยแพร่ศาสนาไปพร้อมกัน ซึ่งหนังสือพิมพ์จีนฉบับแรก เป็นหนังสือพิมพ์รายเดือน เกิดขึ้นที่เกาะมะละกา ในดินแดนมลายู เมื่อปี พ.ศ. 2358 ขณะที่หนังสือพิมพ์จีนรายวันฉบับแรกก็เกิดขึ้นในฮ่องกง เมื่อปี พ.ศ. 2401 วิวัฒนาการของหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย เริ่มตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3 โดยมีกลุ่มมิชชันนารีชาวอเมริกันเป็นเจ้าของและบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ข่าวรายปักษ์ฉบับแรกในประเทศไทย ชื่อ บางกอกกริโคเดอร์ พิมพ์ด้วยภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ต่อมาสมัยรัชกาลที่ 4 ทรงเป็นผู้จัดทำหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ชื่อราชกิจจานุเบกษา เพื่อชี้แจงข่าวคลาดเคลื่อน ที่ตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ของหมอบรัดเลย์ และเพื่อแจ้งข่าวการบริหารพระราชภารกิจทางการเมือง ในปลายรัชสมัยรัชกาลที่ 5 ถึงรัชกาลที่ 7 กิจกรรมหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยมีความก้าวหน้ามาก เจ้าของและบรรณาธิการหนังสือพิมพ์เปลี่ยนแปลงจากเจ้านายเป็นสามัญชน นอกจากการศึกษาที่ขยายตัวมากขึ้นจนเป็นผลให้วงการหนังสือพิมพ์ก้าวหน้ามากขึ้นและปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจก็มีส่วนสำคัญมากเช่นกัน (สุกัญญา สดบรรพัต, 2555)

ในยุคที่ประเทศไทยได้มีการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศอย่างจริงจัง ทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารการค้ามากขึ้น หนังสือพิมพ์ในรัชกาลที่ 6 นั้นมีเป้าหมายเพื่อการค้าเป็นหลัก อย่างไรก็ตามเนื่องจากธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในมือคนจีนซึ่งขณะนั้นความรู้ความเข้าใจในภาษาไทยยังมีอยู่ในวงจำกัด หนังสือพิมพ์รายวันภาษาจีนที่ดำเนินการโดยคนจีนจึงถือกำเนิดขึ้นเพื่อตอบรับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว ข้อจำกัดในเรื่องภาษา วัฒนธรรม ความคิด ความเชื่อทัศนคติ และความจำเป็นในเรื่องการติดต่อการค้า ทำให้คนจีนกลุ่มหนึ่งได้เลือกที่จะดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์ เพื่อตอบรับกลุ่มเป้าหมายในการเป็นสื่อกลางทางธุรกิจในกลุ่มคนจีนและกลุ่มผู้บริโภครายวัน หนังสือพิมพ์จีนในระยะเริ่มแรกเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีบทบาทอย่างสำคัญในสังคมไทยอย่างมาก ซึ่งเป็นบทบาทด้านการปลุกจิตสำนึกทางการเมืองของคนจีนในประเทศไทย เพราะนำเสนอข่าวเกี่ยวกับแนวความคิดทางการเมือง โดยเป็นผลมาจากการเผยแพร่แนวความคิดดังกล่าวมาจากประเทศจีนแผ่นดินใหญ่ ทำให้เกิดการปลุกจิตสำนึกรักชาติของคนจีนในประเทศไทย (ศักดิ์พันธ์ คำหริ่ม, 2552)

หนังสือพิมพ์จีน นอกจากจะมีบทบาทในด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั่วไปทั้งที่เกี่ยวข้องกับชุมชนคนจีนในประเทศไทย ชุมชนคนจีนต่างๆ ทั่วโลก ข่าวสารในประเทศไทย และข่าวสารต่างๆ เช่น ด้านเศรษฐกิจ มีการนำเสนอ วิพากษ์วิจารณ์ วิเคราะห์ ความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจ และกระตุกธุรกิจการค้าด้วยการเผยแพร่โฆษณาธุรกิจต่างๆ ด้านการเมืองก็มีการเผยแพร่ข่าวสารบ้านเมืองที่มีลักษณะยอมรับนับถือเงื่อนไขข้อจำกัดตามแบบที่ทางการไทยควบคุม โดยไม่เน้นวิพากษ์วิจารณ์ และสนับสนุนอุดมการณ์ทางการเมืองเหมือนกับในอดีต ด้านสังคมและวัฒนธรรม หนังสือพิมพ์จีนทำหน้าที่เป็นสื่อกลางเชื่อมประสานความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรม ด้วยการเน้นหนักเสนอข่าวสารและความรู้ทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับจีน และเสนอข่าวสารในเชิงสังคมและวัฒนธรรมของไทยควบคู่กันไป โดยมี “จีนโนสยามวารศัพท์” ของนายเชิวสุดเส็ง สิบญูเรื่องถือเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาจีนฉบับแรกในประเทศไทยที่มีเป้าหมายทั้งในเชิงการค้าและเชิงการเมืองที่มุ่งเน้นเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน

ปัจจุบันในประเทศไทยมีหนังสือพิมพ์จีนหลักอยู่ 6 ฉบับ (สุสติ ตีตวรนาถ, 2558) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ซิงเสียนเยอะเป้า หนังสือพิมพ์เอเชียนิวส์ไทม์ หนังสือพิมพ์ซิงจงเจี้ยน หนังสือพิมพ์เกียฮั่วตงจวันรายวัน หนังสือพิมพ์ตงฮั่ว และหนังสือพิมพ์ซื่อเจียฮื่อเป้า โดยตลอดระยะเวลาแห่งการดำรงอยู่ของหนังสือพิมพ์จีนในประเทศไทย

หนังสือพิมพ์จีนมีวิวัฒนาการในตัวเองที่เป็นผลมาจากเหตุปัจจัยหลายประการ ในขณะเดียวกัน วิวัฒนาการนี้ก็สะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการความเปลี่ยนแปลงอื่นๆอีกหลายประการ ซึ่งมีได้จำกัดอยู่เพียงเพื่อสะท้อนของพัฒนาการของชุมชนชาวจีนในประเทศไทย และนโยบายของรัฐบาลไทยต่อชาวจีนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยเท่านั้น หากแต่ยังสะท้อนถึงพัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคมบางส่วนของประเทศไทย และความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศด้วย จึงนับได้ว่า สถาบันหนังสือพิมพ์จีน เป็นสถาบันที่มีความสำคัญไม่เพียงแต่ในฐานะของสื่อมวลชนของชุมชนกลุ่มน้อยกลุ่มหนึ่งในประเทศไทย แต่ยังมีคามสำคัญไม่มากก็น้อยในฐานะขององค์กรทางสังคมองค์กรหนึ่งของสังคมไทยที่กุมบทบาทแฝงต่อภาวะเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมบางส่วนของไทยไว้ด้วย

“ชิงเสียนเหอะเป้า” นับเป็นหนังสือพิมพ์รายวันภาษาจีนที่มียอดขายสูงมากฉบับหนึ่งในประเทศไทย (ASTV ผู้จัดการรายวัน, 9 พฤศจิกายน 2556) ในอดีตหนังสือพิมพ์จีนฉบับนี้ได้รับความนิยมสูงจนได้ชื่อว่าเป็น “ไทยรัฐ” ภาคภาษาจีน แต่ช่วงหลังการอ่านหนังสือพิมพ์จีนค่อยๆ ลดลงพร้อมกับความนิยมในหัวหนังสือพิมพ์จีนเหล่านั้นปัจจัยที่ส่งให้ชิงเสียนเหอะเป้าขึ้นมาขึ้นอยู่หัวแถวเป็นประหนึ่งไทยรัฐของวงการหนังสือพิมพ์จีน และนับเป็นหนังสือพิมพ์จีนที่มีผู้อ่านในวงกว้างมากที่สุดในประเทศไทย

ในปัจจุบันโลกแห่งเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างไร้ขีดจำกัด ได้เข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น ในยุคสังคมแห่งดิจิทัล ทำให้บทบาทของธุรกิจหนังสือพิมพ์ลดน้อยถอยลง เนื่องจากเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของมนุษย์มากยิ่งขึ้น ทำให้คนส่วนใหญ่เริ่มให้ความสนใจข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่สะดวก ทันสมัย และรวดเร็ว อย่างข้อมูลข่าวสารบนอินเทอร์เน็ต แม้แต่ในโทรศัพท์มือถือก็ จึงทำให้การซื้อหนังสือพิมพ์เริ่มลดลง จนอาจเป็นผลทำให้ยอดขายลดน้อยลง และบางที่ก็มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดในการพัฒนาการขายหนังสือพิมพ์เพื่อรองรับผู้รับข่าวสารในโลกดิจิทัลมากขึ้น ในยุคที่มีการหลอมรวมกันของระบบคอมพิวเตอร์ โทรคมนาคม และสื่อมวลชน ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากมายซึ่งกระทบต่อธุรกิจหนังสือพิมพ์ ธุรกิจหนังสือพิมพ์กำลังค้นหารูปแบบทางธุรกิจใหม่ๆ ขณะที่ตัดสินใจก้าวเข้าสู่สู่ภาวะดิจิทัล มีการนำกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดขององค์กรที่หลากหลายมาใช้ไม่ว่าจะเป็นการลดต้นทุน หรือการแสวงหามาตรการในการจัดเก็บรายได้ การปรับเนื้อหาให้เน้นท้องถิ่นนิยม การดำเนินการแบบไม่แสวงหาผลกำไร หนังสือพิมพ์ตามสั่ง รวมทั้งการขายไปยังธุรกิจสื่ออื่นนอกเหนือจากหนังสือพิมพ์ดิจิทัล

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สนใจหนังสือพิมพ์ชิงเสียนเหอะเป้า เป็นกรณีศึกษา เพื่อศึกษาการปรับตัวและคงความเป็นอัตลักษณ์ของหนังสือพิมพ์จีนในยุคดิจิทัล อีกทั้งดูแนวทางในการพัฒนารูปแบบและการปรับเปลี่ยนเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ชิงเสียนเหอะเป้า ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์จีนที่ได้รับความนิยมสูงสุดทั้งในอดีตและปัจจุบัน เพื่อศึกษาแนวทางในการดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์จีนในท่ามกลางการเปลี่ยนผ่านวัฒนธรรม เพื่อทำความเข้าใจในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและเพื่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์จีนในยุคดิจิทัล ที่การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเป็นไปได้ง่าย สะดวก รวดเร็วและมีหลายหลายช่องทางให้เลือกดังเช่นในปัจจุบัน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบการปรับตัวของหนังสือพิมพ์จีนชิงเสียนเหอะเป้า
- 2) เพื่อศึกษาวิธีการรักษาและคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของหนังสือพิมพ์จีนชิงเสียนเหอะเป้า
- 3) เพื่อศึกษาแนวทางและนโยบายเตรียมความพร้อมในอนาคตของหนังสือพิมพ์จีนชิงเสียนเหอะเป้า
- 4) เพื่อศึกษาแนวทางในการดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์จีนในท่ามกลางการเปลี่ยนผ่านวัฒนธรรม

3. ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการดำเนินการตาม โครงการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้โดยภาพรวมของการกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือ กระบวนการ วิจัยที่จะนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) อันประกอบ ไปด้วย (1) การวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research) ในส่วนประวัติความเป็นมาของหนังสือพิมพ์จีนเสียนเยอะ เป้า และวิวัฒนาการของหนังสือพิมพ์จีนในไทย (2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ในตัวของการปรับตัว คู่บุคคลจิตของหนังสือพิมพ์จีนจีนเสียนเยอะเป้า ซึ่งตัวแปรในการศึกษาค้นคว้านี้ สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ตัวแปร ต้น ได้แก่ เงื่อนไขขององค์กร เงื่อนไขทางเศรษฐกิจทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม เงื่อนไขทางการตลาด และเงื่อนไขภายนอกอื่นๆ เช่น นโยบายและการส่งเสริมจากรัฐ และตัวแปรตาม ได้แก่ การ ปรับตัวของหนังสือพิมพ์จีนเสียนเยอะเป้า

เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ จึงมีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงให้ครอบคลุมกับ วัตถุประสงค์ที่มุ่งเน้นศึกษาการปรับตัวในยุคดิจิทัลขององค์กร ด้วยเหตุผลหลักที่จีนเสียนเยอะเป้าเป็นสำนัก หนังสือพิมพ์ขนาดเล็ก ประกอบกับอ้างอิงจากการจำแนกบุคลากรในแนวคิดทางการบริหารจัดการองค์กรเป็น 3 ระดับ คือ (1) ผู้บริหารในระดับวางกลยุทธ์ จำนวน 1 คน (2) ผู้บริหารระดับวางแผนและส่งต่อนโยบายของ หนังสือพิมพ์จีนเสียนเยอะเป้า จำนวน 2 คน (3) พนักงานระดับปฏิบัติการ จำนวน 1 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มา วิเคราะห์สรุปในเชิงคุณภาพ

4. ผลการวิจัย

4.1 ประวัติความเป็นมาของ บริษัท จีนเสียนเยอะเป้า

จีนเสียนเยอะเป้าเป็นหนังสือพิมพ์รายวันภาษาจีนซึ่งมียอดขายมากฉบับหนึ่งในประเทศไทย ก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2493 จัดทะเบียนธุรกิจบริหารงานในนามบริษัทจีนเสียนเยอะเป้าจำกัด มีสำนักงานตั้งอยู่บนถนนเจริญ กว้าง อาคารเก่าของห้างเอสเอบี บริเวณสี่แยก เอสเอบี เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ และในส่วนของประวัติความเป็น มานานนั้น หากเมื่อพิจารณาแบ่งตามยุคต่างๆ ของหนังสือพิมพ์จีนในไทย ดังนี้

- 1) ยุคเริ่มแรก พ.ศ. 2446-2468
- 2) ยุคพัฒนาทางรูปแบบและขยายตัวด้านการจำหน่าย พ.ศ. 2468-2501
- 3) ยุคจำกัดเสรีภาพ ภายใต้นโยบายจอมพล ป. และอิทธิพลญี่ปุ่น พ.ศ. 2482-2487
- 4) ยุคเฟื่องฟูท่ามกลางความผันแปรของการเมืองไทย พ.ศ. 2488-2501
- 5) ยุคคุมกำเนิด ปิดกั้นเสรีภาพและความเติบโต พ.ศ. 2502-2512
- 6) ยุคแข่งขันทางธุรกิจ พ.ศ. 2513-ปัจจุบัน

อาจกล่าวได้ว่า จีนเสียนเยอะเป้า ถือกำเนิดขึ้น ในยุคแห่งการเฟื่องฟูท่ามกลางความแปรผัน ทางการเมืองไทยช่วงปลาย จีนเสียนเยอะเป้าเป็นหนังสือพิมพ์รายวันภาษาจีนในไทยฉบับหนึ่งจากจำนวน 6 ฉบับที่ ตีพิมพ์เผยแพร่กันอยู่ในขณะนี้ และมีประวัติเก่าแก่ยาวนานกว่า 6 ทศวรรษ ดังบทสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสรุปรวมรวมตอน หนึ่งมาจาก นิตยสารผู้จัดการ มกราคม 2529 ดังนี้

“โอวบนุ โส้ว” เป็นชื่อที่คนไทยคุ้นหูกันพอสมควร ส่วนคนสิงคโปร์คนคนฮ่องกงและคนพม่าคงจะต้องรู้จัก ชื่อนี้ดี ด้วยว่าเป็นชื่อของมหาเศรษฐีชาวจีนคนนี้ได้ถูกนำมาตั้งเป็นชื่อสวนสาธารณะในสิงคโปร์และฮ่องกง ซึ่งก็เป็น

สวนสาธารณะที่ตระกูลโอวเป็นผู้สร้างขึ้น และแม้ว่าคนไทยจะไม่ค่อยคุ้นกับชื่อโอวบุณโฬว์นัก แต่กับชื่อชิงเสียนเยอะเป๋านั้นก็คงปฏิเสธไม่ได้ว่าไม่เคยได้ยินมาก่อน ชิงเสียนเยอะเป๋่าเป็นหนังสือพิมพ์รายวันภาษาจีนในบ้านเราซึ่งก่อตั้งขึ้นโดยตระกูลโอว และต่อมากิจการนี้ตกทอดจนถึงมือเขตตระกูลโอว-ลีเอ็กซิม หรือ ลี สันติพงศ์ไชย ที่ทำให้ชื่อเสียงของชิงเสียนเยอะเป๋่าผดุงเรื่อยมาจนปัจจุบัน โดยที่ความยิ่งใหญ่ของหนังสือพิมพ์ฉบับนี้นั้น มีหลายคนถึงกับเปรียบเทียบว่าเป็น “ไทยรัฐแห่งย่านไชนาทาวน์” ที่เดียว ชิงเสียนเยอะเป๋่า เป็นภาษาจีนกลาง 2 คำ ผสมกัน ระหว่างคำว่า “ชิง” หรือ “ชิง” คำนี้ถ้าถอดความเป็นภาษาไทยก็ควรจะหมายถึง “ดาว” ส่วน “เสียน” นั้นหมายถึง “สยาม” ซึ่งเป็นชื่อที่คนจีนเคยใช้เรียกแผ่นดินที่เป็นประเทศไทยในอดีต เพราะเหตุนี้ชิงเสียนเยอะเป๋่าเมื่อแปลเป็นไทยแล้ว จึงน่าจะต้องแปลว่าหนังสือพิมพ์รายวัน “ดาวสยาม” เหมือนกับชื่อหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยฉบับหนึ่งซึ่งก่อตั้งโดย “กระแช่” หรือ ประสาน มิเพื่องศาสตร์แต่ขายให้คนอื่นไปแล้ว โดยผู้ซื้อนั้นก็ดูเหมือนว่าจะเป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์จีนคู่แข่งของชิงเสียนเยอะเป๋่าหรือ “ดาวสยาม” เสียอีกด้วย

ชิงเสียนเยอะเป๋่านั้นก่อสร้างตัวขึ้นเมื่อปีพุทธศักราช 2492 (นับว่าจดทะเบียนอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2493) โดยผู้ก่อตั้งก็คือเจ้าของกิจการยาหม่องตราเสือชื่อโอวบุณโฬว์และโอวบุณปา 2 พี่น้องตระกูลโอวผู้มีชื่อเสียงสะเทือนเลื่อนลั่นคาบสมุทรเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในแง่ที่เป็นมหาเศรษฐีใจบุญ นิยมการบริจาคทรัพย์เงินทองช่วยเหลือการกุศลและสร้างสวนสาธารณะไว้ให้ชนรุ่นหลังได้ใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ อย่างเช่นสวนสาธารณะโอวบุณโฬว์ในฮ่องกงและสิงคโปร์ เป็นต้น ในช่วงชีวิตของ 2 พี่น้องตระกูลโอวนี้ พวกเขาได้ร่วมกันก่อตั้งกิจการค้าและการลงทุนขึ้นหลายอย่าง โดยเฉพาะกิจการหนังสือพิมพ์นั้นก็มีการก่อตั้งขึ้น 3 ฉบับใน 3 ประเทศภายใต้การดำเนินงานของบริษัทชินเป่า จำกัด ที่ฮ่องกง พวกเขาก่อตั้งหนังสือพิมพ์รายวันภาษาจีนชื่อ ชินเต้า หรือ “ดาวฮ่องกง” เพราะคำว่า “เต้า” เป็นคำที่คนจีนมักใช้เรียกเกาะฮ่องกง ที่สิงคโปร์ก็เป็นหนังสือพิมพ์รายวันชื่อ ชินโจ้ว หรือ “ดาวสิงคโปร์” โดยคำว่า “โจ้ว” นั่นก็คือสิงคโปร์ส่วนอีกฉบับก็คือ ชิงเสียน ซึ่งคนจีนในประเทศไทยตลอดจนคนไทยจำนวนมากรู้จักกันดี

ปัจจุบันหนังสือพิมพ์ชินเต้าในฮ่องกงยังเป็นสมบัติของตระกูลโอวอยู่ โดยมีบุตรสาวคนหนึ่งของโอวบุณโฬว์เป็นผู้ดำเนินกิจการส่วนชิงโจ้วนั้นได้ขายไปให้รัฐบาลสิงคโปร์เรียบร้อยแล้ว และสำหรับชิงเสียน ก็มีลูกเขยและลูกสาวของโอวบุณปาเป็นทั้งเจ้าของและผู้บริหารในขณะนี้ลูกสาวโอวบุณปาคนที่ว่านี่ชื่อ โอวเซ็งซิน ซึ่งภายหลังเปลี่ยนชื่อเสียงเรียงนามเป็นไทยเสียใหม่ว่า “สุริย์” ส่วนลูกเขยเป็นผู้เป็นสามีของโอวเซ็งซินหรือสุริย์ ก็คือ ลีเอ็กซิม หรือชื่อไทยของเขาคือ “ลี สันติพงศ์ไชย” ประธานและผู้อำนวยการบริษัทชินเป่า (ไทย) จำกัดหรือหนังสือพิมพ์ชิงเสียนเยอะเป๋่า หนังสือพิมพ์ซึ่งมีหลายคนขนานนามให้เป็น “ไทยรัฐฉบับภาษาจีน” ไม่ว่าจะพิจารณาจากแนวทางการนำเสนอข่าวหรือยอดการจัดจำหน่ายตลอดจนยอดโฆษณา โอวบุณโฬว์และโอวบุณปานั้น เป็นคนจีนเชื้อสายฮากกาหรือที่เรียกกันว่าจีนแคะต้นตระกูลของพวกเขาเดิมอยู่ที่หมู่บ้านขงดิงตรงพรมแดนรอยต่อระหว่างพวกจีนแคะกับจีนฮกเกี้ยน ตระกูลโอวก็เลยพูดได้ทั้งภาษาแคะและภาษาฮกเกี้ยนคล่องแคล่วพอๆ กัน ต้นตระกูลของโอวบุณโฬว์และโอวบุณปาอพยพเข้ามาปักหลักทำกินในแผ่นดินพม่าตั้งแต่คนในรุ่นปู่ย่าของทั้ง 2 แล้ว เพราะฉะนั้น โอวบุณโฬว์และโอวบุณปาจึงเกิดที่ประเทศพม่า ในวัยที่ยังเป็นหนุ่มฉกรรจ์ 2 พี่น้องตระกูลโอวนี้ ได้ร่วมกันทำธุรกิจผลิตและจำหน่าย “ยาหม่องตราเสือ” ขึ้นที่พม่า 90 – 100 ปีมาแล้ว โดยมีร้านขายยาหม่องชื่อ “ขงอันทัง” ซึ่งหมายถึงร้านของคนจากหมู่บ้านขงดิง ก็เป็นกิจการที่ประสบความสำเร็จน่าภูมิใจมาจก ๆ จากยาหม่องตราเสือและร้านขายยา “ขงอันทัง” โอวบุณโฬว์และโอวบุณปาเดินหน้าขายกิจการต่อมาด้วยการตั้งบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าจากต่างประเทศนับเป็นร้อยๆ

ชนิดซึ่งสมัยนั้นกิจการที่ว่านี้ใหญ่โตพอ ๆ กับห้างเบอส์ชุกเกอร์ในประเทศไทยที่เดียวและก็ขายสินค้าประเภทเดียวกับเบอส์ชุกเกอร์ด้วย ห้างสรรพสินค้าของพวกเขาชื่อ “สวิส – เบอมา” สินค้าจากต่างประเทศทุกอย่างที่ส่งเข้ามาขายในประเทศไทยโดยผ่านห้างเบอส์ชุกเกอร์สมัย 60-70 ปีที่แล้วนั้น ถ้าส่งไปขายที่พม่าก็จะขายโดยห้างสวิส-เบอมาของตระกูลโอว เพียงไม่ถึง 20 ปีให้หลังสำหรับ 2 พี่น้องตระกูลโอวประเทศพม่านั้นก็คงจะเล็กเกินไปเสียแล้ว เพราะฉะนั้นจากพม่าพวกเขาจึงต้องขยายกิจการหาหม่องตราเสียออกไปที่สิงคโปร์และฮ่องกงพร้อมๆ กับการเปิดตลาดอีกหลายประเทศในย่านเอเชียอาคเนย์ซึ่งรวมทั้งประเทศมาเลเซียและประเทศไทยด้วย กลยุทธ์การตลาดของหาหม่องตราเสียต้องถือว่าแปลกแหวกแนวมากสำหรับสมัยนั้นซึ่งก็กว่า 50 ปีมาแล้ว คือไม่ว่าหาหม่องตราเสียจะเข้าตลาดประเทศไหนประเทศนั้นก็ต้องมีหนังสือพิมพ์ภาษาจีนหนึ่งฉบับก่อตั้งขึ้น โดยนายห้างหาหม่องตราเสีย

“วัตถุประสงค์ดั้งเดิมของการก่อตั้งหนังสือพิมพ์ก็เพื่อจะไว้ใช้เป็นสื่อโฆษณาหาหม่องตราเสียเป็นหลัก เพราะฉะนั้นจึงตั้งใจและชิงเสียง จึงเกิดขึ้นมาได้เพราะเหตุนี้” ตามธรรมเนียมเก่าแบบคนจีน คือหลักการบริหารของโอวบุณโฮ้วโอวบุณปานั้นกิจการใดที่เขาไม่มีเวลาดูแลหรือดูๆ ก็ยังขึ้นมารับผิดชอบไม่ได้ พวกเขาจะเอาคนเช่าไปเช่าเหมือนกันดูแลแทน เพราะเขาเชื่อว่าคนเช่าเดียวกันนี้ไว้ใจได้ ไม่โกงแช่เดียวกันแน่ ซึ่งส่วนมากก็เป็นคนใช้ได้ ชื่อสัตย์อย่างกิจการหนังสือพิมพ์ซึ่งเขียนในยุคแรกๆ ก็เอาคนจากฮ่องกงมาบริหาร เป็นคนแคะแช่โอว

โอวบุณปา พี่น้อง เสียชีวิตเมื่อปี พ.ศ. 2487 อีก 10 ปีต่อมา พ.ศ. 2497 โอวบุณโฮ้ว ผู้พี่ก็เสียชีวิตลง สำหรับโอวบุณโฮ้วนั้น เขามีภรรยา 4 คน มีบุตรบุญธรรม 4 คน เท่ากับจำนวนภรรยาเป็นชาย 3 หญิง 1 และมีบุตรแท้ ๆ กับภรรยาอันดับที่ 3 อีก 5 คน บุตรทั้ง 9 ของโอวบุณโฮ้วเสียชีวิตในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่สิงคโปร์ 2 คน ขณะนี้ทายาทที่เหลืออีก 7 ของเขาส่วนใหญ่จะไปใช้ชีวิตเรียบ ๆ อยู่ในหลายประเทศ อย่างเช่นสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย เป็นต้น มีบุตรสาวเพียงคนเดียวเท่านั้นที่ยังดูแลกิจการของโอวบุณโฮ้วอยู่ในฮ่องกง ส่วนโอวบุณปามีภรรยา 3 คน น้อยกว่าพี่ชายเพียงคนเดียว เพราะเหตุใดมิทราบได้ภรรยาคนแรกไม่มีบุตรด้วยกัน ภรรยาคนที่สองมีบุตร 4 คนและภรรยาคนที่สามเลี้ยงบุตรบุญธรรมไว้คนหนึ่งก็คือภรรยาคนที่สองของโอวบุณปานี้แหละที่เป็นแม่ของคุณสุริย์ ภรรยาของคุณลี สันติพิงศ์ไชย

ข้างต้นนั้นคือยุคเริ่มแรกของชินเสียนเยอะเป้า ต่อมาในยุคกุ่มก่าเนิด ปิดกั้นเสรีภาพและความเติบโต พ.ศ. 2502-2512 และ ยุคแข่งขันทางธุรกิจเริ่มแรก พ.ศ. 2513-2556 (สิ้นสุดการบริหารงานจากคุณลี) เมื่อปี พ.ศ. 2509 ลี ได้เข้ามาอยู่ในประเทศไทยเพื่อดูแลกิจการหนังสือพิมพ์ชินเสียนเยอะเป้า “น้องภรรยาที่เขาเป็นผู้นำ เขาขอให้มาอยู่ที่เมืองไทย เพราะถ้าอยู่สิงคโปร์ก็ต้องเป็นหมายเลข 2 ที่ฮ่องกงก็เป็นหมายเลข 2 อีกมีที่เมืองไทยนี้แหละที่ยังไม่มีคนดูแล น้องภรรยาที่บอกว่า ถ้ามาอยู่ที่นี้ก็จะไปเป็นหมายเลข 1 เราจึงมาเมืองไทย” ประเทศไทยสำหรับลีและครอบครัวแล้วต้องถือว่าเป็นของแปลกใหม่อย่างมากๆ เป็นประเทศที่มีคนจีนแคะแช่และเงินชกเกี้ยนอยู่กันน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับมาเลเซียและสิงคโปร์ ส่วนมากจะเป็นพวกแต่จิว แต่เมื่ออยู่ไปได้ไม่กี่ปี ลีและครอบครัวของเขาก็พบว่า เขาน่าจะมาอยู่ที่ประเทศไทยเสียก่อนหน้านี้นี้หลายๆ ปี สำหรับสินันเขาถือว่าตลอดเวลาที่ผ่านมามีมาพวกตระกูลโอวได้มองข้ามประเทศไทยไปอย่างน่าเสียดายที่สุด “พวกเขากลัวว่าประเทศไทยจะเป็นแบบเวียดนามลาวหรือเขมร เขาจึงไม่สนใจที่จะลงทุนในเมืองไทยเลย ก็เป็นความเชื่อตามทฤษฎีโดมิโนที่เคยเชื่อๆ กันอย่างกิจการหนังสือพิมพ์มีแคไหนก็ทำกันแค่นั้น ไม่มีการปรับปรุง ไม่มีการขยายงานและไม่มีการลงทุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต แต่เผชิญเราไม่คิดอย่างที่เขาเชื่อ” ในความเห็นของผู้ที่เคยผ่านเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในประเทศพม่าอย่างสินัน เขาเชื่อว่าประเทศไทยจะไม่กลายเป็นคอมมิวนิสต์อย่างที่ประเทศเพื่อนบ้านของไทยหลายประเทศเป็นกัน และสินันใจมากกว่า

เขาคิดไม่คิด เกี่ยวกับหนังสือพิมพ์จีนเสียนเยอะเป๋าเมื่อลิเข้ามาธิบดีชอบนั้น ลิ ได้ตัดสินใจรับซื้อหุ้น 50 เปอร์เซ็นต์ จากโฮวเซงฮ่ายซึ่งเมื่อรวมกับหุ้นที่ภรรยาของลิถืออยู่เดิมแล้วกิจการหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ก็ตกเป็นของลิโดยตรงทันที

“เราทยอยซื้อหุ้นต่อมาเรื่อยๆ จนขณะนี้ถืออยู่กว่า 80 เปอร์เซ็นต์แล้ว” หนังสือพิมพ์จีนเสียนเยอะเป๋านั้น เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีแนวเป็นกลางๆ มาโดยตลอด ไม่ว่าจะเป็นยุคแรกสมัยที่โฮวบุ่นโฮ้วยังมีชีวิตอยู่หรือสมัยต่อมา จนกระทั่งสมัยที่ลิ สันติพงศ์ไชยเป็นเจ้าของและผู้บริหาร โดยเฉพาะความเป็นกลางในปัญหา 2 จีน “ถูกวางกันมาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งแล้วคือเราจะไม่เข้าข้างใคร ไม่เป็นกระบอกเสียงให้ใครไม่ว่าจะเป็นได้หัวหรือเงินแผ่นดินใหญ่เราถือว่าเป็นนักธุรกิจ มีเพื่อนฝูงอยู่ทั้ง 2 ฝ่ายเราจึงต้องเป็นกลาง ซึ่งทั้ง 2 ฝ่ายจะต้องอ่านหนังสือพิมพ์ของเรา” แต่หนังสือพิมพ์จีนเสียนเยอะเป๋าในยุคของลิจึงมีหลายสิ่งเหมือนกันที่ต้องตัดสินใจเปลี่ยนแปลงเสียใหม่อย่างเช่น เรื่องข้อตกลงที่ผู้บริหารคนเดิมเคยทำไว้กับหนังสือพิมพ์ภาษาจีนด้วยกันในยุคนั้นก็เรื่องหนึ่งที่ได้ชัด “ผู้จัดการคนเดิมเข้าใจว่าเขาจะ โดนหลอกเพราะความอิจฉาของบางคนหาว่าเราขายดีและมีโฆษณามากที่สุดจากจำนวนหนังสือพิมพ์จีน 3 ฉบับในขณะนั้นเขาก็มาขอข้อตกลงร่วมกันทั้ง 3 ฉบับว่าทุกฉบับจะพิมพ์ไม่เกิน 16 หน้า ตอนที่เรามาแรก ๆ จึงอ่านเจอบ่อยๆ ที่ซึ่งเสียนจะต้องลงข้อความว่า ขอภัยฉบับนี้โฆษณาให้ไม่ได้ต้องขอเป็นฉบับหน้าเพราะเนื้อที่หมด ทั้งนี้ก็เพราะซึ่งเสียนพิมพ์เต็ม 16 หน้าแล้ว โฆษณาอยากลงก็ลงไม่ได้ ส่วนฉบับอื่นเขามีแค่ 10 หน้าอย่างมาก 12 หน้า อย่างนี้มันก็หลอกกันชัดๆ เพราะ โฆษณาเมื่อลงกับเราไม่ได้เขาก็ต้องหนีไปลงกับฉบับอื่น ด้วยเหตุนี้เมื่อเรามาบริหารเต็มตัวเราจึงยกเลิกข้อตกลง พอเลิกแล้วซึ่งเสียนสามารถเพิ่มหน้าขึ้นมาเป็น 20 หน้าทันที ใครอยากลงโฆษณาก็ลงได้ ส่วนตอนนี้ก็เพิ่มเป็น 36 หน้าแล้ว” ลิ พูดถึงสิ่งที่เขาจำเป็นต้องแก้ไขเมื่อเข้ามาธิบดีชอบหนังสือพิมพ์ซึ่งเสียนในช่วงต้นๆ หรืออย่างเรื่องการลงทุนกว่า 7 ล้านบาทเพื่อนำแท่นพิมพ์ระบบออฟเซ็ทเข้ามาติดตั้งแทนเครื่องพิมพ์เก่าที่ซราภาพเมื่อปี พ.ศ. 2510 นั่นก็ต้องนับเป็นการเปลี่ยนแปลงอีกครั้งหนึ่งของหนังสือพิมพ์จีนเสียนเยอะเป๋าในยุคของลิ “เรื่องนี้ตอนนั้นผมหนักใจที่สุด เราตั้งใจจะทำพิธีเปิดการใช้งานเครื่องพิมพ์ระบบใหม่นี้ในวันที่ 23 ตุลาคม ก็เรียนเชิญท่านพจน์ สารสิน รองนายกรัฐมนตรีสมัยนั้นมาเป็นประธานเปิด วันที่ 15 ตุลาคม แล้วเครื่องยังส่งจากต่างประเทศมาไม่ครบกินไม่ได้นอนไม่หลับเลย เป็นห่วงมาก จนเป็นแผลในกระเพาะเพราะความเครียดและโหมงานหนักเพื่อเร่งติดตั้งให้ทัน ซึ่งก็ทันจวนเจียนพอดี พอท่านพจน์กดปุ่มแทนพิมพ์ทำงานออกมาเป็นหนังสือทันที คนที่ทั้งกันมาก”

จีนเสียนเยอะเป๋าในช่วงแรกที่ลิเริ่มเข้ามาธิบดีชอบนั้นมียอดพิมพ์ราวๆ 6 หมื่นฉบับจัดเป็นหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูงสุดในบรรดาหนังสือพิมพ์ภาษาจีนด้วยกัน ต่อมาขึ้นยอดพิมพ์ได้เพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 8 หมื่นฉบับแล้ว ซึ่งก็ยังคงตำแหน่งผู้นำในยุทธจักรเหมือนเดิม ลิเป็นคนประเภทที่น่าจะเรียกว่าขอมหักไม่ขอมง เพราะฉะนั้นในทางธุรกิจเขาก็เดินหน้าเต็มตัวไม่มีลคราให้ใครเขาถือว่าธุรกิจมันต้องแข่งขันกัน ใครเก่งกว่าก็ได้เป็นผู้ชนะ ส่วนในเรื่องกลุ่มอิทธิพลซึ่งชอบใช้หนังสือพิมพ์เป็นตัวสร้างบารมีลิเป็นคนที่ไม่ขอมลงให้กับพวกนี้หัวเด็ดตีนขาด ก็อย่างนี้แหละที่เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2525 เขาจึงต้องมีเรื่องปะทะกับเจ้าพ่อเขาวราชที่ซื้อตั้งซีเฮียง ซึ่งตั้งซีเฮียงหรือชื่อไทยว่า นรรัตน์ ตั้งปกรณ์ คนนี้เป็นคนกว้างขวางมากในวงการตำรวจและนักการเมือง ก็โชคดีที่ลิเสมอตัวไม่ถูกตีจมคิดคนอย่างที่บ้านคนต้องการ ลิ สันติพงศ์ไชย มีบุตรหญิง-ชาย รวม 5 คน คนโตเป็นหญิงชื่อ ลินดา มีครอบครัวอยู่ที่ฮาวาย สหรัฐอเมริกา คนที่สองก็เป็นหญิงอีกชื่อ ซูซี้ แต่งงานแล้วเหมือนกันและขณะนี้รับผิดชอบงานในฝ่ายโฆษณาของหนังสือพิมพ์ซึ่งเสียนซูซี้ เรียนระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ดของสหรัฐฯ แล้วมาเรียนภาษาจีนระดับปริญญาตรีต่อที่สิงคโปร์ คนที่สามก็เป็นหญิงอีกชื่อ เน็ดต้า จบปริญญาตรีจากสแตนฟอร์ดและกำลังทำ

ปริญญาโททางด้านวารสารศาสตร์อยู่ที่บอสตัน ลีตั้งความหวังที่จะให้ลูกสาวคนที่สามนี้กลับมาช่วยงานหนังสือพิมพ์อีกคน เมื่อเรียนสำเร็จแล้ว ส่วนคนที่สี่เป็นผู้ชายชื่อ อารี สันติพงศ์ไชย ลูกชายของลีคนนีลึคิดว่าจะให้เป็นผู้สืบทอดงานทั้งหมดต่อจากเขา และคนที่ห้า-สุดท้องเป็นผู้ชายชื่อวินซ์ กำลังเรียนหนังสืออยู่ที่ฮาวาย อนาคตของลูกแต่ละคนนั้น ลี มีส่วนร่วมวางแผนให้อย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะอารีถูกส่งเข้าเรียนชั้นมัธยมและเตรียมอุดมศึกษาที่โรงเรียนประจำในประเทศออสเตรเลียชื่อโรงเรียนจิลลอง (GELLONG) ซึ่งอารีใช้เวลาเรียนอยู่ที่นั่น 5 ปีเต็มๆ โรงเรียนจิลลองนั้นเป็นโรงเรียนชั้นนำแห่งหนึ่ง ก็คล้ายๆ กับที่อังกฤษมีโรงเรียนอีตัน เป็นโรงเรียนที่ฝึกอบรมและให้การศึกษาคณะเด็กดีมาก เขาสอนให้รู้จักการเป็นผู้นำมีความซื่อสัตย์และเป็นสุภาพบุรุษ โรงเรียนแห่งนี้ซึ่งก็เป็นเหตุผลที่ทำให้เขาต้องส่งลูกชายไปอยู่ที่นั่นถึง 5 ปี และจากจิลลอง อารีได้เข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยแห่งชาติออสเตรเลียในคณะเศรษฐศาสตร์ จากนั้นก็ไปเรียนภาษาจีนที่ได้หัวเมื่อได้รับปริญญาตรีทางเศรษฐศาสตร์จากออสเตรเลียแล้ว เมื่ออารี สันติพงศ์ไชย อายุ 23 ปี เขาเริ่มเข้ารับตำแหน่งกรรมการผู้จัดการของหนังสือพิมพ์ซึ่งเสียนๆ เมื่อปี พ.ศ. 2523 บุกเบิกกิจการแยกสีและทำเพลทเป็นนของตนเอง คือบริษัทอริซิสเต็มส์ จำกัดเมื่อราวๆ ปี พ.ศ. 2524 และปีนั้นร่วมกับนักลงทุนมาเลเซียและฮ่องกงก่อตั้งบริษัทนิวเอราขึ้นมาเป็นผู้แทนจำหน่ายรถฟอร์ดในประเทศไทยและดำเนินกิจการของชินเสียนเยอะเป้าเรื่อยมาจนถึง พ.ศ. 2553 และลี สันติพงศ์ไชย ได้เสียชีวิตลงเมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา

การดำเนินกิจการของบริษัทเป็นมาอย่างคงที่และคงความสม่ำเสมอเรื่อยมา จากการตอบรับของกลุ่มลูกค้าเดิมที่มีความเหนียวแน่นและไม่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยีมากนัก รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงด้านการเมือง เนื่องจากหนังสือพิมพ์ชินเสียนเยอะเป้า มีวิสัยทัศน์และดำเนินกิจการอย่างเป็นกลางทางการเมืองและโดยในระยะเริ่มแรก กระทั่งวันที่ 25 พฤศจิกายน 2553 “เสดจาดู เตชะอุบล” ประธานกรรมการบริษัทคันทรี่ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้ามาเทกโอเวอร์จากเจ้าของเดิม ซึ่งธุรกิจยามองตราสื่อ คือ คุณลี สันติพงศ์ไชย ซึ่งยุคต่อจากนั้น ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ว่า เป็น “ยุคปรับโฉมใหม่ของชินเสียนเยอะเป้า” ซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่ พ.ศ. 2553 เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน จากการรวบรวมข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ตอนหนึ่งจาก ASTV ผู้จัดการสุดสัปดาห์ เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2556 เจ้าของธุรกิจสำนักหนังสือพิมพ์จีนผู้มาดูแลกิจการของชินเสียนเยอะเป้าต่อมานั้น ได้ให้สัมภาษณ์ต่อสื่อมวลชนว่า การหานายทุนมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งในแผนเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายที่ยิ่งใหญ่ดังกล่าว ตั้งแต่แรกเริ่ม หานานฟาง มีเดีย กรุ๊ปถือเป็นกลุ่มสื่อยักษ์ใหญ่อันดับต้นของจีน ก่อตั้งอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2492 โดยพัฒนามาจากหนังสือพิมพ์หานานฟางรายวันของหน่วยงานรัฐบาลในมณฑลกวางตุ้ง ปัจจุบัน มีหนังสือพิมพ์ในเครือทั้งหมด 14 ฉบับ มีนิตยสาร 9 เล่ม มี 6 เว็บไซต์ และอีก 1 สำนักพิมพ์ โดยกลุ่มหานานฟางได้รับการจัดอันดับอยู่ใน “500 แบรินด์ ที่มีคุณค่ามากที่สุดของจีน” และเป็นเบอร์ 1 ในกลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์จีน

“สิ่งที่หานานฟางจะเอามาให้เราคือประสบการณ์ ความรู้ และระบบการบริหารจัดการในธุรกิจสื่อ นอกจากนี้ยังรวมถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นองค์กรใหญ่ๆ ของจีนที่ต้องการโฆษณาระหว่างประเทศ หรือกลุ่มธุรกิจที่จะขยายเข้ามาในภูมิภาคนี้ บริษัทเหล่านี้ก็จะเข้ามาโฆษณากับเราด้วย อีกด้านก็คือ บริษัทของไทยที่ต้องการทำธุรกิจกับคนจีนต้องการขยายการรับรู้ (Awareness) ไปสู่ลูกค้าจีน เขาก็จะมาลงโฆษณากับเราเพิ่มขึ้น” ทอมมี เตชะอุบล บุตรชายของเสดจาดู และเป็นประธานกรรมการบริหารของชิงเสียนเยอะเป้า กล่าวเพิ่มเติมว่า กลุ่มหานานฟางได้ส่งผู้บริหารชาวจีนเข้ามา 6 คน เพื่อมานั่งคุมทุกสายงานในชิงเสียนเยอะเป้า ในอีกไม่นาน ชิงเสียนเยอะเป้าจะมีหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ และนิตยสาร รวมถึงรายการโทรทัศน์และสื่อใหม่ (new media) ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ และในอนาคตอาจจะได้เห็นชิงเสียนเยอะเป้าออกไปวางขายในกลุ่มประเทศอาเซียน หรือร่วมทุนกับหานานฟางเพื่อตั้งกิจการสื่อเงินในประเทศเพื่อนบ้าน

“ผมเชื่อว่าโอกาสจาก AEC จะทำให้มีจำนวนคนที่ใช้ภาษาจีนเข้ามาเมืองไทยเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะตลาดใหม่ของเรา คือ นักท่องเที่ยวจีนที่เข้ามาเมืองไทยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นักธุรกิจจีนที่เข้ามาลงทุนหรือทำธุรกิจกับเมืองไทย และคนต่างชาติที่เรียนภาษาจีน ซึ่งมีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ” ทอมมีกล่าว ทั้งนี้ หวงเลี่ยวตง ผู้จัดการใหญ่ บริษัทหนานฟางมีเดีย กรุ๊ป จำกัด เล่าว่า หลังจากที่หัวเรือใหญ่ของชิงเสียนเยอะเป๋าชักชวนให้ร่วมทุน เขามีความสนใจทันที ส่วนหนึ่งเพราะประวัติศาสตร์และการปรับใช้อักษรจีนแบบย่อ แต่อีกเหตุผลสำคัญคือ การที่กลุ่มธุรกิจจีนและนักท่องเที่ยวคนจีนที่ให้ความสนใจเมืองไทยมากขึ้น โดยเขามองว่าในอนาคต เขาอาจนำชิงเสียนเยอะเป๋าไปขายในจีนด้วย

ปัจจุบันกลุ่มหนานฟางถือหุ้นในชิงเสียนเยอะเป๋า 20% โดยตั้งเปดานไว้ที่ 30% โดยทอมมีกล่าวว่าอาจจะมีการเพิ่มทุนอีกครั้งในปีหน้า เพื่อผลักดันบริษัทเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ MAI โดยก่อนหน้านี้มีคู่แข่งสำคัญอย่าง “ตงฮั่ว” หนังสือพิมพ์จีนรายวันอายุกว่า 40 ปี เข้าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ไปก่อนแล้ว ซึ่งปัจจุบันผู้ถือหุ้นใหญ่คือ วิชัย ทองแดง ไม่เพียงธุรกิจสื่อ กลุ่มหนานฟางยังมีธุรกิจตัวแทนอสังหาริมทรัพย์ กิจการธนาคารและการเงิน และธุรกิจผลิตหนังสือให้กับสถานีโทรทัศน์ในเมืองจีน

4.2 นโยบายในการบริหารธุรกิจหนังสือพิมพ์จีนเสียนเยอะเป๋า

หลังจากที่ประธานกรรมการบริษัท “ชิงเสียนเยอะเป๋า” ลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมลงทุนกับ นายหวงเลี่ยวตง ผู้จัดการใหญ่ บริษัท หนานฟางมีเดีย¹ กรุ๊ป จำกัด กลุ่มสื่อที่ทรงอิทธิพลมากที่สุดในจีน เพื่อผนึกกำลังเสริมประสิทธิภาพครั้งใหญ่เพื่อยกระดับและคุณภาพหนังสือพิมพ์จีนเสียนเยอะเป๋าให้ก้าวไกลสู่ระดับสากล รองรับเปิดเสรีอาเซียน (AEC) ตอกย้ำภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำสื่อภาษาจีนชั้นนำในประเทศไทย รวมทั้งช่วยกระชับความสัมพันธ์ไทยจีนให้แน่นแฟ้นขึ้น โดยได้ทำการปรับปรุงเนื้อหา ข่าวสาร ตลอดจนรูปแบบหนังสือพิมพ์ในระดับพื้นฐาน อีกทั้งยังค่อยๆ ผลักดันฝ่ายจัดจำหน่ายและโฆษณาให้ก้าวสู่ระดับสากลมากยิ่งขึ้น ภายหลังจากที่ทั้งสองฝ่ายเซ็นสัญญากันอย่างเป็นทางการแล้ว ทั้งสองกลุ่มจะร่วมกันยกระดับคุณภาพหนังสือพิมพ์ให้ก้าวไปอีกขั้นหนึ่งด้วยการนำเสนอสื่อในรูปแบบใหม่พร้อมทั้งการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง เพื่อการดำรงไว้ซึ่งความเป็นสื่อภาษาจีนชั้นนำในประเทศไทย นอกจากนี้ ยังเป็นการกระชับความสัมพันธ์ไทย ผ่านการถ่ายทอดและต่อยอดในการแลกเปลี่ยนทางการค้า การท่องเที่ยว และวัฒนธรรมในทุกๆ มิติของทั้งสองประเทศจากข้อมูลเบื้องต้น

4.3 การปรับตัวสู่ยุคดิจิทัลของจีนเสียนเยอะเป๋า

จากการที่หนานฟางกรุ๊ปเริ่มเข้ามามีบทบาทในการปรับโฉมใหม่ ให้แก่หนังสือพิมพ์จีนเสียนเยอะเป๋า กลยุทธ์ที่ถูกปรับเปลี่ยนและนำเทคนิควิธีการต่างๆ จากจีน มาประยุกต์ใช้ในประเทศไทย เป้าหมายเริ่มแรกคือการ “ขยายฐานลูกค้าผู้อ่านหนังสือพิมพ์จีน” โดยมุ่งเป้าไปที่การขยาย “ช่วงอายุ” และ “กลุ่มผู้อ่าน” ให้เกิดความหลากหลายและตอบสนองความต้องการข่าวสารในหลากหลายช่องทาง การรับรู้ข่าวสาร “ผมเข้ามาเทกโอเวอร์เมื่อประมาณ 2 ปีที่แล้ว ช่วงนั้นหนังสือพิมพ์จีนส่วนใหญ่ยังไม่ได้มาตรฐาน ผมเข้ามาเพื่อปรับปรุงให้ชิงเสียนเยอะเป๋ามีเทคโนโลยี มีเนื้อหา และมีกระบวนการทำงานที่ดีขึ้น และทันสมัยมากขึ้น”² การปรับตัวของชิงเสียนเยอะเป๋าในครั้งนั้น เริ่มจากการสร้างสำนักงานใหม่ และจ้างมืออาชีพมาดูแลการผลิต ว่าจ้างผู้บริหารใหม่จากจีน และขยายช่องทางขาย โดยเฉพาะการเข้าร้าน 7-11 สาขาการบินไทยและสาขาการบินจีน และโรงเรียนที่มีการสอนภาษาจีน เป็นต้น รวมถึงการเป็นหนังสือพิมพ์จีนฉบับแรกของเมืองไทยที่ใช้อักษรจีนแบบย่อ “เพื่อพัฒนาชิงเสียนเยอะเป๋าให้เป็นหนังสือพิมพ์

¹ กลุ่มสื่อที่ทรงอิทธิพลมากที่สุดในประเทศจีนทางใต้

² ศตวรรษ เศรษฐกิจ ให้สัมภาษณ์แก่นิตยสาร ASTV สุดสัปดาห์ เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2556

ภายในที่ยิ่งใหญ่ ทันสมัย และมีคุณภาพ เพื่อขึ้นแท่นเป็นอันดับหนึ่งของไทย และในอนาคตอันใกล้ เรายังมีเป้าหมายจะเป็นหนังสือพิมพ์อันดับหนึ่งในภูมิภาค ดังนั้นเราจึงต้องร่วมทุนกับสื่อจีนยักษ์ใหญ่อย่างกลุ่มหนานฟาง เพราะถ้าให้คนไทยทำเอง ยังไงก็คงสู้เขาไม่ได้” ทั้งนี้ ในส่วนของกลยุทธ์การตลาดที่เพิ่มเข้ามาเพื่อให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัลและการสื่อสารอย่างรวดเร็วผ่านมัลติมีเดียช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ต แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ผู้ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือฐานข้อมูลข่าวสารตามเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอง เพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นจากเดิมพุ่งเป้าไปที่รักษาฐานลูกค้าเดิม มุ่งเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เช่นวัยรุ่นมากขึ้น

แอปพลิเคชัน วีแชท (We Chat) เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการปรับตัวในสอดคล้องกับยุคดิจิทัล เป็นส่วนของการอัปเดตข่าวเด่นช่วงเย็นในทุกวัน โดยมีโฆษณาแทรกเป็นแบนเนอร์ (banner) ตามเนื้อหาข่าว โดยราคาขึ้นอยู่กับตำแหน่งการวาง ทั้งนี้มีแบนเนอร์ขนาดเดียวกันคือ 200 x 400 พิกเซล โดยที่แอปพลิเคชันนี้จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่กว้างออกไปกว่าในประเทศไทย กล่าวคือ สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในจีนได้อีกด้วย แอปพลิเคชันข่าวในวีแชทนี้เริ่มต้นเมื่อราว 4 ปีมาแล้ว เริ่มแรกมีผู้ติดตามเริ่มต้นราว 200,000 คน แต่อัปเดตล่าสุดขณะนี้ มีราว 400,000 คนที่เป็นผู้อ่านและผู้ติดตาม อีกทั้งยังมีแผนในการเข้าไปทำส่วนการตลาดทางแอปพลิเคชันในอนาคตรองด้วย โดยพิจารณาความสะดวกของการเข้าถึงของลูกค้าทั้งคนไทยและคนจีนในจีนแผ่นดินใหญ่ด้วย

4.4 ผลกระทบจากการปรับเปลี่ยนนโยบายทั้งทางเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง

จากการที่หนังสือพิมพ์จีนเสียเงินเยอะเป่าเองได้วางแผนนโยบายการวางตัวเป็นกลางทางการเมืองในสถานการณ์เหตุบ้านการเมืองไทย และปรับตัวให้สอดคล้องในแต่ละสถานการณ์ โดยยึดโยงกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ยังคงต้องรักษาไว้มากกว่า การเลือกฝักใฝ่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ทำให้ช่วงที่ผ่านมา ในทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นระดับนโยบายหรือข้อทางการเมือง จีนเสียเงินเยอะเป่าดำรงอยู่ได้โดยไม่ได้รับผลกระทบใดๆ มากมายนัก ส่วนประเด็นด้านความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจนั้น จีนเสียเงินเยอะเป่าไม่ได้รับผลกระทบมากนัก เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป็นฐานลูกค้าเดิมที่ค่อนข้างเหนียวแน่น

4.5 คู่แข่งทางธุรกิจและการปรับตัวเพื่อการแข่งขัน

ปัจจุบันมีผู้ผลิตหนังสือพิมพ์จีนเหลืออยู่เพียง 4 ฉบับในไทย จากที่เคยมีมากกว่า 10 ฉบับ และได้ทยอยปิดตัวลง ทั้งนี้จีนเสียเงินเยอะเป่าเองไม่ได้มีการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของหนังสือพิมพ์จีนแต่ละฉบับอย่างจริงจัง เพียงรับหนังสือพิมพ์จีนฉบับอื่นไว้ทำการวิเคราะห์คู่แข่งเท่านั้น ทั้งนี้ไม่ได้มีกลยุทธ์เป็นพิเศษที่จะแข่งขัน แต่เป็นการเทียบการปรับตัวและพัฒนาให้ดีขึ้นเพื่อความอยู่รอดมากกว่า ทั้งนี้ คุณอานวย ศักดา เจ้าหน้าที่อาวุโสฝ่ายจัดจำหน่าย ผู้ซึ่งทำงานคร่ำหวอดมากกว่า 30 ปี ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า จากที่ทำมานาน เห็นถึงรูปแบบและแนวทางเฉพาะในหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ ว่าจัดทำขึ้นมาเพื่อจุดประสงค์ใด บ้างโฆษณา บ้างเพราะความรักในอัตลักษณ์และขนบเดิมแบบคนจีน บ้างยึดโยงคนจีนในไทยกับคนจีนแผ่นดินใหญ่ จึงมักมีขอบเขตเฉพาะตัวที่อยากดำรงไว้ การไม่ปรับเปลี่ยนคือสิ่งที่ทำให้อยู่กับที่ ส่วนตัวคนมองเห็นการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น จากการเข้ามาบริหารงานของผู้บริหารยุคใหม่ และด้วยความร่วมมือของหนานฟางกรุ๊ปนั้น ทำให้จีนเสียเงินเยอะเป่าพลิกโฉมจากขนบเดิมไปสิ้นเชิง และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น โดยที่ไม่ต้องปรับตัวเพื่อแข่งกับใคร แต่เป็นการปรับตัวเพื่อปรับปรุงให้เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นของตัวเอง

4.6 คอลัมน์ภายในหนังสือพิมพ์และเนื้อหา

เนื้อหาหนังสือพิมพ์ปัจจุบัน ที่ได้รับการปรับปรุงจากหนานฟางกรุ๊ปแล้วนั้น แบ่งเป็น 2 เซกชั่น (section) หลัก คือ เซกชั่น A และเซกชั่น B โดยเซกชั่น A นำเสนอข่าวปัจจุบัน ข่าวสังคม การเมือง และข่าวสมาคม ส่วนเซกชั่น B เป็นข่าวเศรษฐกิจ และหน้ากลางของเซกชั่น B จะคงที่ไว้สำหรับคอลัมน์ตลาดหลักทรัพย์ นำเสนอข้อมูลหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ต่างๆ ที่ปิดตลาดไปก่อนหน้าวันพิมพ์ 1 วัน

หน้าของคอลัมน์หนังสือพิมพ์จีนเขียนย่อเป็น

- A01 今日要闻 jin ri yao wen ข่าววันนี้
- A02 时事评论 shishi pinglun ข่าวที่แสดงความคิดเห็น
- A03 热点新闻 re dian xin wen ข่าวใหม่ (ประเด็นร้อน)
- A04 泰国新闻 - 时事 tai guo xin wen ข่าวใหม่(ประเด็นร้อน)ประเทศไทย
- A05 泰国新闻 - 社会 ข่าวใหม่ประเทศไทย
- A06 中国新闻 ข่าวใหม่ประเทศจีน
- A07 国际新闻 ข่าวธุรกิจ
- A08 – 09 广告 โฆษณา
- A10 – 12 侨社新闻 ข่าวสังคม สมาคมคนจีน
- B01 工商经济 ข่าวเศรษฐกิจโรงงานอุตสาหกรรม
- B02 泰国经济 ข่าวเศรษฐกิจประเทศไทย
- B03 股市讯息 ข่าวเศรษฐกิจและการตลาด สินค้า ร้านค้า
- B04 – 05 证券行情 zheng quan hang hang qing บริษัทตลาดหลักทรัพย์ ข่าวตลาดหุ้น
- B06 中国经济 zhongguo jingji เศรษฐกิจประเทศจีน
- B07 港澳台新闻 gang ao tai xin wen ข่าวฮ่องกง มาเก๊า และไต้หวัน
- B08 今日潮汕 就 jintian chaoshan ข่าววันนี้เมืองแต้จิ๋ว ประเทศจีน (ข่าวคนแต้จิ๋ว)
- C01 曼生活 - 房产家居 ข่าวชีวิตในกรุงเทพฯ ,การใช้ชีวิต ,ท่องเที่ยวอากาศ
- C02 健康养生 jiankang quan sheng สุขภาพร่างกาย
- C03 分类广告 & 舞台 โฆษณา และ ข่าวการกีฬา
- C04 广告 โฆษณา
- C05 广告 & 小说 สมาคม บอกกล่าว
- C06 中医养生 ข่าวโรงพยาบาลจีน การรักษา
- C07 南粤侨情 ข่าวการเกษตร

• C08 **曼生活 - 娱乐体育**

สำหรับโฆษณาจะเลือกได้ว่าจะวางเนื้อหาอยู่ในเซกชั่นใด โดยอัตราค่าโฆษณาก็จะแตกต่างกันไปแล้วแต่ขนาดแล้วแต่หน้า เช่น หน้าปก ครึ่งบนสำหรับเสนอพาดหัวข่าว ครึ่งล่าง สำหรับโฆษณา ราคาอยู่ที่ 106,000 บาท ต่อวัน หน้า ขาว-แดง ราคา 1/8 หน้าคือ 11,000 บาท ต่อครั้งต่อวัน หน้า ขาว-ดำ ราคาเป็นคอลัมภ์นิ้ว (ตารางนิ้ว) คอลัมภ์นิ้วละ 80 บาทต่อวัน มีโปรโมชันเพิ่มเติมคือลง 10 วัน แถม 16 วัน สำหรับโฆษณาหน้า ขาว-ดำ และมีโปรโมชันซื้อ 3 ครั้งแถมฟรี 1 ครั้ง สำหรับหน้า 4 สี โดยกลุ่มลูกค้าที่ลงโฆษณามีหลากหลายกลุ่ม หลายรูปแบบทั้งธุรกิจบริการ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร อสังหาริมทรัพย์ ประกาศหางาน ประชาสัมพันธ์ข่าวสังคม ข่าวประกาศสมาคม ฯลฯ ซึ่งการหาลูกค้ามีทั้งส่วนที่ลูกค้าติดต่อมาเองโดยเดินทางมาที่สำนักหนังสือพิมพ์โดยตรง การเดินทางออกไปพบลูกค้านอกสถานที่ ไปจนถึงการสอบถามโดยยื่นใบนำเสนอผ่านเว็บไซต์หรือทางโทรศัพท์ เพื่อทราบเงื่อนไขและสิ่งที่ลูกค้าต้องการ โดยในขั้นตอนต่อมา ทางฝ่ายกราฟฟิกและโฆษณาจะทำการออกแบบตามความต้องการของลูกค้าแล้วส่งตัวอย่างให้ลูกค้ายืนยันก่อนส่งแบบเพื่อตรวจพิสูจน์อักษร ก่อนจึงทำการตีพิมพ์ในแต่ละวัน ซึ่งเมื่อหนานพางกรู๊ปเข้ามาทำการปรับเปลี่ยน ปัจจุบันมีการเพิ่มเนื้อหาในส่วนของแฟชั่นและข่าวบันเทิงในส่วนปกหลังของเซกชั่น B ด้วย มีเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตประจำวันและไลฟ์สไตล์ ที่ทันสมัยหรือเชื่อมกับกระแสบันเทิงหลัก นำมาแปลเป็นสตู๊ป เพื่อตอบสนองกลยุทธ์ในการขยายฐานลูกค้าที่มีอายุน้อยลงจากเดิมในช่วงต้น โดยให้ความสำคัญกับความเป็นสมัยและกระแสนิยมปัจจุบันที่ตอบสนองผู้บริโภค โภคมากขึ้น

4.7 การวางแผนในการปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย

คุณคลฤดี เผ่าบุญมี ฝ่ายบริหารการตลาดและโฆษณา ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ตลอดระยะเวลา 66 ปี ที่ผ่านมานี้ หนังสือพิมพ์ซึ่งเสียเงินเยอะเป๋่าได้รับกระแสตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้อ่านและมียอดขายจัดจำหน่ายเป็น อันดับแนวหน้า ของหนังสือพิมพ์จีนที่มีในประเทศไทยเรื่อยมา ปัจจุบันทางบริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มชาวต่างชาติ โดยเฉพาะนักธุรกิจ, ผู้บริหาร และนักท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละปีมีจำนวนชาวจีนเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทยไม่น้อยกว่า 2,000,000 คน ต่อปี และพบว่ามีส่วนการกระจายหนังสือพิมพ์ โดยประมาณคร่าวๆ ดังนี้

• ร้านหนังสือและร้านสะดวกซื้อใน กทม.	30 %
• ร้านหนังสือและร้านสะดวกซื้อในต่าง.	30 %
• สายการบิน	10%
• โรงแรมและที่พักทั่วประเทศ	10%
• สมาชิก	15%
• แจกตามสมาคม/โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/วิทยาลัยที่สอนภาษาจีน	5%

โดยกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์จีนจากอดีต สัดส่วนที่เยอะเป็นกลุ่มชาวจีนที่อาศัยอยู่ในย่านคนจีนต่างๆ ทั่วประเทศไปจนถึงประเทศข้างเคียงที่ตัวแทนจำหน่ายหรือผู้กระจายหนังสือพิมพ์สามารถส่งไปยังประเทศเพื่อนบ้านในละแวกข้างเคียงได้ เช่น พม่าและลาว แต่ไม่ใช่เป็นการขยายสาขาไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เป็นเพียงความสามารถในการเปิดตลาดของดีลเลอร์ ที่สามารถวางแผนจัดจำหน่ายได้ โดยเฉพาะในหัวเมืองใหญ่ๆ ที่ใกล้ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เชียงใหม่ และอุบลราชธานี

4.8 ทิศทางการปรับตัวของหนังสือพิมพ์จีนจีนเสียเงินเยอะเป๋่าในอนาคต

ในอนาคตคาดว่าจะมีการปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างไม่หยุดนิ่ง อย่างแต่ ละเดือนจะมีการปรับ เนื้อหาของหน้าปกเพื่อไม่เกิดความจำเจ โดยไม่ได้ยึดติดมันกับขนบการทำสื่อสิ่งพิมพ์แบบเดิม ที่เคยทำ ขนบเดียวที่ยึดคือความถูกต้องแม่นยำและอุดมการณ์ในการนำเสนอข่าวสารภายในเครือข่ายสังคมคนจีนและ คนภายนอก โดยหนังสือพิมพ์จีนจีนเสียนเยอะเป๋่า เป็นหนังสือพิมพ์จีนเพียงฉบับเดียวที่สายการบินซื้อเพื่อนำไป ให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ผู้โดยสารบนสายการบิน ซึ่งภายในปี 2559 นี้ กำลังวางแผนการแจกสิ่งพิมพ์ฟรีตามจุด ท่องเที่ยว ที่เป็นคล้ายคู่มือการท่องเที่ยวภาษาจีน คู่มือร้านอาหาร เมนูร้านอาหาร และมีนิตยสารพิเศษนอกเหนือจาก หนังสือพิมพ์ตามฤดูกาล เพื่อเสริมและสอดแทรกตาม โอกาสสำคัญต่างๆ และมีการกระจายจุดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ จีนมากขึ้น ตามแนวเขตนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ ที่ขยายตัวตามแผนพัฒนาและการเข้าสู่การเป็นสมาชิกประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

5. บทสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

แม้การเปลี่ยนแปลงของสิ่งพิมพ์ในยุคดิจิทัลเช่นปัจจุบัน จะเป็นสาเหตุหลักที่นำไปสู่การปรับโฉมใหม่ของ สิ่งพิมพ์เช่นหนังสือพิมพ์ ความจำเป็นที่ต้องปรับตัวให้เข้ากับผู้อ่านข่าว เพื่อช่วงชิงพื้นที่ข่าวกับสื่อคู่แข่ง จีนเสียนเยอะ เป๋่าเองจึงมีความพยายามที่จะขยายตลาดและเจาะกลุ่มลูกค้าอายุน้อยลง ประกอบกับต้องสร้างสื่อที่ทันสมัย หนังสือพิมพ์ยังคงดำเนินการอยู่ แต่มีเพิ่มส่วนนี้ขึ้นมาเพื่อให้เป็นที่รู้จักใน โลกดิจิทัลควบคู่ไปด้วย อาจไม่ใช่การ แข่งขันกันสมบูรณ์ระหว่างสื่อสองประเภท ผ่านสองช่องทาง และคล้ายเป็นการเสริมซึ่งกันและกันโดยไม่ละทิ้ง แนวทางใดแนวทางหนึ่งอย่างสุดโต่ง แต่เป็นการช่วยพยุงซึ่งกันและกัน ในอยู่รอดปลอดภัย โดยสิ่งหลักๆ ที่ทำนึ่งถึง คือการปรับตัวตามกลไกตลาด และกลยุทธ์ใหม่ที่ได้เรียนรู้จากหนานฟางกรุ๊ปโดยท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงใดๆ จะ ยังมีสิ่งที่ดำรงคงอยู่ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนเจ้าของ จากกลยุทธ์แบบเดิมที่คุณฉี เคยกล่าวไว้เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2529 กับนิตยสารผู้จัดการสมัยนั้นว่า “ถูกวางกันมาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งแล้วคือเราจะไม่เข้าข้างใคร ไม่เป็นกระบอกเสียงให้ ใครไม่ว่าจะเป็นได้หัวหรือเงินแผ่นดินใหญ่เราถือว่าเป็นนักธุรกิจ มีเพื่อนฝูงอยู่ทั้ง 2 ฝ่ายเราจึงต้องเป็นกลาง ซึ่งทั้ง 2 ฝ่ายจะต้องอ่านหนังสือพิมพ์ของเรา” ส่วนนี้เป็นกรอบคิดที่ครอบคลุมการปรับตัวระลอกใหญ่ใดๆ ของหนังสือพิมพ์ จีนเสียนเยอะเป๋่าจากอดีต มาจนปัจจุบันอย่างชัดเจนที่สุด ทั้งนี้การดำเนินการใดๆ อยู่ภายใต้หลักคิดความรู้คุณต่อ ประเทศไทย ไม่สร้างความแตกแยกเสียหาย และการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างไทย – จีน อย่างมั่นคงและยาวนาน เพราะช่วงยุคสมัยหนึ่ง แวดวงหนังสือพิมพ์จีนเอง เคยถูกมองว่าเป็นภัยต่อความมั่นคงที่ต้องจับตามองและถูกควบคุม โดยรัฐบาล และปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของประเทศไทย ส่วนยอดขายหนังสือพิมพ์ยังคงเน้น รักษาฐานการตีพิมพ์เท่าเดิมก่อนที่ตระกูลเตชะอุบล จะเข้าถือกิจการและบริหาร โดยหนานฟาง คือ 100,000 ฉบับต่อ วัน และรักษารายได้จากโฆษณาในรูปแบบที่ยังคงดำเนินธุรกิจและทำกำไรอยู่ พงษ์ตัวเองอยู่ได้เรื่อยๆ ปรับเปลี่ยน โปรโมชันตามเทศกาล โดยคำนึงถึงความเหมาะสม แต่สิ่งที่พยายามปรับคือให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัลมากขึ้นเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการแข่งขันกับหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ ส่วนการปรับรูปแบบสำคัญคือปรับรูปแบบตัวอักษรใน หนังสือพิมพ์จากตัวเต็มมาเป็นตัวย่อ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นมากขึ้น หลากหลายช่วงอายุมากขึ้น ปรับรูปแบบเนื้อหา ให้มีความน่าสนใจและเป็นเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น เพิ่มข่าวไปยังสื่อ ดิจิทัลต่างๆ แม้ปัจจุบันยังไม่ได้รับผลกระทบมากนัก แต่เพื่อให้ทันเหตุการณ์และทันต่อการลงข่าวในระบบดิจิทัล ข่าวที่แข่งขันกันเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในยุคดิจิทัลจึงมีข้อเสียคือ ความรวดเร็วนี้เองอาจทำให้เกิดความผิดพลาดของ

ข้อมูล หรือเกิดความคลาดเคลื่อน ไปบ้าง เพราะการแข่งขันแย่งชิงพื้นที่สื่อที่ร้อนแรง และต้องการความรวดเร็วในการเข้าถึงผู้อ่าน แต่หนังสือพิมพ์มีข้อดีเรื่องความถูกต้องแม่นยำ ผ่านการตรวจทานเข้มข้นกว่า ไม่ว่าจะเป็นการตรวจทานโดยสำนักงานตำรวจแห่งชาติ และต้องผ่านการตรวจทานโดยสำนักพระราชวังเพื่อเป็นสื่อที่เป็นตัวแทนของความสัมพันธ์ระหว่างไทยจีน ซึ่งมีประวัติศาสตร์ความสัมพันธ์มายาวนาน

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้ คือ

1) เพื่อศึกษารูปแบบการปรับตัวของหนังสือพิมพ์จีนซึ่งเขียนเยอะเป๋้า ผลการศึกษา พบว่าหนังสือพิมพ์จีนเขียนเยอะเป๋้า มีการปรับตัวภายใต้เงื่อนไข ดังนี้ คือ (1.1) การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม การรับข่าวสาร วัฒนธรรมการเขียนที่เปลี่ยนไปจากตัวอักษรจีนตัวเต็มมาเป็นตัวย่อ และรูปแบบการรับข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยเป็นหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ปัจจุบันมีการเพิ่มเติมเนื้อหาในส่วนของแฟชั่นและไลฟ์สไตล์เข้าไปด้วย (1.2) ปรับตัวภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี โดยมีการเผยแพร่ข่าวสารในหลากหลายช่องทางไม่ว่าจะเป็น แอปพลิเคชัน WeChat และสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ อาทิเช่น มีการอัพเดทข่าวสารลงเว็บไซต์ (www.singsianyerpao.com) และเฟซบุ๊ก (<https://www.facebook.com/TheSingSianYerPaoDailyNewspaper>) (1.3) การขยายกลุ่มลูกค้าเพิ่มเติมเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้อ่านที่หลากหลายช่วงอายุมากขึ้น (1.4) เงื่อนไขทางการเมืองและนโยบายที่เปิดโอกาสให้หนังสือพิมพ์จีนได้มีพื้นที่สื่อประเทศไทย จากการทบทวนประวัติศาสตร์แต่ละยุคสมัยที่นโยบายต่างๆ ในช่วงก่อนหน้านั้นค่อนข้างจำกัดขอบเขตของหนังสือพิมพ์จีน เมื่อแนวนโยบายแห่งรัฐเปลี่ยนแปลงไป รูปแบบการนำเสนอ ก็เป็นไปอย่างอิสระมากขึ้น แต่ยังคงมีขอบเขต อยู่ภายใต้ขอบเขตของอัตลักษณ์ และจุดยืนของจีนเขียนเยอะเป๋้าเอง

2) เพื่อศึกษาวิธีการรักษาและคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของหนังสือพิมพ์จีนซึ่งเขียนเยอะเป๋้า ผลการศึกษา พบว่า รูปแบบและแนวทางเฉพาะในหนังสือพิมพ์คือความรักในอัตลักษณ์และขนบเดิมแบบคนจีน เพราะหนังสือพิมพ์เองเกิดจากจุดประสงค์แรกเริ่มคือการยึดโยงคนจีนในไทยกับคนจีนแผ่นดินใหญ่ นำเสนอข่าวจากแผ่นดินใหญ่สู่ไทย จึงมักมีขอบเขตข่าวที่อยากดำรงไว้ การเลือกฝึกฝายใดฝายหนึ่ง ทำให้ช่วงที่ผ่านมา ในทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นระดับนโยบายหรือขั้วทางการเมือง จีนเขียนเยอะเป๋้าดำรงอยู่ได้โดยไม่ได้รับผลกระทบใดๆ มากมายนัก และยังคงอัตลักษณ์การรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน

3) เพื่อศึกษาแนวทางและนโยบายเตรียมความพร้อมในอนาคตของหนังสือพิมพ์จีนซึ่งเขียนเยอะเป๋้า ผลการศึกษาพบว่า จีนเขียนเยอะเป๋้าในวันนี้ภายใต้การนำอย่างเจ้าของใหม่ คือคุณศตวรรษ เตชะอุบล ได้ลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมลงทุนกับ นายหวงเสี่ยวตง ผู้จัดการใหญ่ บริษัท หานานฟางมีเดีย กรุ๊ป จำกัด กลุ่มสื่อที่ทรงอิทธิพลมากที่สุดในจีน เพื่อผนึกกำลังเสริมประสิทธิภาพครั้งใหญ่เพื่อยกระดับและคุณภาพหนังสือพิมพ์จีนเขียนเยอะเป๋้าให้ก้าวไกลสู่ระดับสากล เตรียมความพร้อมรองรับเปิดเสรีอาเซียน (AEC) ตอกย้ำภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำสื่อภาษาจีนชั้นนำในในประเทศไทย รวมทั้งช่วยกระชับความสัมพันธ์ไทยจีนให้แน่นแฟ้นขึ้น โดยได้ทำการปรับปรุงเนื้อหาข่าวสาร ตลอดจนรูปแบบหนังสือพิมพ์ในระดับพื้นฐาน อีกทั้งยังค่อยๆ ผลักดันฝ่ายจัดจำหน่ายและโฆษณาให้ก้าวสู่ระดับสากลมากยิ่งขึ้น ภายหลังจากที่ทั้งสองฝ่ายเซ็นสัญญากันอย่างเป็นทางการแล้ว ทั้งสองกลุ่มจะร่วมกันยกระดับคุณภาพหนังสือพิมพ์ให้ก้าวไปอีกขั้นหนึ่ง ด้วยการนำเสนอสื่อในรูปแบบใหม่พร้อมทั้งการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง

โดยในอนาคตอาจจะได้เห็นเชิงเสียนเยอะเปื้อนออกไปวางขายในกลุ่มประเทศอาเซียน หรือร่วมทุนกับหนานฟางเพื่อตั้งกิจการสื่อจีนในประเทศเพื่อนบ้าน และอนาคตคาดหวังว่าจีนเสียนเยอะเปื้อนจะมีวางจำหน่ายในจีนอีกด้วย

4) เพื่อศึกษาแนวทางในการดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์จีนในท่ามกลางการเปลี่ยนผ่านวัฒนธรรม ผลการศึกษาพบว่า จากบทสัมภาษณ์ของเจ้าของหนังสือพิมพ์จีนเสียนเยอะเปื้อน มีแนวทางชัดเจนในการปรับปรุงให้จีนเสียนเยอะเปื้อนมีเทคโนโลยี มีเนื้อหา และมีกระบวนการทำงานที่ดีขึ้น และทันสมัยมากขึ้น การปรับตัวของจีนเสียนเยอะเปื้อนในครั้งนั้น เริ่มจากการสร้างสำนักงานใหม่ และจ้างมืออาชีพมาดูแลการผลิต ว่าจ้างผู้บริหารใหม่จากจีน และขยายช่องทางขาย โดยเฉพาะการเข้าร้าน 7-11 สาขาการบินไทยและสาขาการบินจีน และโรงเรียนที่มีการสอนภาษาจีน เป็นต้น รวมถึงการเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับแรกของเมืองไทยที่ใช้อักษรจีนแบบย่อ เพื่อพัฒนาจีนเสียนเยอะเปื้อนให้เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาจีนที่ยิ่งใหญ่ ทันสมัย และมีคุณภาพ เพื่อขึ้นแท่นเป็นอันดับหนึ่งของไทย และในอนาคตอันใกล้ เรายังมีเป้าหมายจะเป็นหนังสือพิมพ์อันดับหนึ่งในภูมิภาค ทั้งนี้ในส่วนของกลยุทธ์การตลาดที่เพิ่มเข้ามา เพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมการอ่านและการรับข้อมูลข่าวสาร ที่เปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัลและการสื่อสารอย่างรวดเร็วผ่านมัลติมีเดียช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ต แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือฐานข้อมูลข่าวสารตามเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอง เพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นจากเดินฟุ้งเป้าไปที่รักษฐานลูกค้าเดิม มุ่งเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เช่นวัยรุ่นมากขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

การวางแผนในอนาคตภายในปี พ.ศ. 2559 นี้ของหนังสือพิมพ์จีนเสียนเยอะเปื้อน ซึ่งกำลังวางแผนการแจกสิ่งพิมพ์ฟรีตามจุดท่องเที่ยว ที่เป็นคล้ายคู่มือการท่องเที่ยวภาษาจีน คู่มือร้านอาหาร เมนูร้านอาหาร และมีนิตยสารพิเศษนอกเหนือจากหนังสือพิมพ์ตามฤดูกาล เพื่อเสริมและสอดคล้องตามโอกาสสำคัญต่างๆ หากมีผู้ใดสนใจศึกษาต่อยอดในอนาคต ซึ่งแนวทางในอนาคตของจีนเสียนเยอะเปื้อนนี้สอดคล้องกับข้อมูลการสัมภาษณ์เพิ่มเติมสำหรับกลุ่มลูกค้าของหนังสือพิมพ์จีนเสียนเยอะเปื้อน คุณกัณทิมา ลิกษะทัย ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงแรมแกรนด์ไชน่าว่าทางโรงแรมได้มีการทำสัญญาใจ (Brother) กับหนังสือพิมพ์ โดยที่ได้ประโยชน์กันทั้งสองฝ่ายและไม่เสียค่าโฆษณา เช่น การลงโฆษณากับหนังสือพิมพ์จีน แลกกับที่ฟิวเจอร์สำหรับแจกหรือโปรโมชันห้องอาหารเพื่อเสริมโปรโมชันให้กับหนังสือพิมพ์เอง โดยอาจจะลงโฆษณาโดยตรงหรือจากงานสังคมสัมมนา กลุ่มลูกค้าหลักคือคนจีนที่อยู่ย่านเยาวราชหรือย่านใกล้เคียง หรือนักธุรกิจจีนที่เข้ามาทำงานในเมืองไทย จะทราบโปรโมชันของโรงแรมและส่วนลดราคาแล้วเข้ามาใช้บริการ สำหรับโรงแรมแกรนด์ไชน่าเอง หนังสือพิมพ์มีอิทธิพลต่อกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาโรงแรมมากกว่า โดยลูกค้าหลักของโรงแรมคือนักธุรกิจและกลุ่มคนที่มีอายุ ส่วนคนรุ่นใหม่ส่วนมากจะรู้จักโรงแรมผ่านนิตยสาร หรือฟรีก๊อปปี ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เข้าถึงลูกค้าได้ครอบคลุม ดังข้อมูลนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการสำรวจประเด็นต่อไป คือศึกษา ฟรีก๊อปปี หรือนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แจกฟรี ที่ช่วงชิงพื้นที่สื่อไปได้อย่างแหวกแนวในท่ามกลางกระแสความนิยมดิจิทัลและความเป็นมัลติมีเดียตามสื่อสังคมออนไลน์เพื่อความรวดเร็ว แต่สิ่งพิมพ์แจกฟรี ในพื้นที่กรุงเทพมหานครนั้น หนังสือพิมพ์หรือนิตยสารแจกฟรีกลับเติบโตขึ้นอย่างน่าจับตามอง เช่น M2F, Now108 เป็นต้น ที่ชาวกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่จะพบเจอกับผู้แจกสิ่งพิมพ์เหล่านี้ “ฟรี” ตามจุดขนส่งมวลชนต่างๆ ตามห้างสรรพสินค้า หรือตามจุดที่คนพลุกพล่าน สิ่งที่ผู้วิจัยขอแนะนำให้ความสำคัญกับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเหล่านี้ คือความมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในรูปแบบคู่มือการท่องเที่ยวภาษาจีน คู่มือร้านอาหาร เมนูร้านอาหาร เป็นต้น

6. เอกสารอ้างอิง

- ชาติรี บัวคลี่. (2556). แนวคิดการออกแบบสิ่งพิมพ์ดิจิทัลหลังสมัยใหม่. *วารสาร Veridian E-Journal Silpakorn University*, 7(3), 247-258.
- คตยา จาตุรงค์กุล, และอดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค โลก*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุสดี คีตวรนาถ. (2558). *บก.ชิงจงเอี้ยน เล่าเรื่อง “นสพ.จีน” ไม่มีวันตาย*. สืบค้น 12 มกราคม 2559 จาก http://isranews.org/isra-news/item/36699-interview_580222-1.html
- ยุทธศักดิ์ ฅณาสวัสดิ์. (2546, 8 มิถุนายน). การแข่งขันในธุรกิจสำนักพิมพ์ของโลก. *ผู้จัดการออนไลน์*, น. 14.
- ยุทธศักดิ์ ฅณาสวัสดิ์. (2560, 9 พฤศจิกายน). มองทุนจีนผ่านธุรกิจสื่อ ดึง “ชิงเสียนเยอะเป้า” สู่อEC. *ASTV ผู้จัดการรายวัน*. สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2559 จาก <http://www.manager.co.th/Weekend/>
- ยุทธศักดิ์ ฅณาสวัสดิ์. (2553). *ทิศทางธุรกิจหนังสือพิมพ์ในยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน.
- ศักดิ์พันธ์ คำหริ่ม. (2553). *บทบาทของหนังสือพิมพ์จีนในทัศนะของคนจีนในเยาวราช กรณีศึกษาหนังสือพิมพ์จินหย่า โจวเยอะเป้า* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และสมชาย หิรัญกิตติ. (2541). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุกัญญา สุกบรรทัด. (2555). หนังสือพิมพ์. *สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน ฉบับที่ 37*. สืบค้น 15 มกราคม 2559 จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=37&chap=5&page=chap5.htm>