

ประสิทธิผลของการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์ในยุคการแข่งขันกับสื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

วัชรพงษ์ จิตรงามปลั่ง¹
พนเอก บุญเอื้อ บุญฤทธิ์²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาประสิทธิผลในการจัดการธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์ในสภาพบริบทของประเทศไทยในปัจจุบัน และนำเสนอแนวทางของการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์ของผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์ให้เกิดประโยชน์และมีคุณภาพมากที่สุด เป็นการวิจัยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพได้เลือกใช้การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 8 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้พัฒนา “ตัวแบบประสิทธิผลของการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์” ได้แก่ ด้านการพัฒนาสินค้าและนวัตกรรมในการให้บริการ ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ ด้านบทบาทหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือของสื่อทางสังคม ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และ ด้านความน่าเชื่อถือของสื่อทางเศรษฐกิจและการเมือง

คำสำคัญ: การจัดการสื่อหนังสือพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต ประสิทธิผลของการจัดการ

¹นักศึกษาลัทธิสุตรปรัชญาดุขภูมิบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการ
ที่อยู่: มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต 1761 ถนนพัฒนาการ สวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
Email: teng.ac115@gmail.com

²อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุขภูมิบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะและการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
ที่อยู่: 1767 ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ
E-mail: bboonrith@gmail.com

The Effectiveness of Newspaper Management to Compete with the Internet in Thailand

Vatcharapong Jitngamplang¹

Col. Boonaue Boonrith²

Abstract

The research aimed to study effectiveness of newspaper management to compete with the internet in Thailand and to propose measures for effective management of newspaper. It was a mixed method approach. The qualitative approach collected data by means of in-depth interviews of 8 key informants. The quantitative research, on the other hand, used questionnaire to collected data from 400 people. The researcher has developed a model titled “The Effectiveness Model of Newspaper Management” comprising: Development & Innovation in Services; Business Competition; Role and Duty; Social Credibility; Consumer Behavior; and Economic & Political Credibility.

Key words: Newspaper management, the Internet, effective management

¹Ph.D. student, Public Policy and Management Programme.

Address: Kasem Bundit University, 1761 Patanakarn Road, Suan luang, Bangkok 10250

Email: teng.ac115@gmail.com

²Lecturer of Ph.D. Programme in Public Policy and Mangement, Kasem Bundit University

Address: 1767 Patanakarn Rd. Suan Luang, Bangkok, 10250

E-mail: bboonrith@gmail.com

บทนำ

หนังสือพิมพ์นับได้ว่าเป็นสื่อสารมวลชนประเภทแรกของโลกที่มีรูปแบบพัฒนาการมาจากแผ่นประกาศข่าว จดหมายข่าว และหนังสือข่าว โดยสำหรับประเทศไทยได้มีการนำแท่นพิมพ์และตัวพิมพ์ภาษาไทยเข้ามาเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2375 และกิจการหนังสือพิมพ์ก็ได้ถือกำเนิดขึ้นต่อมาในปี พ.ศ. 2387 โดยเนื้อหาภายในจะเกี่ยวข้องกับการรายงานข่าวสารบ้านเมือง วิทยาการสมัยใหม่ และกระตุ้นความคิดเสรีภาพของคนไทย ประกอบกับการสอดแทรกโฆษณาเผยแพร่ศาสนาซึ่งจะเห็นได้ว่าหนังสือพิมพ์ไทยมีเนื้อหาสาระกับการโฆษณาประกอบควบคู่กันมาเสมอ จึงทำให้หนังสือพิมพ์มีสถานะเป็นสถาบันหนึ่งทางสาธารณะ (Public institution) ที่ต้องสามารถแจ้งข่าวสารที่จำเป็นและสำคัญได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และครบถ้วนให้แก่ประชาชน และเป็นสถานะทางธุรกิจเอกชน (Private business) ที่ต้องมีการบริหารองค์การเพื่อให้เกิดกำไรและนำกำไรที่ได้มาใช้ในการเลี้ยงตนเอง จึงทำให้หนังสือพิมพ์ต้องมีการแข่งขันกับสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และกับสื่ออื่น ๆ อยู่ตลอดเวลา เช่น สื่อโทรทัศน์ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต (ปรีดีติติก, 2549) ดังนั้นหนังสือพิมพ์จึงจำเป็นต้องดำรงอยู่ภายใต้ทั้งสองสถานะไปพร้อมกันให้ได้ เพราะถ้าหนังสือพิมพ์ขาดทุนก็จะทำให้คงอยู่เป็นธุรกิจเอกชนต่อไปไม่ได้ หรือถ้าหนังสือพิมพ์ไม่ได้รับความน่าเชื่อถือและการยอมรับจากสาธารณชน หนังสือพิมพ์ก็จะคงอยู่เป็นสถาบันสาธารณะไม่ได้ด้วยเช่นกัน

ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) หรือยุคสังคมข่าวสาร (Information society) หรือที่เรียกกันว่า “โลกไร้พรมแดน” ข้อมูลข่าวสารถือเป็น

เป็นตัวแปรสำคัญในการดำเนินชีวิต รวมทั้งองค์การธุรกิจต่าง ๆ ก็มีความจำเป็นที่จะต้องสั่งสมข้อมูล เพื่อการพัฒนาธุรกิจให้อยู่รอด ดังนั้นการทำหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ต้องพยายามสะท้อนภาพที่เป็นจริงให้ชัดเจนให้ได้มากที่สุด โดยเป็นไปอย่างเที่ยงตรง มีความสำนึกต่อความถูกต้อง คำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติมากกว่าจะมุ่งแสวงหาผลประโยชน์ทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว (บุญศิริพันธ์, 2550) อีกทั้งหนังสือพิมพ์จะมีอิทธิพลต่อความเปลี่ยนแปลง กระทั่งการเข้าครอบงำระบบวัฒนธรรมทางความคิดของคนในสังคม จึงต้องมีการสร้างและรักษาความยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้อ่านในสังคม (ศรีปักษา, 2544) ซึ่งหนังสือพิมพ์ที่ดีจะต้องประกอบไปด้วย คุณลักษณะในการนำเสนอที่สำคัญ 4 ประการ คือ 1) เสนอความเป็นจริงที่แท้จริง 2) เสนอด้วยความสัตย์ซื่อ ไม่เกิดจากการนึ่งเทียนเขียนข่าวหรือมีการแต่งเติมเสริมข้อเท็จจริง 3) เสนอในสิ่งที่ถูกต้องปราศจากอคติหรือลำเอียงต่อสิ่งที่ตกเป็นข่าว และ 4) เสนอในสิ่งที่ประโยชน์ต่อประชาชนและประเทศชาติ

แต่จากสภาพสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้การดำเนินงานของหนังสือพิมพ์ต้องประสบปัญหาและได้รับผลกระทบมากมาย ทั้งผลกระทบของต้นทุนทางการผลิต ผลประกอบการกำไรสุทธิ หรือความตื่นตัวและพัฒนาการของสื่อต่าง ๆ ที่มีทั้ง สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต ที่เข้ามามีบทบาทต่อการรับรู้และได้รับความสนใจจากประชาชนอย่างกว้างขวาง ดังนั้นการแข่งขันในเชิงเปรียบเทียบของคุณภาพและประสิทธิภาพของการเผยแพร่ยังมีอยู่อย่างต่อเนื่อง แต่การดำเนินงานของหนังสือพิมพ์ก็มีข้อจำกัดในการ

จัดการตนเอง เนื่องจากหนังสือพิมพ์จะต้องตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด การจะสามารถแข่งขันและอยู่รอดในธุรกิจนี้นอกจากนโยบายที่ต้องมีความชัดเจนในการดำเนินงานแล้ว จะต้องมีการกำหนดทิศทางการบริหารงานทั้งในส่วนของการเนื้อหาข่าวและองค์การ เพื่อให้ตอบโจทย์ของกลุ่มเป้าหมายและมุ่งไปสู่ความสำเร็จที่วางไว้ ด้วยการจัดการที่มีความสมดุล (Balance) ทั้งในส่วนของการนำเสนอข่าวและการสร้างรายได้ (เชื้อถาปนศิริ, 2554)

ข้อมูลจากสมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย(2557) ได้ระบุว่า สื่อหนังสือพิมพ์ค่อนข้างอ่อนไหวต่อภาวะเศรษฐกิจมากกว่าสื่ออื่น ๆ ประกอบกับปัจจัยทางการเมืองก็มีผลต่อภาวะเศรษฐกิจที่เป็นลักษณะของลูกโซ่ ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าวยังไม่ได้นับรวมผลจากปัจจัยอื่น ๆ ทั้งผลของการพัฒนาระบบเทคโนโลยีที่ความเจริญก้าวหน้าไปสู่ยุคดิจิทัล อันทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคแปรเปลี่ยนไปนิยมต่อการเสพสื่ออินเทอร์เน็ตภายในระบบคอมพิวเตอร์หรือภายในระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่แทนจนเป็นเหตุให้สื่อหนังสือพิมพ์สูญเสียผู้บริโภคให้กับสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งผลจากปัจจัยเหล่านี้ล้วนแต่เป็นความท้าทายและแรงกดดันให้สื่อหนังสือพิมพ์ต้องมีการวางแผนและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยหนังสือพิมพ์ควรต้องมีการปรับตัวทั้งในด้านของบรรณาธิการด้วยการเพิ่มบทวิเคราะห์ บทวิจารณ์ การตีความ เน้นข่าวท้องถิ่นให้เพิ่มสูงขึ้นมีข้อเสนอแนะและเคล็ดลับที่เป็นประโยชน์อย่างแท้จริงกับประชาชน เขียนข่าวให้ดีขึ้น และเสนอข่าวสารที่อ่านเข้าใจง่าย ในด้านการจัดการก็ต้องมีแนวทางและกล

ยุทธ์ต่าง ๆ ในการจัดการโดยใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ เพื่อให้สื่อหนังสือพิมพ์อยู่รอดอย่างยั่งยืนทั้งทางธุรกิจและอุดมการณ์ (สุวรรณเพิ่ม, 2549)

และจากสภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวนไปทั่วโลกที่ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจโดยรวม ทำให้เกิดการชะลอตัวและปรับตัวกันครั้งใหญ่เพื่อประคับประคองธุรกิจให้อยู่รอดได้ ขณะเดียวกันผู้บริโภคก็ตื่นตระหนกต่อสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำ อันทำให้เกิดการประหยัดค่าใช้จ่ายในทุก ๆ ด้าน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) ประชาชนได้ให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายอย่างคุ้มค่าที่สุด ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นหรือใช้เงินให้น้อยที่สุด สำหรับการบริโภคข่าวสารและความบันเทิง จนส่งผลให้ธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์ต้องมีการปรับตัว มีการพัฒนาเนื้อหาข่าวสารให้เกิดความน่าสนใจ และคุ้มค่าสำหรับผู้บริโภคให้มากที่สุด ดังนั้นการจัดการธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารองค์การต้องพัฒนาศักยภาพทุกด้านให้แข็งแกร่งเพื่อให้ธุรกิจมีกำไรและอยู่รอดได้ ดังคำกล่าวของ บุญศิริพันธ์ (2550) ที่ว่า “หนังสือพิมพ์เป็นสินค้าประเภทหนึ่งที่จะต้องขายให้ได้และต้องทำกำไร แต่ธุรกิจหนังสือพิมพ์ไม่ใช่การผลิตสินค้าธรรมดาทั่วไป แต่เป็นการผลิตสินค้าที่มีเนื้อหาสาระที่มุ่งยกระดับความคิดจิตใจของสาธารณชนให้ก้าวหน้าสูงขึ้น ให้มีความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงในสังคมซึ่งมีอยู่ทุกเวลานาที ขณะเดียวกันก็ทำให้สาธารณชนเปลี่ยนแปลงไปทันกับความเปลี่ยนแปลงของสังคม” ซึ่งจากคำกล่าวนี้นี้จะเห็นว่าการดำเนินธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์ต้องอาศัยปัจจัยในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันและอยู่รอดได้ รวมถึงต้องตอบสนองต่อความต้องการของ

ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการบริโภคข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ถึงความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นจากสภาพสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ส่งผลต่อธุรกิจหนังสือพิมพ์ ดังนั้นการศึกษาในประเด็นดังกล่าวจะเป็นแนวทางให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้นำไปใช้ในการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์ในการแข่งขันกับสื่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสร้างประโยชน์และทำให้ธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์มีความสามารถในการแข่งขันและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการจัดการธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์ในสภาพบริบทของประเทศไทยในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์ในการแข่งขันกับสื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทยตามสภาพของบริบททางสังคม
3. เพื่อนำเสนอแนวทางที่มีประสิทธิภาพของการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์ในการแข่งขันกับสื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทยให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์ในสภาพบริบทของประเทศไทยในปัจจุบัน เพื่อทำให้การปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ในอนาคต
2. ทราบถึงข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากบริบท สภาพปัญหา และผลกระทบต่าง ๆ จากสื่ออินเทอร์เน็ต อันจะทำให้ผู้ประกอบการ หรือ

ผู้ที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ทราบและตระหนักถึงแนวโน้มและทิศทางในการจัดการที่เหมาะสมต่อความอยู่รอดของธุรกิจได้ในอนาคต อีกทั้งยังสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบในการปรับปรุงสินค้าให้มีคุณภาพ เนื้อหา รูปแบบ ความเหมาะสม และตรงตามความต้องการและพึงพอใจของผู้บริโภคได้ต่อไปได้ยุทธศาสตร์หรือแนวทางที่จะนำนโยบายบ้านหลังแรกมาใช้ให้เกิดผลประโยชน์ต่อประเทศชาติมากที่สุด

3. สร้างประโยชน์ในเชิงวิชาการ ในเรื่องของการสร้างองค์ความรู้เพิ่มเติมหรือองค์ความรู้ใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการ ผู้ที่เกี่ยวข้องในสื่อหนังสือพิมพ์หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ให้ได้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาหรือวิธีการในการประยุกต์ใช้กระบวนการจัดการองค์การให้เกิดความแข็งแกร่ง สร้างเสริมความอยู่รอด และการเจริญเติบโตทางธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมในการแข่งขันกับสื่ออินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพ (Effectiveness) เป็นเครื่องมือหรือตัวบ่งชี้ถึงการบรรลุนโยบาย เป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องจากการประเมินประสิทธิภาพขององค์การหรือบุคลากร ซึ่งมีความสำคัญดังนี้ คือ 1) ความสำคัญในการตรวจสอบวัตถุประสงค์ 2) ความสำคัญในการประเมินผลการดำเนินงาน และ 3) ความสำคัญในการประเมินผลสำเร็จ โดยการประเมินผลจะต้องคำนึงถึงอิทธิพลของปัจจัยภายในและภายนอกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ความเจริญเติบโตขององค์การ (Growth)

ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) หรือผลิตภาพการให้บริการ (Productivity) เป็นต้น รวมทั้งจะต้องทำประเมินผลทั้งในระหว่างและภายหลังการดำเนินการควบคู่กันไปโดยอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น มาตรฐานของการวัด การประเมินการวัด การเปรียบเทียบผลที่วัดได้ หรือรูปแบบของการประเมิน ที่มีเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้น

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

โดยมนุษย์มีความต้องการในการบริโภคข่าวสารและเลือกแสวงหาข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน คือ ความต้องการรู้ (Need for orientation) ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการกำหนดความน่าสนใจของข่าวสารที่มีต่อประชาชน เพราะข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับกิจกรรม ที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ อีกทั้งยังใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ ซึ่งเมื่อนำมาศึกษาถึงเหตุผลในการติดตามข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ในมุมมองของผู้รับสาร จะสามารถแบ่งเหตุผลในการรับข่าวสารออกได้ 6 สาเหตุ ประกอบด้วย 1) เพื่อรู้ในเหตุการณ์ 2) เพื่อช่วยในการตัดสินใจ 3) เพื่อข้อมูลในการสนทนา 4) เพื่อความมีส่วนร่วม 5) เพื่อเสริมความคิดเห็น และ 6) เพื่อความบันเทิง โดยในปัจจุบันผู้รับข่าวสารมีแนวโน้มแสดงออกถึงความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้นตามความต้องการของตัวผู้รับสารแต่ละคน จนส่งผลต่อเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอข่าวสาร ด้วยสาเหตุนี้ผู้ส่งสารจึงต้องมีกระบวนการวิเคราะห์ลักษณะของผู้รับสารที่มีความแตกต่างกันโดยเฉพาะลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพื่อทำให้สามารถสื่อสารได้

สอดคล้องและมีประสิทธิภาพสูงสุดต่อลักษณะความต้องการของผู้รับสาร

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

จากการที่ข้อมูลข่าวสารเป็นตัวแปรสำคัญทั้งในการดำเนินชีวิตของประชาชน การพัฒนาธุรกิจให้อยู่รอด การพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในทุก ๆ ประเทศ ทำให้องค์การสื่อสารมวลชนต้องทำหน้าที่ในการรวบรวมข้อมูลข่าวสารสำหรับสาธารณะไม่ว่าจะเป็นไปในรูปแบบใดก็ตาม โดยอยู่ในหลักของการนำเสนอข่าวสารที่มีความถูกต้อง รวดเร็ว และเชื่อถือได้ นอกจากนี้ยังต้องดำรงไว้ซึ่งจริยธรรมของวิชาชีพ จนอาจกล่าวได้ว่าหนังสือพิมพ์มีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญ 3 ประการ คือ 1) สังเกตการณ์สภาพแวดล้อม 2) ประสารสัมพันธ์ ส่วนต่าง ๆ ของสังคม และ 3) ถ่ายทอดมรดกทางสังคม บนพื้นฐานของการเป็นสื่อสาธารณะที่ต้องมีการให้ข่าวสาร ประสานสัมพันธ์ สร้างความต่อเนื่อง สร้างความบันเทิง และเป็นสื่อกลางในสังคม โดยบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์นั้นจะส่งผลต่อบุคคลที่รับข่าวสารไม่ว่าจะเป็นทางกายหรือทางจิตใจและเชื่อมโยงบุคคลเข้ากับสังคมด้วยการยึดเหนี่ยวมนุษย์ให้อยู่ร่วมกันได้อย่างราบรื่นภายในสังคม

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์

กระบวนการในการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรอันได้แก่ คน วัสดุสิ่งของ เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต และเงินทุน มาทำการบริหารจัดการใช้ภายในธุรกิจหนังสือพิมพ์ โดยหวังผลตอบแทน ประโยชน์ที่เกิดขึ้นภายในระบบเศรษฐกิจ และความยอมรับในสังคม ซึ่งปัจจัยที่สำคัญในการบริหารจัดการ

ธุรกิจหนังสือพิมพ์ที่สำคัญมี 3 ประการ ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านความคิด 2) ปัจจัยด้านสิ่งของ และ 3) ปัจจัยด้านทรัพยากรบุคคล โดยหนังสือพิมพ์ก็เป็นเช่นเดียวกับกิจการอื่น ๆ ที่จะต้องจัดระบบการบริหารงานให้สอดคล้องกับสภาพของกิจการที่มีการกระจายงานอย่างครบถ้วน เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินกิจการ (เจียงเพ็ชร, 2543) ประกอบกับการจัดการองค์การหนังสือพิมพ์ที่จะช่วยให้กระบวนการทำงานมีความคล่องตัวและเป็นระบบมากยิ่งขึ้น ด้วยการนำเอากลยุทธ์ในการปรับตัวตามสถานการณ์และทฤษฎีระบบมาใช้ในการวางแผนการจัดการงานและการดำเนินงานภายในองค์การโดยขึ้นอยู่กับสถานการณ์หรือปัจจัยภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากธุรกิจหนังสือพิมพ์จะต้องพิจารณาถึงสถานการณ์แวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การและต้องวางนโยบายและแผนการทำงานให้มีความยืดหยุ่นอยู่เสมอเพื่อให้สามารถรับมือได้ในทุกสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งในแง่บวกและแง่ลบ

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน

แบบจำลองวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรมจากทฤษฎีแรงผลักดันทั้ง 5 (Five-force) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์สถานะและแนวโน้มของตัวแปร ต่าง ๆ ที่มีผลต่อ “โอกาส” และ “อุปสรรค” โดยแรงผลักดันทั้งห้านี้จะประกอบด้วย แรงจากการแข่งขันของคู่แข่งที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม แรงจากการคุกคามของคู่แข่งรายใหม่ แรงจากอำนาจต่อรองของลูกค้า แรงจากการคุกคามของสินค้าทดแทน และแรงจากอำนาจต่อรองของ ซัพพลายเออร์ ประกอบเข้ากับแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value

chain) ที่เป็นแนวคิดที่ช่วยในการทำความเข้าใจถึงบทบาทของแต่ละหน่วยงานว่าจะมีส่วนช่วยเหลือให้องค์การก่อกำเนตคุณค่าให้แก่ลูกค้า และกำหนดกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ หรือกลยุทธ์ที่เน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นการเฉพาะ

แนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่ออินเทอร์เน็ต

การศึกษาถึงกระบวนการจัดทำสื่ออินเทอร์เน็ตที่ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้อ่านได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ ทั้งในด้านความเร็ว ความยืดหยุ่น จนสามารถกระจายเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการจัดโครงสร้างขององค์การสื่ออินเทอร์เน็ตที่ต้องเป็นหน่วยงานที่จัดการด้านออนไลน์โดยเฉพาะ ซึ่งต้องคำนึงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตและความแพร่หลายของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ อันประกอบด้วย ความแพร่หลายของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ระบบเศรษฐกิจของประเทศ นโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ บุคลากรในการทำงาน ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ของประชากร และพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต เพื่อให้องค์การหนังสือพิมพ์ได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปและพัฒนาตนเองตามความต้องการของผู้อ่านด้วยสื่ออินเทอร์เน็ตของประเทศไทย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โสธนะเสถียร (2550) ศึกษาวิจัยเรื่องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการบริหารงานหนังสือพิมพ์ไทย โดยส่องมอค์การหนังสือพิมพ์ไทยตามประเภทของหนังสือพิมพ์ 4 ฉบับ คือ เดลินิวส์ มติชน ฐานเศรษฐกิจ และสยามกีฬารายวันซึ่งพบว่า โครงสร้างหน้าที่และ

การบริหารงานจะแตกต่างกันไปตามประวัติศาสตร์ความเป็นมาและอุดมการณ์ แนวทางการบริหารพบว่า ส่วนใหญ่เน้นการบริหารที่ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมของคนในองค์กรเป็นสำคัญ และส่วนโครงสร้างหน้าที่พบว่า การบริหารงานหนังสือพิมพ์ควรใช้แนวทางการบริหารที่มีการกำหนด หน้าที่ความรับผิดชอบและสายการบังคับบัญชาที่แน่นอนชัดเจนเช่นเดียวกับระบบราชการ

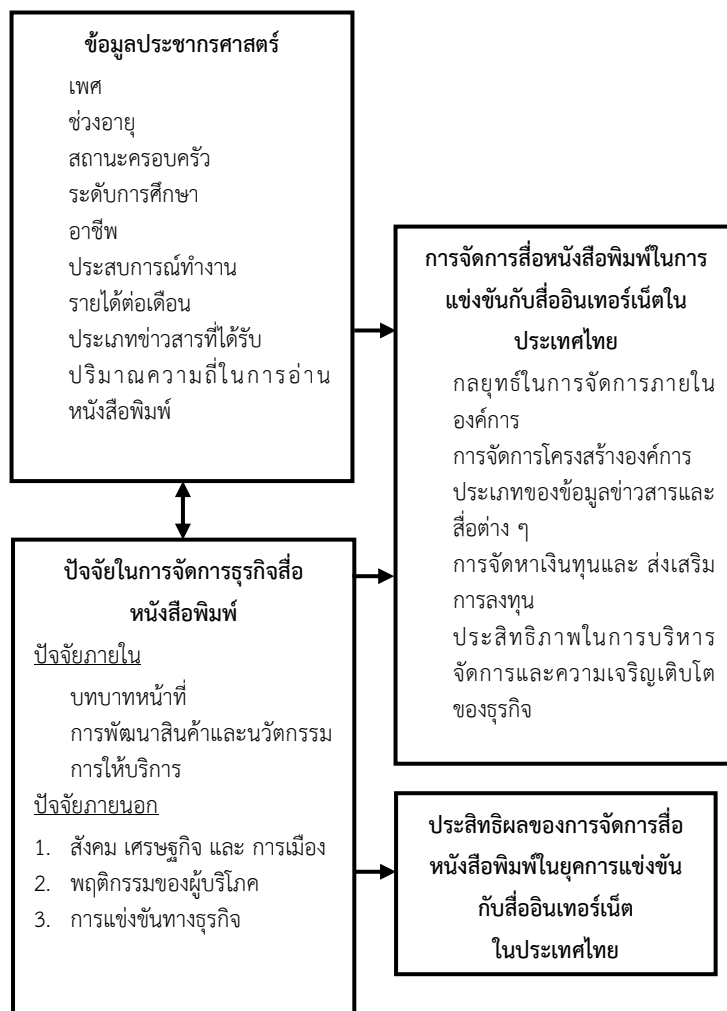
มิ่งขวัญ (2548) ศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทย ซึ่งการวิจัยดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป โครงสร้างตลาด พฤติกรรมการแข่งขันด้านราคา และพฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา ในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทย ซึ่งพบว่าพบว่าแนวโน้มการขยายของอุตสาหกรรมสอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจ และการขยายตัวของอุตสาหกรรมโฆษณา นอกจากนี้อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ยังเป็นธุรกิจแบบพิเศษที่ต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายอย่าง เช่น การเมือง การโฆษณา เทคโนโลยี และการตอบโต้ระหว่างผู้ประกอบการ

ทวีโชคกิจเจริญ (2543) ได้ศึกษาเรื่องแนวโน้มสื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พบว่า

การจัดทำสื่ออินเทอร์เน็ตขององค์การหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่เป็นเพียงสื่อเสริมให้กับสื่อหลัก ทำให้รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาไม่แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ฉบับพิมพ์ ไม่มีการเปลี่ยนเนื้อหาให้เหมาะสมกับการนำเสนอบนอินเทอร์เน็ตและไม่ได้ให้ความสำคัญกับภาพประกอบมากนัก โดยส่วนใหญ่นำเสนอเฉพาะในหน้าโฮมเพจเท่านั้น และการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์ (Interactive) สื่ออินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ จะมีอีเมลติดต่อผู้อ่านเว็บไซต์ เว็บบอร์ดส่งข่าวให้เพื่อน และการโหวต

ซึ่งเมื่อพิจารณาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วจะเห็นว่าองค์การหนังสือพิมพ์ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลัก (กิจเจริญ, 2543) ซึ่งไม่สอดคล้องกับสภาพปัจจุบันที่สื่ออินเทอร์เน็ตก้าวเข้ามามีบทบาทต่อผู้บริโภคข่าวสารเป็นอย่างสูง อีกทั้งยังเป็นปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมนี้ (มิ่งขวัญ, 2548) ดังนั้นกลุ่มองค์การหนังสือพิมพ์ควรจะต้องปรับโครงสร้างหน้าที่และการบริหารงานที่มีอยู่เดิมตามแต่ละองค์การให้ตอบรับและสามารถแข่งขันกับสื่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมที่มีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลักและการวิจัยเชิงปริมาณเป็นส่วนเสริมร่วมกันในการดำเนินการ ประกอบกับการค้นหาหรือค้นคว้าข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี บทความ งานวิจัย หนังสือ หรือข้อมูลออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกรอบแนวความคิดของการวิจัยที่สอดคล้อง

เหมาะสม และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพจะกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 คน ที่ประกอบด้วยผู้ประกอบการ คณะผู้บริหารระดับสูง บุคลากรในองค์กร บรรณาธิการ และผู้บริหารหน่วยงาน

ที่เกี่ยวข้องในกลุ่มธุรกิจหนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต และการวิจัยเชิงปริมาณจะใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากประชากรที่เป็น ผู้บริโภคข่าวสารในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

การวิจัยเชิงปริมาณจะใช้แบบสอบถาม

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่กำหนดขึ้นสำหรับการวิจัยไปตรวจสอบความเที่ยงตรง เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและโครงสร้าง โดยนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน และปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ และได้นำแบบสอบถามไปทำการเก็บข้อมูลจากประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และทดสอบค่าความเชื่อมั่นด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบร็ค โดยได้ผลลัพธ์ของค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 ในทุก ๆ ด้าน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อีกทั้งยังได้อาศัยการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมประกอบกับการใช้เครื่องบันทึกเสียงเพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความสมบูรณ์ครบถ้วน

2. การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการลงสนามเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคข่าวสารในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิจัยเชิงคุณภาพจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแยกแยะตามเนื้อหาและจัดหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์และประเด็นที่ทำการสัมภาษณ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องก่อนจากนั้นได้มีการกำจัดข้อมูลหรือการลดทอนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยออกไป โดยมีข้อควรระวังในการพิจารณาว่าข้อมูลที่ทำกรกำจัดหรือลดทอนไปนั้นไม่ได้มีความเกี่ยวข้องใด ๆ อย่างแท้จริง จากนั้นจึงจะนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาตามหลัก โดยจะเปรียบเทียบตามเนื้อหา แนวคิด และทฤษฎี เพื่อให้การนำเสนอเนื้อหาเกิดความสมบูรณ์ชัดเจน และมีความเป็นรูปธรรม

2. การวิจัยเชิงปริมาณจะทำการตรวจสอบการแปรผลของข้อมูลที่ได้ทำการบันทึกลงในโปรแกรมประมวลผลทางสถิติว่ามีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามจำนวนชุดข้อมูลที่ได้ทำการเก็บรวบรวมมา จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ ระดับความคิดเห็นด้วยหลักสถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณเชิงเส้นด้วยหลักสถิติเชิงอ้างอิง

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่รับข่าวสารทางหนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ตมีความเห็นด้วยระดับมากในทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านบทบาทหน้าที่ด้านการพัฒนาสินค้าและนวัตกรรมในการ

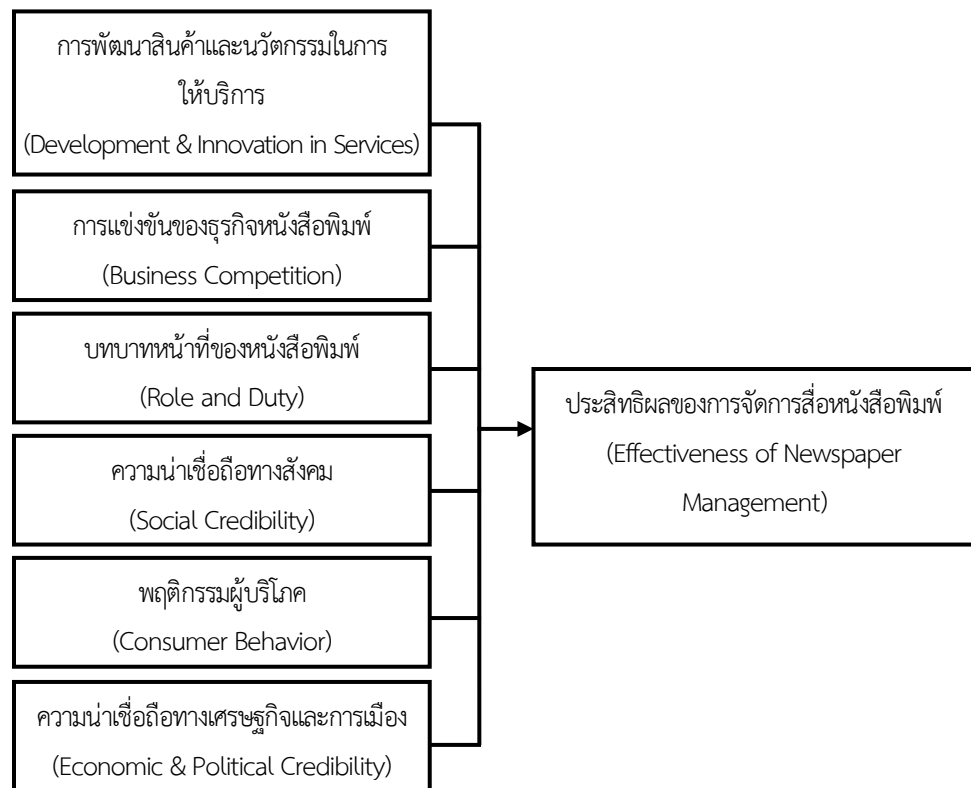
ให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือทางสังคม ด้านความน่าเชื่อถือทางเศรษฐกิจและการเมือง ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และด้านการแข่งขันทางธุรกิจ โดยในทุก ๆ ปัจจัยที่กล่าวมาจะไม่มี ความแตกต่างกันตามลักษณะประเภทสื่อ สื่อข่าวสารที่ตัวอย่างเลือกรับ และทุก ๆ ปัจจัยจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลในการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์ในปัจจุบัน

ด้านการศึกษาการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์ในการแข่งขันกับสื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทยตามสภาพของบริบททางสังคม พบว่า ตามสภาพบริบททางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงและมีความผันผวนอย่างรุนแรง การจัดการสื่อหนังสือพิมพ์จะต้องดำเนินการ โดยการทำให้หนังสือพิมพ์กลายสภาพเป็นสิ่งที่มีความหมายต่อบุคคลและสังคมให้มากขึ้น มีการวางแผนและสร้างกลยุทธ์ในการรายงานข้อมูลข่าวสาร เพื่อช่วยสร้างความน่าเชื่อถือในตัวหนังสือพิมพ์เอง นอกจากนี้ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจหนังสือพิมพ์ต้องวางกลยุทธ์ในการขยายฐานผู้บริโภคและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงสินค้าและการบริการของตน

สำหรับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันก็ยังมีข้อจำกัดจากสังคมไทยและภาคการเมืองอยู่หลายประการ โดยเฉพาะในเรื่องวัฒนธรรมพฤติกรรมผู้บริโภคข่าวสารที่มีความต้องการข้อมูลที่ง่ายไม่ซับซ้อนจนอาจก่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนหรือเข้าใจผิดในการรับข้อมูลข่าวสาร การให้ข้อมูลข่าวสารที่ส่งผลดีต่อกลุ่มของตนเองมากกว่าการให้ข้อเท็จจริงหรือการหลีกเลี่ยงการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความขัดแย้งและอาจก่อให้เกิดความผิดใจหรือ

กลางแคลงใจแก่ผู้สนับสนุนหรือผู้มีอิทธิพล จนเป็นการเข้าครอบงำวัฒนธรรมด้วยการกล่อมเกล่าให้เกิดความขัดแย้งในใจของผู้บริโภค และจากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของประสิทธิผลในการจัดการสื่อข่าวสารในปัจจุบันและตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง พบว่าตัวแปรแต่ละด้านมีความสัมพันธ์ในรูปคะแนนมาตรฐานกับประสิทธิผลตามลำดับมากไปน้อยดังนี้

1. ด้านการพัฒนาสินค้าและนวัตกรรมในการให้บริการส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการจัดการสื่อข่าวสารในปัจจุบัน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.321
2. ด้านการแข่งขันทางธุรกิจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการจัดการสื่อข่าวสารในปัจจุบัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.319
3. ด้านบทบาทหน้าที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการจัดการสื่อข่าวสารในปัจจุบัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.231
4. ด้านความน่าเชื่อถือของสื่อทางสังคมส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการจัดการสื่อข่าวสารในปัจจุบัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.196
5. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการจัดการสื่อข่าวสารในปัจจุบัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.152
6. ด้านความน่าเชื่อถือของสื่อทางเศรษฐกิจและการเมืองส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการจัดการสื่อข่าวสารในปัจจุบัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.102



ภาพประกอบที่ 2 ตัวแบบประสิทธิผลของการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์

จากข้อค้นพบดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมาสังเคราะห์และสร้างแนวทางในการพัฒนาประสิทธิผลของการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์ในการแข่งขันกับสื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทย โดยตั้งชื่อว่า “ตัวแบบประสิทธิผลของการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์” (The Effectiveness Model of Newspaper Management) ดังรูปที่ 2

ตัวแบบประสิทธิผลของการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์นี้สามารถนำมาอธิบายและเป็นแนวทางในการดำเนินกิจการตามปัจจัยแต่ละด้านได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ด้านการพัฒนาสินค้าและนวัตกรรมในการให้บริการ (Development & Innovation in Services) หนังสือพิมพ์ต้อง

พัฒนาการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อให้เป็นอาหารสมองของประชาชน เป็นคลังความรู้และแหล่งให้ความบันเทิง ไม่เข้าครอบงำระบบความคิดของประชาชนในสังคม และมีการนำนวัตกรรมสมัยใหม่มาช่วยในการพัฒนาตนเองหรือการนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางใหม่ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาทางเทคโนโลยี เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์ในอนาคตเกิดความสามารถในการแข่งขันเพราะหนังสือพิมพ์มีอิทธิพลต่อความเปลี่ยนแปลงระบบวัฒนธรรมทางความคิดของประชาชนในสังคม

2. ด้านการแข่งขันของธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์ (Business Competition) ที่มีการแข่งขันทั้งจากสื่อสิ่งพิมพ์ด้วยกันเองและสื่ออื่น ๆ

หนังสือพิมพ์ต้องมีความพร้อมที่จะดำเนินการสร้างแหล่งรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมให้เกิดขึ้นจากสินค้าและการบริการของตน ต้องมีการปรับตัวเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายนอกอยู่ตลอดเวลา มีการกำหนดราคาที่ต้องเหมาะสม มีการพัฒนาสินค้าและการบริการให้มีลักษณะเฉพาะตัวที่คู่แข่งทางการตลาดไม่สามารถสร้างหรือเลียนแบบขึ้นได้โดยง่าย สร้างความหลากหลายในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร โดยมุ่งเน้นในการให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก รวมทั้งการพัฒนาด้านทรัพยากรบุคคลที่ต้องใช้การทำงานเป็นทีม มีการพัฒนาบุคลากรให้ได้รับการฝึกฝนให้สามารถทำหน้าที่ได้ตรงตามความสามารถและงานในหน้าที่ โดยมีการวางแผนปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ของสื่อและสร้างความเป็นมืออาชีพเพื่อให้ได้ผลงานที่ออกมามีประสิทธิภาพสูงสุด

3. ด้านบทบาทหน้าที่ (Role and Duty) หนังสือพิมพ์ต้องยึดถือหลักการนำเสนอข้อเท็จจริงอย่างครบถ้วนด้วยความรอบคอบแก่สาธารณะและข้อเท็จจริงต่อวิชาชีพที่แสดงถึงความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม นำเสนอข่าวสารด้วยความกะทัดรัด มีความชัดเจน มีสาระความรู้ ใช้ภาษาง่าย ๆ มีความเที่ยงตรง ในการรายงานข่าวของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่มีอคติ ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความคิดเห็น และสร้างความผูกพันที่เชื่อมต่อกับสังคมกับประชาชนให้อยู่ร่วมกันได้เป็นอย่างดี เพื่อช่วยให้ประชาชนมีความเข้าใจและอยู่ร่วมกันได้ ต้องมีการกำหนดระบบและหลักเกณฑ์วิธีการปฏิบัติงานที่ชัดเจนเพื่อให้ทุกคนทราบว่า ใครต้องทำอะไรและต้องสัมพันธ์กับฝ่ายอื่นอย่างไร บุคลากรทุกคนต้องมีการกำหนดภารกิจ อำนาจหน้าที่และความ

รับผิดชอบอย่างชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานตามภารกิจบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการประสานงานกันทำให้ทุกฝ่ายร่วมมือกันเพื่อประโยชน์ขององค์กรและประชาชน

4. ด้านความน่าเชื่อถือของสื่อทางสังคม (Social Credibility) หนังสือพิมพ์ต้องมีนโยบายและแนวทางในการจัดการด้านหน้าที่และการปฏิบัติงานด้วยความเป็นกลาง ถูกต้อง และครบถ้วน เพื่อสร้างและรักษาความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นแก่ประชาชนในสังคม โดยมีอุดมการณ์แห่งวิชาชีพที่ไม่เน้นผลกำไรทางด้านธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต ต้องสังเกตการณ์สภาพแวดล้อม ฝ้าดูแลสอดส่องเหตุการณ์ภัยอันตรายที่มีผลกระทบต่อสังคม ทำหน้าที่รับใช้สังคมและสาธารณะชนอย่างจริงจัง โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติ และแสดงความรับผิดชอบต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนตามแนวจริยธรรมอย่างเคร่งครัด เพื่อสะท้อนภาพที่เป็นจริงของเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้ชัดเจนได้มากที่สุด

5. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หนังสือพิมพ์ต้องมีการพัฒนาตนเองให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะตัวของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ที่ต้องการแสวงหาและใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ตนเองเกิดความพึงพอใจสูงสุด และพยายามเร่งปรับตัวด้วยการขยายฐานการผลิตเข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ตตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอผ่านทางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ และภายในอุตสาหกรรมการผลิตก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนตำแหน่งให้สอดคล้องและเหมาะสม มีการแยกการผลิตเฉพาะทีมข่าวอิเล็กทรอนิกส์ โดยการนำเสนอ

ข่าวสารต้องผ่านกระบวนการกลั่นกรองอย่างละเอียดรอบคอบก่อนนำเสนอ

6. ด้านความน่าเชื่อถือของสื่อทางเศรษฐกิจและการเมือง (Economy & Politics Credibility) หนังสือพิมพ์ต้องมีการพัฒนาและสร้างคุณค่าให้เกิดประโยชน์และมีส่วนช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ และการเมืองด้วยการเชื่อมโยงความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เสนอในสิ่งที่ถูกต้องปราศจากอคติหรือลำเอียงต่อสิ่งที่ตกเป็นข่าว เช่น ความแตกต่างในด้านเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ ภาษา ศาสนา หรืออุดมการณ์ เสนอแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนและประเทศชาติ มุ่งเน้นในการพัฒนาตนเองให้เป็นสื่อทางเลือกใหม่ที่ไม่ว่างอยู่ภายใต้อิทธิพลของธุรกิจหรือการเมือง มีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรใหม่ในลักษณะของสถาบันการเรียนรู้ มีการเพิ่มสัดส่วนของการนำเสนอบทความและผู้เขียนบทความที่เป็นอาจารย์ นักวิชาการ หรือบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญและเกี่ยวข้องกับประเด็นข่าวที่นำเสนอให้มากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะบทความวิเคราะห์และวิจารณ์ในการนำเสนอความคิดเห็นและทัศนะต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายและน่าสนใจให้ผู้อ่านได้รับรู้ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาและประเด็นข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอได้มากขึ้น

อภิปรายผล

หนังสือพิมพ์จัดได้ว่าเป็นสื่อที่เก่าแก่ที่สุด มีการเติบโตไปตามภาวะความเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานปรัชญาของการต่อสู้ทางอุดมการณ์ ในปัจจุบันหนังสือพิมพ์ได้ถูกลดความสำคัญลงไปจากการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในการบริโภคสื่อเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับ ทองรัตน์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษา

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าการเปิดรับข่าวสารของประชาชนมีความแตกต่างกันไปตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งจากการที่คอมพิวเตอร์กลายมาเป็นปัจจัยสำคัญที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะเครือข่ายอินเทอร์เน็ตส่งผลให้หนังสือพิมพ์ต้องหันมาปรับตัวและให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์มากขึ้นด้วยการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและพัฒนาจากหนังสือพิมพ์กระดาษไปสู่การเป็นหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่เพิ่มข้อได้เปรียบในการนำเสนอข่าวสารทั้งข้อความ ภาพเคลื่อนไหว หรือเสียง และสามารถเชื่อมโยงไปสู่แหล่งข้อมูลอื่น ๆ ได้อีกด้วย โดยลักษณะเฉพาะของหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์จะมีรูปแบบที่มีการปฏิสัมพันธ์ไปสู่หัวข้อข่าวเพื่อเรียกอ่านข้อมูลเพิ่มเติมหรือการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทำให้เกิดความร่วมมือรูปแบบใหม่ ๆ สอดคล้องกับแนวคิดของ Barrie (2003) ที่เสนอว่าในการติดต่อสื่อสารทุกประเภทจะต้องคำนึงถึงผู้รับสารเสมอ เนื่องจากผู้รับสารเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร

หนังสือพิมพ์จะต้องมีความเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอและตลอดเวลา เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคติดตามข่าวสารอยู่เป็นประจำ เพราะความต้องการของผู้บริโภคไม่หยุดนิ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของ Carpenter (2007) ที่เสนอว่ากระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร จะประกอบไปด้วยขั้นตอนที่มีความต่อเนื่องและเกี่ยวข้องกัน จึงทำให้หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ต้องเพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนองต่อผู้บริโภคด้วยการให้ข้อมูลข่าวสารด้วยความรวดเร็วและสดใหม่อยู่เสมอ มีการพัฒนารูปแบบการนำเสนอ

ใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่องและไม่ตายตัวเหมือนการจัดหน้าหนังสือพิมพ์แบบฉบับตีพิมพ์ มีการสร้างการเชื่อมโยงกันระหว่างข้อมูลข่าวสาร เพื่อป้องกันการหยุดเปิดรับสารจากผู้บริโภค

ในการจัดทำหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์จะต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ด้วยการสื่อสารแบบบูรณาการที่ส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ให้ทันสมัย เพื่อเพิ่มกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดและขยายฐานผู้อ่านไปสู่พื้นที่ที่ห่างไกลได้โดยไม่ต้องลงทุนเพิ่มเติม นอกจากนี้การจัดทำหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์จะช่วยเพิ่มช่องทางการตลาดทางธุรกิจ ด้วยการขายพื้นที่โฆษณาบนเว็บไซต์ควบคู่ไปกับสื่ออื่น ๆ ในเครือข่ายได้เสริมจากค่าธรรมเนียมสมาชิก และรายได้จากการให้บริการเสริมอื่น ๆ เกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข่าว ทั้งนี้รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของเว็บไซต์ข่าวในประเทศไทย นิยมใช้กรอบในหน้าโฮมเพจเพื่อแบ่งส่วนการนำเสนอข่าว ใช้การจัดการโครงสร้างแบบเส้นตรงเพื่อให้การสืบค้นข้อมูลได้ง่าย ใช้ภาพกราฟิกเป็นภาพแทรกตกแต่ง และเชื่อมโยงเอกสารในเว็บไซต์ แต่ไม่นิยมใช้ภาพกราฟิกเป็นพื้นหลัง เพราะมีผลต่อความเร็วในการเข้าถึง รวมทั้งเนื้อหาของเว็บไซต์ข่าวจะมี 2 แบบ คือ แบบเหมือนฉบับพิมพ์และแบบสร้างขึ้นใหม่เพื่อนำเสนอทางอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะ ที่มีความแตกต่างในด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานมากขึ้นด้วยกระดานแสดงความคิดเห็นท้ายข่าว อีเมล โพลล์ และเว็บบล็อก ประกอบกับต้องมีการพัฒนาทีมงานฝ่ายผลิตในการประสานงานให้สามารถนำข้อมูลข่าวสารขึ้นแสดงบนเว็บไซต์ได้ด้วยตนเอง หรือมีนักข่าวเพื่อผลิตเนื้อหาสำหรับเว็บไซต์โดยเฉพาะ สอดคล้องกับ Bratton (2006) ที่เสนอว่า

หนังสือพิมพ์ต้องมีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ที่กว้างขวางและตระหนักถึงความสำคัญในวิชาชีพ

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าแนวโน้มของอุตสาหกรรมการผลิตหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์จะมีปริมาณที่เพิ่มสูงขึ้น และมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบในการนำเสนอผ่านทางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่พัฒนาควบคู่ไปกับเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภค อุตสาหกรรมผลิตจึงเริ่มมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ด้วยการปรับตำแหน่งให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง มีการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมากขึ้นโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต โซเชียลเน็ตเวิร์คและแอปพลิเคชันต่าง ๆ มีการส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อดึงดูดให้มีผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เช่น มีกิจกรรมลุ้นรับรางวัลต่าง ๆ มีการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการของกลุ่มบริษัทในเครือ เป็นต้น ทำให้ตลาดหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง นอกจากนี้บริษัทหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ก็ยังมีแนวโน้มที่จะเรียกเก็บค่าสมัครสมาชิกแบบรายเดือนหรือรายปี และมีบริการเก็บค่าอ่านเนื้อหาหรือบทความเฉพาะ แต่สำหรับในประเทศไทยยังไม่สามารถทำได้ เนื่องจากคนไทยไม่นิยมเสียค่าสมัครสมาชิก ถ้าเว็บไซต์ใดเก็บค่าสมาชิก ผู้บริโภคก็จะสืบค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งอื่นแทน

การนำเสนอข่าวสารก็ต้องมีความระมัดระวังในการนำเสนอเนื่องจากหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อสังคม หากนำเสนอคลาดเคลื่อนหรือผิดพลาดก็จะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือ ก่อให้เกิดความขัดแย้งและผิดหลักจริยธรรม แต่อย่างไรก็ดีหากสื่อไม่นำเสนอข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ก็อาจถูกมองว่าปิดกั้นการ

รับรู้ข้อมูลข่าวสารของสังคม เช่น การนำเสนอเนื้อหาข่าวสารทางการเมืองเพียงด้านเดียว จนก่อให้เกิดความไม่น่าเชื่อถือ ไม่เป็นอิสระ และเป็นสาเหตุที่ทำให้ประชาชนมองว่าหนังสือพิมพ์มีความไม่เป็นกลาง ดังนั้นสื่อต้องทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวอย่างเป็นกลาง ไม่เลือกข้าง และข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอต้องผ่านการกลั่นกรองออกมาอย่างรอบคอบ การนำเสนอข่าวก็ต้องลดระดับความรุนแรงในการใช้ภาษาลงด้วย

ในด้านการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์จะต้องปรับปรุงองค์การให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงานให้มากที่สุด มีการสร้างวัฒนธรรมองค์การใหม่ในลักษณะของการเป็นสถาบันการเรียนรู้ มีการปรับตัวในด้านรูปแบบและคุณภาพของเนื้อหาข่าวสารที่มีความถูกต้องแม่นยำ มีจุดขายที่ชัดเจนและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด มีการยกระดับมาตรฐานวิชาชีพ ปลุกฝังหลักจรรยาบรรณหน้าที่ ความรับผิดชอบ การทำหน้าที่ด้วยความเป็นกลาง ถูกต้อง และครบถ้วนของข้อมูลข่าวสารให้เกิดขึ้นกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหนังสือพิมพ์ ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของภาคธุรกิจและการเมืองให้กับทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่ในองค์การ ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายบริหารที่ต้องมีวิสัยทัศน์กว้างไกล ในการวางแผนดำเนินธุรกิจระยะยาวและนำมาปฏิบัติใช้จริงพร้อมทั้งประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ฝ่ายบรรณาธิการต้องมีความรู้ความเข้าใจในการจัดการข้อมูลในด้านภาษาและรูปแบบการเขียนที่จะนำเสนอต่อผู้บริโภค ฝ่ายการจัดการต้องมีความรู้ความเข้าใจในการส่งเสริมทางการตลาด และฝ่ายผลิตต้องพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าและให้บริการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ต้องมีการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลข่าวสารลงในสื่อ

ใหม่ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนสถานภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ดั้งเดิมมากกว่าการมุ่งเน้นเพียงการพัฒนาทางข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เพียงอย่างเดียว ต้องมีการสร้างวัฒนธรรมการบริโภคข่าวสารของประชาชนให้เกิดการเรียนรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารที่มีการพัฒนารุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว

ดังนั้นถึงแม้ว่าธุรกิจหนังสือพิมพ์แบบดั้งเดิมจะมีแนวโน้มที่เสื่อมถอยลงอันเนื่องมาจากข้อด้อยหลายประการที่มาพร้อมกับความเจริญเติบโตของเทคโนโลยี แต่ด้วยเหตุที่ยังมีความสำคัญอยู่จึงสมควรที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุน และเจ้าของกิจการก็ต้องมีการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์ให้สามารถแข่งขันกับสื่อทุกประเภทได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้

1.1 หนังสือพิมพ์ควรจะมีมุ่งในการเป็นสื่อทางเลือกใหม่ที่ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของภาคการเมืองและภาคธุรกิจ มีการสร้างวัฒนธรรมองค์การใหม่ในลักษณะของสถาบันการเรียนรู้ตลอดจนยกระดับมาตรฐานวิชาชีพ และสร้างวัฒนธรรมการบริโภคข่าวสารของประชาชนให้เรียนรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารที่มีการพัฒนารุดหน้าอย่างรวดเร็ว

1.2 ควรเพิ่มสัดส่วนของบทความที่มีผู้เขียนเป็นอาจารย์ นักวิชาการ หรือบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญและเกี่ยวข้องกับประเด็นข่าวที่นำเสนอให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มมุมมองนำเสนอความคิดเห็นและทัศนะต่าง ๆ ที่

หลากหลาย และสร้างความน่าเชื่อถือให้บทความที่นำเสนอได้มากยิ่งขึ้น

1.3 หนังสือพิมพ์ที่มีเฉพาะฉบับตีพิมพ์ต้องมีการเร่งพัฒนาในการเข้าสู่โลกออนไลน์เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี นอกจากนี้ต้องคำนึงถึงวัฒนธรรมการบริโภคข่าวสารของประชากรประกอบกันไปด้วย เพื่อช่วยให้การเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารของประชาชนเกิดขึ้นได้อย่างแท้จริง

1.4 หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ต้องมีการจัดการและวางแผนการเป็นสื่อโฆษณาให้เหมาะสมตามสภาพการแข่งขันที่มีมากขึ้น เพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบในการดึงดูดโฆษณาเข้ามาใช้สื่อนี้ อันเป็นการก่อให้เกิดรายได้และทำให้ธุรกิจอยู่รอดต่อไปในอนาคต

1.5 หนังสือพิมพ์ต้องมีการยึดหลักความถูกต้อง โปร่งใส เป็นธรรม และยึดถือประโยชน์ของสาธารณะ ตรวจสอบสิ่งที่ไม่ชอบมาพากลได้อย่างไม่ลำเอียง มีความละเอียดสูง และเป็นที่พึ่งของสังคมได้อย่างเต็มภาคภูมิ

1.6 หนังสือพิมพ์ควรมีการปรับปรุงในด้านเนื้อหาข่าวที่สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น ด้วยการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มุ่งเน้นในด้านธุรกิจ ความบันเทิง และการพักผ่อน ให้มากยิ่งขึ้น

1.7 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์ในการแข่งขันกับสื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทยนั้นมีนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ จัดทำหรือเขียนเป็นตำราวิชาการหรือเผยแพร่ความรู้ในปริมาณที่น้อยมาก ดังนั้นผู้

ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญและพัฒนาเอกสารวิชาการเหล่านี้ให้มากขึ้น

1.8 รูปแบบที่ได้บูรณาการในงานวิจัยนี้ยังต้องการนักวิชาการท่านอื่น ๆ อีกเป็นจำนวนมาก เพื่อนำไปศึกษาต่อยอดความรู้ ปรับปรุงให้มีเนื้อหาที่ครอบคลุม เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่รับผิดชอบในการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์ในการแข่งขันกับสื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทยต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพในประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สาเหตุของปัญหา หรือปัจจัยสนับสนุนอื่น ๆ เพื่อมาประกอบกับผลการศึกษาวิจัย อันจะช่วยสร้างแนวทางในการป้องกันหรือลดความรุนแรงของความเสียหายที่จะเกิดขึ้นต่อธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์ได้

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยที่เปรียบเทียบสื่อหนังสือพิมพ์กับคู่แข่งทางธุรกิจประเภทอื่น ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ หรือสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และกำหนดแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงสื่อหนังสือพิมพ์ให้ตอบรับต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

2.3 ควรมีการศึกษาวิจัยรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือเนื้อหาจากสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ หรือสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอ ทิศทางหรือแนวโน้มที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงและนำมาใช้ในการพัฒนาหรือปรับปรุงให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด

References

- Barrie, G. (2003). **News and the net**. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bratton, J. (2006). **Strategic human resource management**. In Human Resource Management, edited by J. Bratton and J. Gold. London: Palgrave.
- Boonsiripun, Malee. (2550). **An Introduction to Journalism: Philosophy and Concepts**. Bangkok: Thammasat University.
- Carpenter, S. (2007). **United States online Citizen Journalism and online Newspaper Stories: A Content Analysis of their Quality and value**. Dissertation Abstracts International, 68(09), (UMI No. 3282070)
- Cheangpetch, Boontriga. (2543). **Political Communication Behavior through Mass Media, Personal Media, internet Media, and democratic Political Attitudes towards Knowledge, Attitudes, and Political Participation Activities Concerning New System Elections of Internet users in Bangkok**. Master's Thesis of Journalism and Mass Communication, Thammasat University.
- Chueasathapanasiri, Tham. (2554). **Daily News Journalist: Newspaper Man through the Waves of 3G**. Bangkok: Thai Journalist Association.
- Mingkwan, Sriroth. (2548). **An Analysis of Market Structure and Behavior of Competition of the Newspapers of Thailand**. Master's Thesis of Economics, Sukhothai Thammathirat Open University
- National Statistical Office. (2556). **Summary of The Reading of Population in Thailand**. Bangkok: Bangkok Block Limited Partnership.
- Predeedilok, Kitima. (2549). **Theory of Organizational Management**. 1st ed. Bangkok: Thana Printing.
- Sripaksa, Chakrit. (2544). **Organizational Culture and Transmission and Realization of Professional Ethics in Newspaper Organizations**. Master's Thesis of Communication Arts (Journalism), Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University.
- Suwannaperm, Wissanu. (2549). **Lecture Document of MC610 Mass Communication Research**. Bangkok: Ramkhamhaeng University.
- Sotanasathien, Surapong. (2550). **The Frontier of Communication Administration: Three Dimensions of Management Communication, Communication Management, and Mass Communication Administration in Thailand**. Research of Journalism and Mass Communication, Thammasat University.



- Thai Journalist Association. (2557). **The Movement of Media Profession**. [Online]. From: http://www.tja.or.th/index.php?option=com_rokdownloads&view=file&Itemid=9&id=155. (Retrieved January 8, 2014).
- Thawechotkitcharoen, Krieangkrai. (2543). **Trends of Online Newspaper in Thailand**. Master's Thesis of Arts (Journalism), Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University.
- Tongrat, Wongwat. (2554). **Alternative: Factors Affecting the Information Exposure of Bangkok Metropolitan Residents to Online Newspapers**. Master's Thesis of Mass Communication, Ramkhamhaeng University.