

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการรายงานผลการวิจัยเรื่อง “แนวโน้มหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย” จะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

1. การรายงานผลการวิจัยในส่วนของการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยทั้งหมด 11 ฉบับ
2. การรายงานผลการวิจัยในส่วนของการตอบกลับอีเมลล์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย
3. การรายงานผลการเปลี่ยนแปลงข้อมูลของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย
4. การรายงานผลการวิจัยในส่วนของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยในปัจจุบัน
5. การรายงานผลการวิจัยในส่วนของการคาดการณ์แนวโน้มในด้านต่าง ๆ ของกลุ่มผู้ดูแลเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์และความคิดเห็นของนักวิชาการ และผู้มีความรู้ทางการรายงานข่าวบนอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 1 ลักษณะและรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

ในการศึกษาถึงลักษณะและรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย เป็นการศึกษาและวิเคราะห์จากเนื้อหาที่ปรากฏอยู่บนเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้งหมด 11 ฉบับ ในระหว่างวันที่ 15 มิถุนายน 2543 ถึง 15 กรกฎาคม 2543 โดยมีผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์

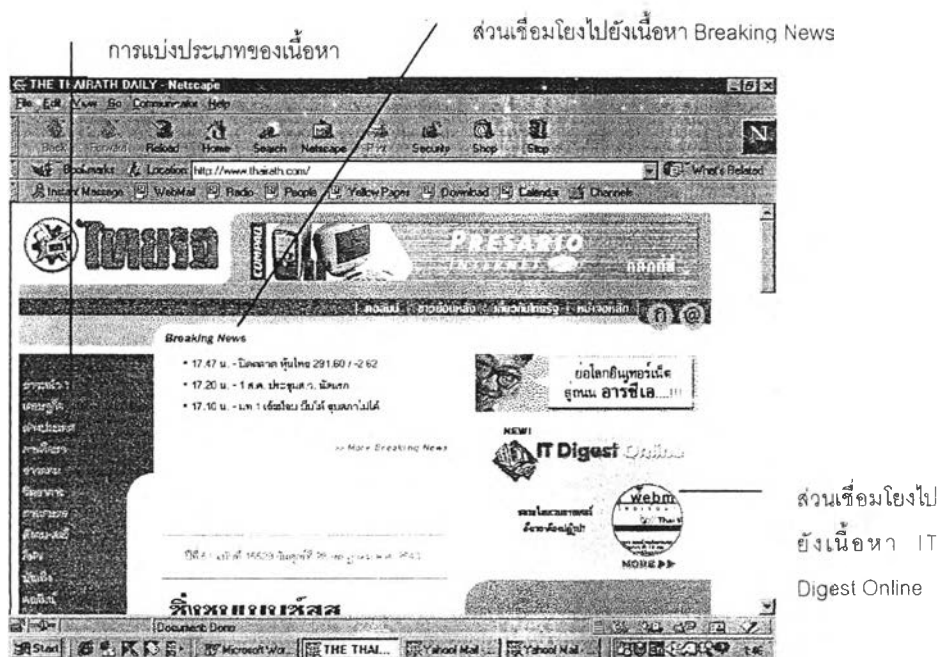
เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของไทยรัฐ จะนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่จากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มขึ้นมาไว้บนเว็บไซต์ แต่จะมีการคัดเลือกเนื้อหาที่จะนำเสนอบนฉบับออนไลน์ รวมทั้งมีการสรุปย่อข่าวที่ได้คัดเลือกไว้แล้วนำมาเขียนใหม่ เพื่อปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับการนำเสนอบนอินเทอร์เน็ตและมีการแก้ไขสำนวนการเขียนให้เป็นทางการมากขึ้น ซึ่งจะต่างจากในฉบับเล่มที่จะเน้นการใช้ภาษาที่มีสีสัน

สำหรับรูปแบบการนำเสนอจะมีหัวข้อข่าวของแต่ละข่าวเพื่อให้ผู้อ่านได้เลือกอ่านตามความสนใจ โดยจัดแบ่งเนื้อหาข่าวตามหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเล่ม ดังต่อไปนี้

1)ข่าวหน้า1 2)ข่าวภาคบ่าย 3)เศรษฐกิจ 4)ต่างประเทศ 5)การศึกษา 6)กทม. 7) วิทยาการ-เกษตร 8)สังคม-สตรี 9)กีฬา 10)บันเทิง

ส่วนในหน้าคอลัมน์ตั้งแต่วันจันทร์ถึงเสาร์จะนำเสนอคอลัมน์ ดังต่อไปนี้ 1)สฎีปหน้า 1 2)สำนักข่าวหัวเขียว 3)เปิดฟ้าส่องโลก 4)บท บก. 5)ชักรงรบ 6)เหะหะพาที่ 7)หมายเหตุ ประเทศไทย 8)กล้าได้กล้าเสีย 9)เดลีเว็บ 10)มุมข้าราชการ 11)คัทลียา จะจำ 12)งานคือเงิน 13)สายตรงจากต่างแดน

ส่วนในฉบับวันอาทิตย์จะนำเสนอคอลัมน์ 1)สัปดาห์วันอาทิตย์ 2)วิเคราะห์การเมือง 3) ชุมชอกแซกสุดสัปดาห์ 4)เหนือฟ้าใต้บาดาล 5)คัมภีร์จาก...แผ่นดิน 6)เที่ยวไปกินไป 7)สายตรงจากต่างแดน 8)ป็นชีวิตใหม่ด้วยชีวิต 9)ประทีปส่องใจ 10)ร้อยแปดพันเก้า 11)ชะตาชีวิตของท่านในรอบสัปดาห์ 12)ไทยรัฐชนแดนสเปเชียล 13)ของว่างวันอาทิตย์



รูปที่ 1 แสดงหน้าเว็บเพจของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์

จากการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ พบว่าเนื้อหาในแต่ละส่วนมีปริมาณการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

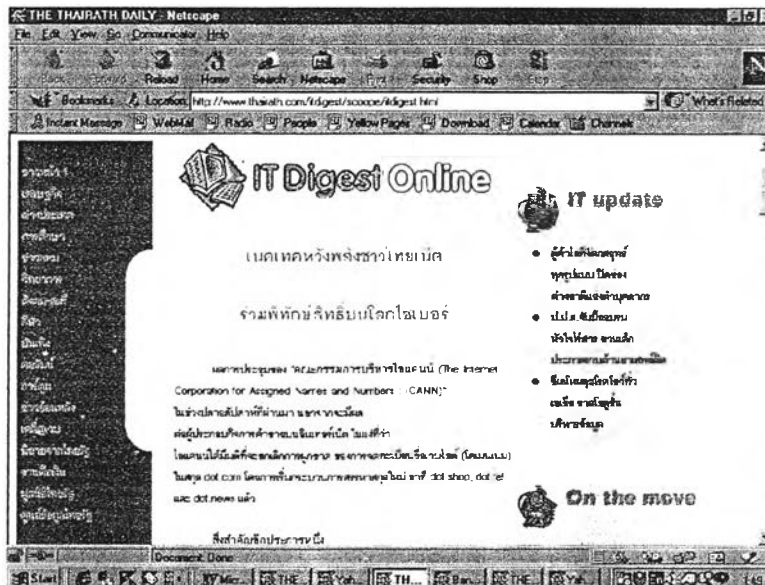
ประเภทของเนื้อหา	ปริมาณการนำเสนอ
ข่าวหน้า 1	249
ข่าวภาคบ่าย	114
เศรษฐกิจ	152
ต่างประเทศ	74
การศึกษา	80
กทม.	62
วิทยาการ-เกษตร	116
สังคม-สตรี	42
กีฬา	124
บันเทิง	124
รวม	1137

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนเนื้อหาที่นำเสนอบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

นอกจากนี้จากการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์จะนำเสนอรูปภาพในหน้าแรกจำนวน 2 ภาพทุกวัน คือในส่วนของภาพข่าวหน้า 1 และภาพข่าวภาคบ่าย ส่วนการใช้ภาพประกอบในเนื้อหาข่าวอื่น ๆ ไม่ปรากฏว่ามีการนำเสนอเลย

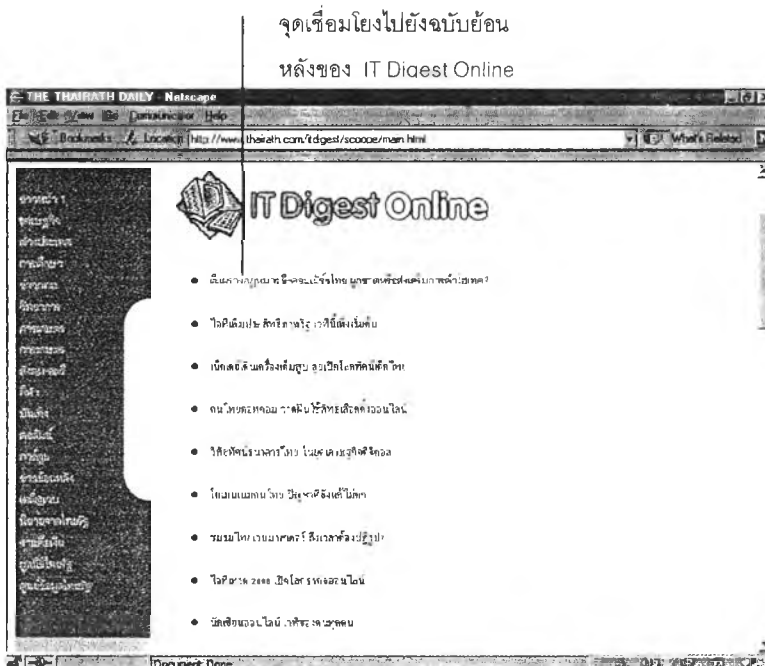
เนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม

1. IT Digest นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตในฉบับวันจันทร์ พุธ และศุกร์



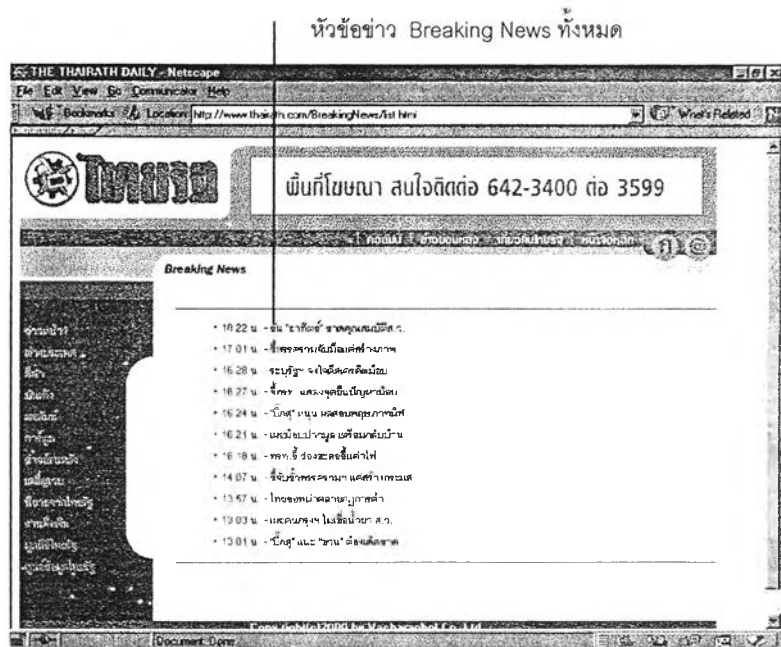
รูปที่ 2 หน้าเว็บเพจ IT Digest Online

นอกจากนี้ยังมีการให้บริการฉบับย้อนหลังของ IT Digest Online ด้วย



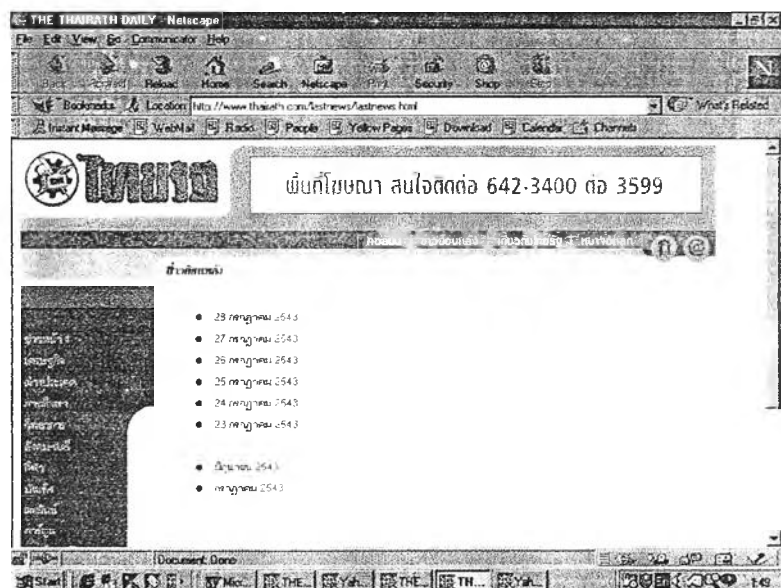
รูปที่ 3 หน้าเว็บเพจแสดงฉบับย้อนหลังในส่วน IT Digest Online

2. Breaking News นำเสนอข่าวด่วน ตั้งแต่เวลา 8.00 น.-20.00 น. ทุกวัน



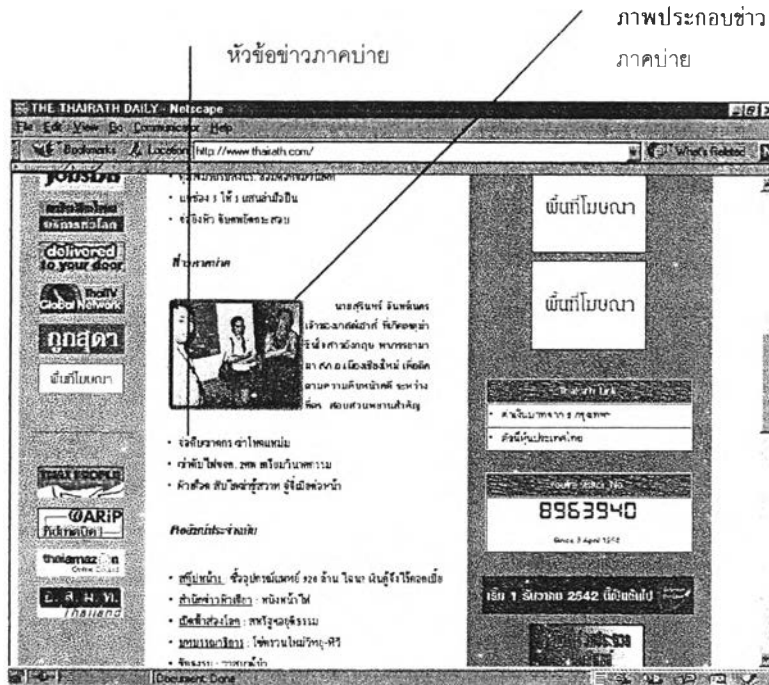
รูปที่ 4 หน้าเว็บเพจแสดงหัวข้อข่าว Breaking News

3) ฉบับย้อนหลัง หนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์มีฐานข้อมูลฉบับย้อนหลังให้ค้นหา 2 เดือน



รูปที่ 5 หน้าเว็บเพจแสดงฉบับย้อนหลัง 2 เดือน

4. ข่าวภาคบ่าย การนำเสนอข่าวในกรอบข่าว รวมทั้งมีการใช้ภาพประกอบข่าวใหญ่ด้วย

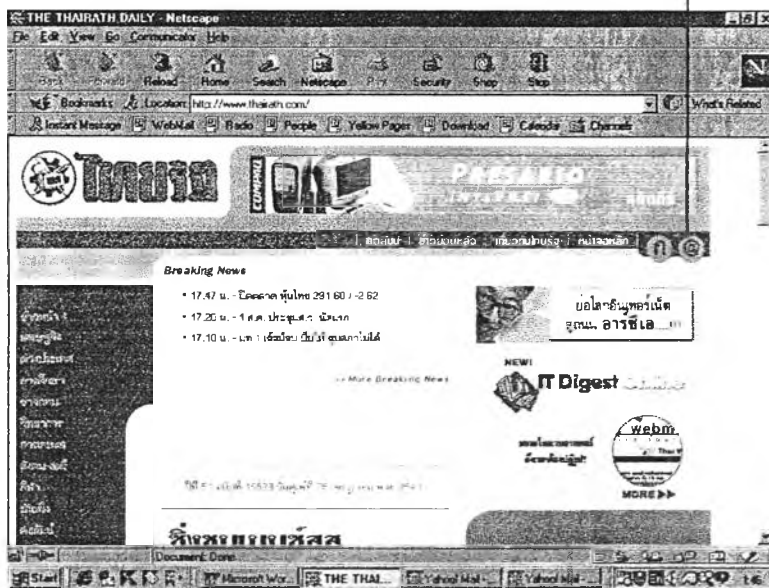


รูปที่ 6 แสดงส่วนของหน้าเว็บเพจที่นำเสนอข่าวภาคบ่าย

การใช้สื่อปฏิสัมพันธ์

มีเพียงช่องทางเดียวที่จะสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้จัดทำเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ได้ก็คือ อีเมลที่ webmaster@thairath.co.th

ที่อยู่อีเมลของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์



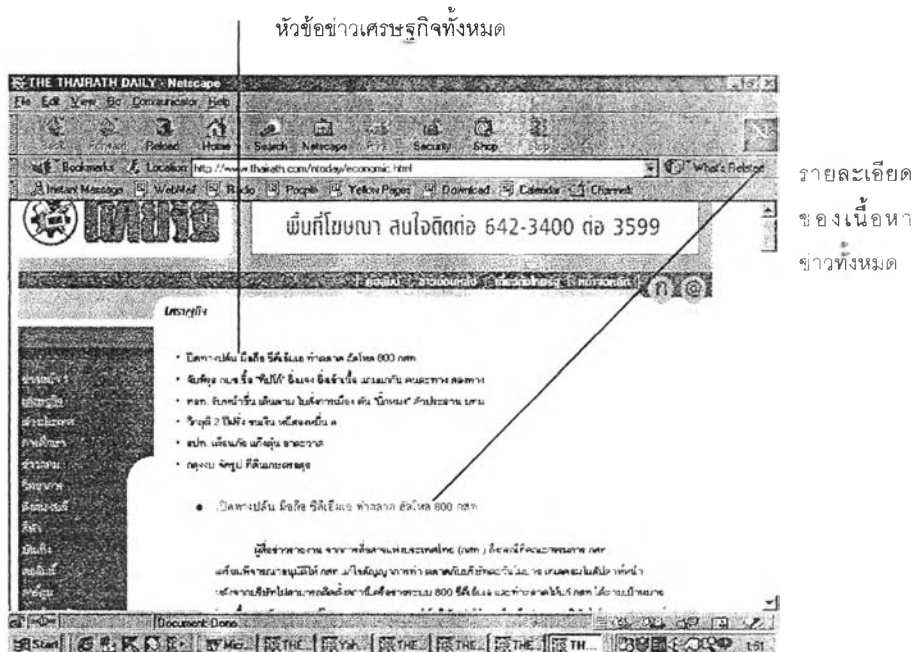
รูปที่ 7 แสดงที่อยู่อีเมลของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์

การเชื่อมโยงข้อมูล

1) ข่าวก การเชื่อมโยงข้อมูลใช้การคลิกเพียง ครั้งเดียวจากหน้าโฮมเพจก็สามารถเข้าถึงหัวข่าวกที่ต้องการได้รวมทั้งรายละเอียดของข่าวอื่น ๆ ในประเภทนั้นด้วย การเชื่อมโยงข้อมูลนี้ใช้ได้ทั้งในข่าวภาคปกติและข่าวภาคบ่าย



รูปที่ 8 แสดงการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวจากหน้าโฮมเพจ



รูปที่ 9 แสดงการเข้าถึงเนื้อหาข่าวเศรษฐกิจ

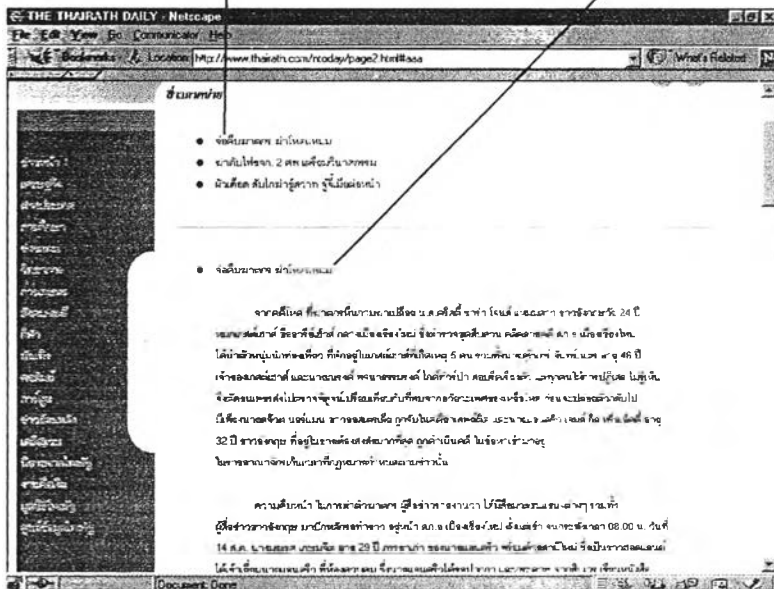
การคลิกครั้งที่ 1 ที่หัวข้อข่าวที่ต้องการ



รูปที่ 10 แสดงการเชื่อมโยงข้อมูลจากส่วนข่าวภาคบ่าย

หัวข้อข่าวภาคบ่ายทั้งหมด

รายละเอียดของข่าวภาคบ่ายทั้งหมด



รูปที่ 11 แสดงเนื้อหาข่าวภาคบ่ายที่ต้องการเข้าถึง

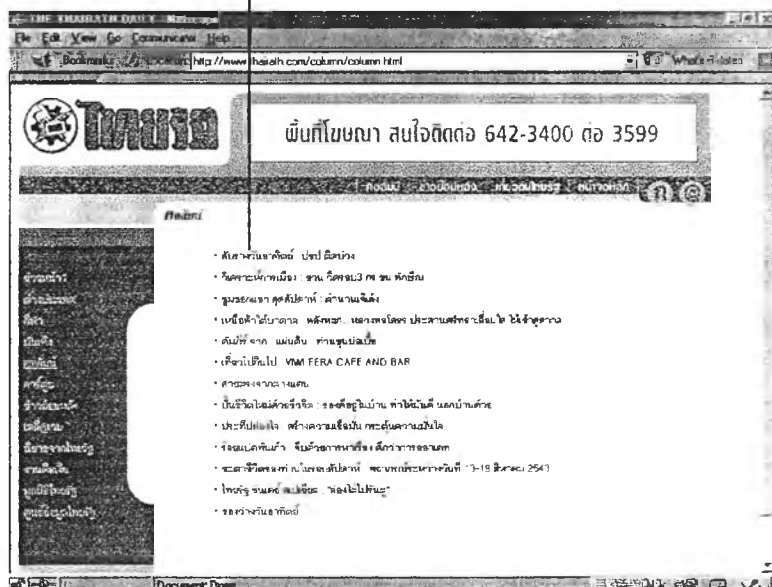
2) คอลัมน์ การเชื่อมโยงข้อมูลในส่วนของคอลัมน์จะมี 2 ทางคือทางแรกจะใช้การคลิก 2 ครั้งจึงจะสามารถเข้าถึงเนื้อหาของคอลัมน์ที่ต้องการได้ โดยการคลิกครั้งแรกจากหน้าโฮมเพจในส่วนหัวข้อประเภทของข่าวไปคลิกที่ คอลัมน์ จากนั้นจึงเข้าสู่หน้าที่บรรจุรายชื่อและหัวเรื่องของคอลัมน์ และการคลิกครั้งที่สองจากรายชื่อคอลัมน์ที่เราต้องการ ก็จะเข้าถึงรายละเอียดเนื้อหาของคอลัมน์นั้น ๆ ได้

การคลิกครั้งที่ 1 ที่หัวข้อคอลัมน์



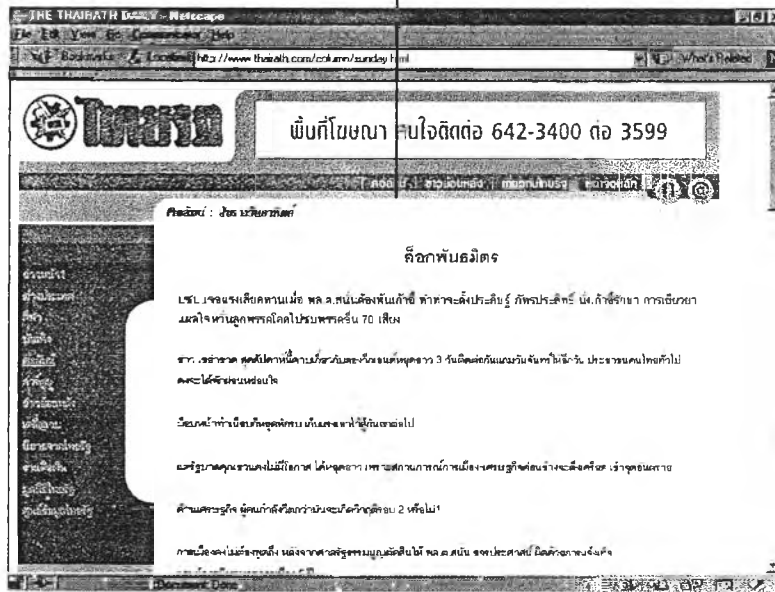
รูปที่ 12 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหาคอลัมน์จากหน้าโฮมเพจ

การคลิกครั้งที่ 2 ที่หัวเรื่อง
คอลัมน์ที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 13 แสดงการเข้าถึงหน้าเว็บเพจหัวเรื่องคอลัมน์ทั้งหมด

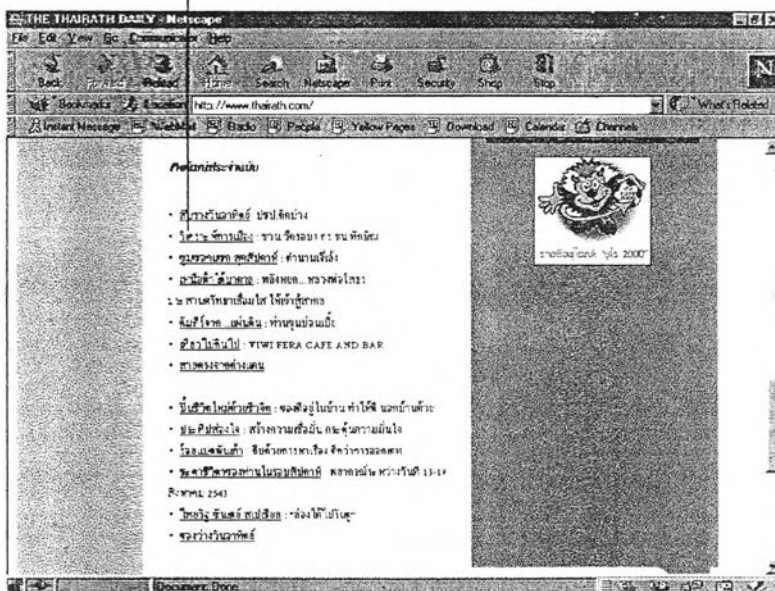
รายละเอียดเนื้อหาของ
คอลัมน์ที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 14 แสดงเนื้อหาของคอลัมน์ที่ต้องการเข้าถึง

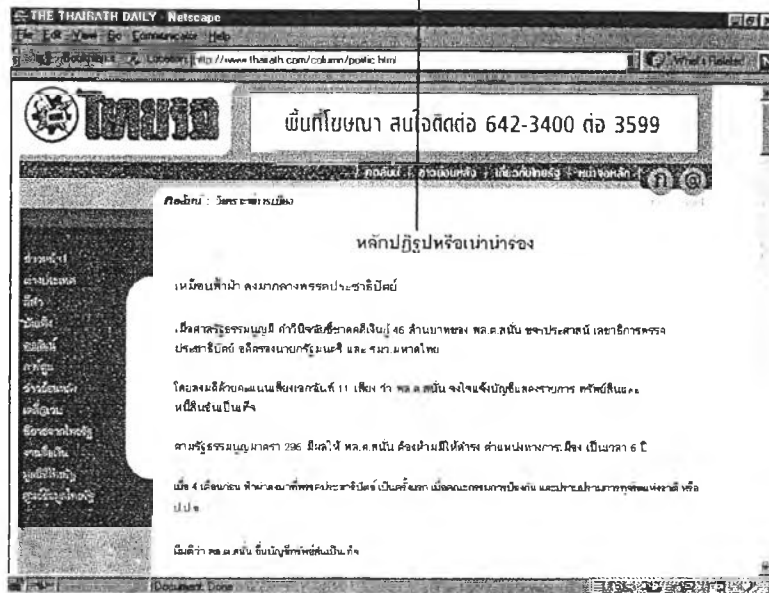
ส่วนทางที่สองคือ ทางด้านล่างของหน้าโฮมเพจจะมีการจัดแบ่งหัวข้อข่าวตามประเภทของข่าว และมีรายชื่อคอลัมน์รวมทั้งหัวเรื่องของคอลัมน์ในวันนั้น ๆ ซึ่งการเชื่อมโยงในส่วนนี้จะใช้การคลิกเมาส์เพียงครั้งเดียวที่หัวเรื่องก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาคอลัมน์ที่เราต้องการได้

หัวเรื่องคอลัมน์ที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 15 แสดงการเชื่อมโยงหัวเรื่องคอลัมน์ที่ต้องการเข้าถึงจากหน้าโฮมเพจ

รายละเอียดเนื้อหาของคอลัมน์ที่ต้องการเข้าถึง

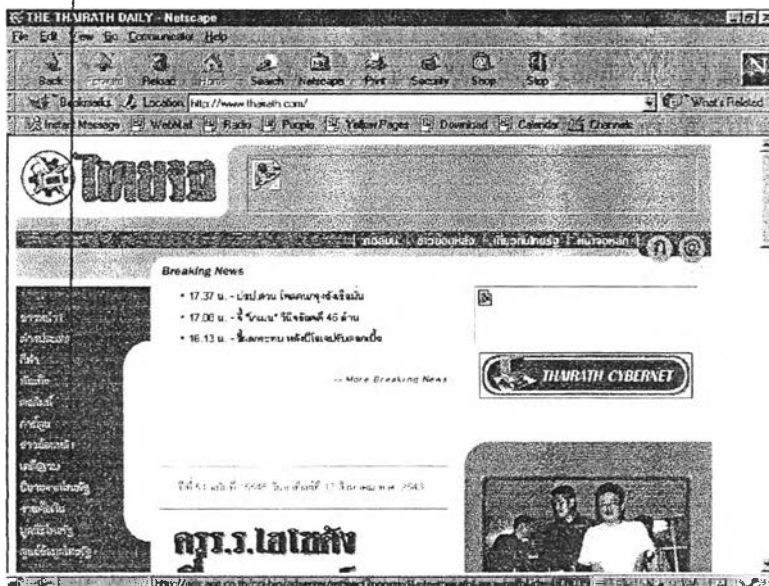


รูปที่ 16 แสดงเนื้อหาของคอลัมน์ที่ต้องการเข้าถึง

3) นิยาย การเชื่อมโยงในส่วนนิยายนั้นจะเป็นการเชื่อมโยงไปยังภายนอกเว็บไซต์คือ เป็นการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของอ.ส.ม.ท.และเอเชียอินโฟเน็ต

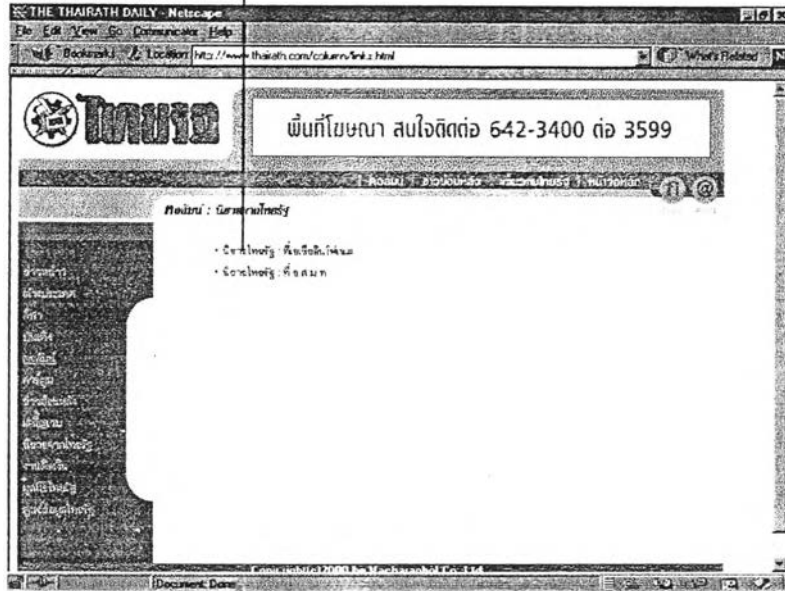
โดยการเชื่อมโยงเพื่อเข้าถึงเนื้อหา นิยายจะใช้ทั้งหมด 3 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนแรกจะต้องคลิกที่หัวข้อ นิยายจากไทยรัฐ ในหน้าโฮมเพจตรงส่วนการแยกประเภทข่าว ซึ่งจะนำไปสู่หน้าที่จะเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อ.ส.ม.ท.และเอเชียอินโฟเน็ต และการคลิกครั้งที่สองที่ส่วนเชื่อมโยงก็จะนำไปสู่เว็บไซต์ที่บรรจุเนื้อหาของนิยายนั้น ๆ และการคลิกครั้งที่ 3 ตรงหัวเรื่องนิยายที่ต้องการก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาของนิยายทั้งหมดได้

การคลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วนเชื่อมโยงนิยายจากไทยรัฐ



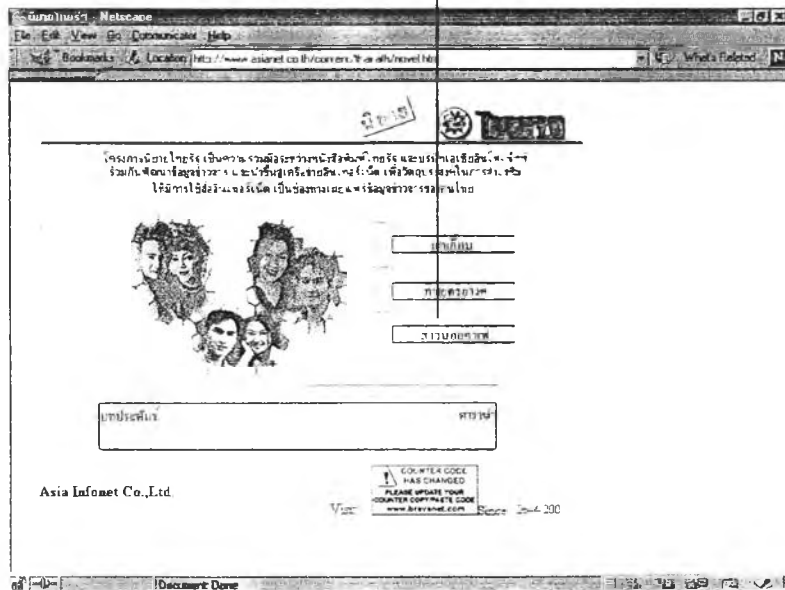
รูปที่ 17 แสดงการเชื่อมโยงนิยายจากไทยรัฐในหน้าโฮมเพจ

การคลิกครั้งที่ 2 ที่ส่วนเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูล



รูปที่ 18 แสดงส่วนเชื่อมโยงข้อมูลนิยายจากไทยรัฐไปยังภายนอกเว็บไซต์

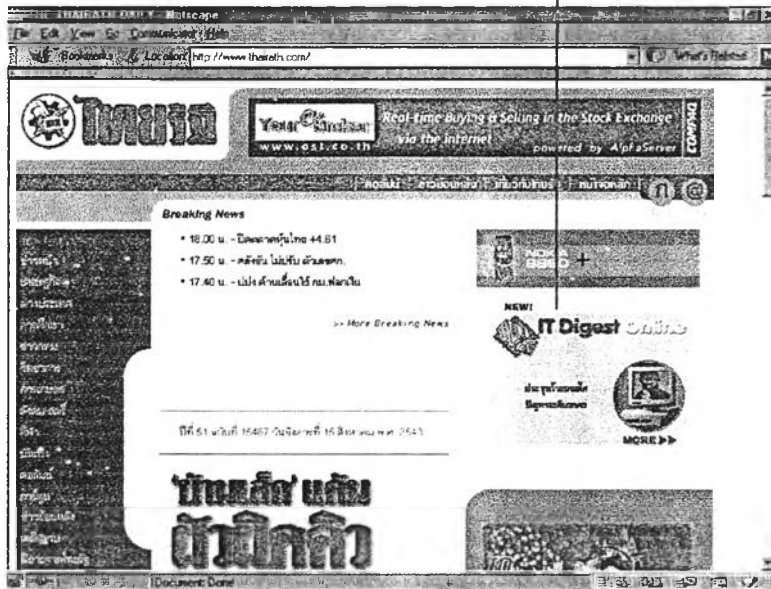
การคลิกครั้งที่ 3 ที่จุดเชื่อมโยง
นิยายที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 19 แสดงหน้าเว็บเพจนิยายจากไทยรัฐในเว็บไซต์ของเอเชียอินโฟเน็ต

4) IT Digest Online ใช้การคลิกเมาส์เพียงครั้งเดียวจากหน้าโฮมเพจก็สามารถเข้าถึงหน้าเว็บเพจของ IT Digest Online ได้ ส่วนการคลิกครั้งที่สองก็เพื่อเข้าถึงเนื้อหาข่าวที่เราต้องการ

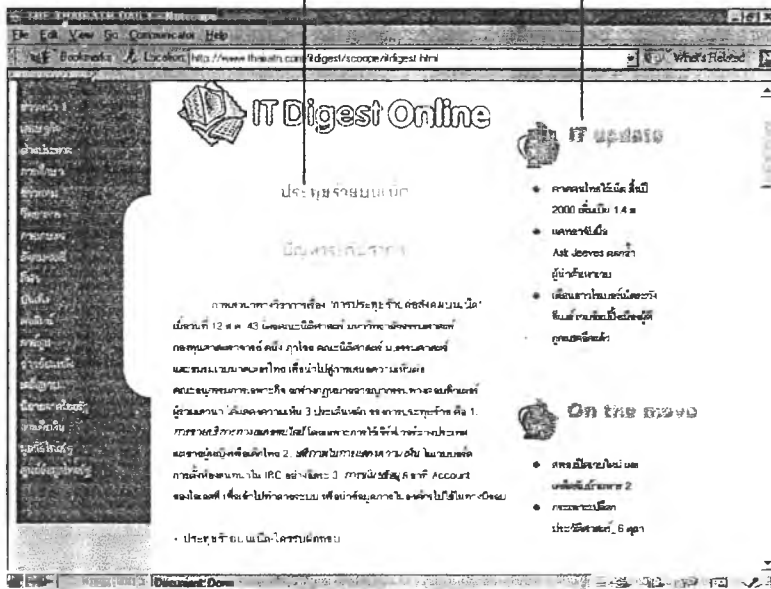
การคลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วนนี้คือ:
โยง IT Digest Online



รูปที่ 22 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหา IT Digest Online จากหน้าโฮมเพจ

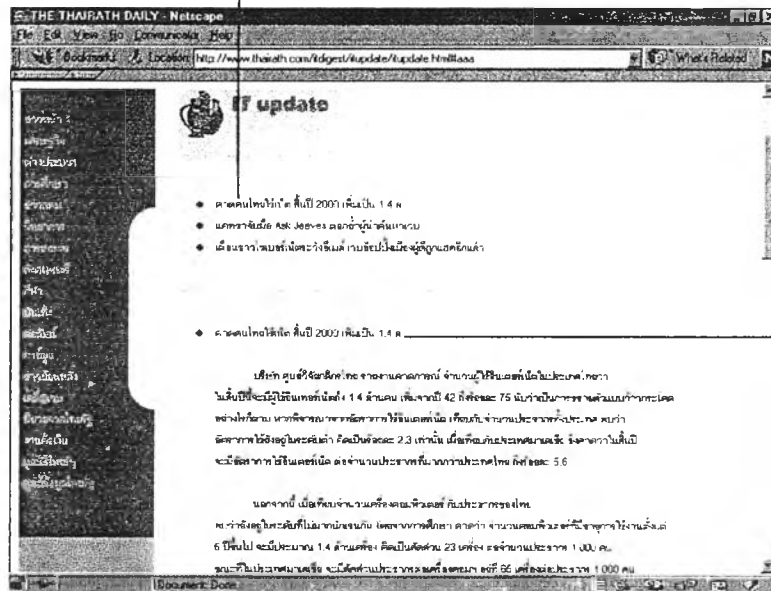
รายละเอียดหัวข้อข่าว
ใหญ่ในฉบับ

การคลิกครั้งที่ 2 ที่จุดนี้คือ:
โยงเนื้อหาที่ต้องการเข้าคือ:



รูปที่ 23 แสดงหน้าเว็บเพจในส่วนเนื้อหา IT Digest Online

หัวข้อข่าวทั้งหมดใน
ส่วน IT Update



รายละเอียด
เนื้อหาข่าวทั้ง
หมดในส่วน
IT Update

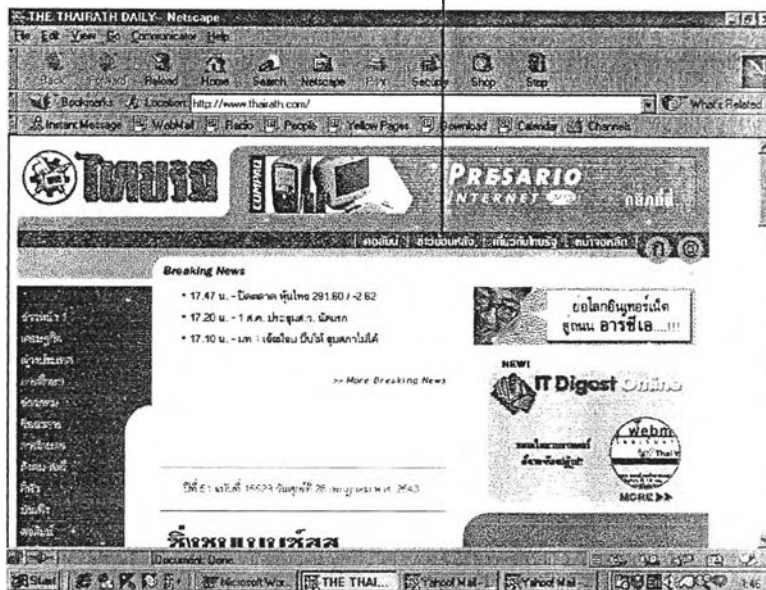
รูปที่ 24 หน้าเว็บเพจแสดงรายละเอียดเนื้อหาในส่วน IT Update



รูปที่ 25 หน้าเว็บเพจแสดงรายละเอียดเนื้อหาในส่วน On the Move

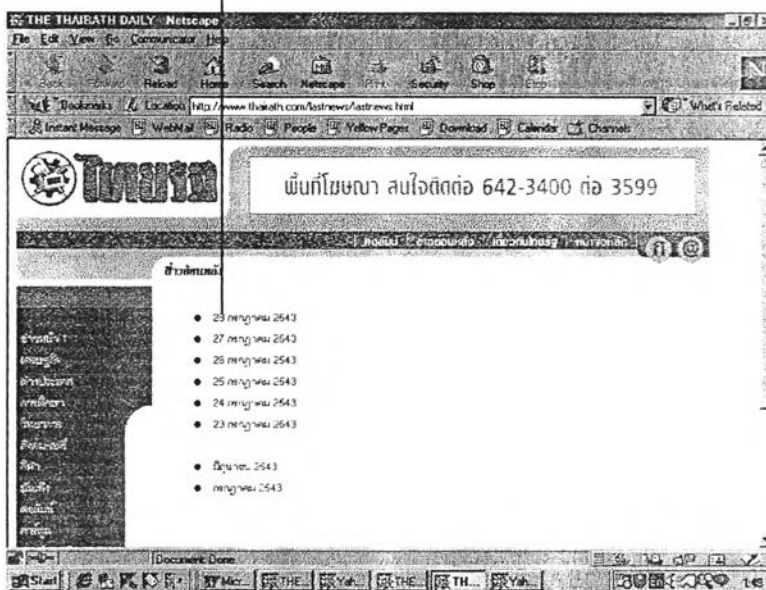
5) ฉบับย้อนหลัง หนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์มีการให้บริการฉบับย้อนหลัง 2 เดือน โดยการใช้การคลิกเมาส์ 2 ครั้งเพื่อเข้าถึงฉบับย้อนหลังที่ต้องการ โดยการคลิกเมาส์ครั้งแรกจากหน้าโฮมเพจ จะเข้าไปสู่หน้าแสดงฉบับย้อนหลังทั้งหมด ส่วนการคลิกเมาส์ครั้งที่ 2 ก็จะเข้าไปสู่หน้าเว็บเพจฉบับย้อนหลังที่ต้องการได้

คลิกเมาส์ครั้งที่ 1 ที่ส่วนเชื่อมโยงไปยังฉบับย้อนหลัง

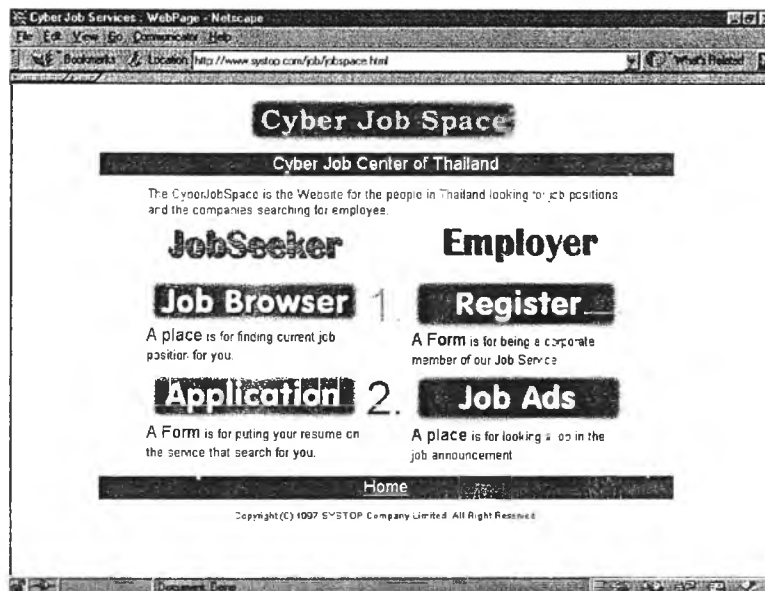


รูปที่ 26 แสดงการเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาฉบับย้อนหลัง

คลิกเมาส์ครั้งที่ 2 ที่ฉบับย้อนหลังที่ต้องการ



รูปที่ 27 หน้าเว็บเพจแสดงเนื้อหาฉบับย้อนหลังทั้งหมด



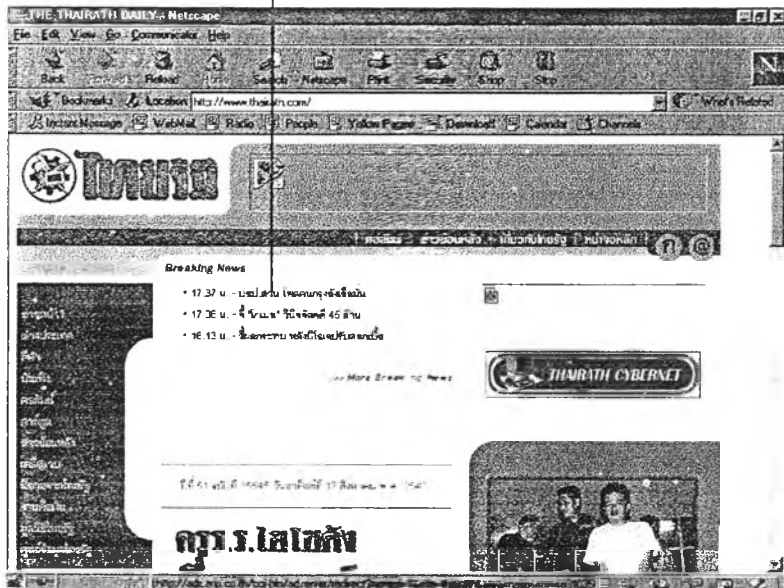
รูปที่ 30 แสดงหน้าโฮมเพจจัดหางานที่เชื่อมโยงจากเว็บไซต์
หนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์



รูปที่ 31 แสดงหน้าโฮมเพจจัดหางานของมหาวิทยาลัยสยาม

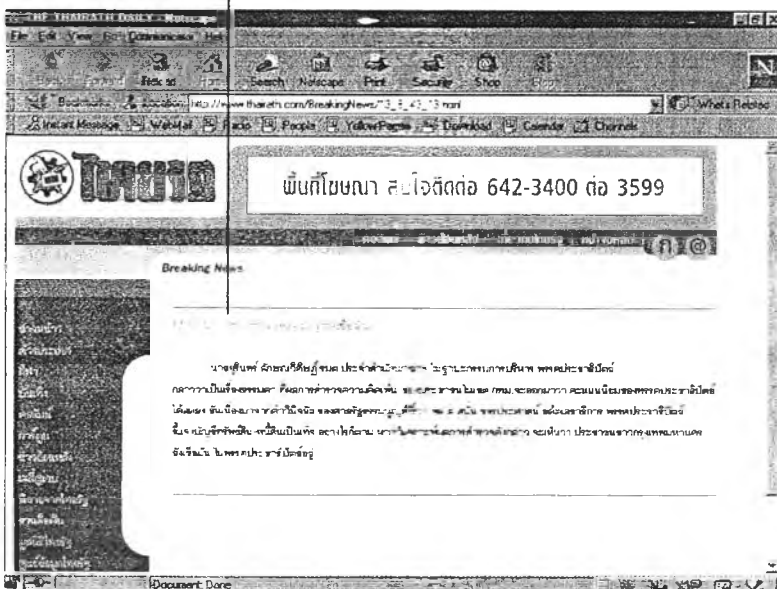
7) **Breaking News** ในส่วนของ **Breaking News** จะใช้การคลิกที่หัวข้อข่าวเพียงครั้งเดียวจากหน้าโฮมเพจก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาข่าวที่ต้องการได้ แต่ถ้าต้องการดูหัวข้อข่าว **Breaking news** ทั้งหมดก็จะต้องคลิกเมาส์ในส่วน **More Breaking News** ในหน้าโฮมเพจ หลังจากนั้นการคลิกเมาส์ครั้งที่สองก็จะเข้าสู่รายละเอียดของเนื้อหาข่าวที่ต้องการ

การคลิกครั้งที่ 1 ที่หัวข้อข่าว Breaking News คือ: การเข้าถึง



รูปที่ 32 แสดงการเชื่อมโยงหัวข้อข่าว Breaking News

รายละเอียดเนื้อหาของข่าว Breaking News ที่ต้องการเข้าถึง

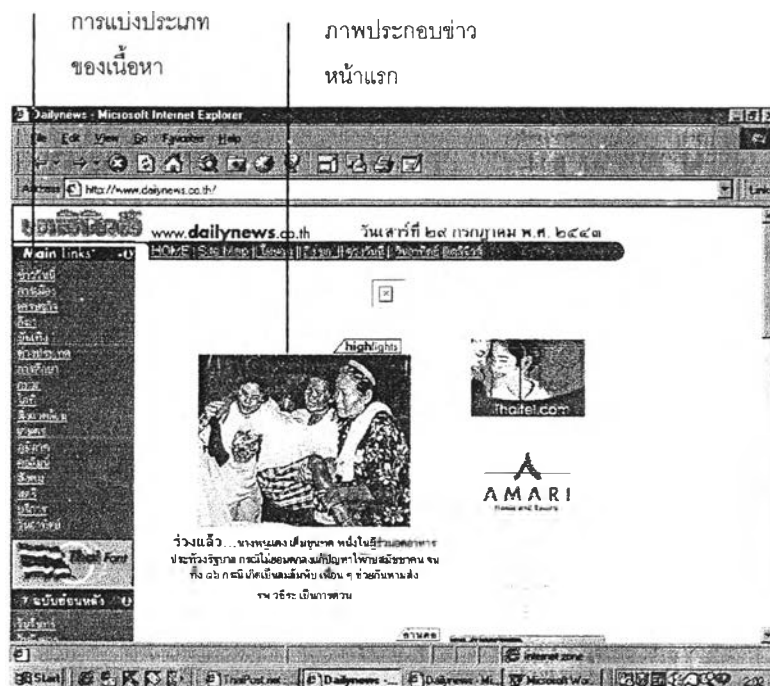


รูปที่ 33 หน้าเว็บเพจแสดงรายละเอียดเนื้อหาข่าว Breaking News ที่ต้องการเข้าถึง

2. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์

เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์ จะนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่จากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มขึ้นมาไว้บนเว็บไซต์โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนข้อมูล สำหรับรูปแบบการนำเสนอจะมีหัวข้อข่าว ซึ่งจัดแบ่งตามประเภทของข่าว เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเลือกดูได้ตามความสนใจ โดยมีการจัดแบ่งเนื้อหาประเภทของข่าวตามหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเล่ม ดังต่อไปนี้

1)ข่าวหน้า 1 2)เศรษฐกิจ 3)การเมือง 4)กีฬา 5)ต่างประเทศ 6)บันเทิง 7)การศึกษา 8)กทม. 9)เกษตร 10)ไอที 11)สิ่งแวดล้อม 12)คอลัมน์ 13)สังคม 14)ภูมิภาค 15)สตรี



รูปที่ 34 หน้าเว็บเพจของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์

ส่วนในฉบับวันอาทิตย์จะมีการนำเสนอคอลัมน์ 1)สวนหนังสือ 2)แดดร์มลมเย็น 3)อีเมลล์จากออสเตรเลีย 4)วิถีชีวิต 5)ชนหัวลูก 6)ไม่เชื่ออย่าลบหลู่ 7)พลังลึกลับ 8)รอบทิศ USA 9)ศิลปินสุนทรีย์ 10)คนไทยใต้ฟ้ากว้าง

จากการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์ พบว่าเนื้อหาในแต่ละส่วนมีปริมาณการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ประเภทข่าว	ปริมาณการนำเสนอ
ข่าวหน้า 1	404
เศรษฐกิจ	146
การเมือง	95
กีฬา	260
ต่างประเทศ	147
บันเทิง	225
การศึกษา	62
กทม.	68
เกษตร	47
ไอที	59
สิ่งแวดล้อม	24
คอลัมน์	110
สังคม	5
ภูมิภาค	58
สตรี	2
รวม	1,712

ตารางที่ 4 แสดงปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละส่วนของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์

นอกจากนี้จากการวิจัยยังพบว่า การใช้ภาพประกอบของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์ จะมีภาพประกอบในหน้าโฮมเพจจำนวน 3 ภาพทุกวัน โดยแบ่งเป็นภาพข่าวหน้า 1, ภาพข่าวสกี๊ป และภาพข่าวบันเทิง

ส่วนการใช้ภาพประกอบในเนื้อหาข่าวนั้นจะมีเฉพาะในข่าวหน้า 1, ข่าวไอที และข่าวบันเทิงเท่านั้น โดยภาพประกอบในข่าวหน้า 1 นั้นจะใช้ภาพเดียวกับที่ปรากฏอยู่บนหน้าโฮมเพจ เช่นเดียวกับภาพข่าวสกี๊ป และภาพข่าวบันเทิง

ประเภทข่าว	จำนวนภาพประกอบ
ข่าวหน้า 1	47
ข่าวไอที	18
ข่าวบันเทิง	192
ข่าวกีฬา	38
คอลัมน์	63
รวม	358

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนภาพประกอบที่ใช้ในเว็บไซต์
หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์

เนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม

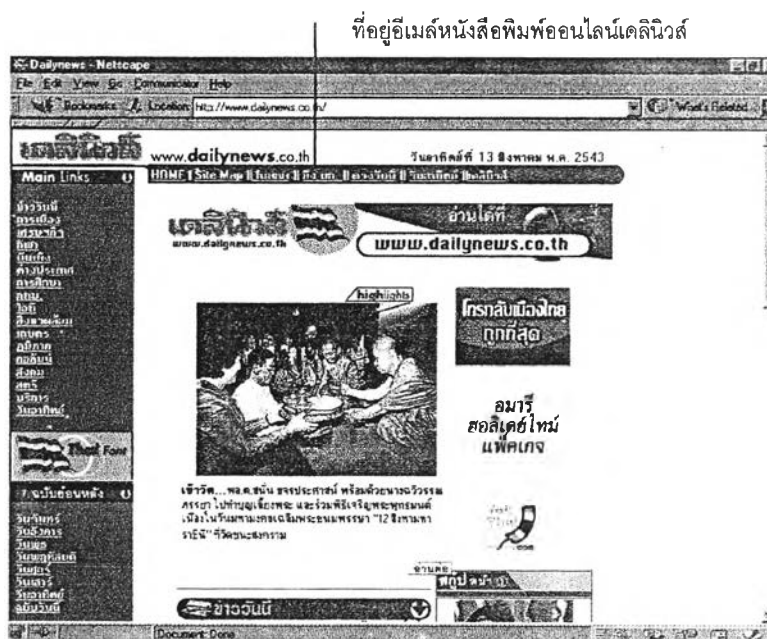
- ฉบับย้อนหลัง หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์มีการให้บริการเนื้อหาฉบับย้อนหลัง 7 วัน



รูปที่ 35 แสดงส่วนการให้บริการฉบับย้อนหลัง

การใช้สื่อปฏิสัมพันธ์

มีเพียงหนทางเดียวที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์จะสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้จัดทำหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์ได้คือ อีเมลล์ที่ webmaster@dailynews.co.th



รูปที่ 36 แสดงที่อยู่อีเมลของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์

การเชื่อมโยงข้อมูล

1. **ข่าว และคอลัมน์** การเชื่อมโยงในส่วนนี้มีการเข้าถึง 2 ทางคือทางแรกใช้การคลิก 2 ครั้งเพื่อเข้าถึงเนื้อหาข่าวที่ต้องการ โดยการคลิกเมาส์ครั้งแรกที่ส่วนประเภทของเนื้อหาเพื่อเข้าสู่หน้าที่แสดงหัวข้อข่าวทั้งหมดในประเภทข่าวที่เลือกไว้ และการคลิกครั้งที่สองเพื่อเข้าสู่รายละเอียดของเนื้อหาข่าวหรือคอลัมน์ที่เลือกไว้

การคลิกครั้งแรกที่หัวข้อประเภทของข่าว

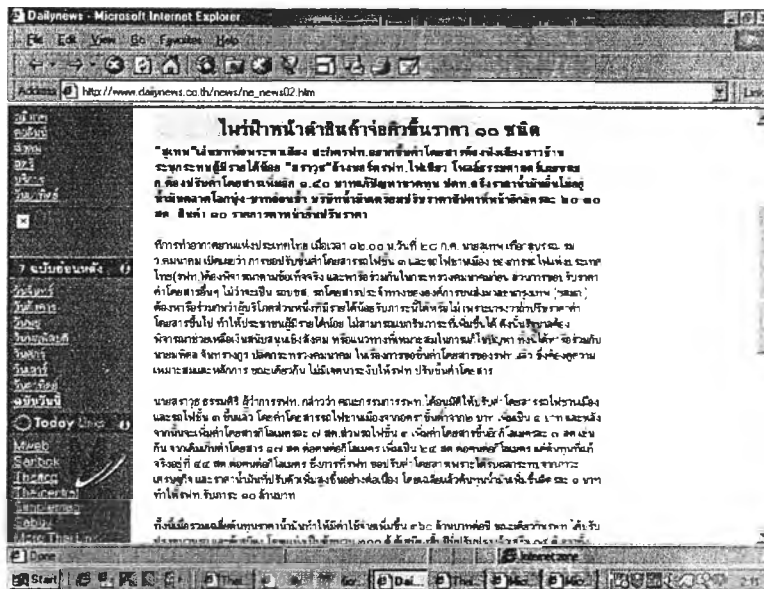


รูปที่ 37 แสดงการเชื่อมโยงข้อมูลจากข่าวหน้า 1

การคลิกครั้งที่ 2 หัวข้อข่าวที่ต้องการเข้าถึง



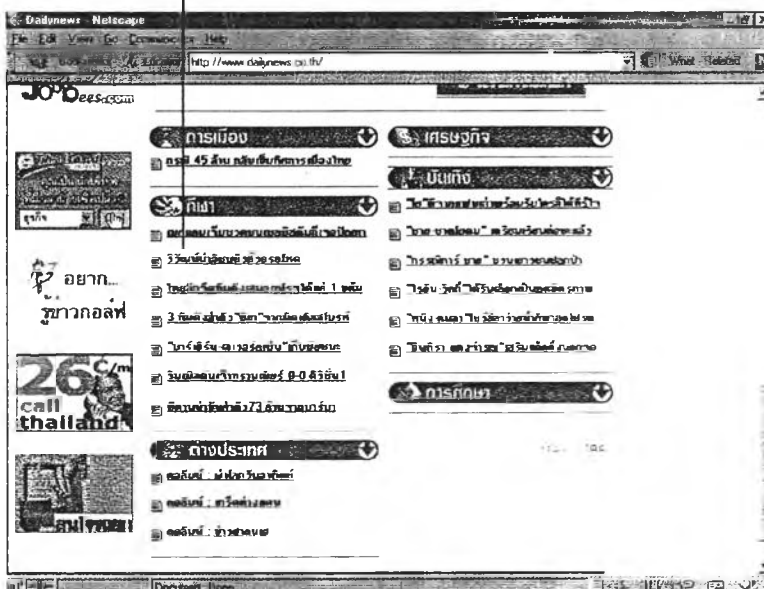
รูปที่ 38 แสดงหัวข้อข่าวหน้า 1 ทั้งหมด



รูปที่ 39 แสดงรายละเอียดเนื้อหาของข่าวที่ต้องการเข้าถึง

ส่วนทางที่ 2 คือทางด้านล่างของหน้าโฮมเพจจะมีการแบ่งประเภทของเนื้อหาข่าวและหัวข้อข่าวในประเภทข่าวสำคัญ เช่น ข่าวหน้า 1, ข่าวเศรษฐกิจ, ข่าวการเมือง, ข่าวกีฬา เป็นต้น ซึ่งในส่วนนี้จะใช้การคลิกที่หัวข้อข่าวที่ต้องการ ก็สามารถเข้าถึงรายละเอียดของเนื้อหาข่าวที่ต้องการได้

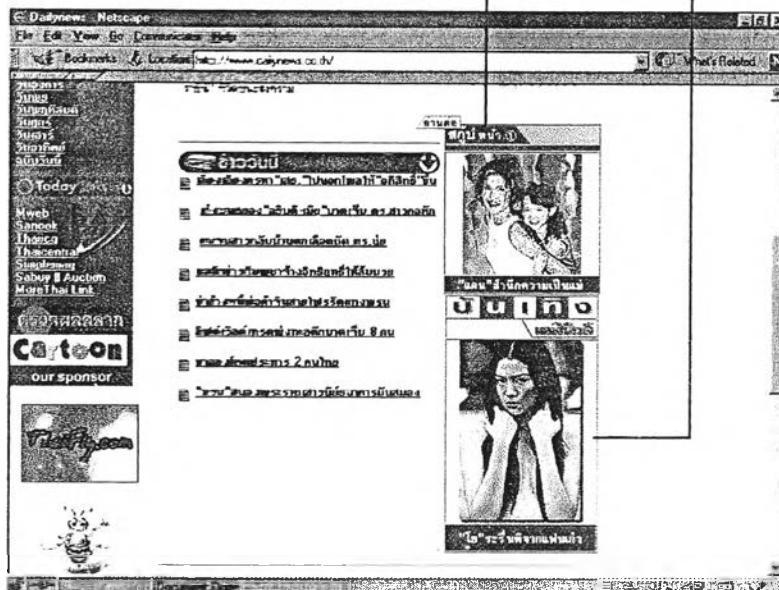
คลิกครั้งที่ 1 ที่หัวข้อ
ข่าวที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 40 ส่วนของหน้าโฮมเพจที่มีการแบ่งหัวข้อข่าวทั้งหมดในข่าวประเภทสำคัญ

2. สก๊อปหน้า 1 และบันทึกลงเดลินิวส์ ใช้การคลิกเพียงครั้งเดียวก็สามารถเข้าถึงรายละเอียดเนื้อหาทั้งหมดของสก๊อปข่าวหรือบันทึกลงเดลินิวส์(เฉพาะข่าวที่มีจุดเชื่อมโยงเท่านั้น)ได้

คลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วนเชื่อมโยงสก๊อปหน้า 1 และบันทึกลงเดลินิวส์



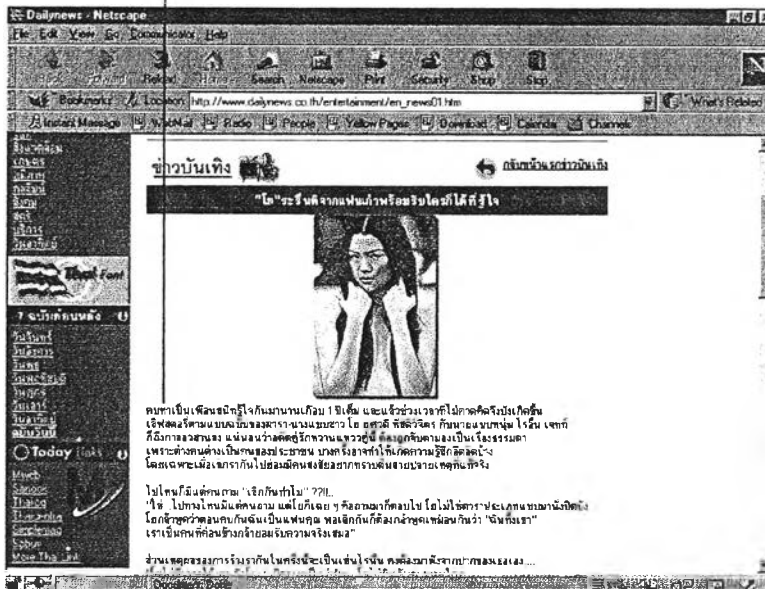
รูปที่ 41 แสดงการเชื่อมโยงสก๊อปหน้า 1 และบันทึกลงเดลินิวส์

รายละเอียดเนื้อหาของสก๊อปหน้า 1



รูปที่ 42 หน้าเว็บเพจแสดงรายละเอียดเนื้อหาของสก๊อปหน้า 1

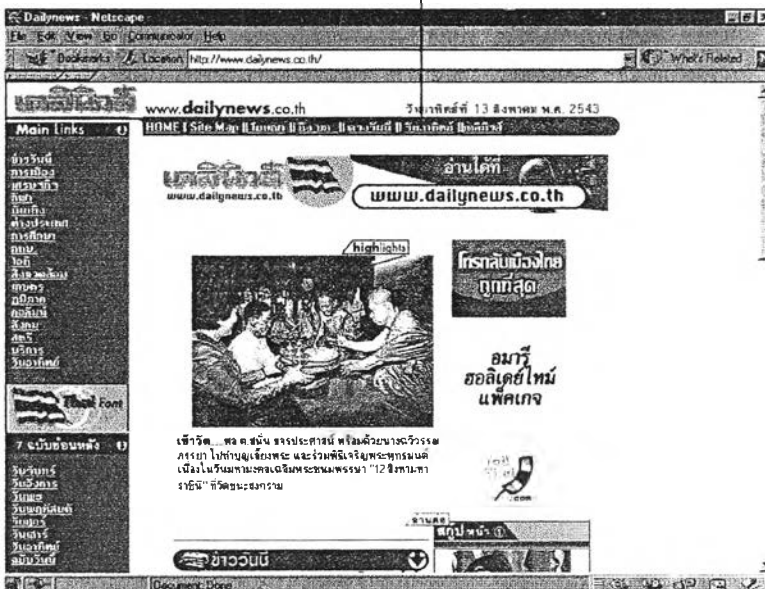
รายละเอียดเนื้อหาบ้านเทิงเดลินิวส์



รูปที่ 43 หน้าเว็บเพจแสดงรายละเอียดเนื้อหาบ้านเทิงเดลินิวส์

3. วันอาทิตย์ ใช้การคลิก 2 ครั้งเพื่อเข้าถึงรายละเอียดเนื้อหาบทความที่ต้องการได้ โดยการคลิกครั้งแรกจะเข้าสู่หน้าเว็บเพจวันอาทิตย์ และการคลิกครั้งที่ 2 เพื่อเข้าสู่รายละเอียดของบทความที่ต้องการ

การคลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วนเชื่อมต่อคอลัมน์วันอาทิตย์



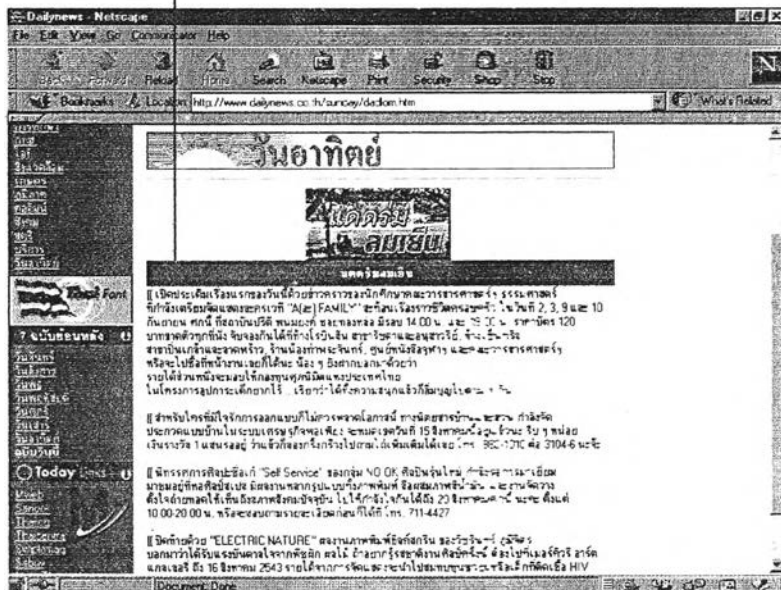
รูปที่ 44 แสดงการเชื่อมต่อโยงคอลัมน์วันอาทิตย์จากหน้าโฮมเพจ

การคลิกครั้งที่ 2 ที่ส่วนเชื่อมโยงคอลัมน์ที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 45 แสดงการเชื่อมโยงคอลัมน์จากหน้าเว็บเพจวันอาทิตย์

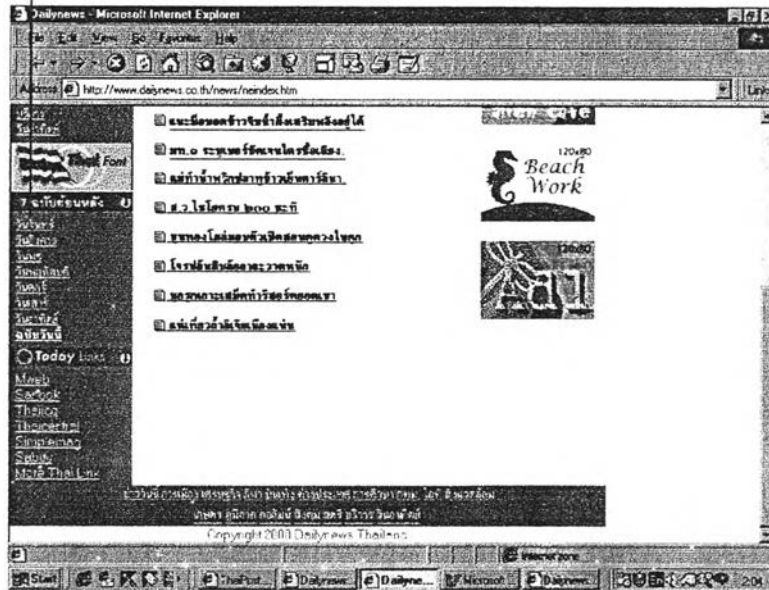
รายละเอียดเนื้อหาของคอลัมน์ที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 46 แสดงหน้าเว็บเพจรายละเอียดเนื้อหาของคอลัมน์ที่ต้องการเข้าถึง

4. ฉบับย้อนหลัง ใช้การคลิกเพียงครั้งเดียวที่หน้าโฮมเพจก็สามารถเข้าถึงฉบับย้อนหลังที่ต้องการได้ โดยเดลินิวส์มีฉบับย้อนหลังให้สืบค้น 7 วันย้อนหลัง

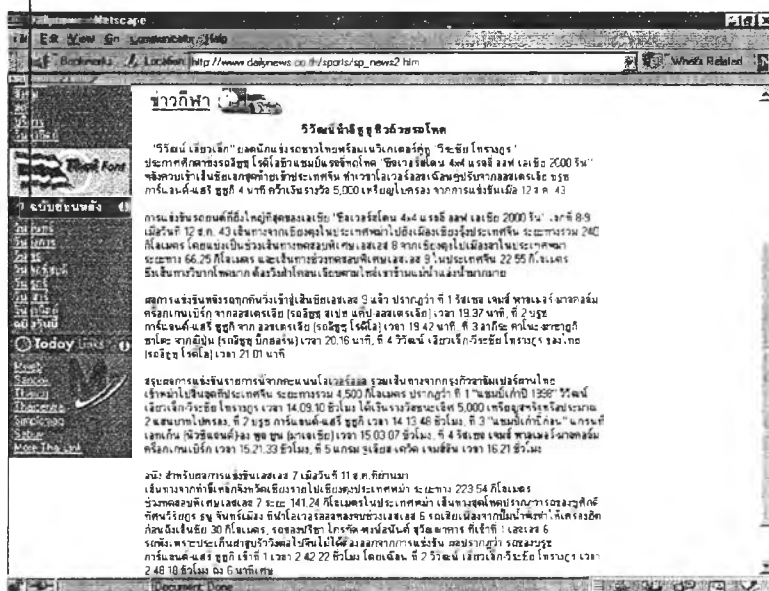
การคลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วนเชื่อมโยงฉบับย้อนหลังที่ต้องการ



รูปที่ 47 แสดงการเชื่อมโยงฉบับย้อนหลัง

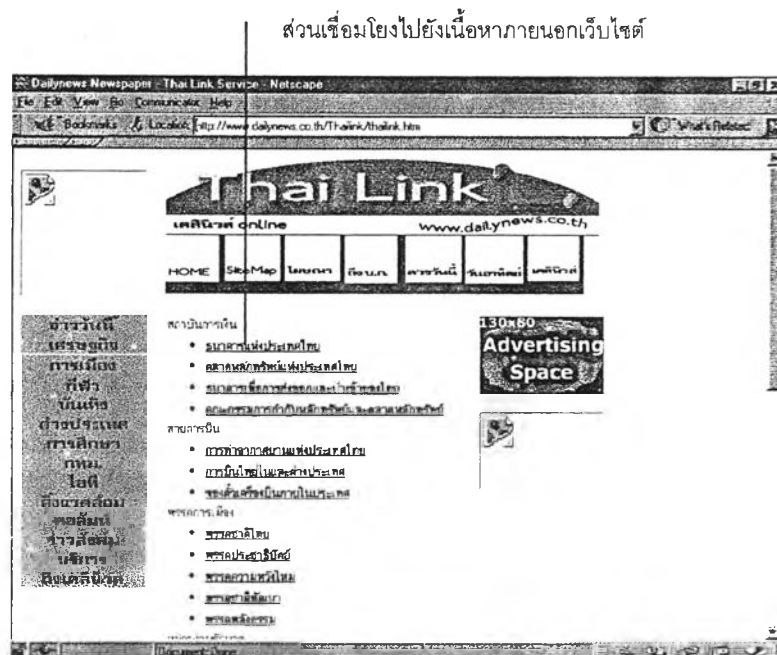
5. การเชื่อมโยงไปยังภายนอกเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์มีการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังภายนอกเว็บไซต์โดยเป็นการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ในเครือของเอ็มเว็บทั้งหมด เช่น Sanook.com, Thaiicq.com, Thaicentral.com เป็นต้น

ส่วนเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาภายนอกเว็บไซต์



รูปที่ 48 แสดงส่วนเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาภายนอกเว็บไซต์

นอกจากนี้หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์ยังมีการให้บริการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังภายนอกเว็บไซต์ โดยมีการแบ่งหมวดหมู่ของข้อมูลที่มีการเชื่อมโยงดังนี้ 1)สถาบันการเงิน 2)สายการบิน 3)พรรคการเมือง 4)หน่วยงานรัฐบาล และ 5)มหาวิทยาลัย



รูปที่ 49 แสดงส่วนเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาภายนอกเว็บไซต์

3. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์

เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์ นำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่จากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม ขึ้นมาไว้บนเว็บไซต์โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนข้อมูล สำหรับรูปแบบการนำเสนอจะมีหัวข้อข่าวของแต่ละข่าวเพื่อให้ผู้อ่านเลือกเข้าไปดูตามความสนใจ โดยจัดแบ่งเนื้อหาประเภทของข่าวตามหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเล่ม ดังต่อไปนี้

1) บท บก. 2) เพลวสีเงิน 3) กรองกระแส 4) สันตติกรรม 5) การเมือง 6) เศรษฐกิจ 7) สังคม 8) ต่างประเทศ 9) กีฬา 10) การเมืองข่าว 11) ทูบโตะเสวนา 12) กระจกไร้เงา 13) บัญชรหุ่น 14) หุ่นการเงิน 15) ไอที 16) เศรษฐกิจทั่วไป 17) ผู้บริโภค 18) การศึกษา

ส่วนในฉบับวันอาทิตย์จะจัดแบ่งเนื้อหาประเภทของข่าว ดังต่อไปนี้

1) ข่าวหน้า 1 2) วิเคราะห์การเมือง 3) ต่างประเทศ 4) สิ่งแวดล้อม 5) รถยนต์ 6) ไอที 7) กีฬา



รูปที่ 50 แสดงหน้าเว็บเพจของหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์

โดยในส่วนของบทก., เปลวสีเงิน, กรองกระแสะ และสันทัดกรณี จะมีการนำเสนอตั้งแต่วันที่
จันทร์ถึงเสาร์

จากการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์พบว่า เนื้อหาในแต่ละส่วนมี
ปริมาณการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ประเภทของเนื้อหา	ปริมาณการนำเสนอ
การเมือง	75
เศรษฐกิจ	132
สังคม	24
ต่างประเทศ	67
กีฬา	117
การเมืองข่าว	156
ทูบโต้เสวนา	23
กระจกไร่เงา	14
บัญชีหุ้น	15
หุ้นการเงิน	46
ไอที	72
เศรษฐกิจทั่วไป	93
ผู้บริโภค	66

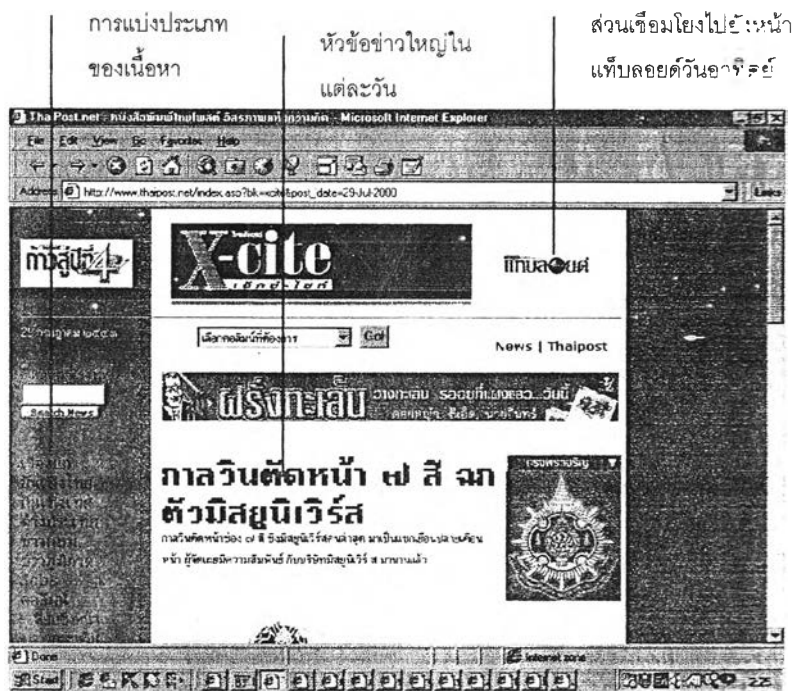
(ต่อ)

ประเภทข่าว	ปริมาณการนำเสนอ
การศึกษา	59
รวม	959

ตารางที่ 6 แสดงปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละ
ส่วนของหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์

นอกจากนั้นในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์ ยังมีการนำเสนอเนื้อหาฉบับแทรกที่มีในฉบับเล่ม คือ X-Cite ในวันจันทร์ถึงเสาร์ และ Tabloid ในฉบับวันอาทิตย์ โดย X-Cite มีลักษณะการจัดแบ่งประเภทของเนื้อหา ดังต่อไปนี้

1) เรื่องปก 2)บันเทิงไทย 3)บันเทิงเทศ 4)ต่างประเทศ 5)กทม. 6)ข่าวภูมิภาค 7) Jobs 8)คอลัมน์



รูปที่ 51 แสดงหน้าเว็บเพจในส่วน X-cite

ประเภทของเนื้อหา	ปริมาณการนำเสนอ
เรื่องปก	68
บันเทิงไทย	80
บันเทิงเทศ	79
ต่างประเทศ	25
กทม.	77
ข่าวภูมิภาค	90
Jobs	75
คอลัมน์	115
รวม	609

ตารางที่ 7 แสดงปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในส่วน X-Cite

ส่วนในฉบับ Tabloid ซึ่งเป็นฉบับแทรกที่นำเสนอในฉบับวันอาทิตย์นั้น มีลักษณะการแบ่งประเภทของเนื้อหา ดังต่อไปนี้

- 1)เรื่องปก 2)ท่องเที่ยว 3)บันเทิง 4)สาระน่ารู้ 5)ต่างประเทศ 6)ดวงชะตา



รูปที่ 52 แสดงหน้าเว็บเพจในส่วน Tabloid

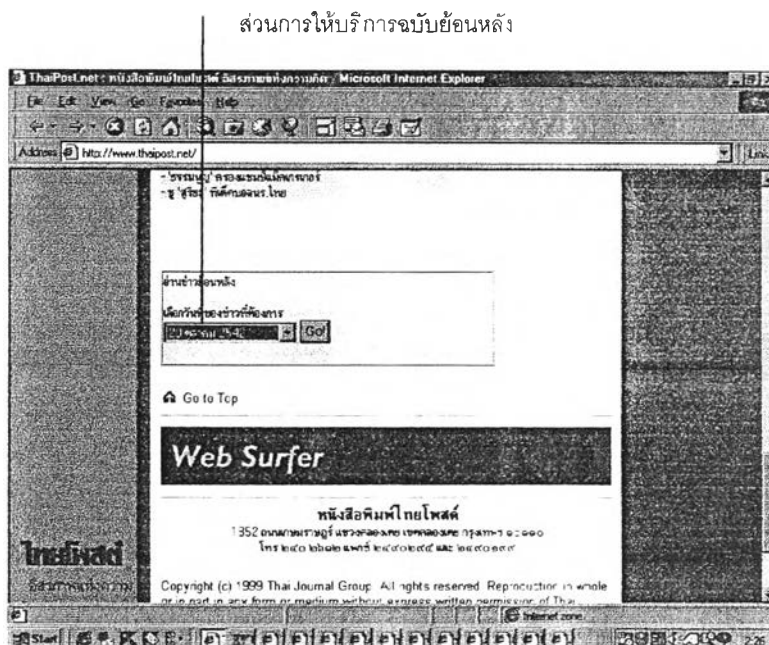
ประเภทของเนื้อหา	ปริมาณการนำเสนอ
เรื่องปก	9
ท่องเที่ยว	4
บันเทิง	7
สาระน่ารู้	28
ต่างประเทศ	4
ดวงชะตา	4
รวม	56

ตารางที่ 8 แสดงปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในส่วน Tabloid

ในส่วนของการใช้ภาพประกอบนั้น หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์จะนำเสนอเฉพาะในหน้าโฮมเพจวันละ 1 ภาพ ซึ่งเป็นภาพประกอบข่าวใหญ่ในวันนั้น ๆ เช่นเดียวกับในส่วนของ X-Cite และ Tabloid

เนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม

1. ฉบับย้อนหลัง หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์มีการให้บริการสืบค้นฉบับย้อนหลังตั้งแต่วันที่ 20 ตุลาคม 2542 ถึงปัจจุบัน



รูปที่ 53 แสดงส่วนของการให้บริการฉบับย้อนหลัง

การใช้สื่อปฏิสัมพันธ์

1. เครื่องมือช่วยค้น หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์มีการจัดเตรียมเครื่องมือช่วยค้นเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการค้นหาข้อมูลของผู้อ่าน โดยมีการจัดเตรียมเครื่องมือช่วยค้นในส่วนของการค้นหาข่าว และการค้นหาคอลัมน์ที่ต้องการ



รูปที่ 54 แสดงการให้บริการเครื่องมือช่วยค้นในหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์

2. อีเมล ใช้เป็นสื่อเพื่อการติดต่อระหว่างผู้อ่านและกองบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์



รูปที่ 55 แสดงหน้าเว็บเพจการบริการส่งความคิดเห็นไปยังกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์

3.ส่งให้เพื่อน เป็นการให้บริการอำนวยความสะดวกในการส่งข่าวที่น่าสนใจไปยังบุคคลที่รู้จัก



การเชื่อมโยงข้อมูล

1.ข่าวและคอลัมน์ มี 2 ทางเลือกที่จะสามารถเข้าสู่รายละเอียดเนื้อหาของข่าวหรือคอลัมน์ที่ต้องการได้ โดยทางเลือกแรกจะใช้การคลิกเมาส์ 2 ครั้งจึงจะสามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้ โดยการคลิกเมาส์ครั้งแรกจากจุดเชื่อมโยงหัวข้อข่าวหรือคอลัมน์จากหน้าโฮมเพจ และการคลิกเมาส์ครั้งที่ 2 ที่หัวข้อข่าวหรือคอลัมน์ที่ต้องการเข้าถึง ก็จะสามารถเข้าถึงรายละเอียดเนื้อหาที่ต้องการได้



คลิกครั้งที่ 1 ที่ประเภทข่าวที่ต้องการเข้าถึง



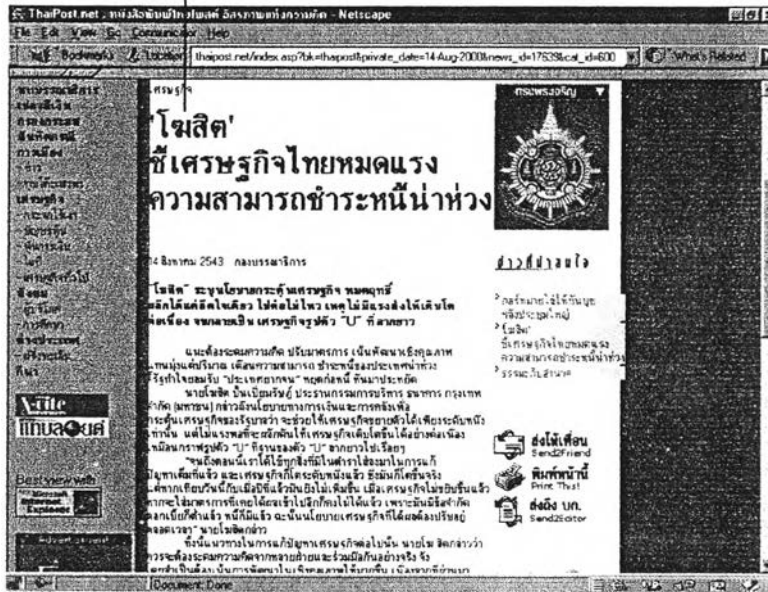
รูปที่ 57 แสดงการเชื่อมโยงหัวข้อข่าวจากหน้าโฮมเพจ

คลิกครั้งที่ 2 ที่หัวข้อข่าวที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 58 แสดงการเชื่อมโยงหัวข้อข่าวที่ต้องการเข้าถึง

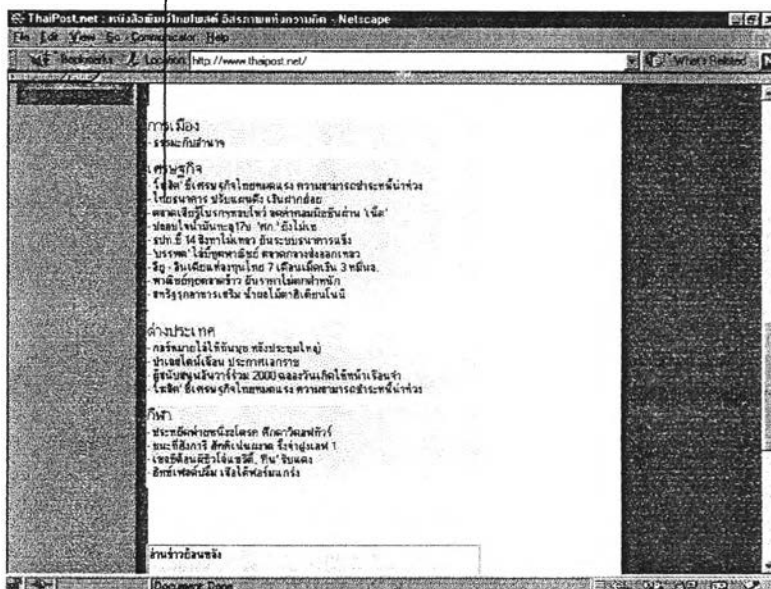
รายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 59 หน้าเว็บเพจแสดงรายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง

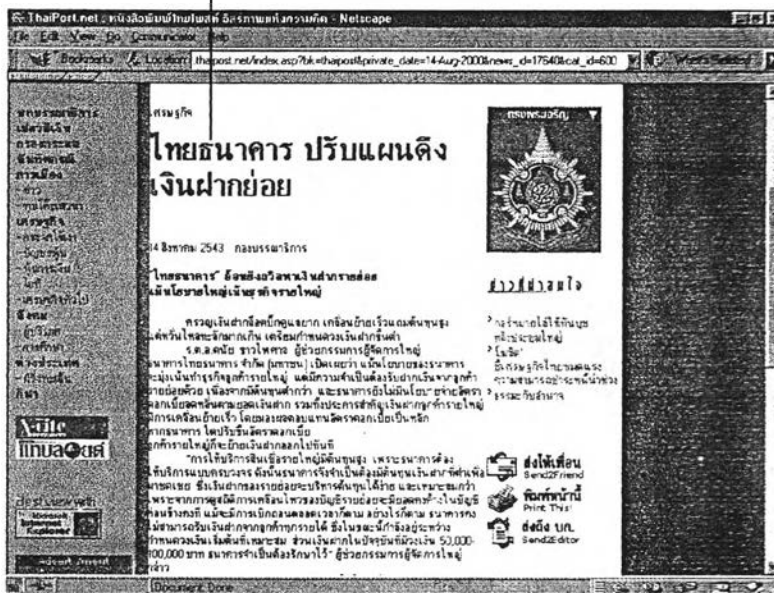
ส่วนทางเลือกที่ 2 จะใช้การคลิกเมาส์เพียงครั้งเดียวจากหน้าโฮมเพจก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาข่าวที่ต้องการได้ โดยทางด้านล่างของหน้าโฮมเพจจะมีการจัดแบ่งหัวข้อข่าวตามประเภทของเนื้อหาข่าว

การคลิกครั้งที่ 1 ที่หัวข้อข่าวที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 60 แสดงส่วนของหน้าโฮมเพจที่มีการแบ่งหัวข้อข่าวตามประเภทข่าว

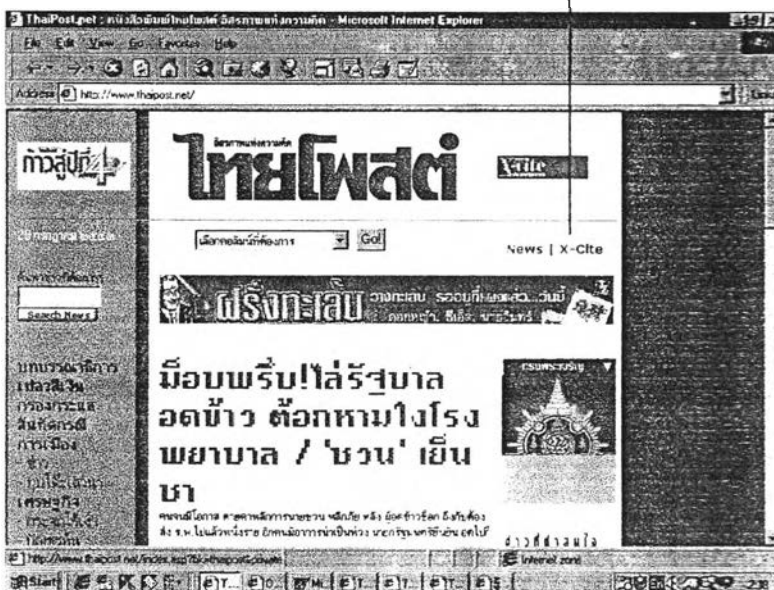
รายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 61 หน้าเว็บเพจแสดงรายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง

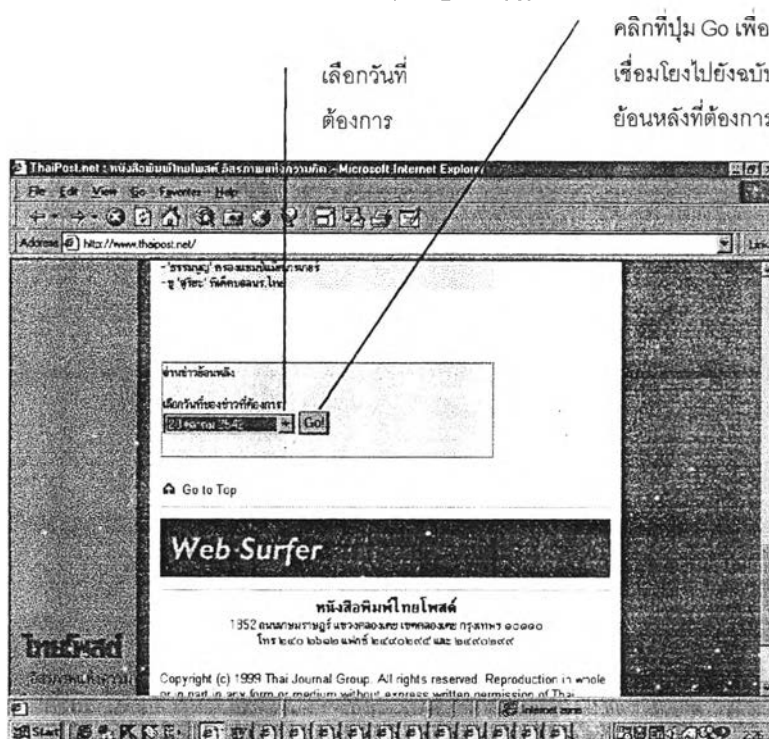
2. หน้า X-Cite และ Tabloid ใช้การคลิกเมาส์เพียง 2 ครั้งจากหน้าโฮมเพจก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาข่าวที่ต้องการได้ โดยการคลิกเมาส์ครั้งแรกจากจุดเชื่อมโยงที่หน้าโฮมเพจ ก็จะเข้าหน้าเว็บเพจในส่วน X-cite หรือ Tabloid และการคลิกครั้งที่ 2 จากหัวข้อข่าวที่ต้องการเข้าถึง ก็จะสามารถเข้าสู่รายละเอียดของเนื้อหาข่าวที่ต้องการได้

ส่วนเชื่อมโยงไปยัง
หน้า X-cite



รูปที่ 62 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหาในส่วน X-Cite

3.ฉบับย้อนหลัง ใช้การคลิกเมาส์เพียงครั้งเดียวจากจุดเชื่อมโยงฉบับย้อนหลัง โดยการเลือกวันที่ที่ต้องการ ก็สามารถเข้าถึงฉบับย้อนหลังที่ต้องการได้



รูปที่ 65 แสดงการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังเนื้อหาฉบับย้อนหลัง

4. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

เว็บไซต์หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ จะนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่จากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มขึ้นมาไว้บนเว็บไซต์โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนข้อมูล แต่ในขณะเดียวกันก็มีการเพิ่มเติมในส่วนของเนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่มเช่นกัน สำหรับรูปแบบการนำเสนอในหน้าโฮมเพจจะมีหัวข้อข่าวเด่นในข่าวแต่ละประเภทขึ้นให้อ่านได้เลือกดู และมีการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังหัวข้อข่าวทั้งหมดของข่าวแต่ละประเภทด้วย

ส่วนการจัดแบ่งเนื้อหาประเภทของข่าวจะแบ่งตามหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเล่ม ดังต่อไปนี้

- 1) เกาะติดสถานการณ์โลก
- 2) คอลัมน์นิสต์
- 3) การเงิน
- 4) ธุรกิจการตลาด
- 5) การเมือง
- 6) ไอที
- 7) การศึกษา
- 8) สังคมสิ่งแวดล้อม
- 9) ต่างประเทศ
- 10) กีฬา
- 11) จุดประกาย

ในขณะเดียวกันก็มีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบรายสัปดาห์ของหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มเช่นกัน คือ

- 1. กรุงเทพไอที ทุกวันพฤหัสบดี
- 2. ยานยนต์ ทุกวันอาทิตย์
- 3. จุดประกายวันอาทิตย์ ทุกวันอาทิตย์

- 4. ถนนนักลงทุน ทุกวันอาทิตย์
- 5. จุดประกายวรรณกรรม ทุกวันเสาร์
- 6. เสาร์สวีตี ทุกวันเสาร์



รูปที่ 66 หน้าโฮมเพจของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

จากการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ พบว่าเนื้อหาในแต่ละส่วนมีปริมาณการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ประเภทเนื้อหา	ปริมาณการนำเสนอ
เกาะติดสถานการณ์โลก/ ข่าวเด่นประจำวัน	229
คอลัมน์นิสต์	169
เศรษฐกิจการเงิน	320
ธุรกิจการตลาด	135
การเมือง	538
ไอที	190
เศรษฐกิจทั่วไทย	572
การศึกษา	116
สังคม-สิ่งแวดล้อม	117

(ต่อ)

ประเภทข่าว	ปริมาณการนำเสนอ
ต่างประเทศ	270
กีฬา	248
จุดประกาย	423
รวม	3,327

ตารางที่ 9 แสดงปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละส่วน
ของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

นอกจากนี้ในส่วนของเนื้อหารายสัปดาห์ ก็มีปริมาณการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

รายชื่อเนื้อหารายสัปดาห์	ปริมาณการนำเสนอ
กรุงเทพไอที	157
จุดประกายวรรณกรรม	111
เสาร์ส์วีสดี	72
กรุงเทพยานยนต์	31
ถนนนักลงทุน	97
จุดประกายวันอาทิตย์	89
รวม	557

ตารางที่ 10 แสดงปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละส่วน
ของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

ส่วนการใช้ภาพประกอบนั้น หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ มีการนำเสนอภาพประกอบข่าวใหญ่ 1 รูปในฉบับวันจันทร์ถึงศุกร์ ส่วนฉบับวันเสาร์และอาทิตย์นั้น จะมีภาพประกอบในส่วนหน้าปกของเนื้อหารายสัปดาห์

ภาพหน้าปกเสารี่วลีสดีและจุดประกายวรรณกรรม



รูปที่ 67 แสดงภาพประกอบในฉบับวันเสาร์

ส่วนการใช้ภาพประกอบในเนื้อหาข่าว บทความและคอลัมน์นั้น มีปริมาณการนำเสนอตั้ง
ต่อไปนี้

ประเภทเนื้อหา	ปริมาณภาพประกอบ
เกาะติดสถานการณ์/ ข่าวเด่นประจำวัน	42
คอลัมน์นิสต์	54
การเงิน	48
ธุรกิจการตลาด	76
การเมือง	38
ไอที	36
เศรษฐกิจทั่วไทย	33
การศึกษา	10
สังคม-สิ่งแวดล้อม	7
ต่างประเทศ	66
กีฬา	96
จุดประกาย	378
รวม	884

ตารางที่ 11 แสดงการใช้ภาพประกอบในเนื้อหาแต่ละประเภท

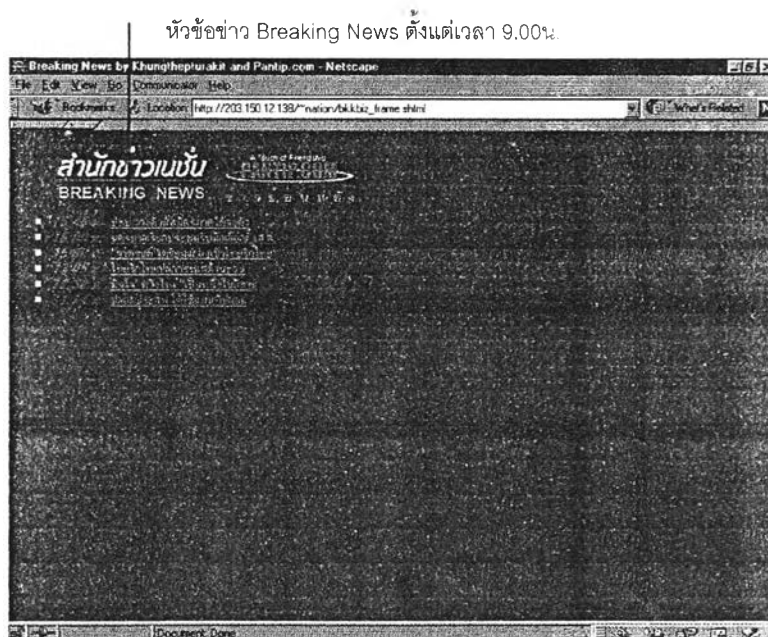
ส่วนการใช้ภาพประกอบในเนื้อหารายสัปดาห์ มีปริมาณการนำเสนอตั้งต่อไปนี้

รายชื่อเนื้อหารายสัปดาห์	ปริมาณภาพประกอบ
กรุงเทพไอที	96
จุดประกายวรรณกรรม	65
เสาร์ส์วีสดี	56
กรุงเทพยานยนต์	27
ถนนนักลงทุน	31
จุดประกายวันอาทิตย์	65
รวม	340

ตารางที่ 12 แสดงปริมาณการใช้ภาพประกอบในเนื้อหารายสัปดาห์

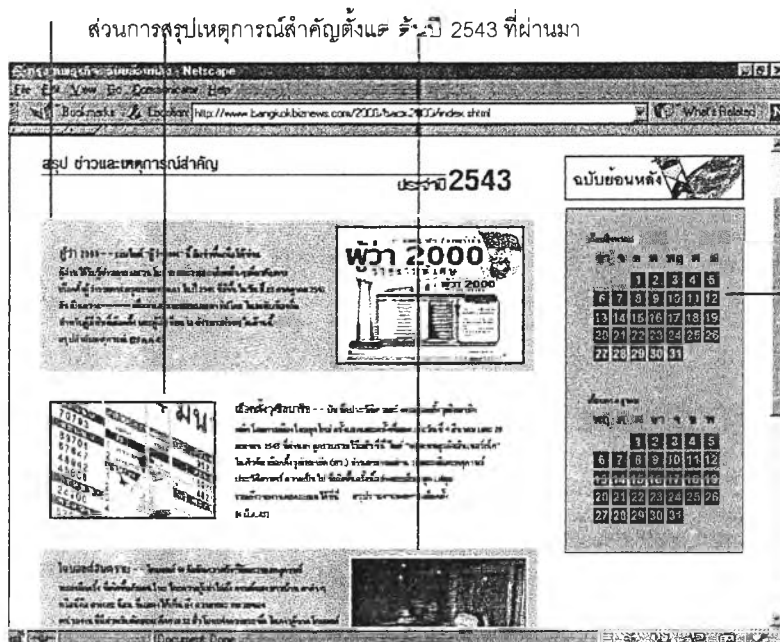
เนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม

1. Breaking News นำเสนอข่าวด่วน ตั้งแต่เวลา 9.00 น. ถึง 20.00 น.



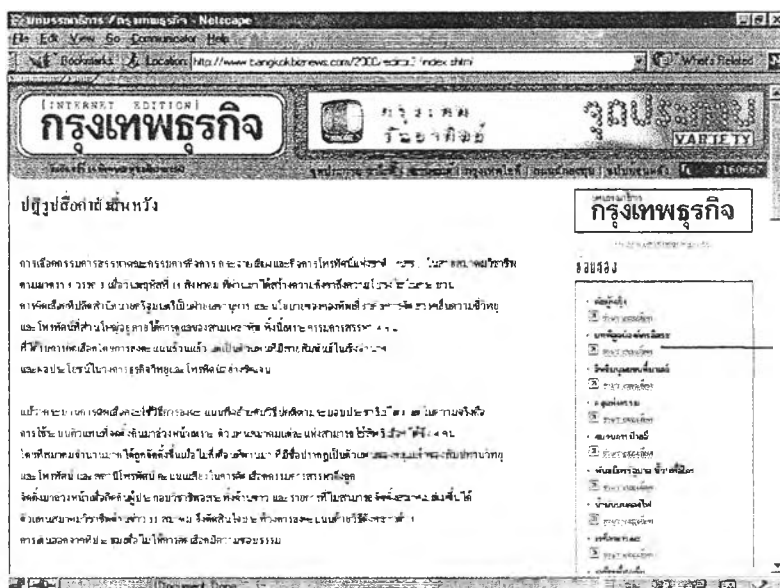
รูปที่ 68 แสดงหัวข้อข่าว Breaking News

2.ฉบับย้อนหลัง หนังสือพิมพ์กรุงเทพมหานครออนไลน์มีฉบับย้อนหลังให้สืบค้นเป็นเวลา 1 เดือน นอกจากนี้ยังมีในส่วนของการสรุปข่าวเด่นตั้งแต่ต้นปี 2543 ที่ผ่านมา เช่น การเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภา หรือ การสรุปเหตุการณ์การรั่วไหลของสารโคบอลต์ เป็นต้น



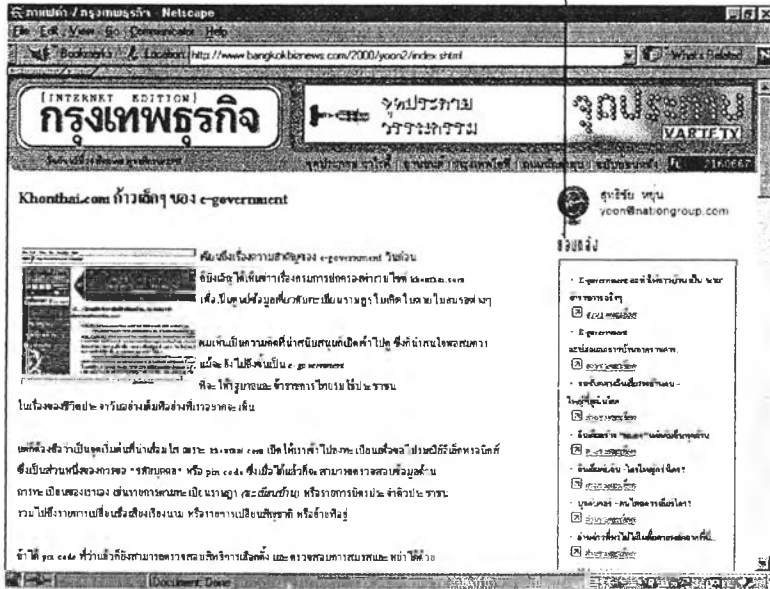
รูปที่ 69 แสดงการให้บริการฉบับย้อนหลังและการสรุปข่าวเด่นที่ผ่านมา

นอกจากนี้ยังมีการให้บริการย้อนหลังในส่วนของคอลัมน์บทบรรณาธิการ และคอลัมน์กาแฟดำ ของสุทธิชัย หยุ่นด้วย โดยในส่วนของบทบรรณาธิการนั้นมีการให้บริการย้อนหลัง 41 บทความ ส่วนกาแฟดำ มีการให้บริการย้อนหลัง 44 บทความ



รูปที่ 70 การให้บริการย้อนหลังบทบรรณาธิการ

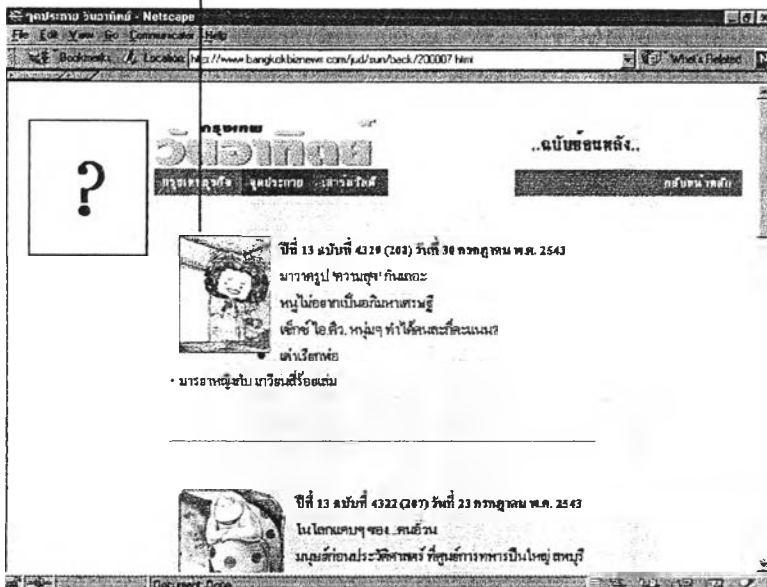
ส่วนการให้บริการย้อน
หลังคอลัมน์กาแฟดำ



รูปที่ 71 แสดงการให้บริการย้อนหลังคอลัมน์กาแฟดำ

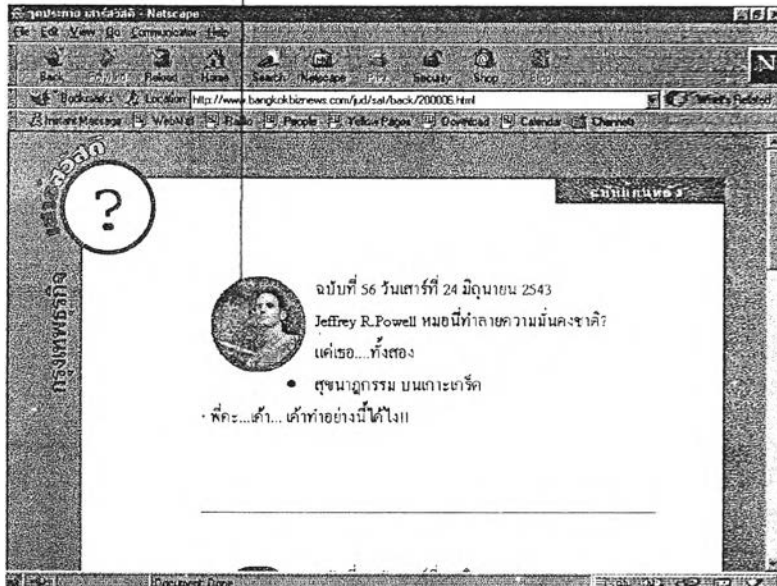
นอกจากนั้นในส่วนของเนื้อหารายสัปดาห์ทั้ง 6 ฉบับก็มีการให้บริการฉบับย้อนหลัง 4 เดือนด้วยกัน

ส่วนเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาฉบับย้อนหลังที่ต้องการ



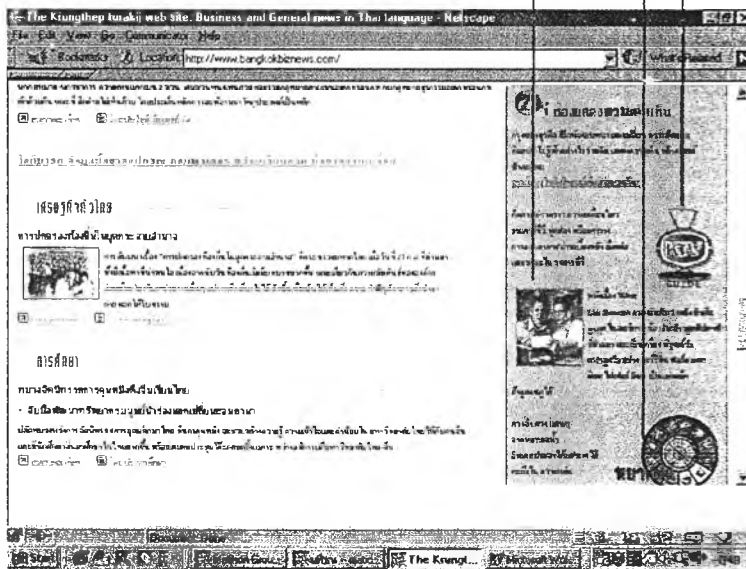
รูปที่ 72 แสดงการให้บริการฉบับย้อนหลังจุดประกายวันอาทิตย์

ส่วนเชื่อมโยงไปยังฉบับย้อนหลังที่ต้องการ



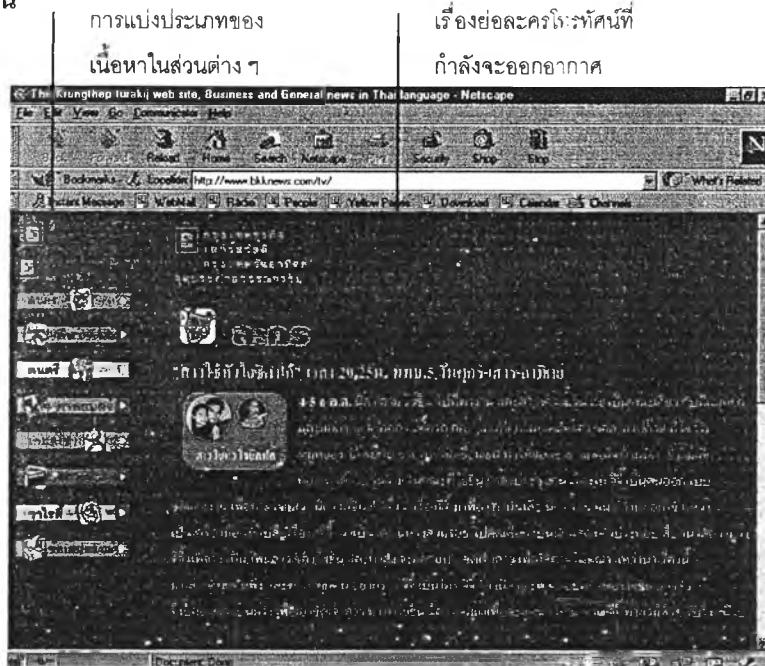
รูปที่ 73 แสดงการให้บริการฉบับย้อนหลังเสิร์ชวัลดี

ส่วนเนื้อหาที่ไม่ปรากฏ
ในฉบับเล่ม



รูปที่ 74 แสดงจุดเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม

3.กรุงเทพฯทีวี่โกด์ การนำเสนอเนื้อหาความเป็นไปเกี่ยวกับวงการโทรทัศน์ ดนตรี ภาพยนตร์ และกีฬา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องย่อละครโทรทัศน์, เวลาการนำเสนอรายการต่าง ๆ, ภาพยนตร์ที่น่าสนใจ เป็นต้น

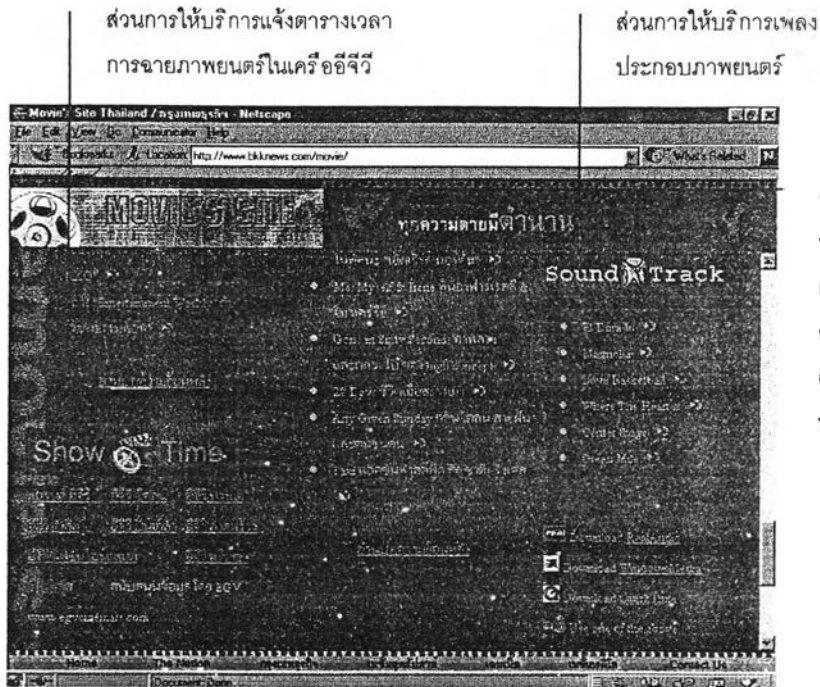


รูปที่ 75 แสดงหน้าเว็บเพจของกรุงเทพฯทีวี่โกด์

4.ภาพยนตร์ นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ทั้งในส่วนของข่าว บทความ บทวิจารณ์ ตัวอย่างภาพยนตร์ (Video Clip) และการให้บริการเพลงประกอบภาพยนตร์ รวมทั้งการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของโรงภาพยนตร์ต่าง ๆ



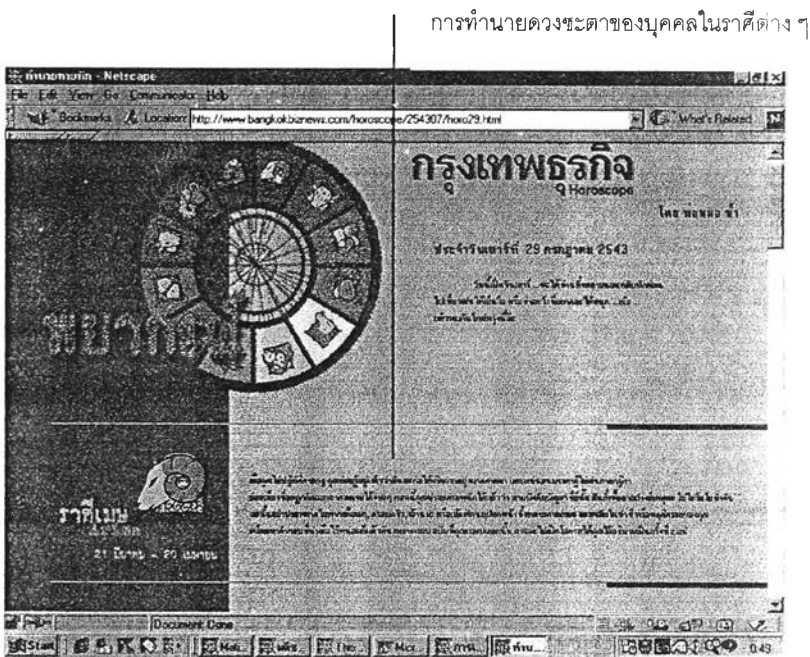
รูปที่ 76 แสดงหน้าเว็บเพจของเนื้อหาในส่วนของภาพยนตร์



ส่วนเนื้อหา
บทความ
เกี่ยวกับภาพ
ยนตร์ทั้งใน
และต่าง
ประเทศ

รูปที่ 77 แสดงการให้บริการในหน้าเว็บเพจในส่วนของภาพยนตร์

5.พยากรณ์ การทำนายดวงชะตาของผู้เกิดในราศีต่าง ๆ



รูปที่ 78 แสดงหน้าเว็บเพจของเนื้อหาในส่วนการพยากรณ์

6.รายชื่อหนังสือขายดี นำเสนอรายชื่อหนังสือขายดีในร้านหนังสือต่าง ๆ

อันดับรายชื่อหนังสือขายดี

ส่วนเชื่อมโยงไปยังอันดับหนังสือ
ขายดีในร้านหนังสือต่าง ๆ

อันดับ / ชื่อหนังสือ	กิตติคุณ / ภาพปก	สำนักพิมพ์	ราคา
1. เมืองมอญและเงา	วินนี่ ไสยาห์	ศรีวิภาอักษร	110
2. หนังสือใจพิงใจ	ขุษา วาณิชกมล	สุชัยสิทธิ์	160
3. ขบวนการใต้ดิน	มยุรา เศวตศิลา	วิบูลย์อักษร	165
4. ใช้หัวใจเป็นแรงผลักดัน	มยุรา เศวตศิลา	วิบูลย์อักษร	165
5. เรือมอญฮิว	ดร.สาธิต อินทรกำแหง	ศรีวิภาอักษร	135
6. เพื่อนรักพอ	พอล จี.เวสเตอร์	แพรวสำนักพิมพ์	120
7. กังขามอนโลก	การะเกด	แพรวสำนักพิมพ์	135
8. กระเบื้องโมเสก	ดิศพน สารศักดิ์	สุชัยสิทธิ์	99
9. POSTCARD BOOKS	โยธวีร์ ธี	ม.วิบูลย์	120
10. นกคอก COOK BOOK 2	ม.จ.ศิริเจิม สวัสดิวัตน์	ศรีวิภาอักษร	296

รูปที่ 79 แสดงหน้าเว็บเพจการจัดอันดับหนังสือขายดีในร้านหนังสือต่าง ๆ

การใช้สื่อปฏิสัมพันธ์

1.อีเมล์ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมีการจัดเตรียมอีเมล์ทั้งในส่วนของการติดต่อกับผู้ดูแลเว็บไซต์ที่ ktwebmaster@bangkokbiznews.com

Free e-mail... anyname@yourdomain...

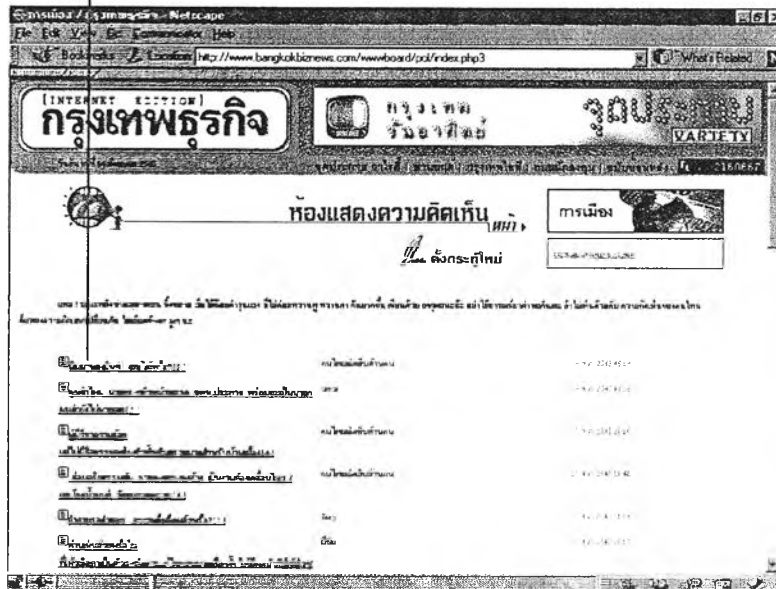
สงวนลิขสิทธิ์ ตามพร.บ.ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537
กรุงเทพมหานคร โทร. 02-253-1333
เว็บไซต์: www.bangkokbiznews.com
เว็บไซต์แม่ข่าย: www.ktwebmaster.com

KT Internet Dept

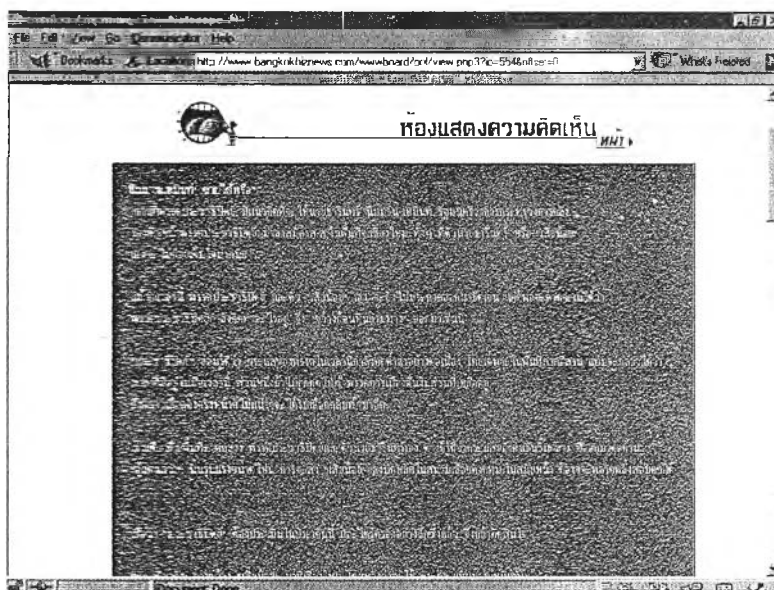
ที่อยู่อีเมล์ผู้ดูแลเว็บไซต์
กรุงเทพธุรกิจ
ออนไลน์

รูปที่ 80 แสดงการให้บริการอีเมล์ติดต่อกับผู้ดูแลเว็บไซต์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

หัวข้อกระทู้ในห้องแสดง
ความคิดเห็นการเมือง

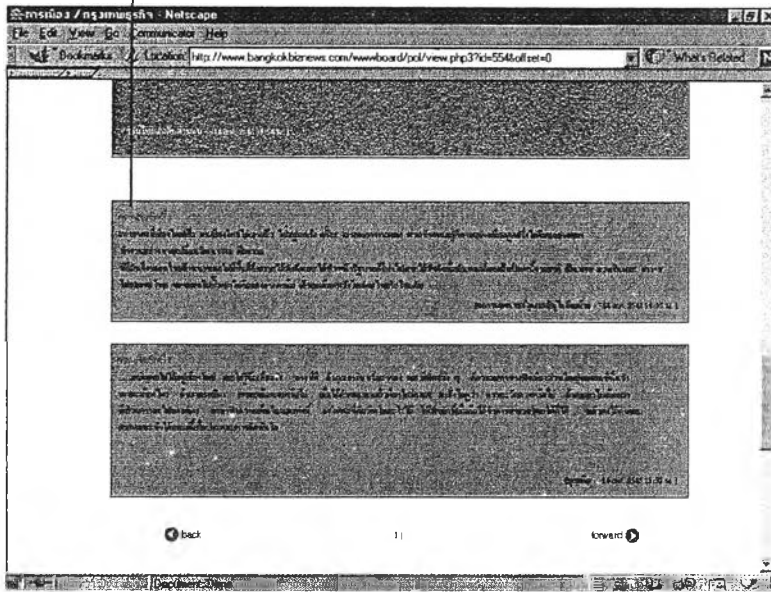


รูปที่ 83 หน้าเว็บเพจแสดงหัวข้อกระทู้ในห้องแสดงความคิดเห็นการเมือง



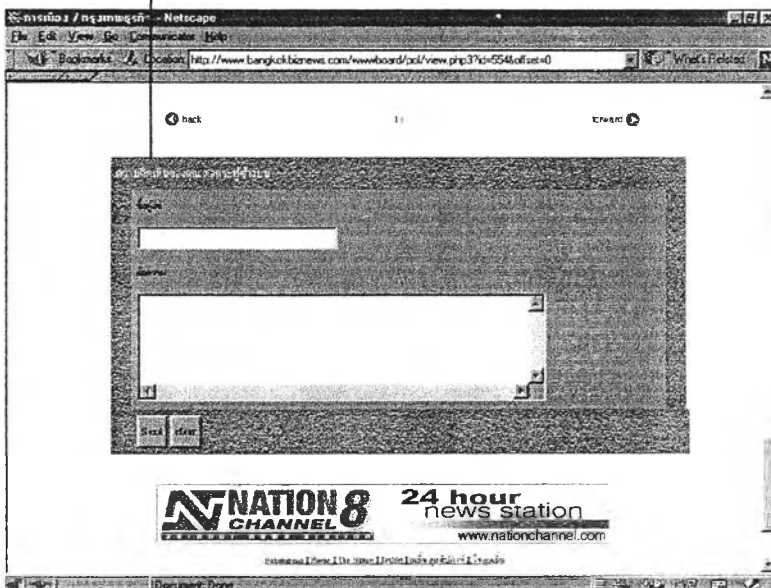
รูปที่ 84 หน้าเว็บเพจแสดงรายละเอียดของกระทู้

ส่วนเนื้อหาของผู้ร่วมแสดงความคิดเห็นในกระทู้



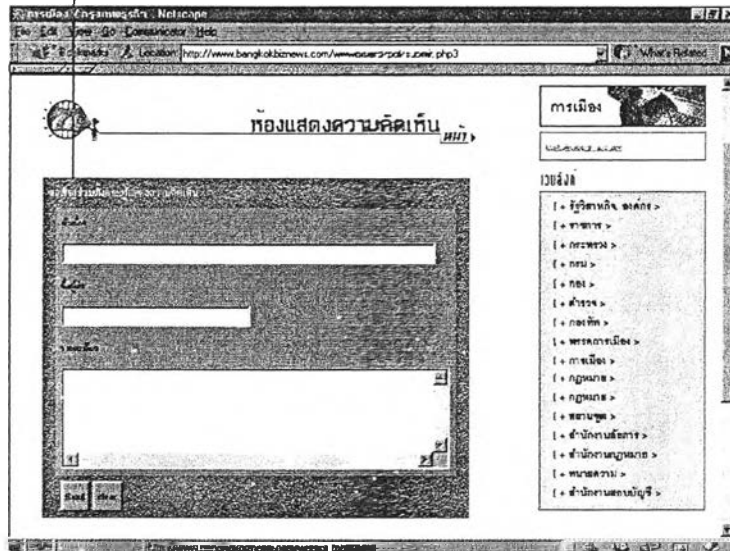
รูปที่ 85 หน้าเว็บเพจแสดงรายละเอียดเนื้อหาของผู้ใช้ร่วมแสดงความคิดเห็นในกระทู้

ส่วนเพิ่มเติมแสดงความคิดเห็นในกระทู้



รูปที่ 86 หน้าเว็บเพจแสดงการเพิ่มเติมความคิดเห็นในกระทู้

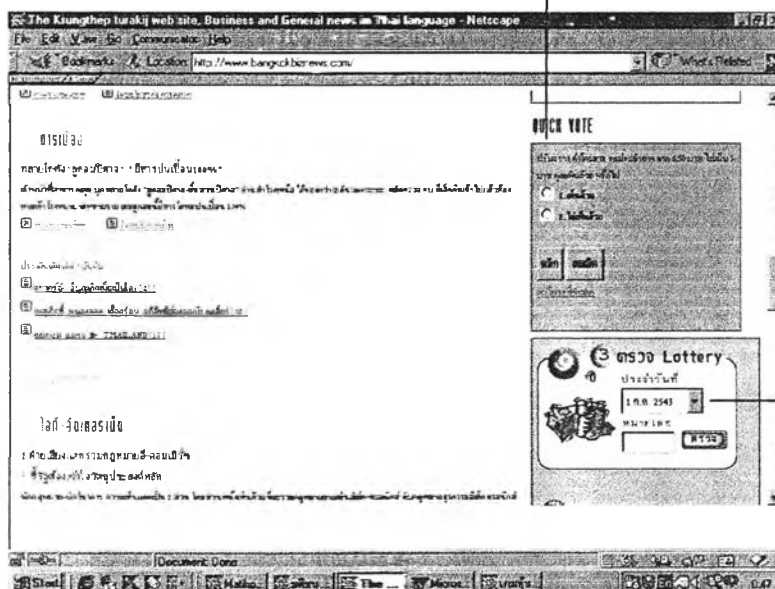
ส่วนเพิ่มเติมกระทู้เข้าไปในห้องแสดงความคิดเห็น



รูปที่ 87 หน้าเว็บเพจแสดงการเพิ่มกระทู้เข้าไปในห้องแสดงความคิดเห็น

3.Quick Vote แสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

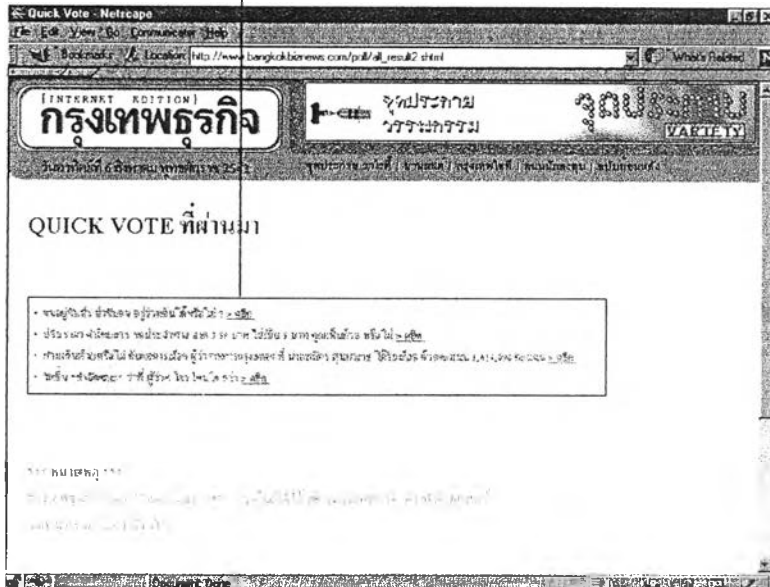
ส่วน Quick Vote แสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ



ส่วนการให้บริการตรวจ Lottery

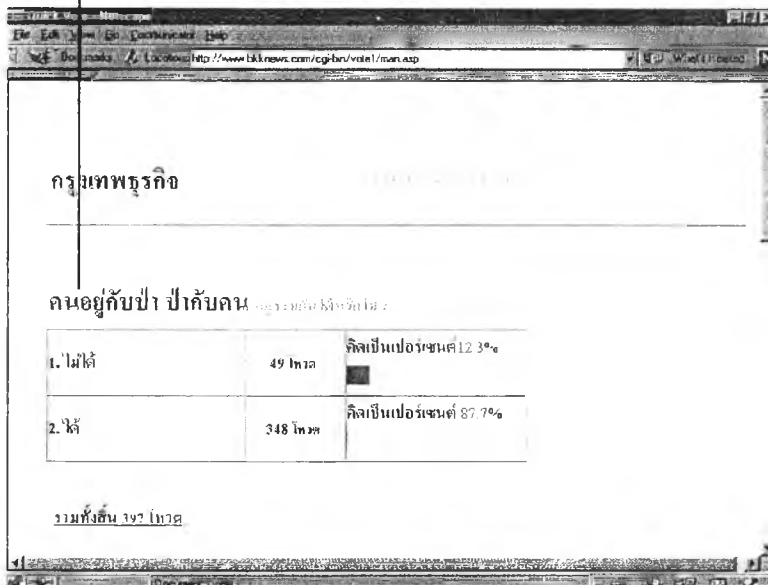
รูปที่ 88 หน้าเว็บเพจแสดงส่วนแสดงความคิดเห็น Quick Vote และการให้บริการตรวจ Lottery

ส่วนประเด็นความคิดเห็น
Quick Vote ที่ผ่านมา



รูปที่ 89 หน้าเว็บเพจแสดงประเด็น Quick Vote ที่ผ่านมา

ส่วนผลแสดงความคิดเห็น
Quick Vote



รูปที่ 90 หน้าเว็บเพจแสดงผลการแสดงความเห็น

4. การให้บริการตรวจผล Lottery

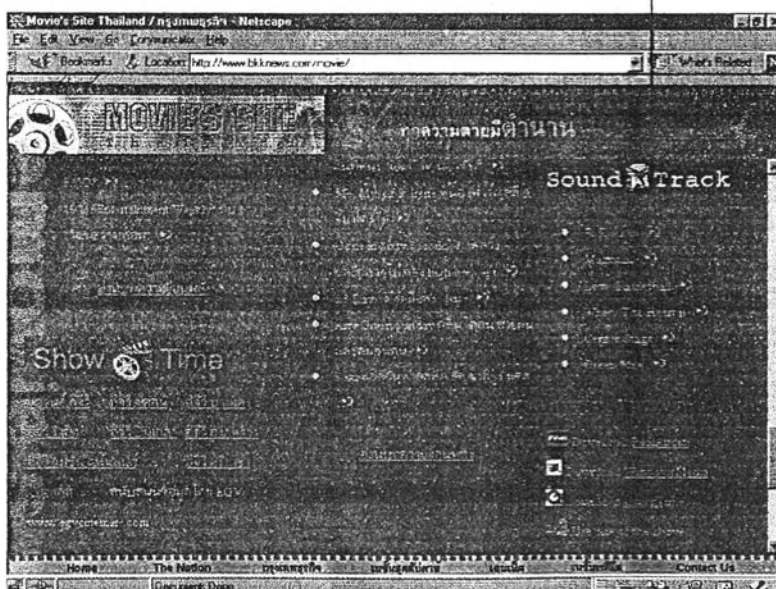
5.การนำเสนอ Video Clip และ Sound ในส่วนของเนื้อหาภาพยนตร์ โดย Video Clip จะเป็นการนำเสนอตัวอย่างภาพยนตร์ที่น่าสนใจ ส่วน Sound จะเป็นในส่วนของบริการฟังเพลง Sound Track ภาพยนตร์

คลิกเมาส์ในส่วนนี้เพื่อชมตัวอย่างภาพยนตร์



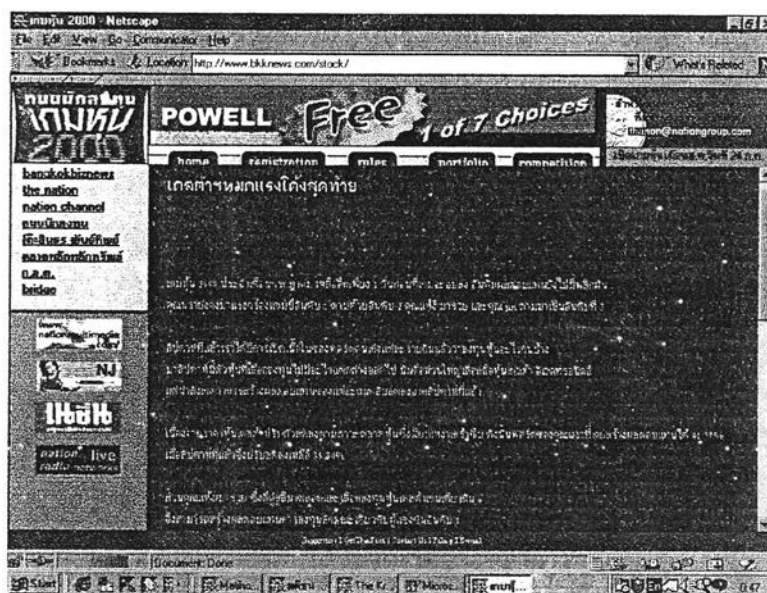
รูปที่ 91 แสดงการให้บริการ Video Clip ในส่วนตัวอย่างภาพยนตร์

คลิกในส่วนนี้เพื่อฟังเพลงประกอบภาพยนตร์



รูปที่ 92 แสดงการให้บริการฟังเพลงประกอบภาพยนตร์

6.เกมส์หุ้น เป็นการเล่นเกมหุ้นเสมือนจริง คือมีการขาย มีการซื้อหุ้นเพื่อเก็งกำไร เหมือนกับการเล่นหุ้นจริง ๆ โดยจะมีการสะสมคะแนนเพื่อรับรางวัลเมื่อการเล่นเกมส์สิ้นสุด



รูปที่ 93 แสดงหน้าเว็บเพจเกมส์หุ้น

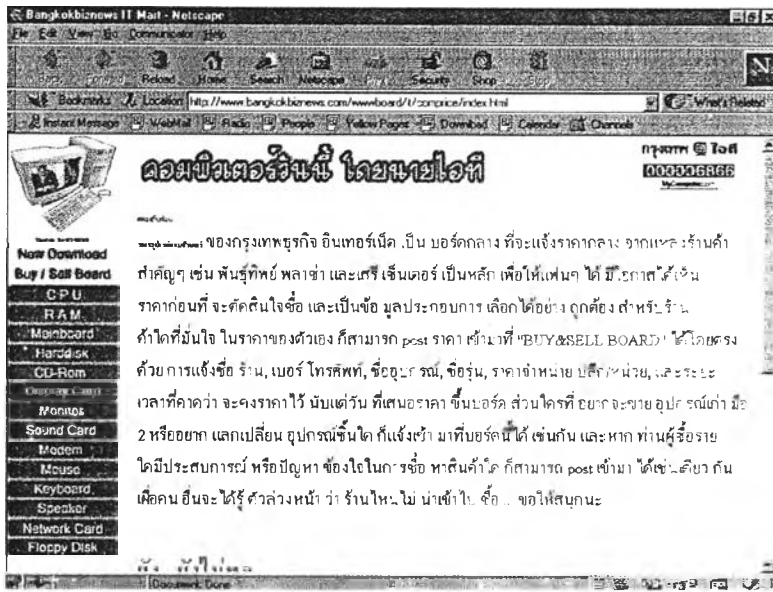
7.การให้บริการถาม-ตอบปัญหาเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ โดยมีผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้น มาตอบคำถาม

หัวข้อคำถามต่าง ๆ ที่มีผู้อ่านมาโพสต์ไว้



รูปที่ 94 แสดงหน้าเว็บเพจการถามตอบปัญหาคอมพิวเตอร์

7.การให้บริการกระดานข่าว เพื่อแจ้งราคาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ล่าสุด,การแจ้งขายหรือแลกเปลี่ยนอุปกรณ์ต่าง ๆ รวมทั้งการแจ้งปัญหาการบริการ หรือการซื้อสินค้าที่มีปัญหา

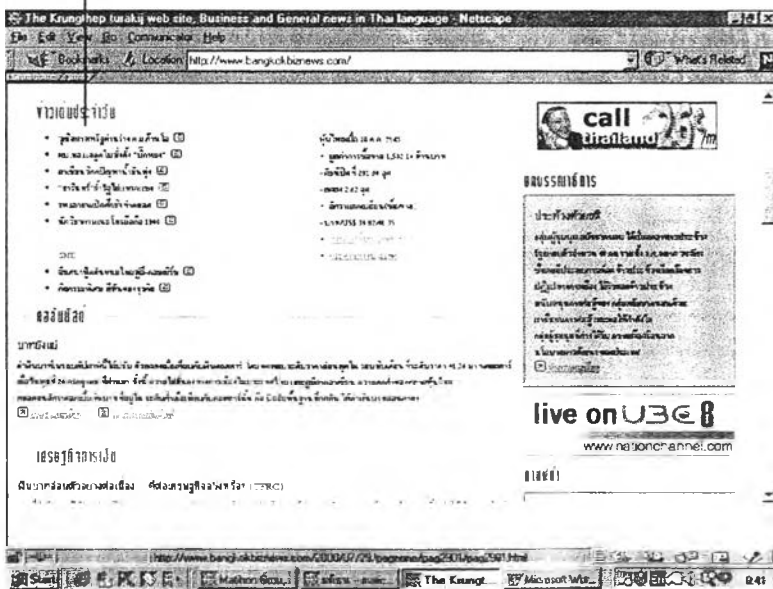


รูปที่ 95 แสดงหน้าเว็บเพจ IT Mart

การเชื่อมโยงข้อมูล

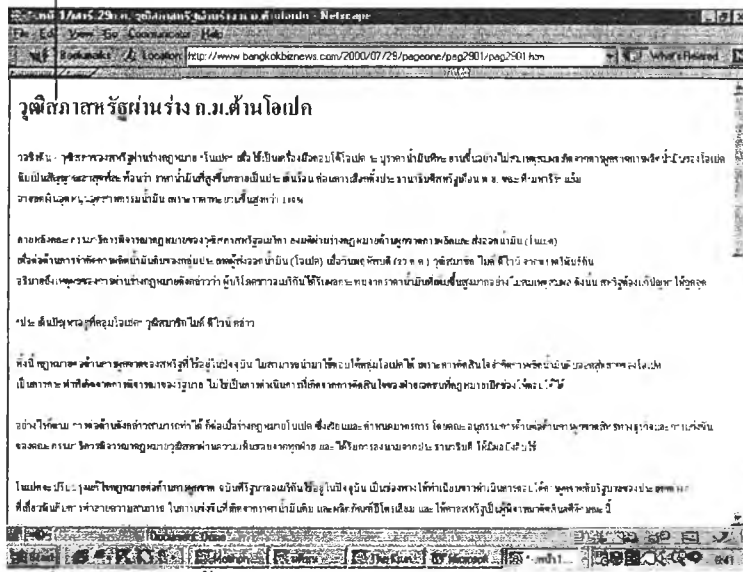
1.ข่าวและคอลัมน์ ในหน้าโฮมเพจจะมีการแบ่งประเภทของเนื้อหา และมีการเชื่อมโยงหัวข้อข่าวเด่นในเนื้อหาแต่ละประเภท รวมทั้งในส่วนของการ์ตูน บทบรรณาธิการและคอลัมน์กาแฟดำ จะใช้การคลิกเมาส์เพียงครั้งเดียวก็จะสามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้

การคลิกครั้งที่ 1 หัวข้อข่าวที่ต้องการเข้าถึง



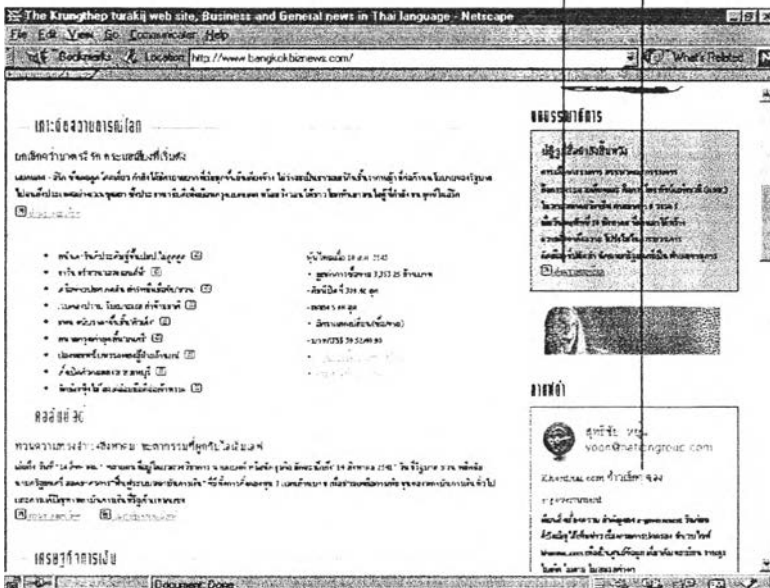
รูปที่ 96 แสดงการเชื่อมโยงข้อมูลในหัวข้อข่าวจากหน้าโฮมเพจ

รายละเอียดของเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง



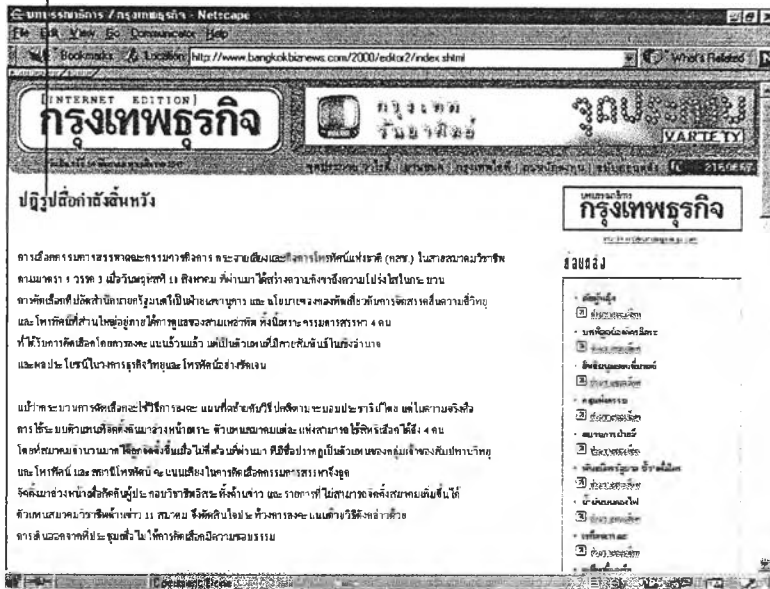
รูปที่ 97 แสดงเนื้อหารายละเอียดของข่าวที่ต้องการเข้าถึง

การคลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วนเชื่อมโยง
ไปยังเนื้อหาบทบรรณาธิการ
และคอลัมน์เก่าแก่



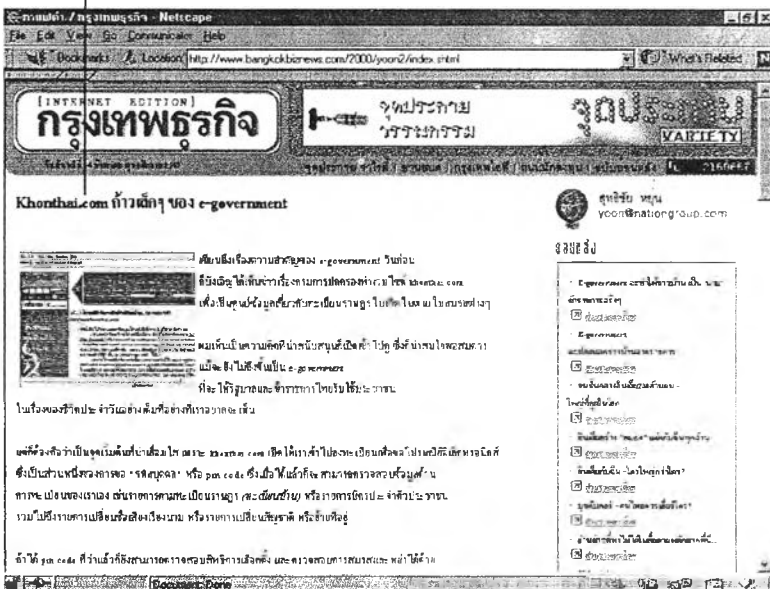
รูปที่ 98 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหาบทบรรณาธิการและคอลัมน์เก่าแก่
จากหน้าโฮมเพจ

รายละเอียดเนื้อหาในทบรณานาธิการ



รูปที่ 99 แสดงการเข้าถึงรายละเอียดเนื้อหาทบรณานาธิการ

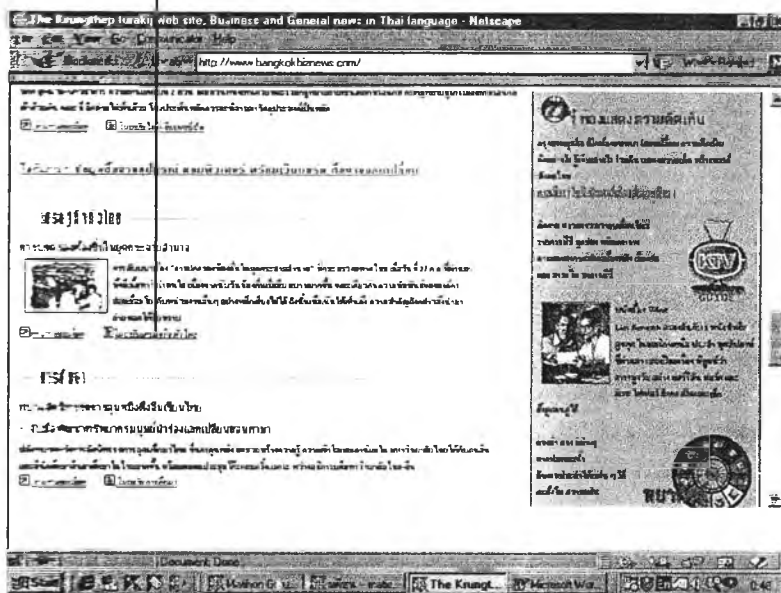
รายละเอียดเนื้อหาคอลัมน์กาแฟดำ



รูปที่ 100 แสดงการเข้าถึงรายละเอียดเนื้อหาคอลัมน์กาแฟดำ

ในขณะที่เดียวกันถ้าต้องการดูหัวข้อข่าวทั้งหมดในเนื้อหาข่าวประเภทนั้น ๆ ก็ต้องคลิกใช้การคลิกเมาส์ 2 ครั้งเพื่อเข้าถึงเนื้อหาข่าวที่ต้องการได้

การคลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วนเชื่อมโยงไปยังหัวข้อข่าวทั้งหมดในประเภทข่าวเศรษฐกิจทั่วไทย



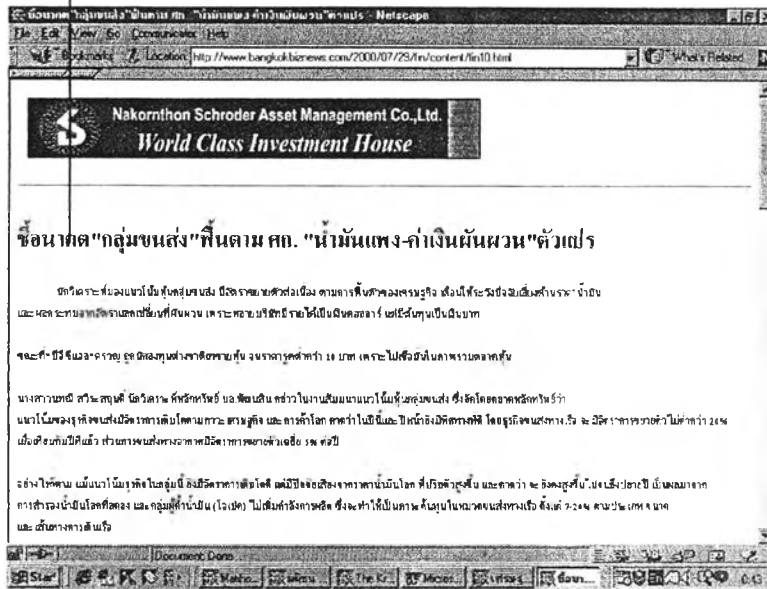
รูปที่ 101 แสดงการเชื่อมโยงไปยังหัวข้อข่าวทั้งหมดในส่วนเศรษฐกิจทั่วไทย

การคลิกครั้งที่ 2 ที่จุดเชื่อมโยงหัวข้อข่าวไปยังเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 102 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหาจากหัวข้อข่าวที่ต้องการเข้าถึง

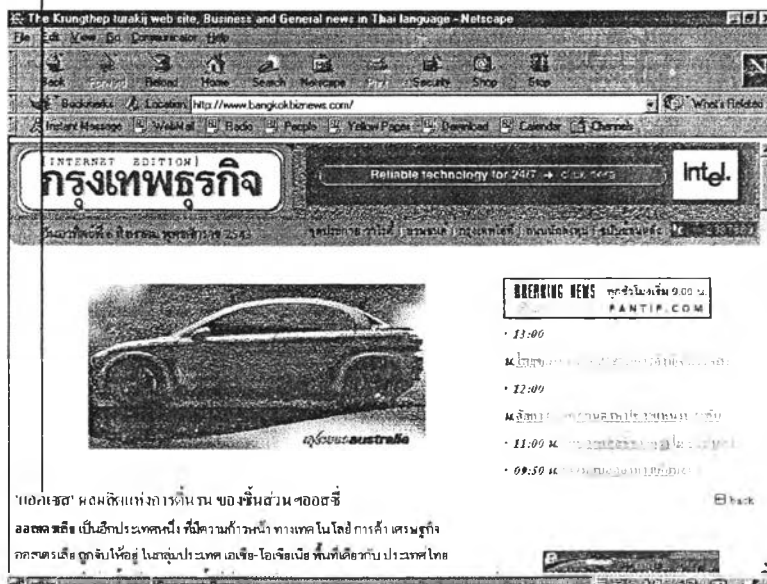
รายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 103 แสดงรายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง

2. เนื้อหารายสัปดาห์ การเชื่อมโยงเนื้อหาในส่วนของรายสัปดาห์นั้น จะใช้การคลิกเมาส์เพียง 2 ครั้งจากหน้าโฮมเพจก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้

การคลิกครั้งที่ 1 ที่จุดเชื่อมโยงไปยังหน้ายานยนต์



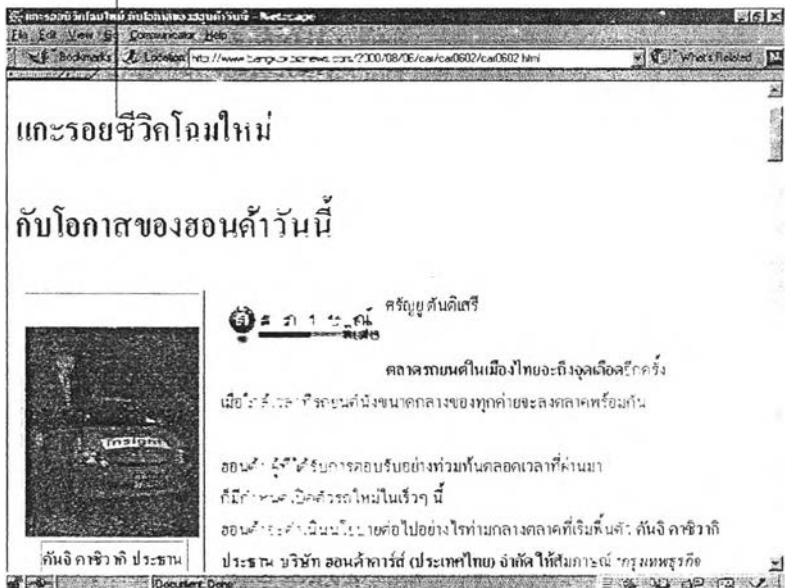
รูปที่ 104 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหาจากหน้าโฮมเพจ

หัวข้อข่าวที่ต่อเนื่องการเข้าถึง



รูปที่ 105 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหาจากหน้ายานยนต์

รายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 106 แสดงรายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง

3. Breaking News การเชื่อมโยงเนื้อหา Breaking News จากหน้าโฮมเพจ จะใช้การคลิกเมาส์เพียงครั้งเดียวก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้



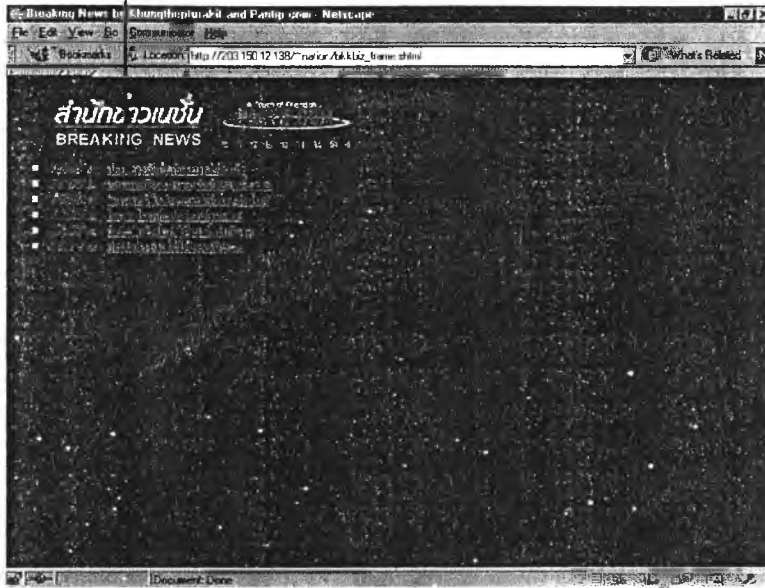
รูปที่ 107 แสดงการเชื่อมโยง Breaking News จากหน้าโฮมเพจ

รายละเอียดเนื้อหาข่าว Breaking News ที่ต้องการเข้าถึง



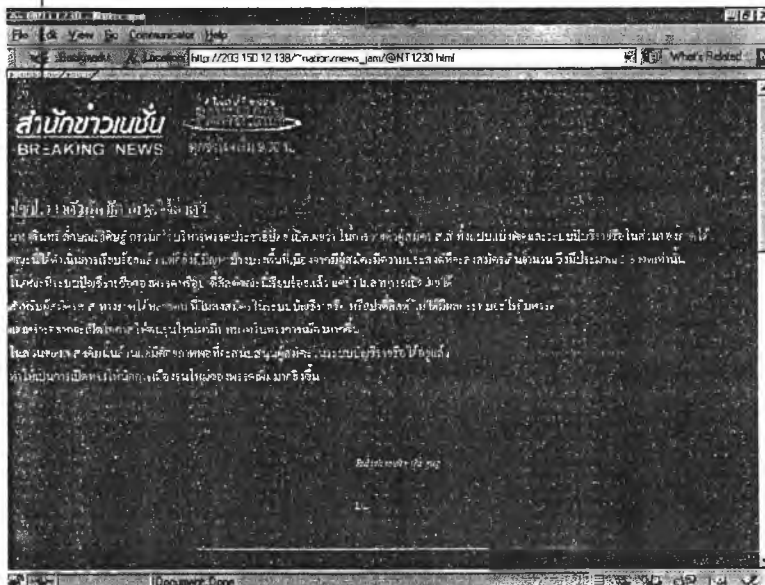
รูปที่ 108 แสดงรายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ตรงความต้องการเข้าถึง

คลิกเมาส์ครั้งที่ 2 ที่จุดเชื่อมโยง
หัวข้อข่าวที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 111 แสดงหน้าเว็บเพจหัวข้อข่าว Breaking News ทั้งหมด

รายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 112 แสดงรายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง

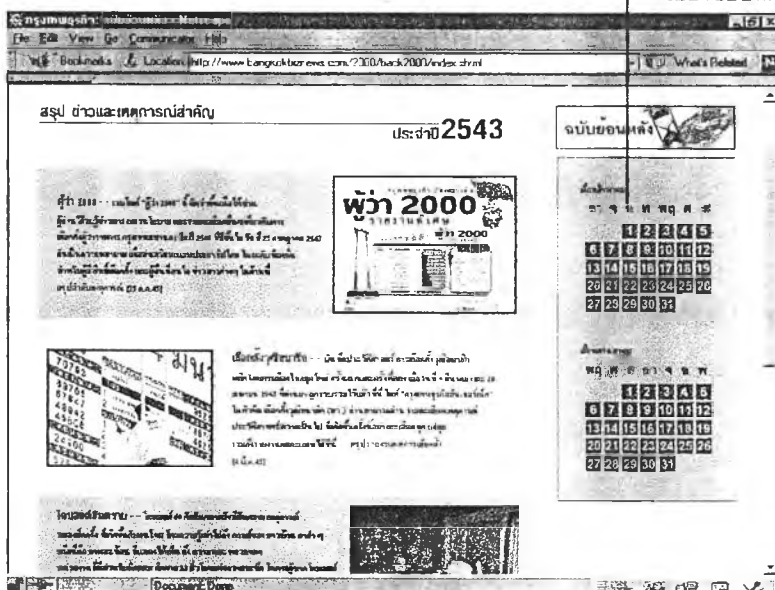
4.ฉบับย้อนหลัง การให้บริการฉบับย้อนหลังของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ จะใช้การคลิกเมาส์เพียง 2 ครั้ง ก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาฉบับย้อนหลังในวันที่ต้องการได้

การคลิกเมาส์ครั้งที่ 1 ที่จุดเชื่อมโยงฉบับย้อนหลัง:



รูปที่ 113 แสดงการเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาฉบับย้อนหลัง

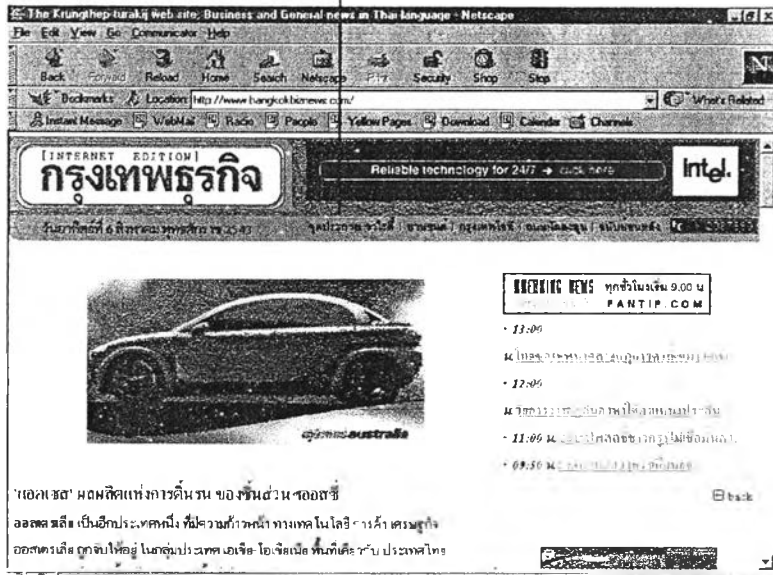
คลิกครั้งที่ 2 ที่จุดเชื่อมโยงไปยังฉบับที่ต้องการ:



รูปที่ 114 แสดงการเชื่อมโยงไปยังฉบับย้อนหลังที่ต้องการ

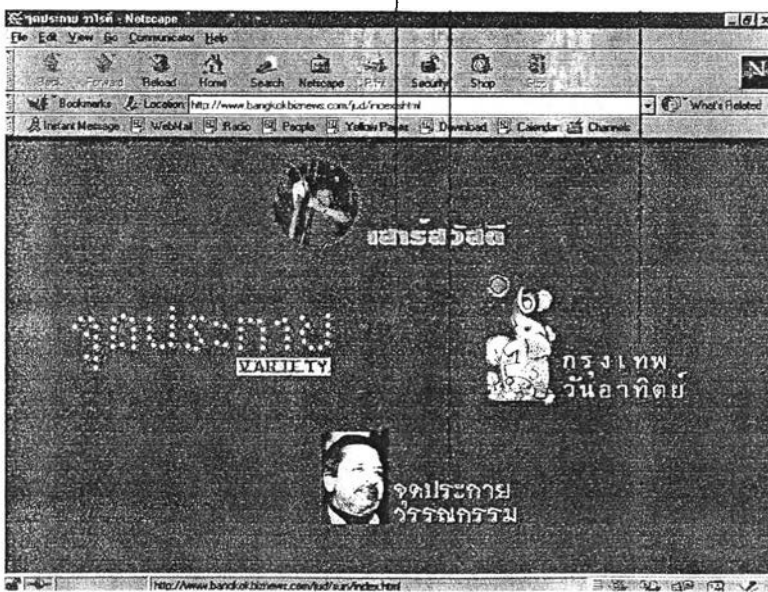
ส่วนการเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาฉบับย้อนหลังของเนื้อหารายสัปดาห์นั้น ในส่วนของเสิร์ช สวิสต์, จุดประกายวรรณกรรมและจุดประกายวันอาทิตย์จะต้องใช้การคลิกเมาส์ 4 ครั้งจึงจะ สามารถเข้าถึงฉบับย้อนหลังที่ต้องการได้

คลิกครั้งที่ 1 ที่จุดเชื่อมโยงไป
ยังหน้าจุดประกายวาไรตี้



รูปที่ 115 แสดงการเชื่อมโยงไปยังฉบับย้อนหลังจุดประกายวาไรตี้

คลิกครั้งที่ 2 ที่จุดเชื่อมโยงไปยังเนื้อหา
ฉบับย้อนหลังในส่วนที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 116 แสดงการเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาฉบับย้อนหลังที่ต้องการเข้าถึง

คลิกครั้งที่ 3
ที่จุดเชื่อมโยง
ไปยังฉบับย้อน
หลัง



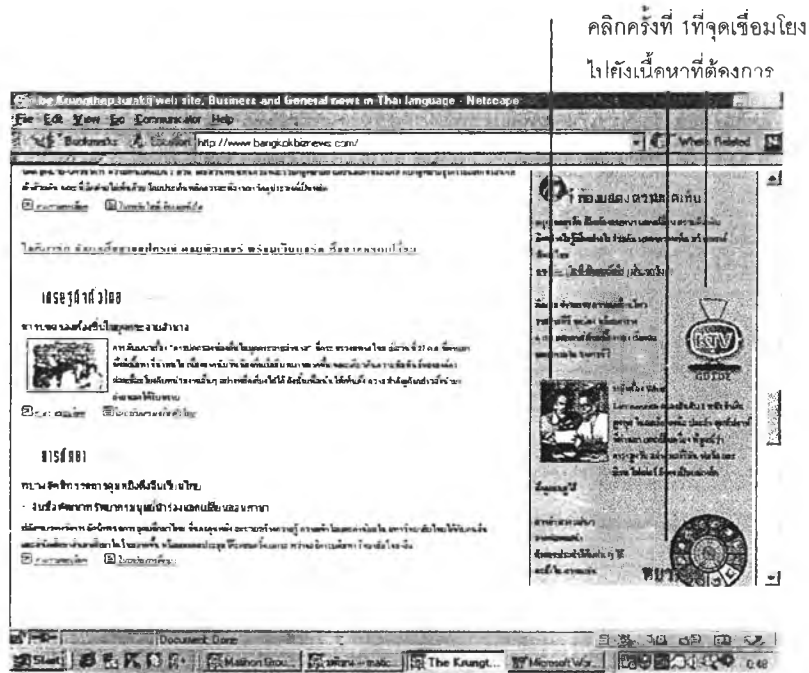
รูปที่ 117 แสดงการเข้าถึงเนื้อหาฉบับย้อนหลังกรุงเทพวันอาทิตย์

คลิกครั้งที่ 4 ที่ฉบับย้อนหลังที่ต้องการ

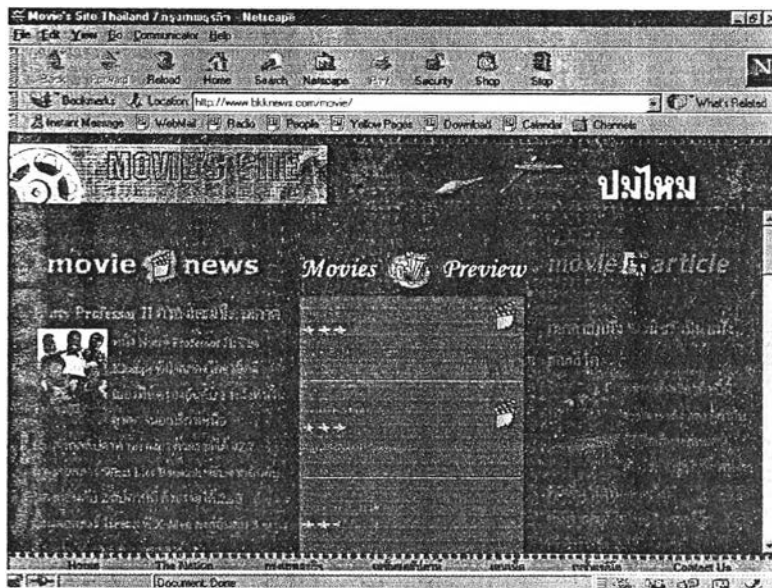


รูปที่ 118 แสดงการเชื่อมโยงไปยังฉบับย้อนหลังที่ต้องการ

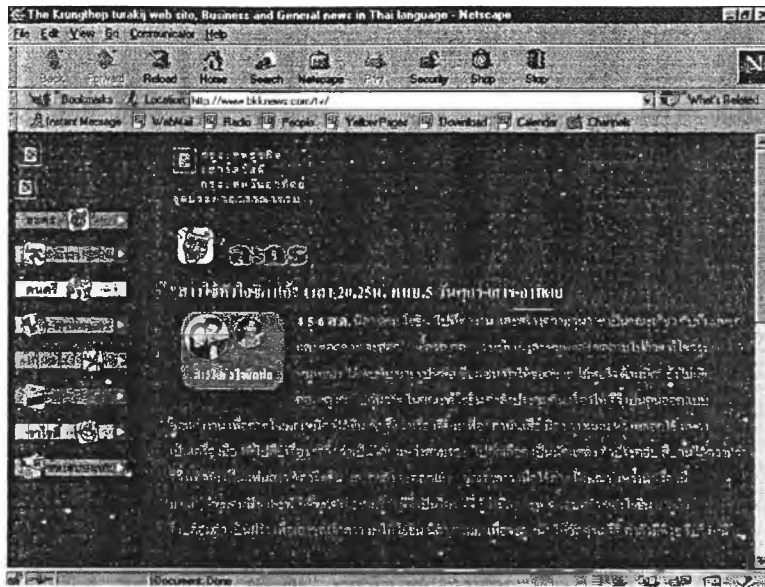
5. กรุงเทพฯทีวีโกด์, ภาพยนตร์, พยากรณ์ และอันดับหนังสือขายดี ใช้การเชื่อมโยงโดยการคลิกเมาส์เพียงครั้งเดียวจากหน้าโฮมเพจก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้



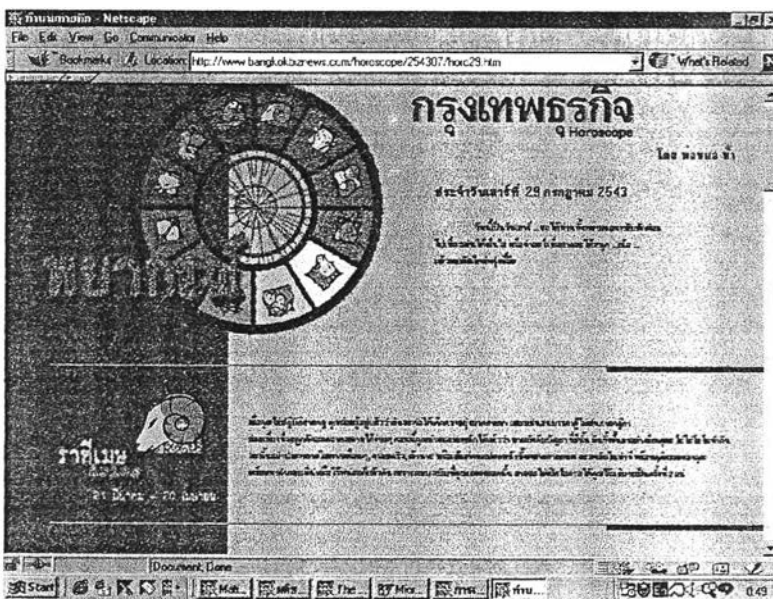
รูปที่ 119 แสดงการเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม



รูปที่ 120 แสดงหน้าเว็บเพจในส่วนภาพยนตร์

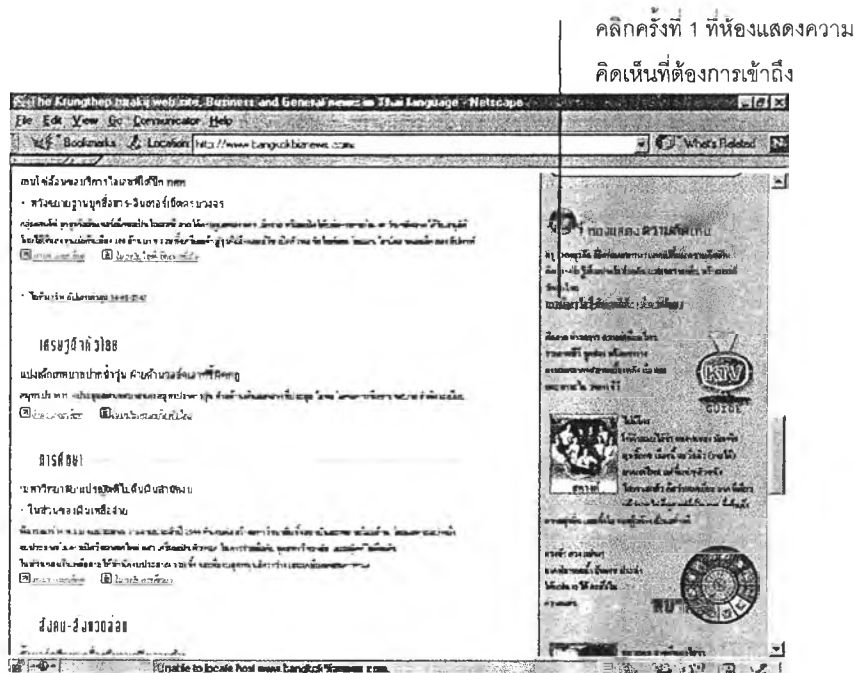


รูปที่ 121 แสดงหน้าเว็บเพจในส่วนกรุงเทพทีวีโกด์



รูปที่ 122 แสดงหน้าเว็บเพจในส่วนพยากรณ์

6.เว็บบอร์ด ใช้การคลิกเมาส์เพียง 2 ครั้งก็สามารถเข้าถึงรายละเอียดของกระทู้ที่ต้องการเข้าถึงได้

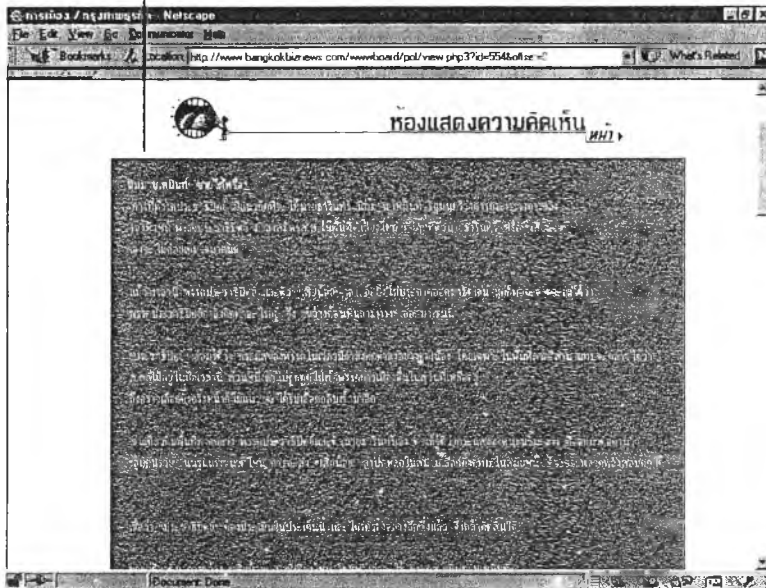


รูปที่ 123 แสดงการเชื่อมโยงไปยังห้องแสดงความคิดเห็น



รูปที่ 124 แสดงการเชื่อมโยงจากหัวข้อกระทู้ที่ต้องการเข้าถึง

รายละเอียดของเนื้อหากระทู้ที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 125 แสดงรายละเอียดเนื้อหาของกระทู้ที่ต้องการเข้าถึง

7. เกมส์หุ้น ใช้การเชื่อมโยงโดยการคลิกเมาส์ 2 ครั้งก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาของเกมส์หุ้นได้

คลิกครั้งที่ 1 ที่จุดเชื่อมโยงเนื้อหาบนหน้ากลาง



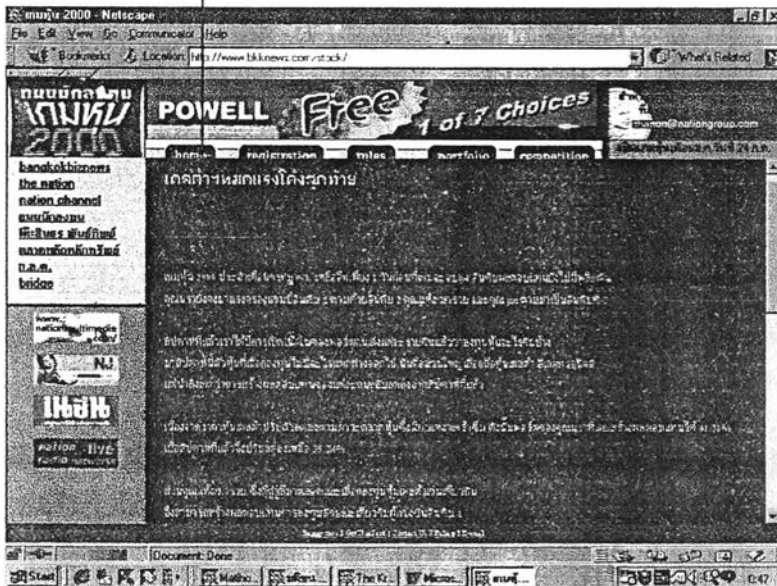
รูปที่ 126 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหาบนหน้ากลาง

การคลิกครั้งที่ 2 ที่จุด
เชื่อมโยงเกมส์หุ้น



รูปที่ 127 แสดงการเชื่อมโยงไปยังหน้าเกมส์หุ้น

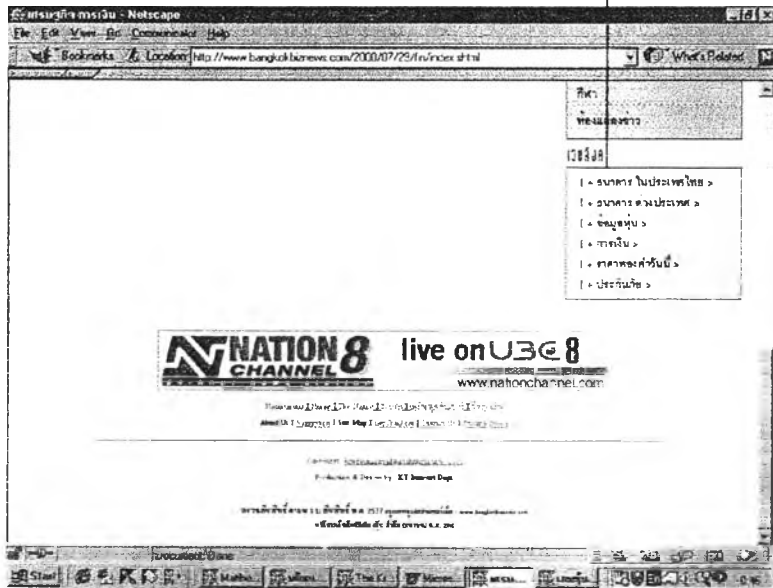
รายละเอียดเนื้อหาเกมส์หุ้น



รูปที่ 128 หน้าเว็บเพจแสดงรายละเอียดของเกมส์หุ้น

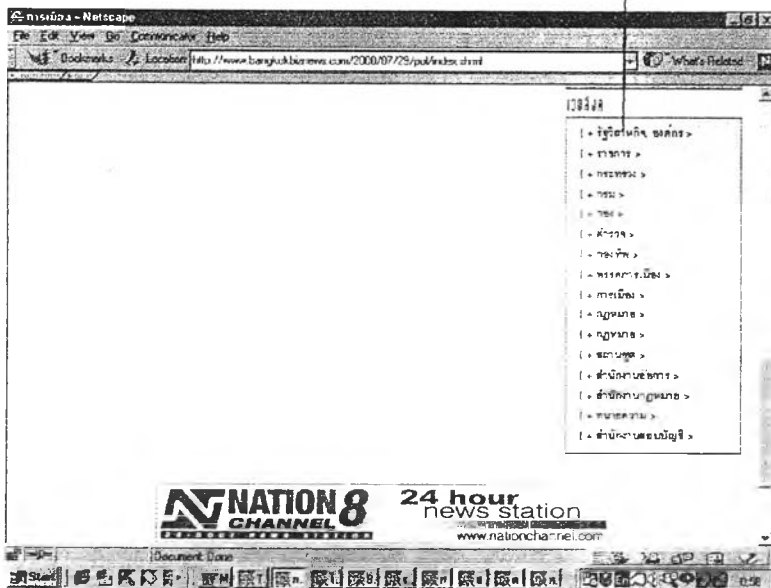
8.การเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาภายนอกเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมีการจัดเตรียมการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังภายนอกเว็บไซต์ในหน้าแสดงหัวข้อข่าวในแต่ละประเภท โดยการเตรียมการเชื่อมโยงจะแบ่งตามประเภทของหน้าข่าวนั้น ๆ

การเตรียมการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังภายนอกเว็บไซต์



รูปที่ 129 แสดงการเตรียมการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังภายนอกเว็บไซต์ในหน้าการเงิน

การเตรียมการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังภายนอกเว็บไซต์



รูปที่ 130 แสดงการเตรียมการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังภายนอกเว็บไซต์ในหน้าการเมือง

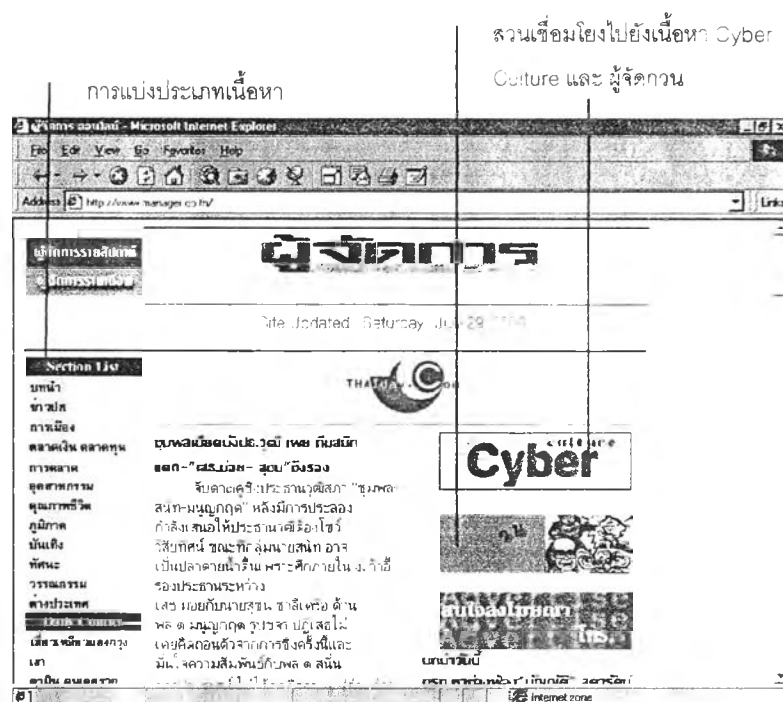
5.หนังสือพิมพ์ออนไลน์ผู้จัดการ

เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของผู้จัดการ จะนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่จากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มขึ้นมาไว้บนเว็บไซต์โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนข้อมูล แต่ในขณะเดียวกันก็จะมีการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างจากฉบับเล่มด้วย สำหรับรูปแบบการนำเสนอจะมีหัวข้อข่าวของแต่ละข่าวเพื่อให้ผู้อ่านเลือกเข้าไปดูตามความสนใจ โดยจัดแบ่งเนื้อหาประเภทของข่าวตามหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเล่ม ดังต่อไปนี้

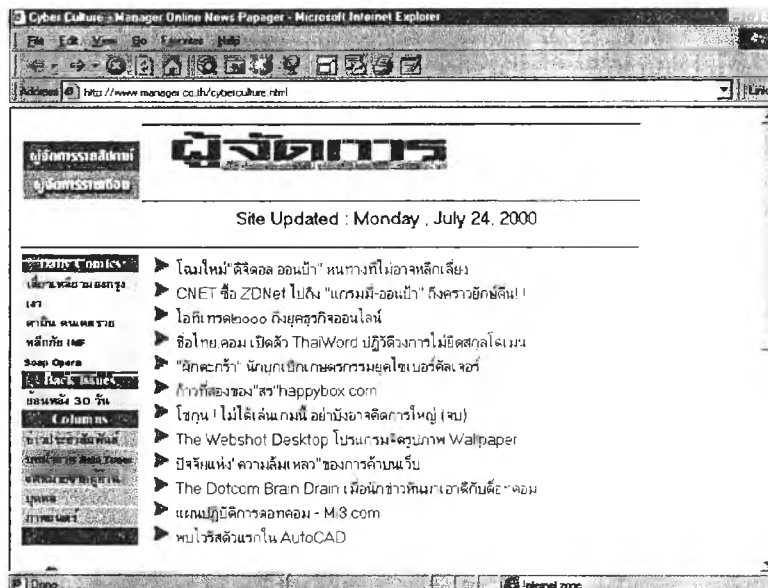
1)บทนำ 2)ข่าวปก 3)การเมือง 4)ตลาดเงินตลาดทุน 5)การตลาด 6)อุตสาหกรรม 7)คุณภาพชีวิต/ชุมชนเมือง 8)ภูมิภาค 9)บันเทิง 10)ทัศนะ และ 11)ต่างประเทศ

ในขณะเดียวกันก็มีการนำเสนอเนื้อหาในส่วนที่ไม่ได้มีเนื้อหาประจำในหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม คือ ข่าววิเคราะห์ และธรรมะ รวมทั้งการนำเสนอเนื้อหาที่มีการนำเสนอในรูปแบบรายสัปดาห์ของหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มคือ Cyber culture ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารและอินเทอร์เน็ต โดยจะนำเสนอในวันฉบับจันทร์ตามหนังสือฉบับเล่ม และในส่วนของวรรณกรรม ซึ่งเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในวงการหนังสือ โดยจะนำเสนอในฉบับวันเสาร์/อาทิตย์ รวมทั้งในส่วนของผู้จัดการกวน ซึ่งจะนำเสนอในฉบับวันศุกร์

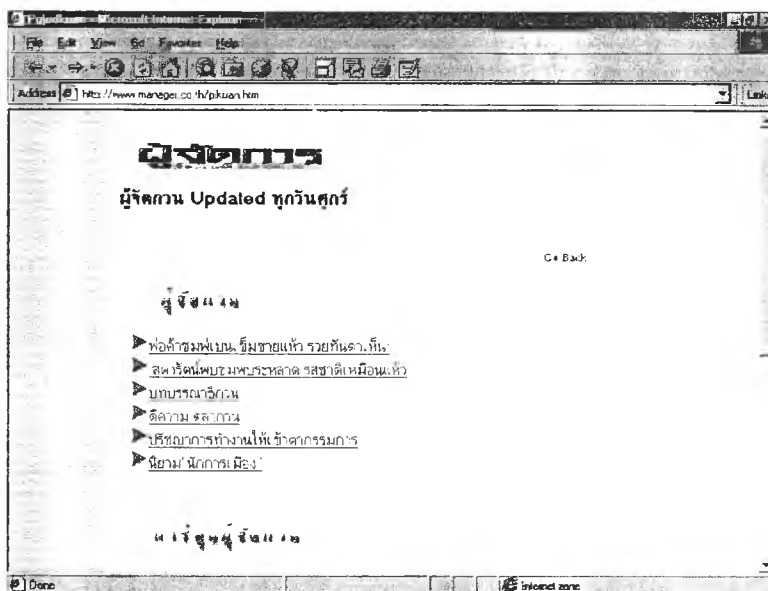
นอกจากนี้ก็มีการนำเสนอการ์ตูน “เสี่ยวเหลี่ยมมองกรุง”, “เงา”, “คามิน คนเคयरวย”, “หลีกภัย IMF”, และ “Soap Opera”



รูปที่ 131 ลักษณะหน้าเว็บเพจของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์



รูปที่ 132 หน้าเว็บเพจในส่วนเนื้อหา Cyber Culture



รูปที่ 133 หน้าเว็บเพจในส่วนของเนื้อหาผู้จัดการ

จากการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ผู้จัดการ พบว่าในแต่ละส่วนของเนื้อหา มีปริมาณการนำเสนอต่อไปนี้

ประเภทของข่าว	ปริมาณการนำเสนอ (ข่าว/บทความ)
บทนำ	27
ข่าวปก	172
การเมือง	178
ตลาดเงิน/ตลาดทุน	445
การตลาด	268
อุตสาหกรรม	161
คุณภาพชีวิต/ชุมชนเมือง	194
ภูมิภาค	122
บันเทิง	122
ทัศนะ	291
ต่างประเทศ	170
ธรรมะ	9
วรรณกรรม	32
Cyber Culture	62
วิเคราะห์	13
รวม	2,266

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนเนื้อหาข่าวและบทความที่นำเสนอ
บนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ

นอกจากนี้จากการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่า จากเนื้อหาทั้งหมด 2,266 ข่าว/บทความ กลับไม่มีการใช้ภาพประกอบเลย รวมทั้งในส่วนของหน้าแรกของเว็บเพจด้วย

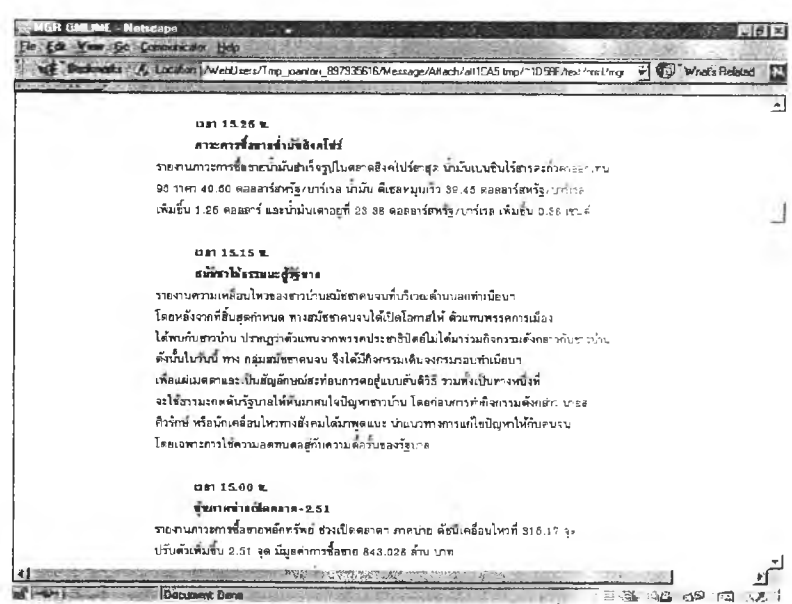
เนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม

ในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ผู้จัดการมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เพิ่มเติมนอกเหนือจากการนำเสนอเนื้อหาที่นำมาจากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม ดังต่อไปนี้



รูปที่ 134 ส่วนของหน้าเว็บเพจที่เป็นส่วนเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม

1) Breaking News มีการนำเสนอตั้งแต่วันจันทร์ถึงศุกร์ ตั้งแต่เวลา 9.00 น.-16.00 น. โดยจะเว้นไม่มีการนำเสนอในวันเสาร์และอาทิตย์

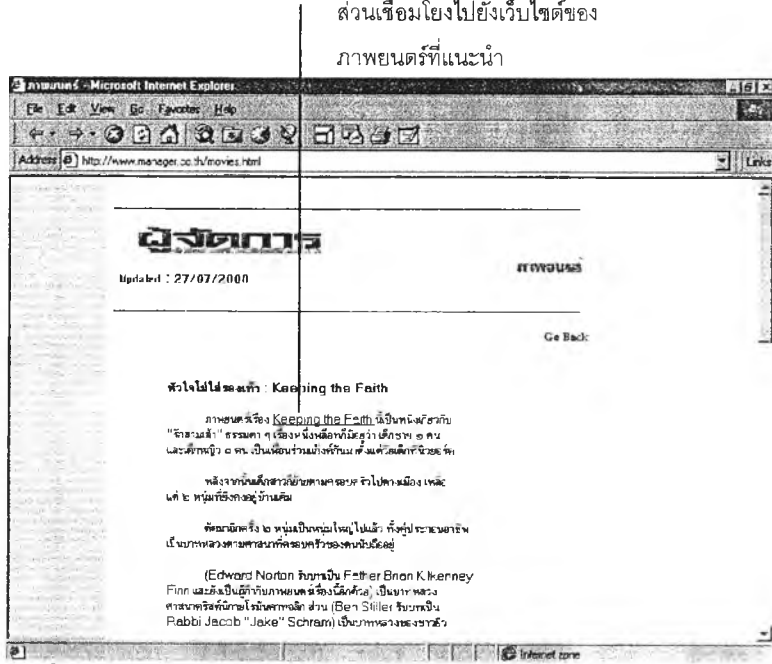


รูปที่ 135 หน้าเว็บเพจแสดงหัวข้อข่าวอัปเดตทั้งหมด

2) Inside Thailand เป็นส่วนที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและข่าวสารประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

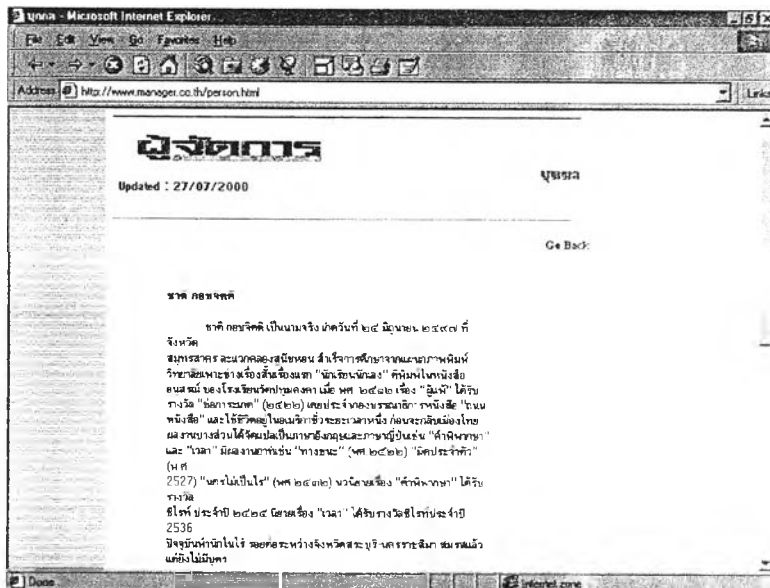
3) ภาพยนตร์ การแนะนำภาพยนตร์ที่น่าสนใจ รวมทั้งมีการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังเว็บไซต์ของภาพยนตร์ที่แนะนำด้วย

ส่วนเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของ
ภาพยนตร์ที่แนะนำ



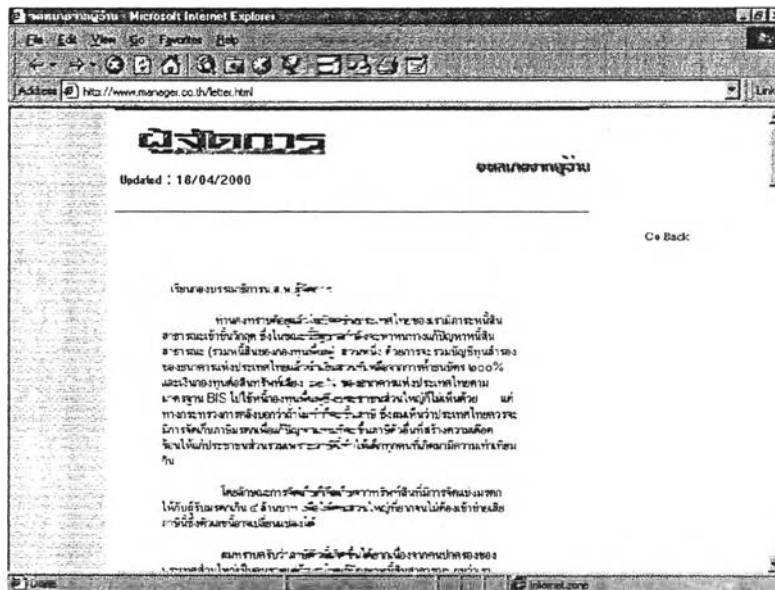
รูปที่ 136 หน้าเว็บเพจการแนะนำภาพยนตร์ที่น่าสนใจ

4) บุคคล นำเสนอเนื้อหาของบุคคลที่มีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ



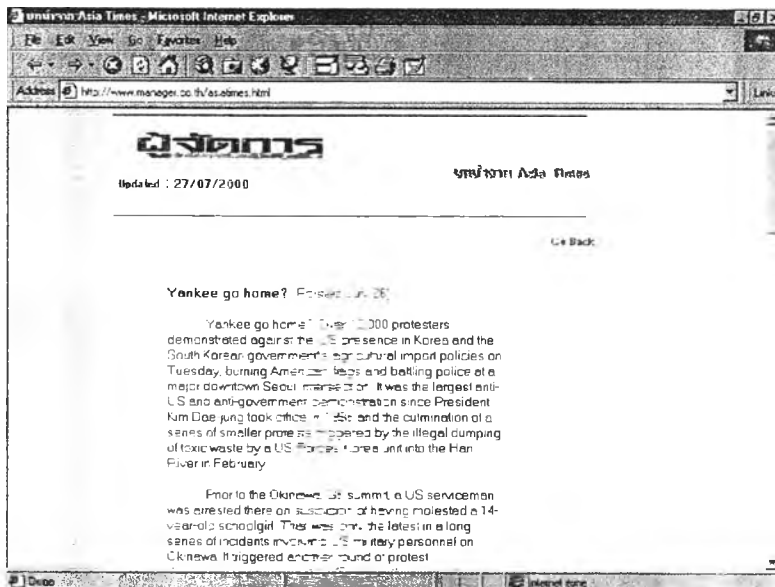
รูปที่ 137 หน้าเว็บเพจบุคคล ซึ่งนำเสนอเรื่องราวของบุคคลที่มีชื่อเสียง
ในด้านต่าง ๆ

5) จดหมายจากผู้อ่าน นำเสนอเนื้อหาจดหมายของผู้อ่านทั้งในรูปแบบของอีเมลล์และจดหมาย



รูปที่ 138 หน้าจดหมายจากผู้อ่าน

6) บทนำจาก Asia Time



รูปที่ 139 หน้าบทนำจาก Asia Time

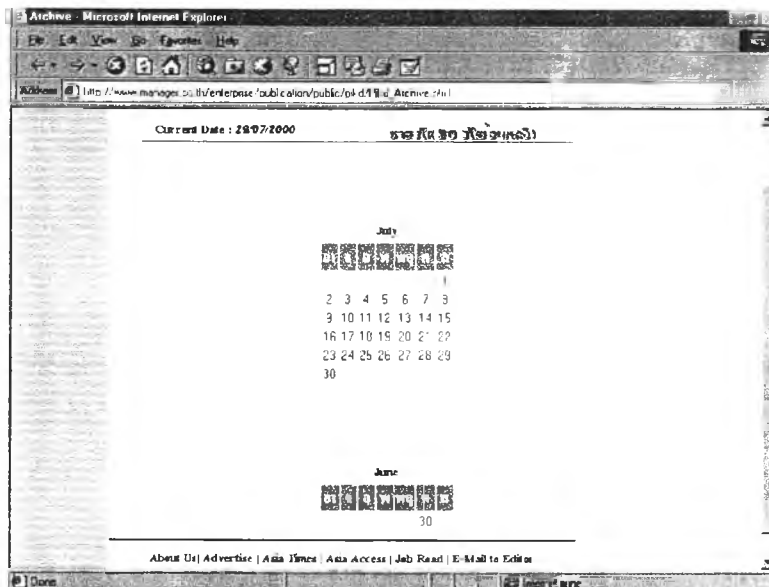
7) Wisdom Keeper การนำเสนอเนื้อหาที่แปลมาจากต่างประเทศในส่วนของเคล็ดลับการบริหารงาน

8) Job Road เป็นส่วนของการให้บริการจัดหางาน



รูปที่ 140 หน้าเว็บเพจการสมัครงาน

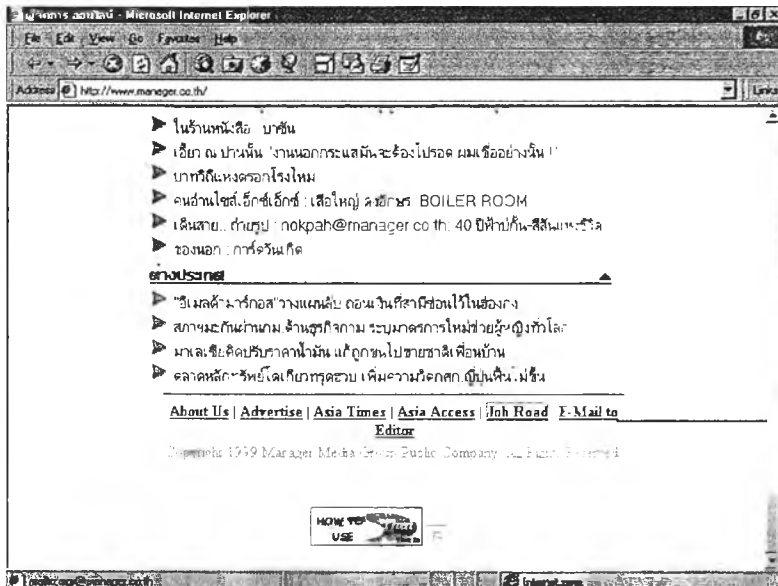
9) ฉบับย้อนหลัง มีฐานข้อมูลให้สืบค้นย้อนหลัง 1 เดือน



รูปที่ 141 การให้บริการฉบับย้อนหลัง 30 วัน

การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่าน

มีเพียงช่องทางเดียวที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ผู้จัดการจะสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับทีมงานผู้จัดทำได้ก็คือ การติดต่อผ่านทางอีเมล mgr@webmaster.co.th

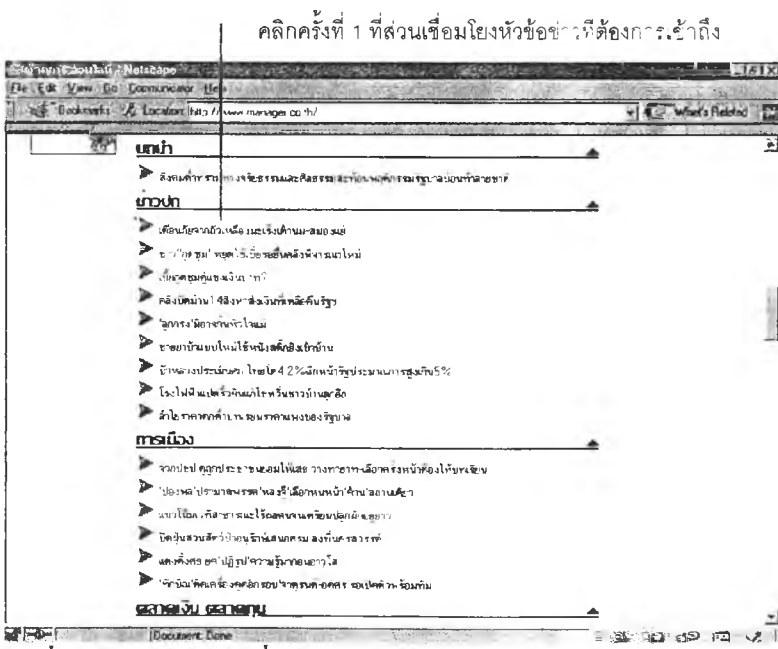


ที่อยู่ อีเมล
หนังสือพิมพ์ผู้
จัดการ
ออนไลน์

รูปที่ 142 แสดงที่อยู่อีเมลหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์

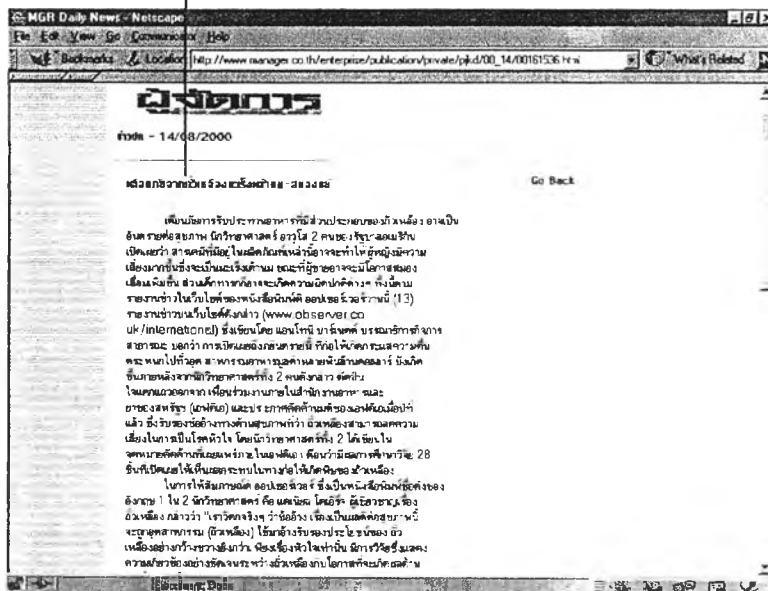
การเชื่อมโยงข้อมูล

1. ข่าว บทความ และการ์ตูน รวมทั้งเนื้อหาที่ไม่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม การเข้าถึงข้อมูลจะใช้การคลิกเมาส์เพียงครั้งเดียวก็จะเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้



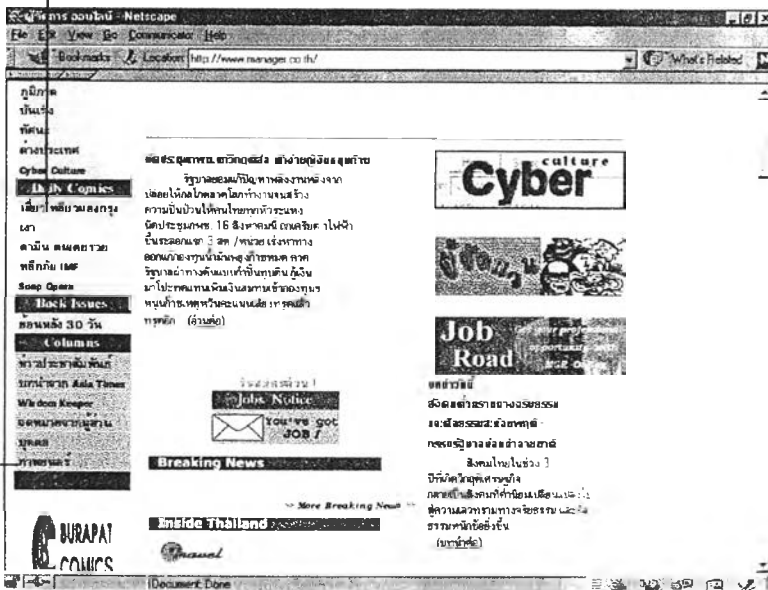
รูปที่ 143 แสดงการเชื่อมโยงหัวข้อข่าวจากหน้าโฮมเพจ

รายละเอียดเนื้อหาข่าว
ที่ต้องการเข้าถึง



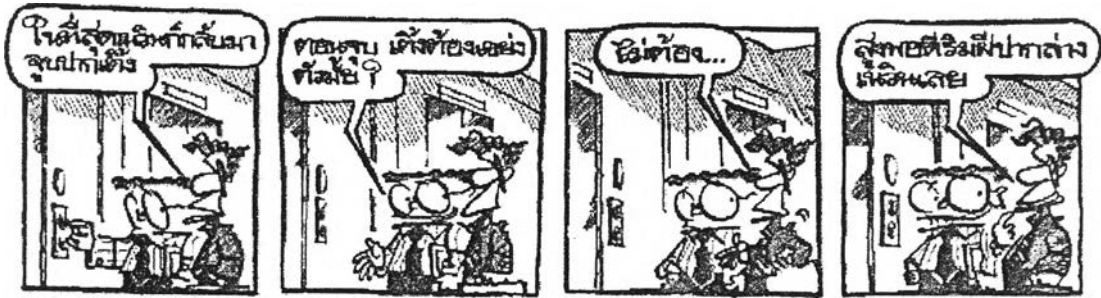
รูปที่ 144 หน้าเว็บเพจแสดงรายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง

คลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วนเชื่อมโยง
การค้นที่ต้องการ



คลิกครั้งที่ 1
ที่ส่วนเชื่อมโยง
รูปภาพ
ยนตร์

รูปที่ 145 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหาการ์ตูนและภาพยนตร์



รูปที่ 146 แสดงการ์ตูน “คามิน คนเคยรวย”



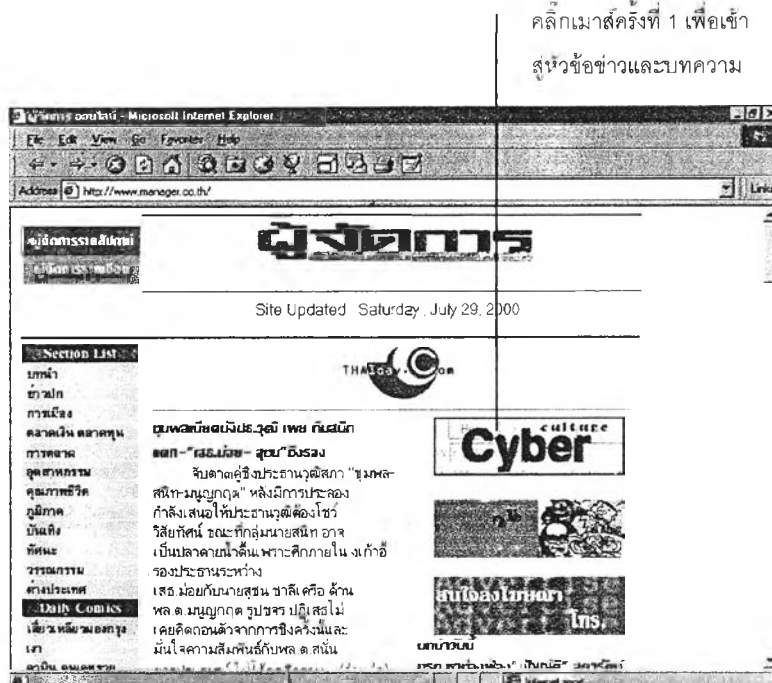
รูปที่ 147 แสดงการ์ตูน “เสียวเหลียวมองกรุง”



เดี๋ย... เพราะเขว่นำไปประทังก็หน้าก่าเดี๋ย... ก่าบมายก่าเสยคืองนำก่าบายน

รูปที่ 148 แสดงการ์ตูน “เงา”

2. Cyber Culture และ ผู้จัดการ การเข้าถึงข้อมูลใช้การคลิกเมาส์ 2 ครั้ง จึงจะเข้าถึงเนื้อหาข่าวที่ต้องการได้ โดยการคลิกครั้งแรกจากหน้าโฮมเพจ จะเข้าสู่หน้าเว็บเพจของ Cyber Culture หรือ ผู้จัดการ ซึ่งจะมีหัวข้อข่าว และบทความให้เลือก การคลิกครั้งที่ 2 จากหัวข้อข่าวที่ต้องการก็จะเข้าสู่เนื้อหาของข่าวหรือบทความที่ต้องการได้



คลิกเมาส์ครั้งที่ 1 เพื่อเข้าสู่หัวข้อข่าวและบทความ

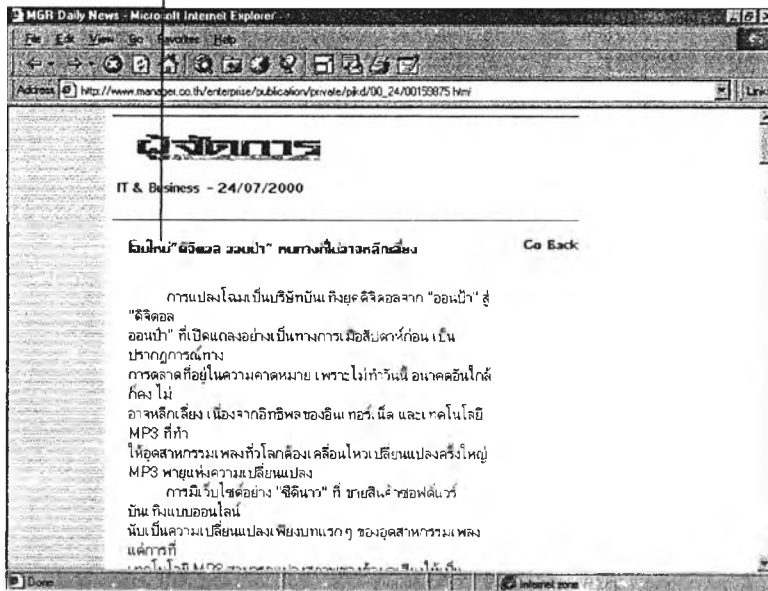
รูปที่ 149 แสดงการเชื่อมโยงข้อมูลจากหน้าโฮมเพจในส่วนเนื้อหา Cyber Culture



เนื้อหาที่ต้องการเข้าถึง

รูปที่ 150 แสดงการเข้าถึงหน้า Cyber Culture ที่มีหัวข้อข่าวและบทความให้ผู้อ่านเลือกเนื้อหาที่ต้องการ

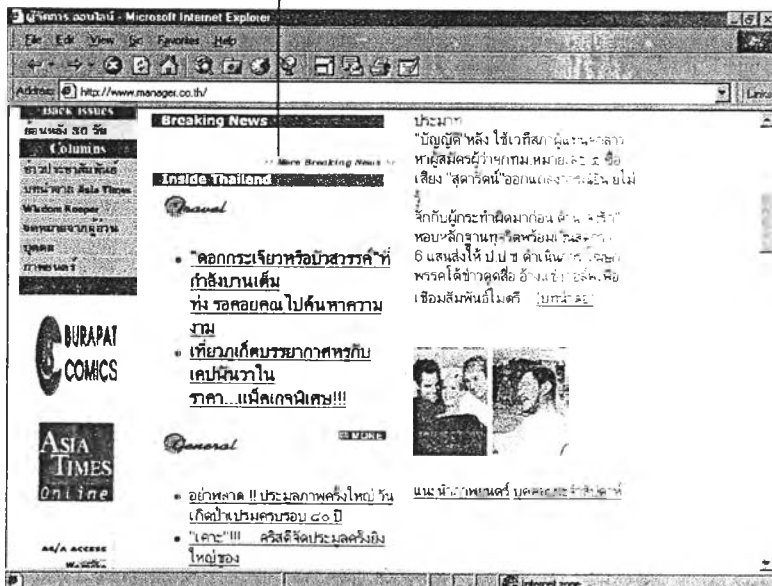
รายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง



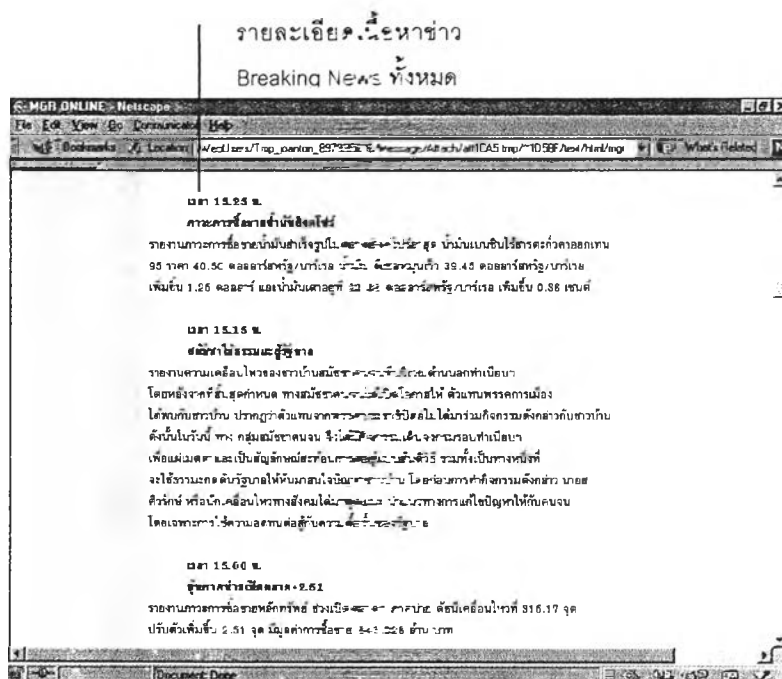
รูปที่ 151 แสดงรายละเอียดของเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง

3. Breaking News ใช้การคลิกเมาส์เพียงครั้งเดียวจากหน้าโฮมเพจที่ส่วนเชื่อมโยงหัวข้อข่าว Breaking News ก็สามารถเข้าสู่รายละเอียดเนื้อหาข่าว Breaking News ทั้งหมดได้

คลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วนเชื่อมโยง Breaking News



รูปที่ 152 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหา Breaking News จากหน้าโฮมเพจ



รูปที่ 153 แสดงหน้าเว็บเพจรายละเอียดเนื้อหาข่าว Breaking News

6.หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์

เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์จะนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่จากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม และจะไม่นำเสนอเนื้อหาข่าวจากต่างประเทศ เพราะติดปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ โดยหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์จะมีการจัดแบ่งเนื้อหาตามหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเล่ม ดังต่อไปนี้

- 1)Headlines 2)National 3)Metro 4)Politics 5)Business 6)Environment 7)IT
- 8)Sports 9)Social 10)Opinion Today 11)Letter 12)Snapshot 13)Cartoon 14)What's on
- 15)Entertainment 16)Events และ17)Features

นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอเนื้อหารายสัปดาห์ด้วยคือ Weekend และ Learn English ส่วนเนื้อหาในเว็บไซต์ที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม นอกจากฉบับย้อนหลังแล้ว ก็มีในส่วนของ Daily Snapshot,Election 2000 และ Inside Today



รูปที่ 154 แสดงหน้าเว็บเพจของหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์

จากการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์ พบว่าเนื้อหาในแต่ละส่วนมีปริมาณการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ประเภทข่าว	ปริมาณการนำเสนอ
Headlines	244
National	133
Metro	46
Politics	138
Business	369
Environment	5
IT	42
Sports	40
Social	27
Opinion Today	114
Letter	27
Daily Snapshot	12
Cartoon	28

(ต่อ)

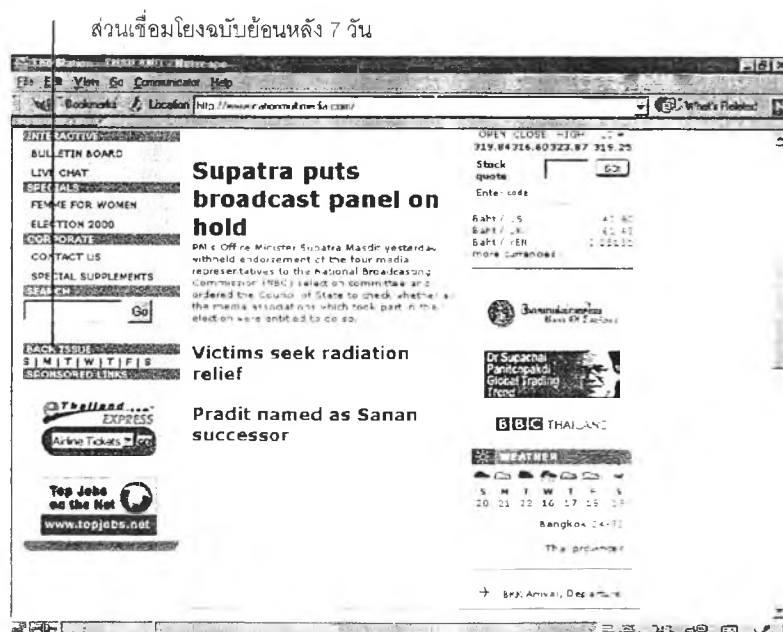
ประเภทข่าว	ปริมาณการนำเสนอ
What's on	7
Entertainment	30
Events	2
Features	28
รวม	1,292

ตารางที่ 14 แสดงปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละประเภท
ของหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์

ในส่วนของการใช้ภาพประกอบนั้น หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์จะมีการนำเสนอภาพข่าว 1 ภาพทุกวันในหน้าโฮมเพจ แต่ในส่วนเนื้อหาข่าวนั้นปรากฏว่าไม่มีการใช้ภาพประกอบเลยนอกจากในส่วน Daily Snapshot ซึ่งเป็นส่วนที่ไม่มีการนำเสนอในฉบับเล่ม

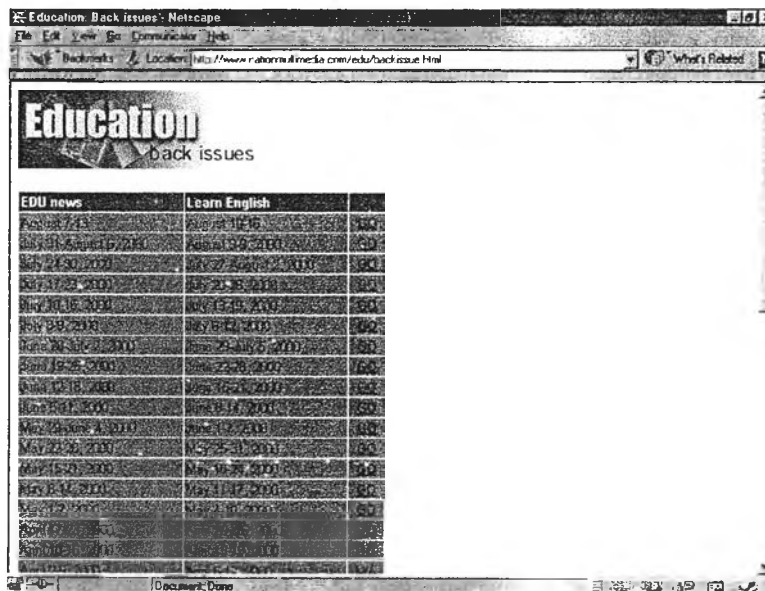
เนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม

- 1) ฉบับย้อนหลัง หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์มีการให้บริการฉบับย้อนหลังให้สืบค้น 7 วัน



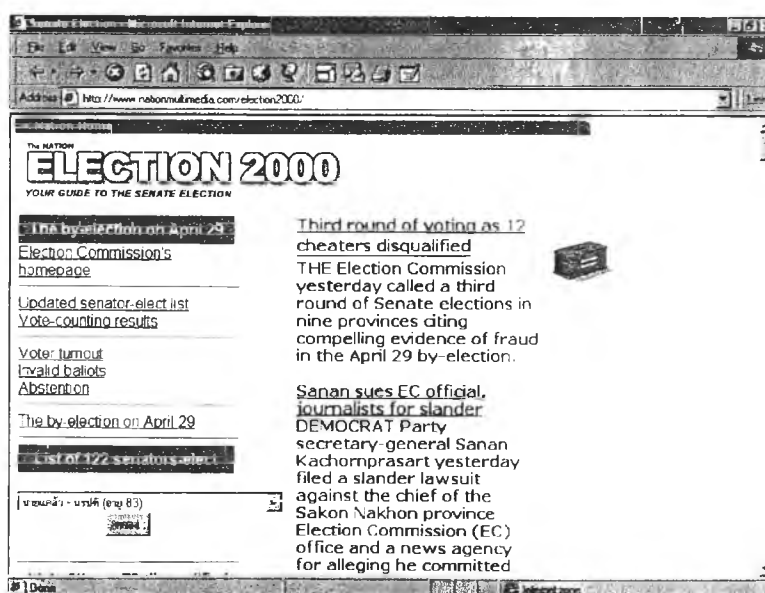
รูปที่ 155 แสดงส่วนเชื่อมโยงฉบับย้อนหลังในหน้าโฮมเพจ

นอกจากนั้นยังมีการให้บริการฉบับย้อนหลังในส่วน Education ตั้งแต่ฉบับ 4-10 พฤศจิกายน ถึงปัจจุบัน



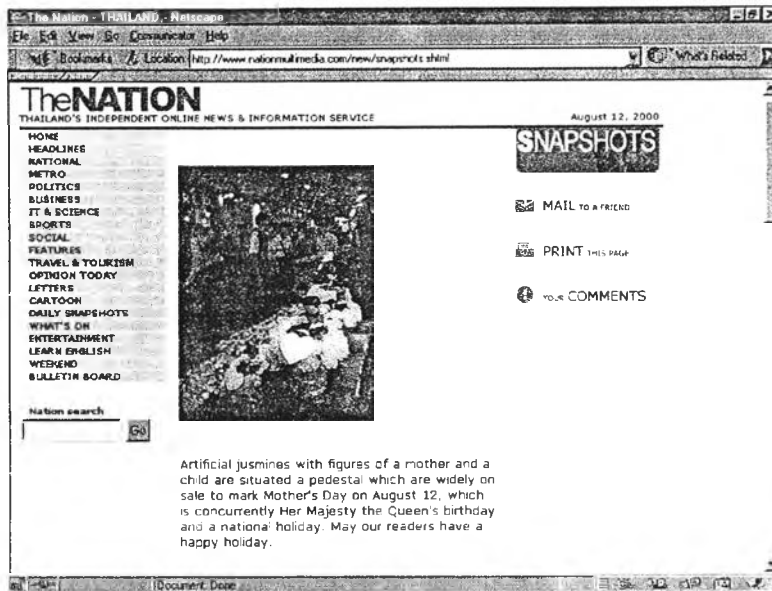
รูปที่ 156 แสดงหน้าเว็บเพจส่วนเชื่อมโยงฉบับย้อนหลังในส่วน Education

2. Eliction 2000 สรุปรข่าวเหตุการณ์การเลือกตั้งวุฒิสภาสมาชิกเมื่อวันที่ 29 เมษายน 2543

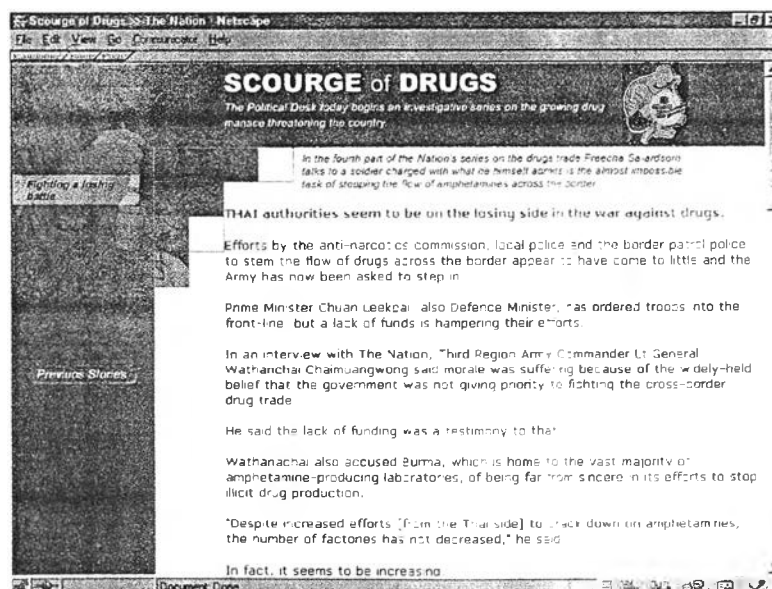


รูปที่ 157 แสดงหน้าเว็บเพจ Election 2000

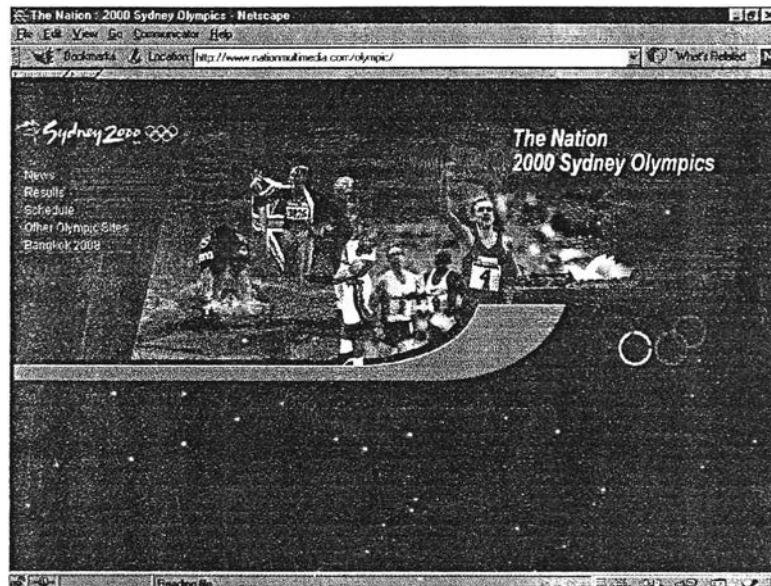
3. Daily Snapshot นำเสนอภาพเหตุการณ์ บรรยากาศหรือเทศกาลที่กำลังเป็นที่สนใจในขณะนั้น พร้อมคำบรรยายภาพ



รูปที่ 158 แสดงหน้าเว็บเพจในส่วน Daily Snapshot



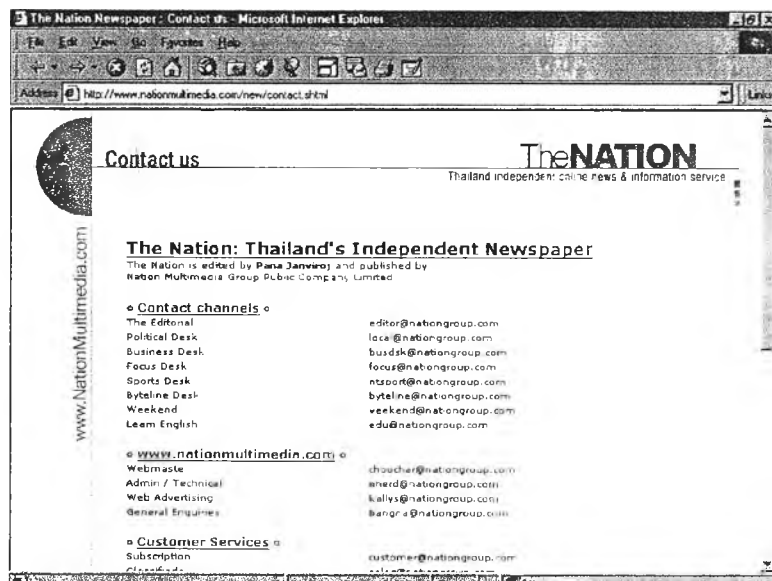
รูปที่ 159 แสดงหน้าเว็บเพจเนื้อหาในส่วน Inside Thailand



รูปที่ 160 แสดงหน้าเว็บเพจเนื้อหาในส่วน Inside Today

การใช้สื่อปฏิสัมพันธ์

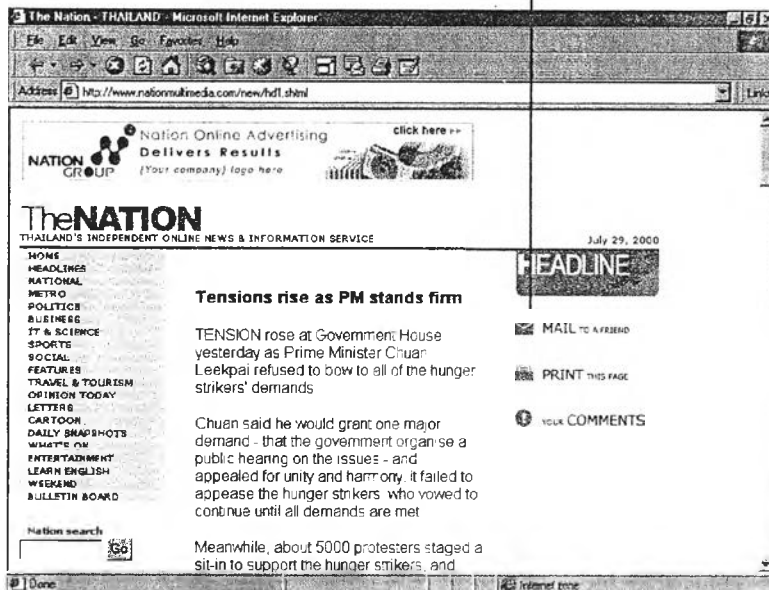
1. อีเมล หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์ มีการจัดเตรียมที่อยู่อีเมลเพื่อให้ผู้อ่านสามารถติดต่อสื่อสารกับทั้งผู้ดูแลเว็บไซต์และโต๊ะข่าวต่าง ๆ รวมทั้งแผนกต่าง ๆ ในองค์กรของเดอะเนชั่นด้วย



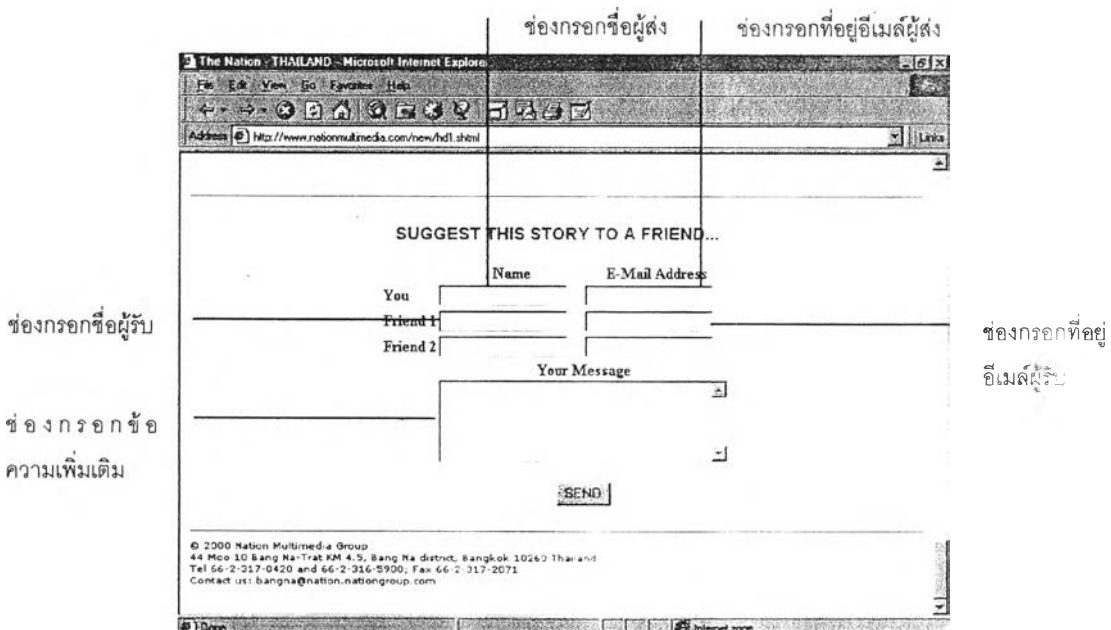
รูปที่ 161 แสดงที่อยู่อีเมลของโต๊ะข่าว รวมทั้งแผนกต่าง ๆ

2. Mail to a friend เป็นบริการที่หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์เตรียมไว้ทางด้านล่างของทุก ๆ เนื้อหาข่าว/บทความ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้อ่านในการที่จะส่งข่าว/บทความที่น่าสนใจไปให้เพื่อน โดยผู้ส่งจะต้องกรอกที่อยู่อีเมลของตนและของผู้รับด้วย

ส่วนเชื่อมโยงไปยัง Mail to a Friend

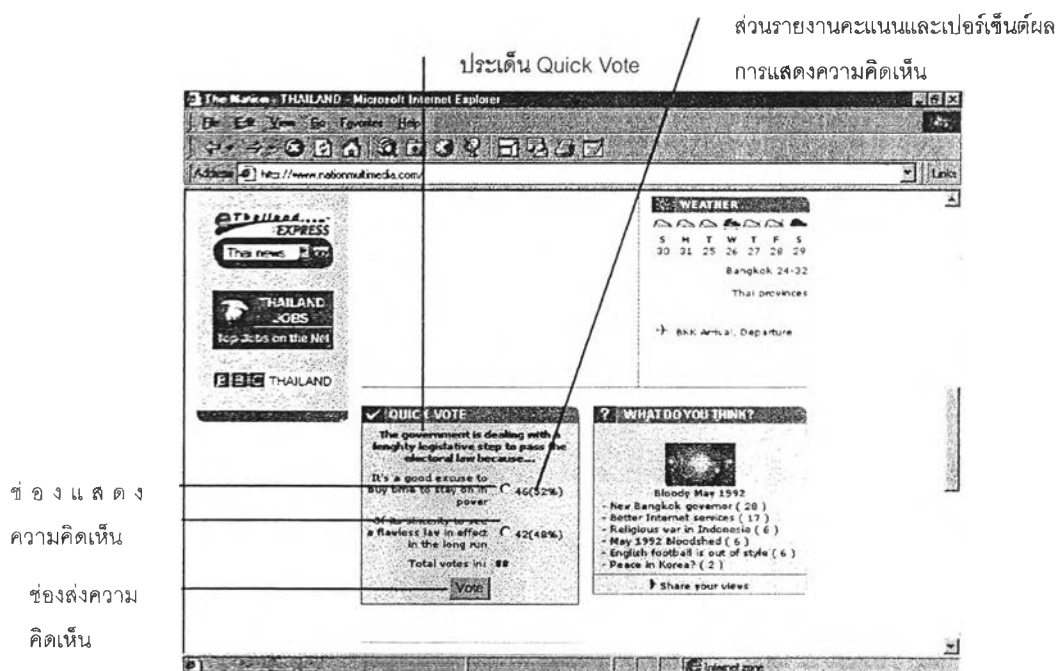


รูปที่ 162 แสดงส่วนเชื่อมโยง Mail to a Friend ที่หน้าเว็บเพจแสดงรายละเอียดเนื้อหาข่าว



รูปที่ 163 แสดงส่วนกรอกข้อมูลก่อนการส่ง

3. Quick Vote เป็นส่วนที่ให้อ่านได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ที่กำลังเป็นที่สนใจ โดยทางทีมงานหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์เป็นผู้ตั้งประเด็นไว้

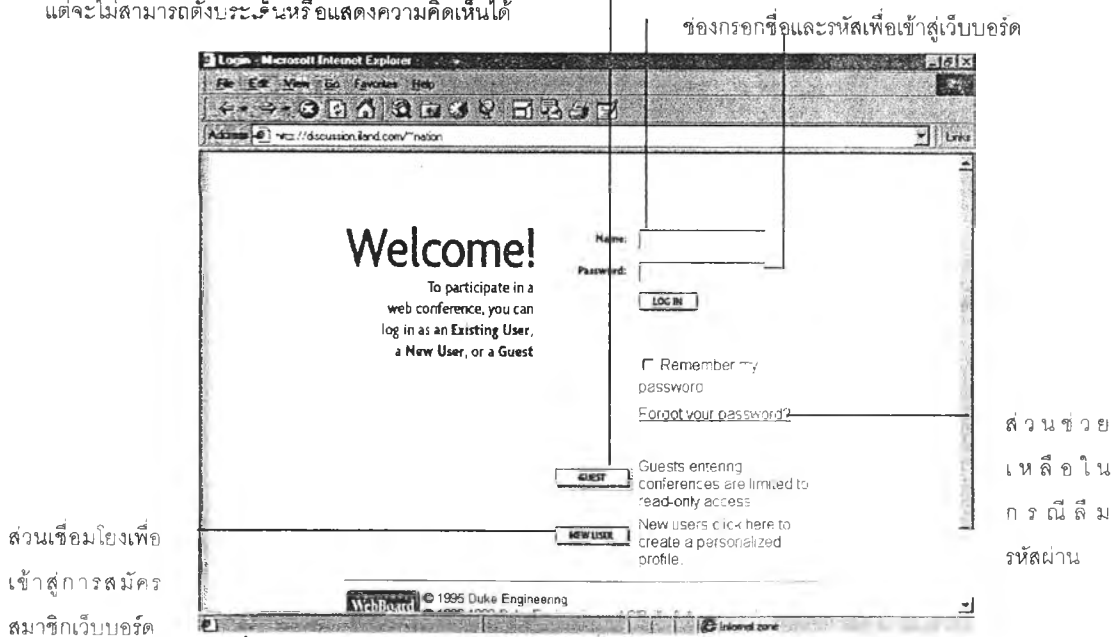


ช่องแสดงความคิดเห็น
ช่องส่งความคิดเห็น

รูปที่ 164 แสดงส่วนการแสดงความความคิดเห็น Quick Vote

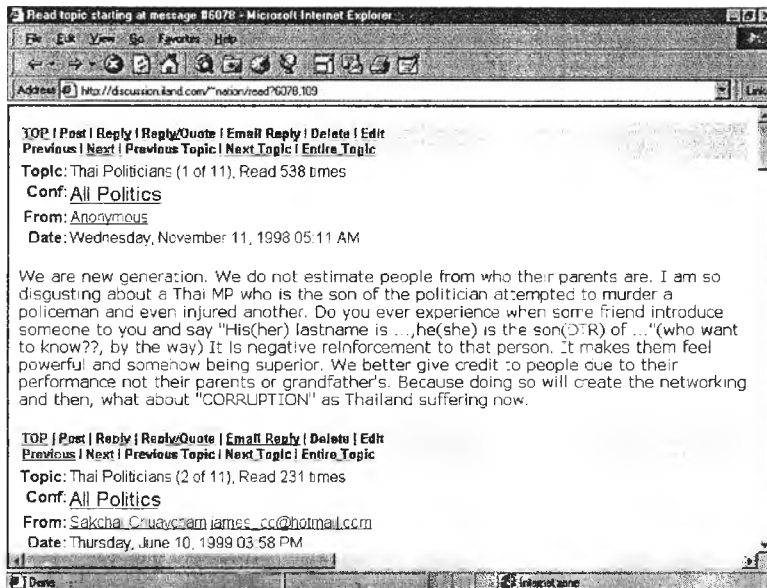
4. เว็บบอร์ด ส่วนแสดงความคิดเห็นโดยเปิดโอกาสให้อ่านได้ตั้งประเด็นขึ้นมาใหม่ รวมทั้งให้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่มีผู้อื่นได้ตั้งไว้ด้วย โดยผู้อ่านจะต้องลงทะเบียนเพื่อสมัครและรับรหัสก่อน จึงจะสามารถตั้งประเด็นหรือแสดงความคิดเห็นได้

ส่วน Guest ที่ผู้อ่านจะสามารถอ่านประเด็นต่าง ๆ ได้เท่านั้น แต่จะไม่สามารถตั้งประเด็นหรือแสดงความคิดเห็นได้



ส่วนเชื่อมโยงเพื่อเข้าสู่การสมัครสมาชิกเว็บบอร์ด

รูปที่ 165 แสดงหน้าเว็บเพจก่อนการเข้าสู่เว็บบอร์ด



รูปที่ 166 แสดงหน้าเว็บบอร์ดความคิดเห็นของผู้อ่าน

5. Breaking News ส่วนการให้บริการข่าวด่วนตลอด 24 ชั่วโมง โดยจะมีส่วนเชื่อมโยงที่หน้าโฮมเพจ ซึ่งจะมีหัวข้อข่าว Breaking News แสดงอยู่

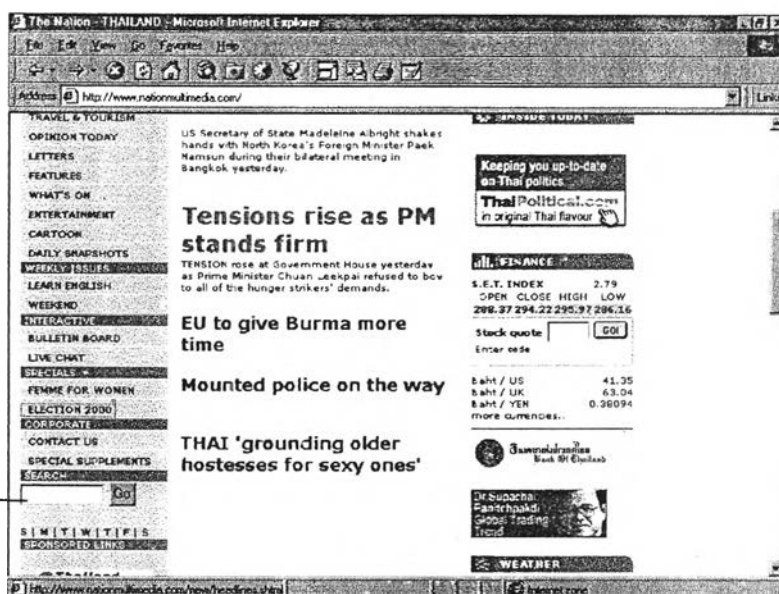


รูปที่ 167 แสดงส่วนเชื่อมโยงข่าว Breaking News ที่หน้าโฮมเพจ

6. เครื่องมือค้นหาหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์มีการให้บริการเครื่องมือค้นหา เพื่ออำนวยความสะดวกในการค้นหาข่าวหรือข้อมูลที่ต้องการ

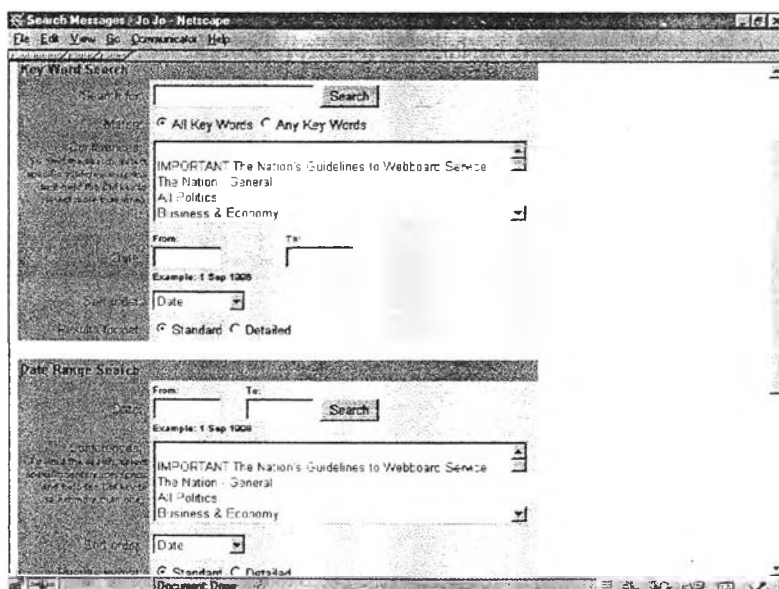
ช่องกรอกข้อความหรือคำ

คำค้นหาที่ต้องการค้นหา



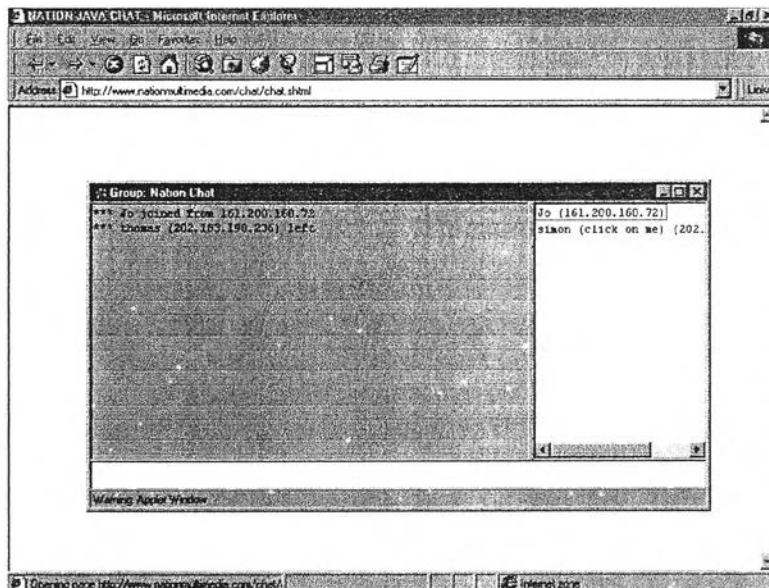
รูปที่ 168 แสดงเครื่องมือค้นหาที่หน้าโฮมเพจ

นอกจากนั้นยังมีการให้บริการเครื่องมือค้นหาในส่วนเว็บบอร์ดด้วย โดยเป็นการให้บริการเครื่องมือค้นหาหัวข้อหรือประเด็นที่ต้องการ รวมทั้งการให้บริการในส่วนการค้นหาเป็นช่วงเวลา



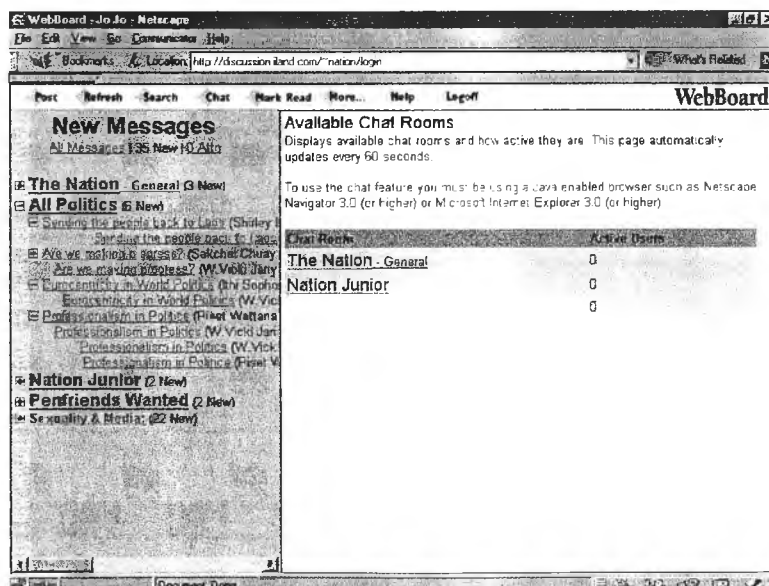
รูปที่ 169 แสดงเครื่องมือค้นหาในส่วนเว็บบอร์ด

7. ห้องสนทนา



รูปที่ 170 แสดงหน้าห้องสนทนาหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์

นอกจากนั้นในส่วนเว็บบอร์ดก็มีการให้บริการห้องสนทนาด้วย

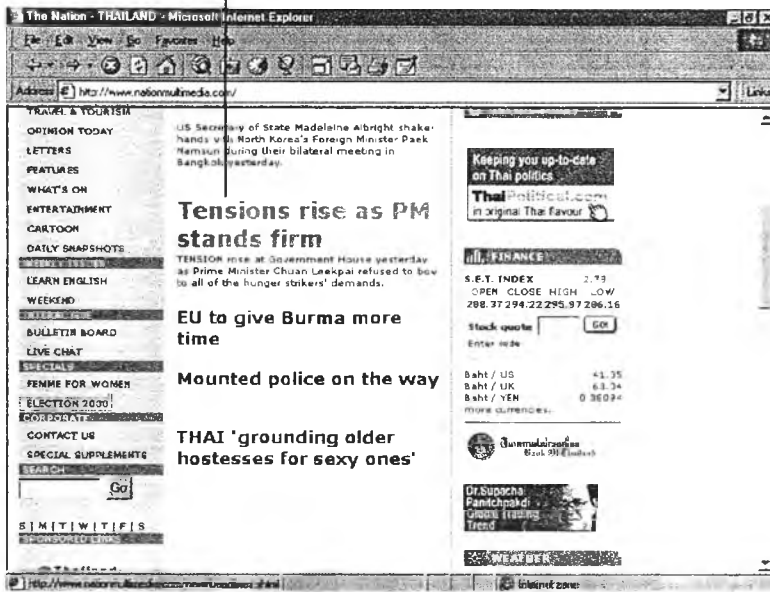


รูปที่ 171 แสดงหน้าเว็บเพจเชื่อมโยงห้องสนทนาในส่วนเว็บบอร์ด

การเชื่อมโยงเนื้อหา

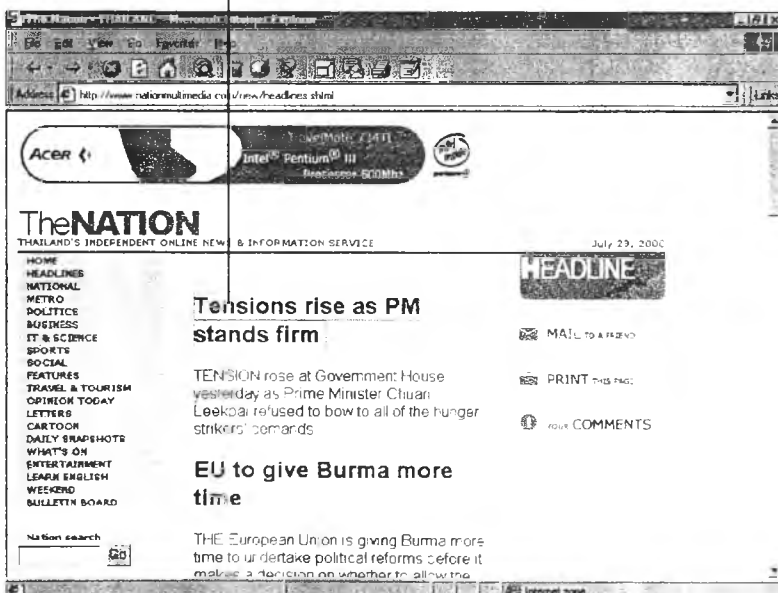
1. หัวข้อข่าว Headlines ที่หน้าโฮมเพจ ข่าวและบทความ จะใช้การคลิกเมาส์ 2 ครั้ง จากหัวข้อข่าวจึงจะสามารถเข้าถึงเนื้อหาข่าวที่ต้องการได้ โดยการคลิกครั้งแรกที่หัวข้อข่าวที่ต้องการเข้าถึง จึงจะเข้าสู่หน้าแสดงหัวข้อข่าวประเภทนั้นทั้งหมด และการคลิกครั้งที่ 2 ที่หัวข้อข่าวที่ต้องการจึงจะเข้าสู่รายละเอียดเนื้อหาข่าวได้

คลิกครั้งที่ 1 ที่หัวข้อ
ข่าวที่ต้องการเข้าถึง

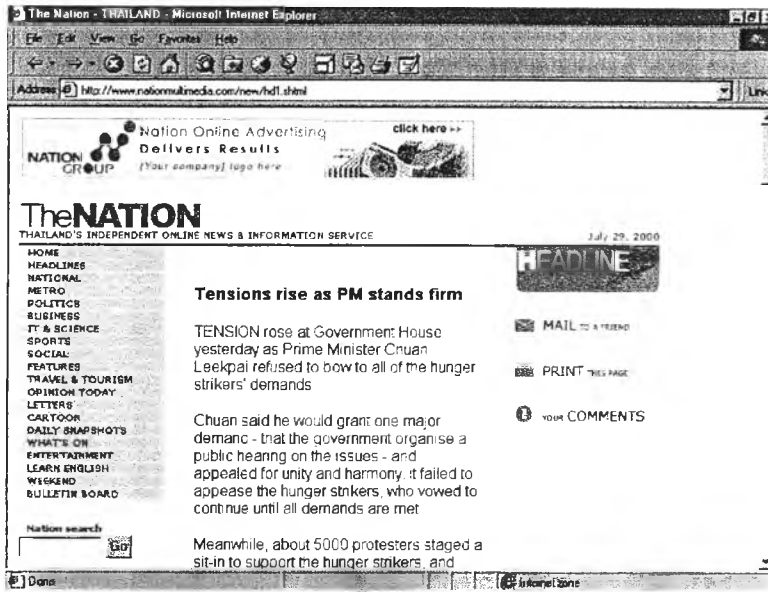


รูปที่ 172 แสดงการเชื่อมโยงหัวข้อข่าวจากหน้าโฮมเพจ

คลิกครั้งที่ 2 ที่หัวข้อข่าวที่ต้องการเข้าถึงอีกครั้งหนึ่ง



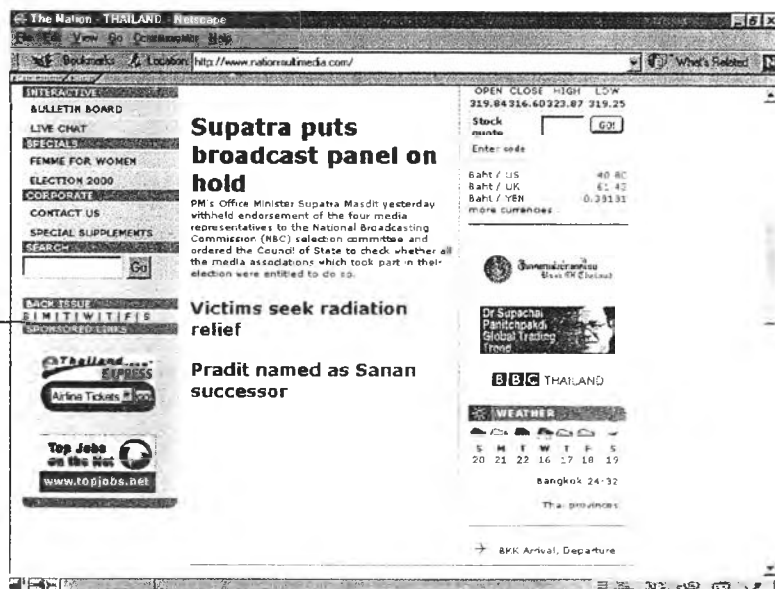
รูปที่ 173 แสดงหน้าเว็บเพจหัวข้อข่าว Headlines ทั้งหมด



รูปที่ 174 แสดงรายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง

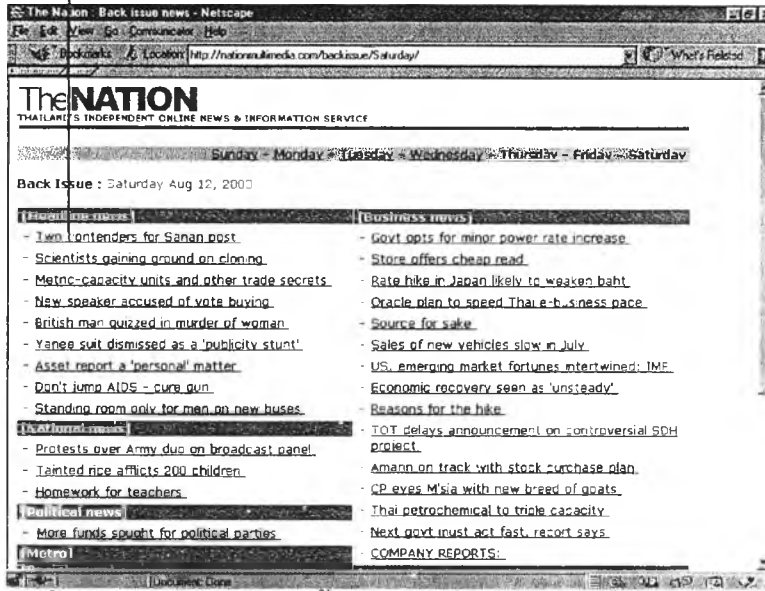
2. ฉบับย้อนหลัง ใช้การคลิกเมาส์เพียงครั้งเดียวก็สามารถเข้าถึงฉบับย้อนหลังที่ต้องการได้ โดยการคลิกครั้งแรกที่ฉบับย้อนหลังที่ต้องการก็สามารถเข้าถึงฉบับย้อนหลังได้ หลังจากนั้นจะเข้าสู่หน้าแสดงหัวข้อข่าวทั้งหมด และการคลิกครั้งที่ 2 ที่หัวข้อข่าวที่ต้องการก็จะสามารถเข้าถึงรายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการได้

คลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วนเชื่อมโยง
ฉบับย้อนหลังที่ต้องการ



รูปที่ 175 แสดงการเชื่อมโยงฉบับย้อนหลังจากหน้าโฮมเพจ

คลิกครั้งที่ 2 ที่หัวข้อข่าว
ย้อนหลังที่ต้องการเข้าถึง



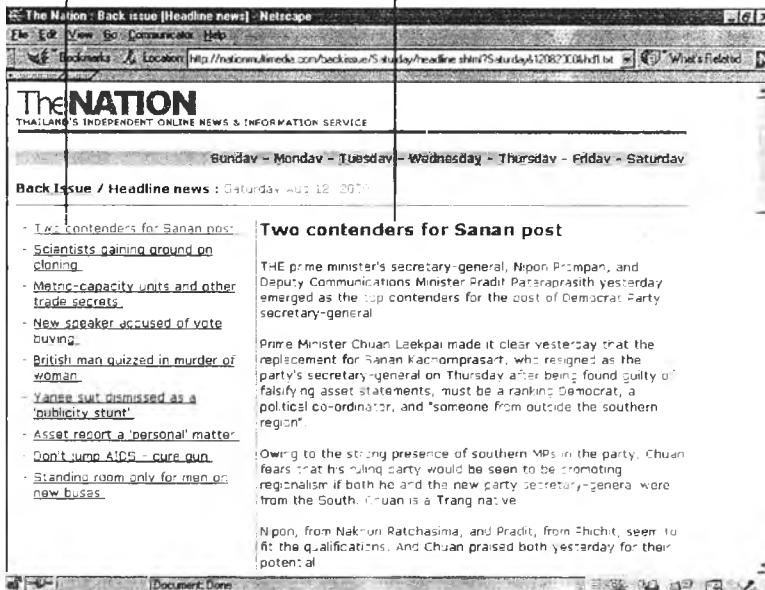
รูปที่ 176 แสดงหัวข้อข่าวทั้งหมดของฉบับย้อนหลังที่ต้องการเข้าถึง

หัวข้อข่าวทั้งหมดในส่วน

Headline News

รายละเอียดเนื้อหาหัวข้อข่าว

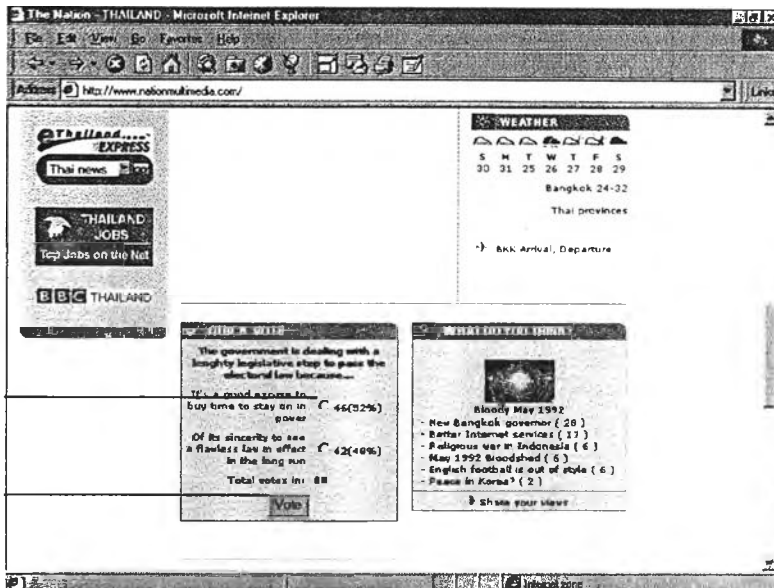
ฉบับย้อนหลังที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 177 แสดงรายละเอียดเนื้อหาข่าวย้อนหลังที่ต้องการเข้าถึง

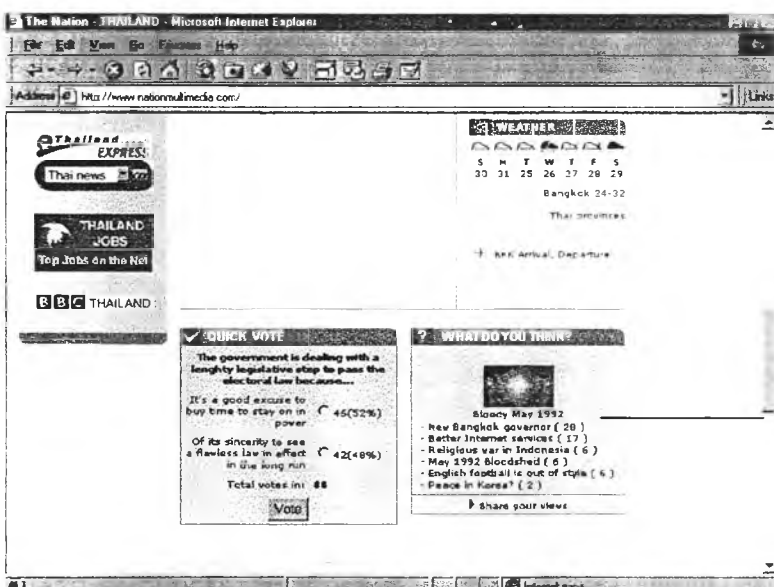
3. Quick Vote ใช้การคลิกเมาส์เพียงครั้งเดียวก็สามารถส่งคะแนนเพื่อแสดงความคิดเห็นได้

ช่องลงความคิดเห็น
คลิกเมาส์ที่ช่อง Vote เพียงครั้งเดียวเพื่อส่งความคิดเห็น



รูปที่ 178 แสดงการส่งความคิดเห็นในส่วน Quick Vote

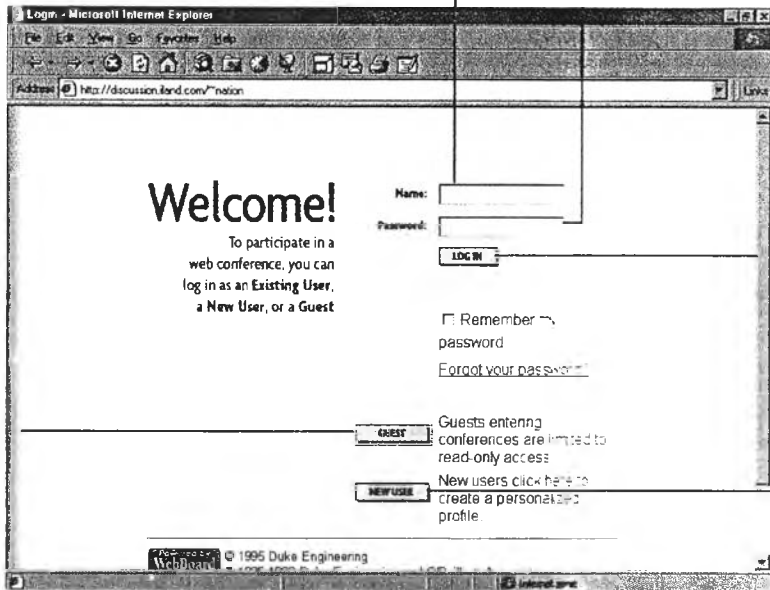
4. เว็บไซต์ ใช้การคลิกเมาส์ถึง 4 ครั้งจึงจะสามารถเข้าสู่รายละเอียดของประเด็นที่มีผู้ตั้งไว้ได้ โดยการคลิกครั้งแรกที่ส่วนเชื่อมโยงเว็บไซต์ที่หน้าโฮมเพจ หลังจากนั้นจึงเข้าสู่หน้ากรอกชื่อและรหัสผ่านเพื่อผ่านเข้าสู่เว็บไซต์ซึ่งเป็นการคลิกครั้งที่ 2 หลังจากนั้นจึงเข้าสู่หน้าแสดงรายชื่อห้องเว็บไซต์ทั้งหมด ขั้นตอนที่ 3 คือการคลิกที่ห้องเว็บไซต์ที่ต้องการ จึงจะเข้าสู่ห้องเว็บไซต์นั้น ซึ่งจะมีการแสดงรายชื่อประเด็นต่าง ๆ ที่มีผู้ตั้งไว้ และการคลิกครั้งที่ 4 ที่หัวข้อประเด็นที่ต้องการแสดงความคิดเห็นก็จะเข้าสู่หน้าแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่เราต้องการได้



คลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วนเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์

รูปที่ 179 แสดงส่วนเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์

ช่องกรอกชื่อและรหัส
ผ่านไปยังเว็บบอร์ด



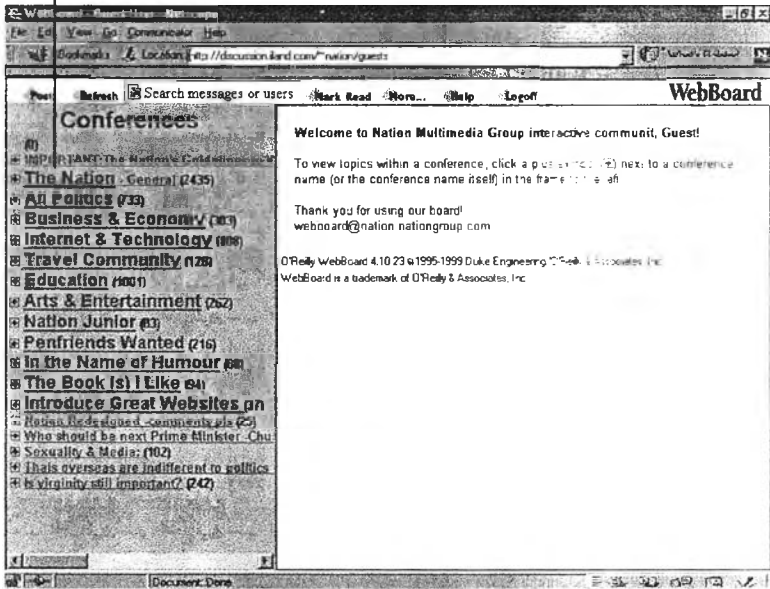
ช่อง Guest เป็น
ส่วนเชื่อมโยง
สำหรับผู้ที่ต้องการ
อ่านประเด็นที่มีผู้
ตั้งไว้เท่านั้น

คลิกครั้งที่ 2 ที่
ช่อง Login
หลังจากกรอก
ชื่อและรหัส
ผ่าน

ช่อง New User
สำหรับผู้ที่
ต้องการสมัคร
สมาชิกเว็บบอร์ด

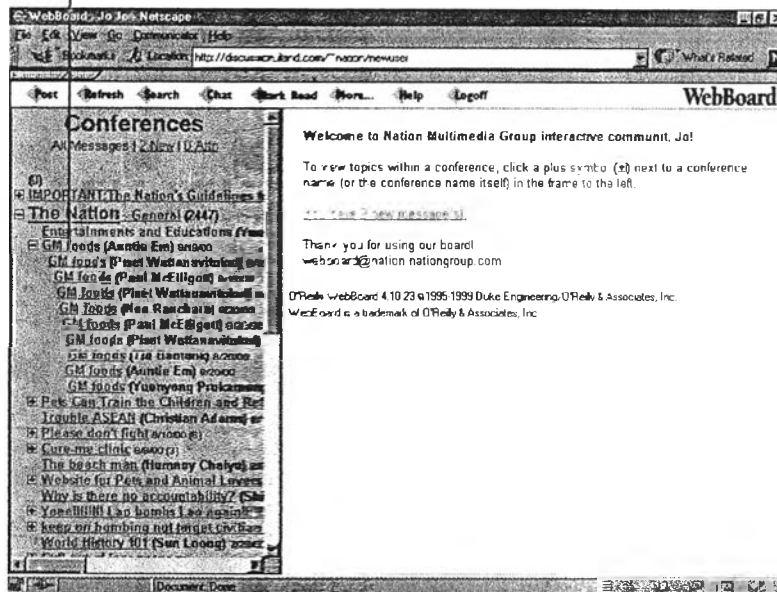
รูปที่ 180 แสดงหน้า Log in เพื่อเข้าสู่เว็บบอร์ด

คลิกครั้งที่ 3 ที่ห้องเว็บ
บอร์ดที่ต้องการเข้าถึง

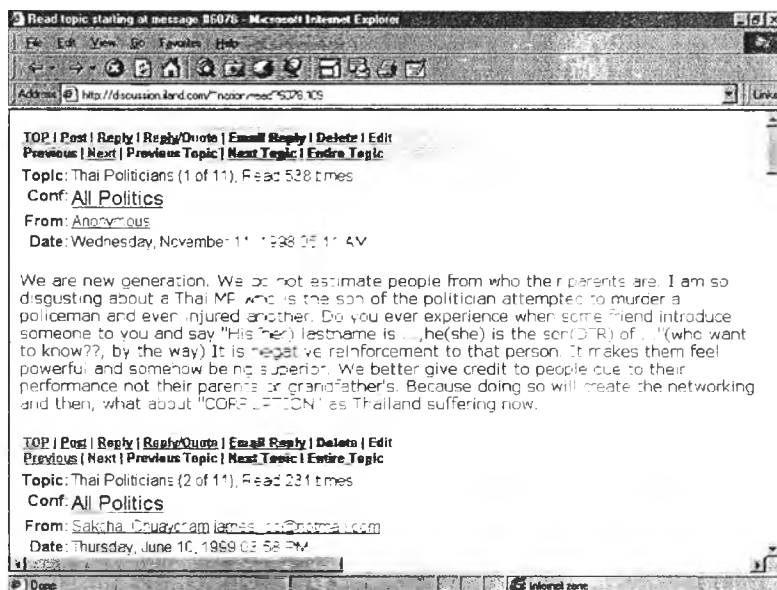


รูปที่ 181 แสดงรายชื่อห้องเว็บบอร์ดของเดอะเนชั่นออนไลน์

คลิกครั้งที่ 4 ที่ประเด็นที่ต้องการ



รูปที่ 182 แสดงการเชื่อมโยงประเด็นที่ต้องการ



รูปที่ 183 แสดงรายละเอียดเนื้อหาประเด็นที่ต้องการเข้าถึง

5. Breaking News การเชื่อมโยงข้อมูลจะใช้การคลิกเมาส์เพียงครั้งเดียวจากส่วนเชื่อมโยงที่หน้าโฮมเพจก็จะสามารถเข้าถึงรายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการได้

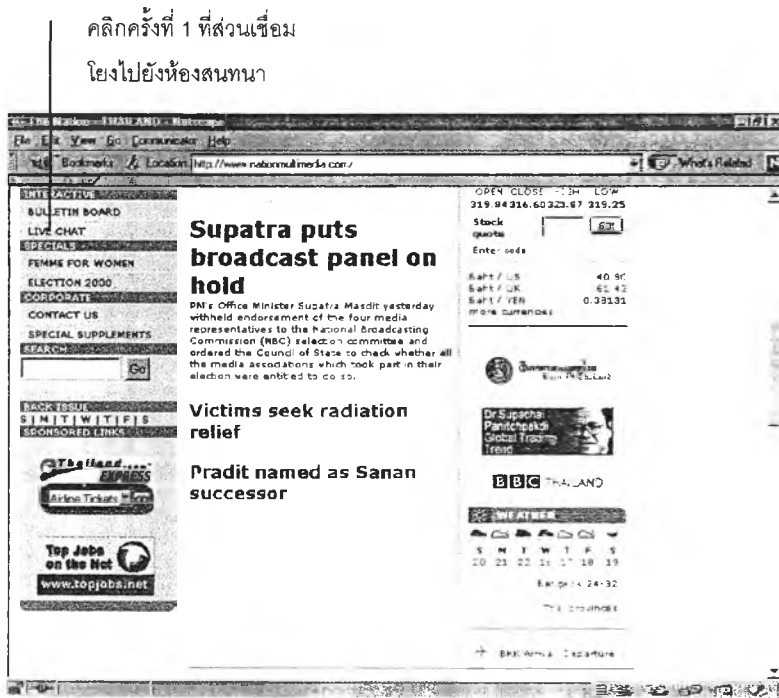


รูปที่ 184 แสดงการเชื่อมโยงหัวข้อข่าว Breaking News จากหน้าโฮมเพจ

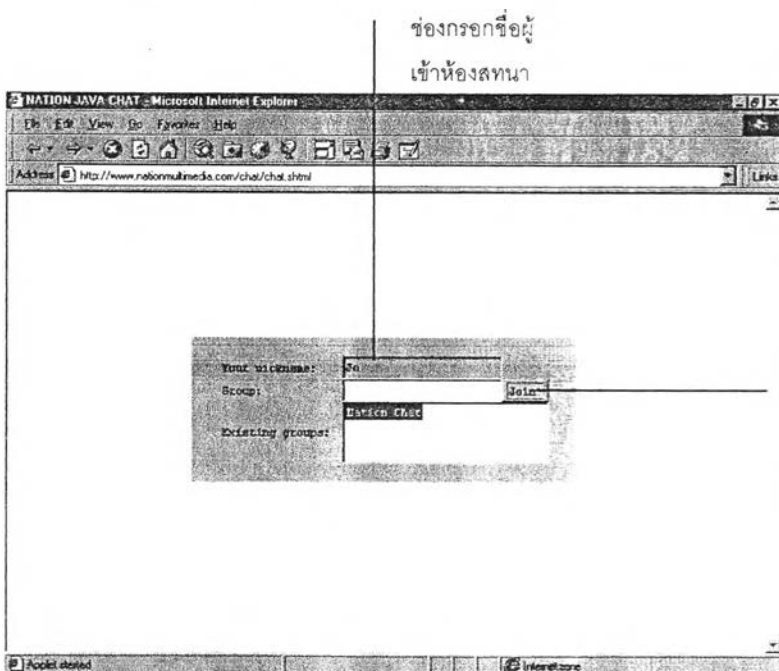


รูปที่ 185 แสดงรายละเอียดเนื้อหาข่าว Breaking News ที่ต้องการเข้าถึง

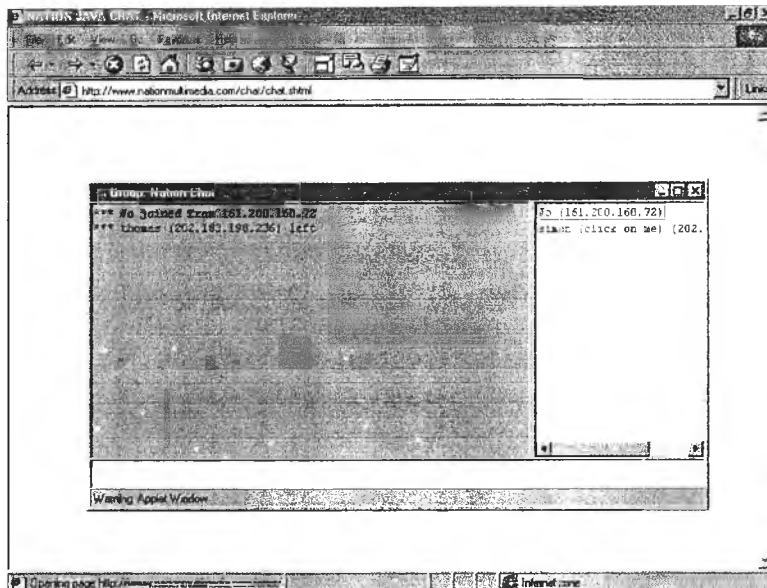
6. ห้องสนทนา ใช้การคลิกเมาส์เพียง 2 ครั้งจากหน้าโฮมเพจก็สามารถเข้าถึงห้องสนทนาได้ โดยการคลิกเมาส์ครั้งแรกจากส่วนเชื่อมโยงที่หน้าโฮมเพจ จากนั้นจึงเข้าสู่หน้ากรอกชื่อของผู้ที่จะเข้าสู่ห้องสนทนาและคลิกครั้งที่ 2 ช่อง Log in เพื่อเข้าสู่ห้องสนทนา



รูปที่ 186 แสดงส่วนเชื่อมโยงห้องสนทนาจากหน้าโฮมเพจ



รูปที่ 187 แสดงหน้า Log in เข้าสู่ห้องสนทนา



รูปที่ 188 แสดงห้องสนทนาเดอะเนชั่นออนไลน์

7. การเชื่อมโยงข้อมูลไปยังภายนอกเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์มีการจัดเตรียมการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังภายนอกเว็บไซต์ ดังนี้ 1)ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2) ธนาคารแห่งประเทศไทย 3)BBC Thailand 4)เว็บไซต์รายงานสภาพอากาศ

	<p>ส่วนเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย</p>
	<p>ส่วนเชื่อมโยงไปยัง เว็บไซต์ธนาคาร แห่งประเทศไทย</p> <p>ส่วนเชื่อมโยงไปยัง เว็บไซต์ BBC Thailand</p> <p>ส่วนเชื่อมโยงไปยัง เว็บไซต์รายงาน สภาพอากาศ</p>

รูปที่ 189 แสดงส่วนเชื่อมโยงไปยังข้อมูลภายนอกเว็บไซต์

8. บางกอกโพสต์

หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์นำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่จากฉบับเล่ม แต่จะไม่มี การนำเสนอข่าว บทความ และการ์ตูนซึ่งมีแหล่งที่มาจากต่างประเทศในเนื้อหาทุก ๆ ส่วน สำหรับรูปแบบการนำเสนอจะแบ่งเนื้อหาประเภทข่าว ดังต่อไปนี้

- 1) Local News นำเสนอเนื้อหาข่าวในประเทศ บทความ จดหมาย การ์ตูน และคอลัมน์ แสดงความคิดเห็น
 - 2) Business นำเสนอเนื้อหาข่าวเศรษฐกิจในประเทศ
 - 3) Outlook นำเสนอเนื้อหาสาระบันเทิงในฉบับวันจันทร์ถึงเสาร์
- นอกจากนี้หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์ยังมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบรายสัปดาห์ ดังต่อไปนี้
- 1) Database นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต ในฉบับวันพุธ
 - 2) Horizon นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในฉบับวันพฤหัสบดี
 - 3) Motoring นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับรถยนต์ ในฉบับวันศุกร์
 - 4) Realtime นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับดนตรี ภาพยนตร์ หนังสือ สุขภาพ และอาหาร ในฉบับวันศุกร์
 - 5) Perspective นำเสนอเนื้อหาสาระบันเทิง ในฉบับวันอาทิตย์

การแบ่งประเภทเนื้อหา	ส่วนเชื่อมโยงเนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม
	<p>ส่วนเชื่อมโยงฉบับพิมพ์</p> <p>ฉบับวันอาทิตย์</p> <p>เครือข่ายสื่อช่วยคิด</p>

รูปที่ 190 แสดงหน้าโฮมเพจหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์

จากการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์พบว่า เนื้อหาในแต่ละส่วนมี ปริมาณการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ประเภทเนื้อหา	ปริมาณการนำเสนอ
Local News	710
Business	507
Outlook	102
Database	96
Horizon	45
Motoring	35
Realtime	86
Perspective	12
รวม	1,593

ตารางที่ 15 แสดงปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละ ส่วนของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์

ส่วนการใช้ภาพประกอบนั้น พบว่าหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์จะนำเสนอภาพข่าว 1 ภาพในหน้าแรก และมีการใช้ภาพประกอบในเนื้อหาข่าว และเนื้อหา rays สัปดาห์ ดังต่อไปนี้

ประเภทเนื้อหา	ปริมาณภาพประกอบ
Local News	97
Business	62
Outlook	96
Horizon	20
Motoring	49
Realtime	60
Perspective	16
รวม	400

ตารางที่ 16 แสดงปริมาณการใช้ภาพประกอบเนื้อหาในแต่ละส่วน



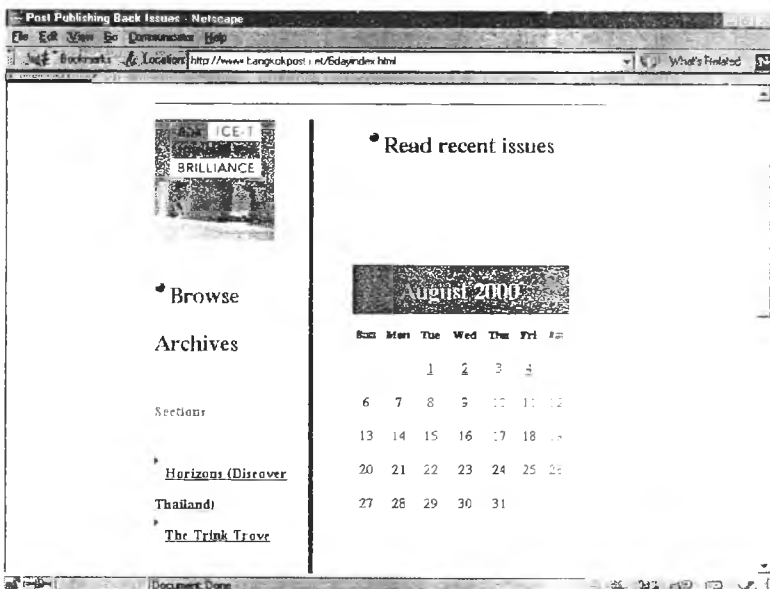
ภาพประกอบ
หน้าแรก

ส่วนเชื่อมโยงไป
ยังเนื้อหาในส่วน
ต่าง ๆ

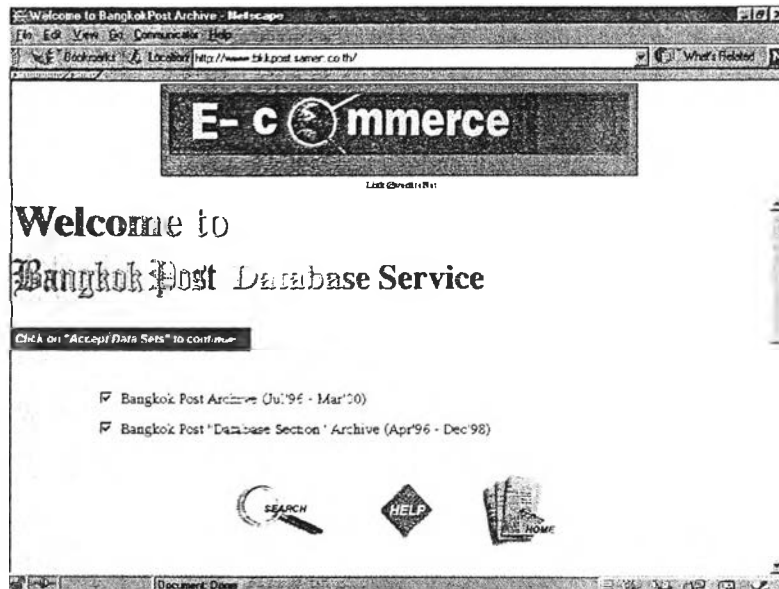
รูปที่ 191 แสดงหน้าแรกของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์

เนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม

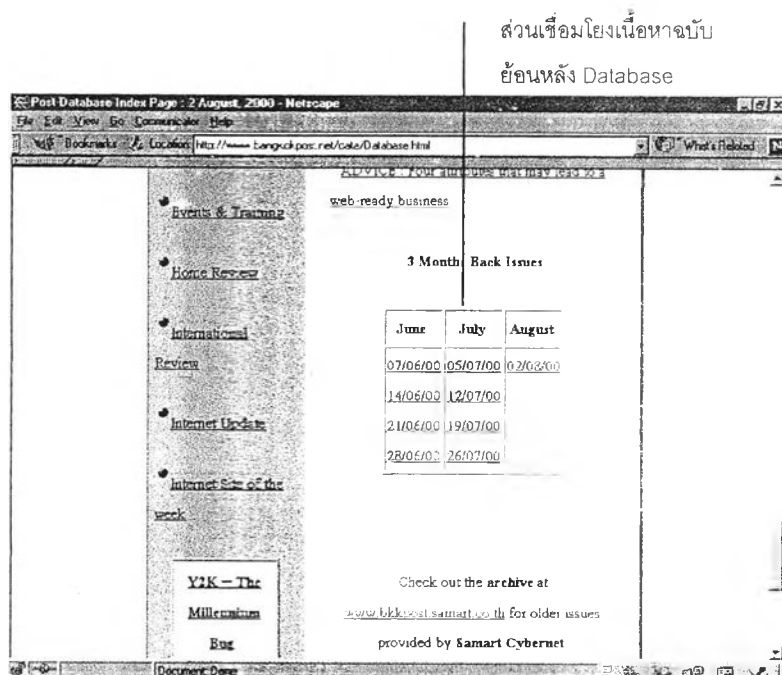
- 1) ฉบับย้อนหลัง หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์มีฉบับย้อนหลังให้สืบค้น 1 เดือน
นอกจากนั้นในส่วนของเนื้อหารายสัปดาห์ก็มีฉบับย้อนหลังให้สืบค้น 3 เดือน



รูปที่ 192 แสดงหน้าเว็บเพจฉบับย้อนหลัง

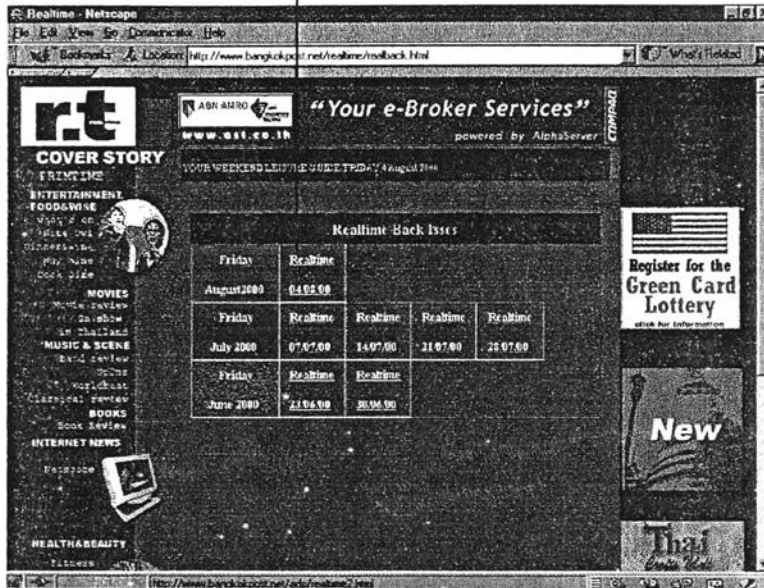


รูปที่ 193 แสดงหน้าเว็บเพจฉบับย้อนหลังในเว็บไซต์สามารถ



รูปที่ 194 แสดงหน้าเว็บเพจฉบับย้อนหลัง Database

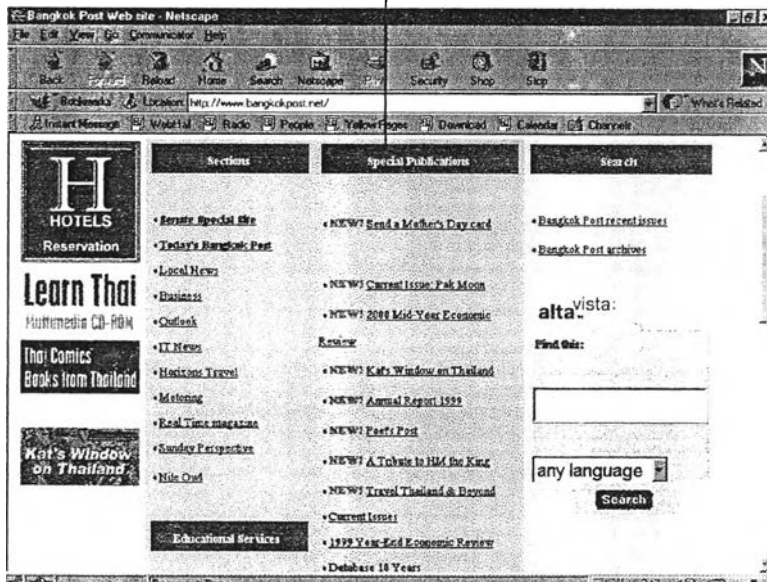
ส่วนเชื่อมโยงฉบับ
ย้อนหลัง Realtime



รูปที่ 195 แสดงหน้าเว็บเพจฉบับย้อนหลัง Realtime

2. Special Publication เป็นส่วนเนื้อหาพิเศษที่จัดทำขึ้นโดยเฉพาะเพื่อนำเสนอในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์ เช่น เนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาเชื้อนปากมดูล เป็นต้น

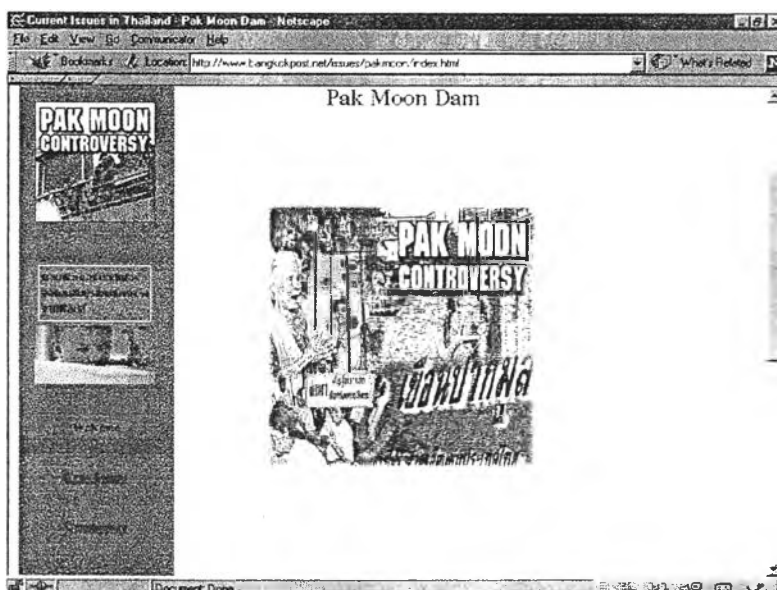
ส่วนเชื่อมโยงเนื้อหา
Special Publication



รูปที่ 196 แสดงส่วนเชื่อมโยงเนื้อหา Special Publication ในหน้าโฮมเพจ



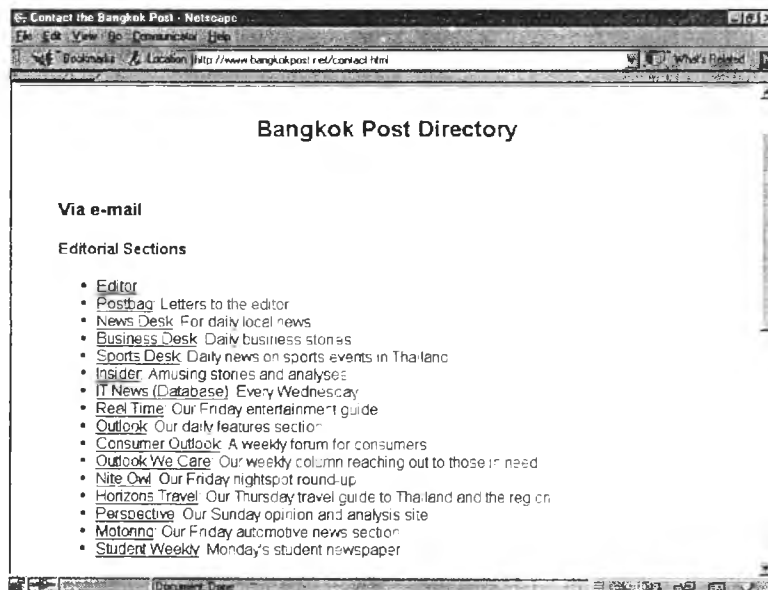
รูปที่ 197 แสดงหน้าเว็บเพจเนื้อหา Economic Review



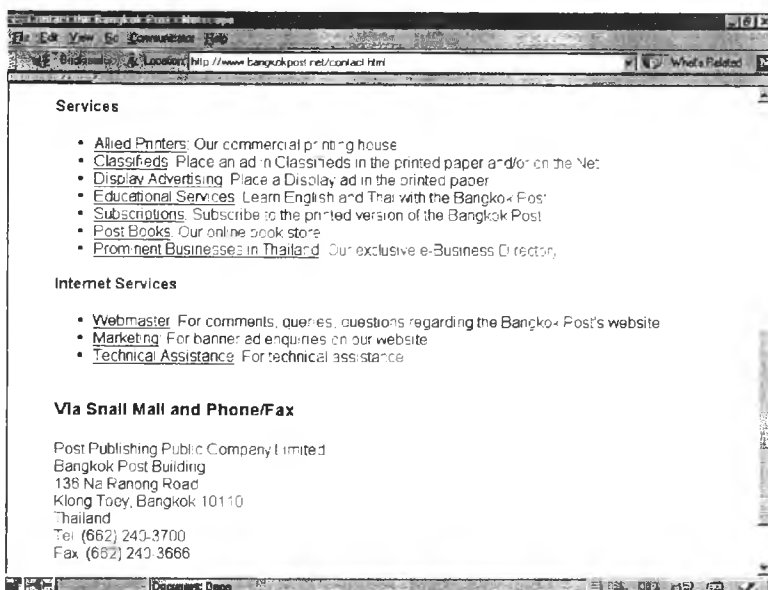
รูปที่ 198 แสดงหน้าเว็บเพจเนื้อหาปัญหาเขื่อนปากมูล

การใช้สื่อปฏิสัมพันธ์

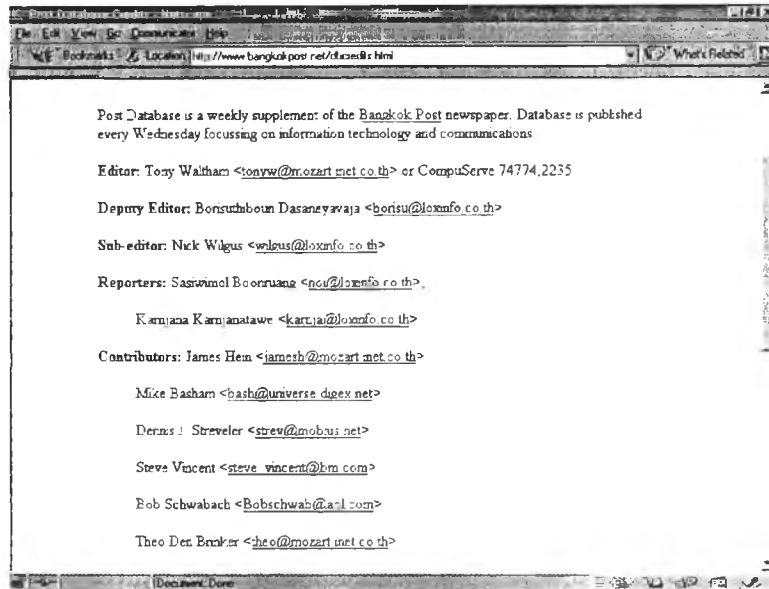
1) อีเมล หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์มีการจัดเตรียมที่อยู่อีเมลทั้งในส่วนของการติดต่อกับผู้ดูแลเว็บไซต์, ติดต่อกับโต๊ะข่าวต่าง ๆ, ติดต่อกับแผนกต่าง ๆ ในองค์กรหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์



รูปที่ 199 แสดงส่วนเชื่อมโยงที่อยู่อีเมลของโต๊ะข่าวต่าง ๆ

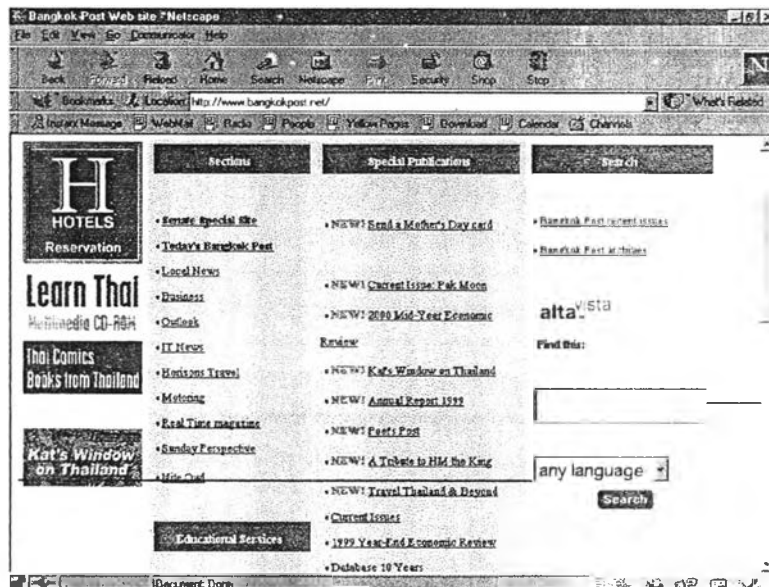


รูปที่ 200 แสดงส่วนเชื่อมโยงที่อยู่อีเมลแผนกต่าง ๆ ในองค์กรหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์



รูปที่ 201 แสดงที่อยู่อีเมลของคอลัมนิสต์ในส่วน Database

2. เครื่องมือช่วยค้น เป็นส่วนที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการค้นหาข้อมูลภายนอกเว็บไซต์ โดยไม่ต้องเข้าไปยังเว็บไซต์เครื่องมือช่วยค้นอื่น ๆ

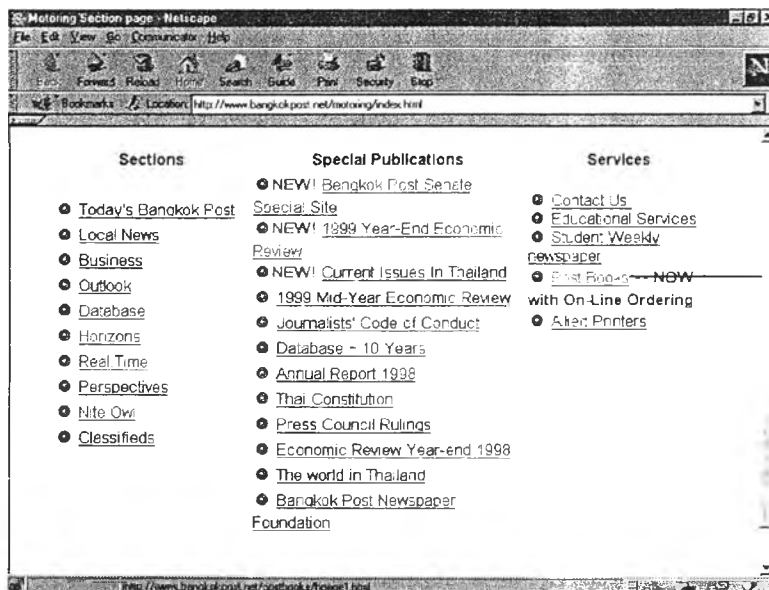


ช่องเลือกภาษาที่ต้องการแสดงผล

ช่องกรอกข้อความหรือคำค้นหาที่ต้องการค้นหา

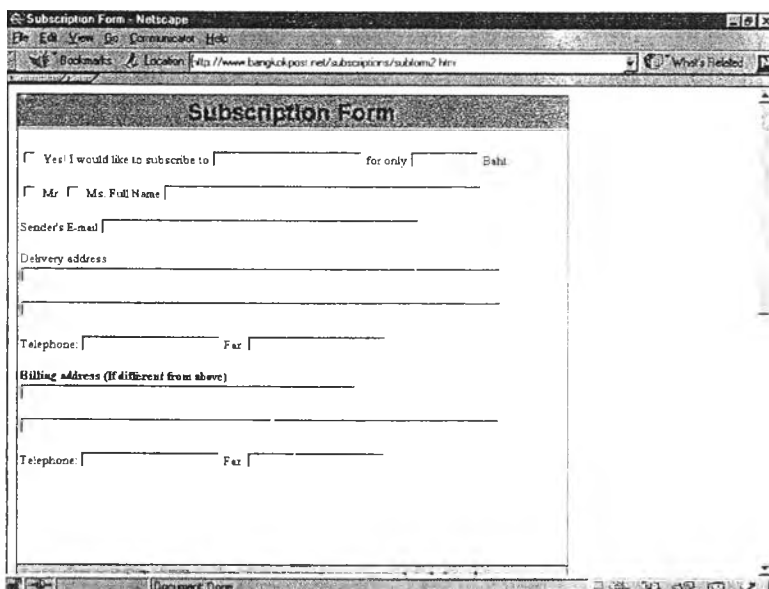
รูปที่ 202 แสดงเครื่องมือช่วยค้นในหน้าโฮมเพจ

3. การสั่งซื้อหนังสือและสมัครสมาชิก หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์มีการให้บริการสั่งซื้อหนังสือและรับสมัครสมาชิกหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ได้ทันทีผ่านบัตรเครดิต เช็ค ธณานัติ ฯลฯ



ส่วนเชื่อมโยงการสั่งซื้อหนังสือ

รูปที่ 203 แสดงส่วนเชื่อมโยงการสั่งซื้อหนังสือออนไลน์



รูปที่ 204 แสดงแบบฟอร์มออนไลน์การสมัครสมาชิกหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

รูปที่ 205 แสดงรูปแบบการชำระเงินต่าง ๆ

4) การให้บริการ E-Card หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์มีการให้บริการส่ง E-Card ในเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น วันแม่ 12 สิงหาคม เป็นต้น



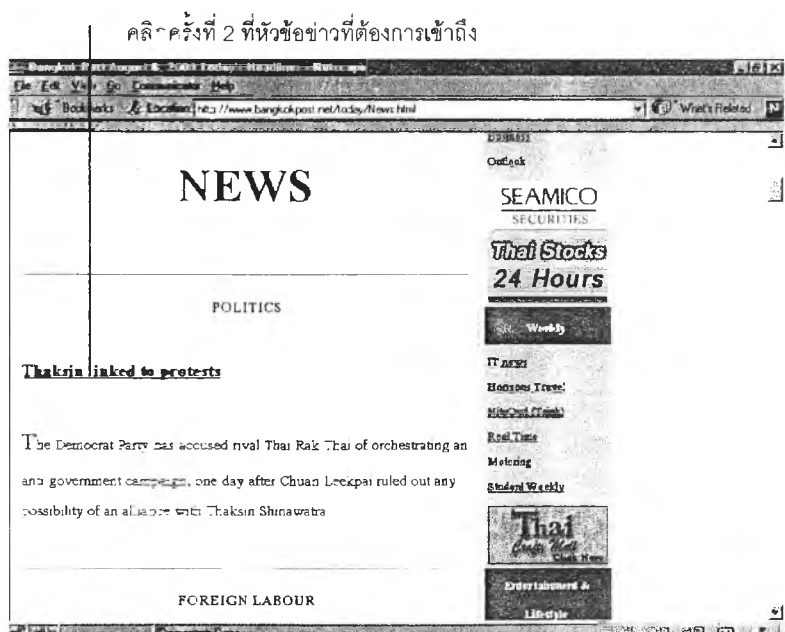
รูปที่ 206 แสดงหน้าเว็บเพจการให้บริการส่ง E-Card ในเทศกาลสำคัญ

การเชื่อมโยงข้อมูล

1.ข่าว บทความ คอลัมน์และการ์ตูน ใช้การคลิกเมาส์ 2 ครั้งก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการจากหน้าโฮมเพจได้ โดยการคลิกครั้งแรกจากหน้าโฮมเพจที่ประเภทเนื้อหาที่ต้องการ หลังจากนั้นจะเข้าสู่หน้าแสดงหัวข้อข่าวในประเภทนั้นทั้งหมด และการคลิกเมาส์ครั้งที่ 2 ที่หัวข้อข่าวที่ต้องการก็จะสามารถเข้าถึงรายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการได้



รูปที่ 207 แสดงการเชื่อมโยงประเภทเนื้อหาที่ต้องการเข้าถึงจากหน้าโฮมเพจ



รูปที่ 208 แสดงการเชื่อมโยงหัวข้อข่าวจากหน้า Local News

รายละเอียดเนื้อหาข่าว
ที่ต้องการเข้าถึง



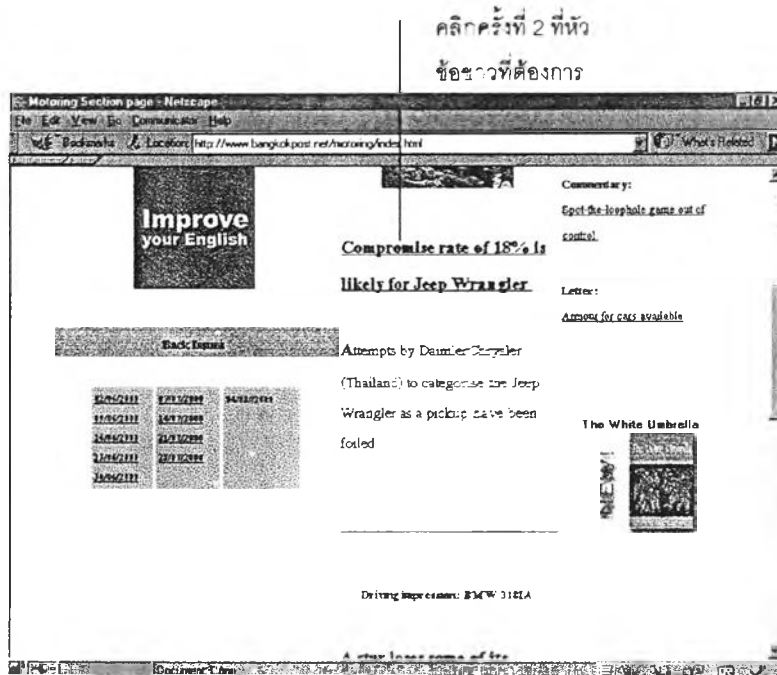
รูปที่ 209 แสดงรายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง

2. เนื้อหารายสัปดาห์ ใช้การคลิกเมาส์เพียง 2 ครั้งจากหน้าโฮมเพจก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้ โดยการคลิกเมาส์ครั้งแรกที่ส่วนเชื่อมโยงเนื้อหารายสัปดาห์ที่ต้องการ หลังจากนั้นจะเข้าสู่หน้าเว็บเพจแสดงหัวข้อเนื้อหารายสัปดาห์ทั้งหมด และการคลิกเมาส์ครั้งที่ 2 ที่หัวข้อที่ต้องการก็จะสามารถเข้าถึงรายละเอียดเนื้อหาที่ต้องการเข้าถึงได้

คลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วนเชื่อมโยงเนื้อ
หารายสัปดาห์ที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 210 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหารายสัปดาห์จากหน้าโฮมเพจ

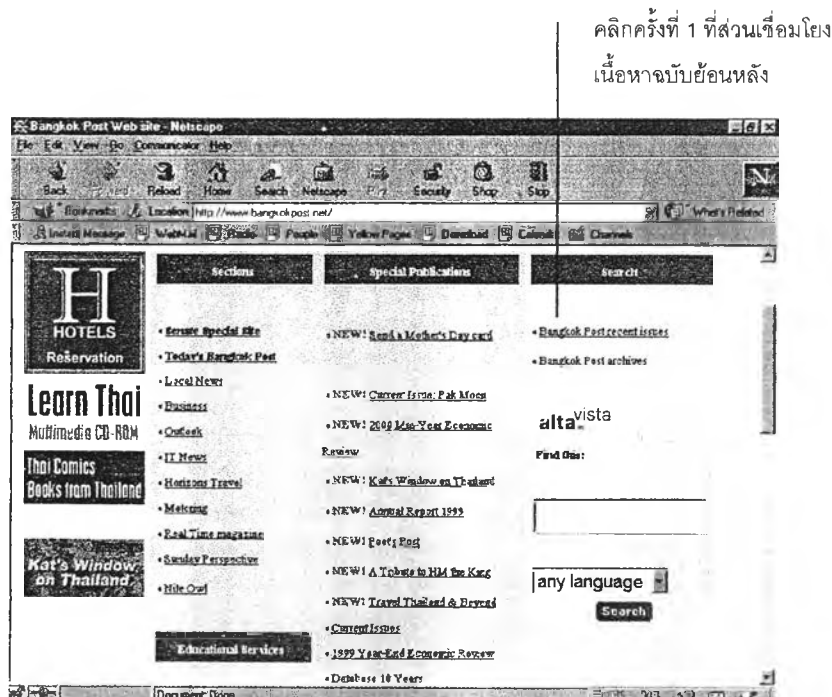


รูปที่ 211 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหาจากหน้าเว็บเพจ Motoring

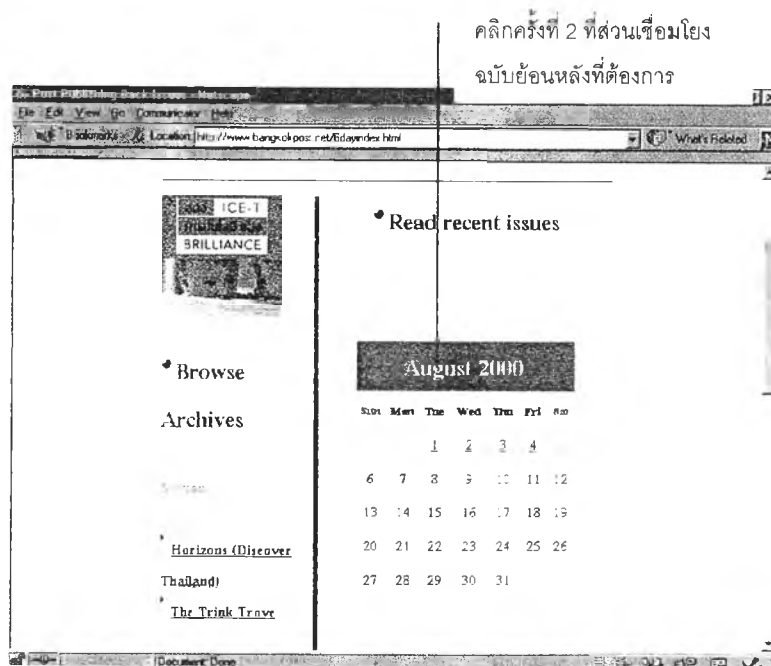


รูปที่ 212 แสดงรายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง

3. ฉบับย้อนหลัง ใช้การคลิกเมาส์เพียง 2 ครั้งจากหน้าโฮมเพจก็สามารถเข้าถึงฉบับย้อนหลังที่ต้องการได้ โดยการคลิกเมาส์ครั้งแรกที่ส่วนเชื่อมโยงฉบับย้อนหลังที่หน้าโฮมเพจ หลังจากนั้นจะเข้าสู่หน้าเว็บเพจแสดงฉบับย้อนหลัง และการคลิกเมาส์ครั้งที่ 2 ที่ฉบับย้อนหลังที่ต้องการก็จะสามารถเข้าถึงฉบับย้อนหลังที่ต้องการได้



รูปที่ 213 แสดงการเชื่อมโยงฉบับย้อนหลังจากหน้าโฮมเพจ

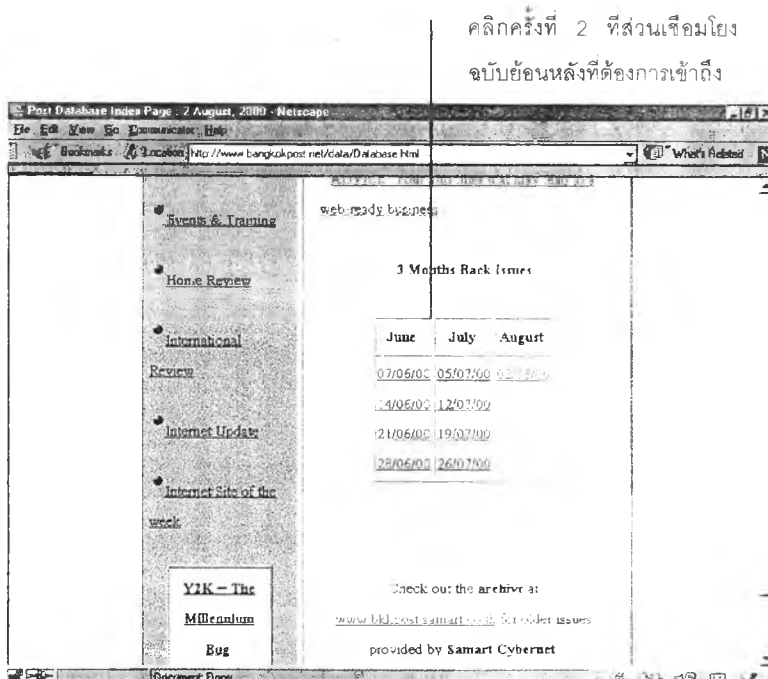


รูปที่ 214 แสดงการเชื่อมโยงฉบับย้อนหลังที่ต้องการ

ส่วนการเข้าถึงฉบับย้อนหลังเนื้อหารายสัปดาห์ในส่วน IT News และ Motoring จะใช้การคลิกเมาส์ 2 ครั้งจากหน้าโฮมเพจก็สามารถเข้าถึงฉบับย้อนหลังเนื้อหารายสัปดาห์ที่ต้องการได้ โดยการคลิกเมาส์ครั้งแรกที่ส่วนเชื่อมโยงเนื้อหารายสัปดาห์ที่หน้าโฮมเพจ จากนั้นจะเข้าสู่หน้าเว็บเพจแสดงหัวข้อข่าวเนื้อหารายสัปดาห์ ซึ่งจะมีส่วนเชื่อมโยงไปเนื้อหาฉบับย้อนหลัง 3 เดือน และการคลิกเมาส์ครั้งที่ 2 ที่ฉบับย้อนหลังที่ต้องการ ก็จะสามารถเข้าถึงฉบับย้อนหลังที่ต้องการได้



รูปที่ 215 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหารายสัปดาห์ IT News จากหน้าโฮมเพจ

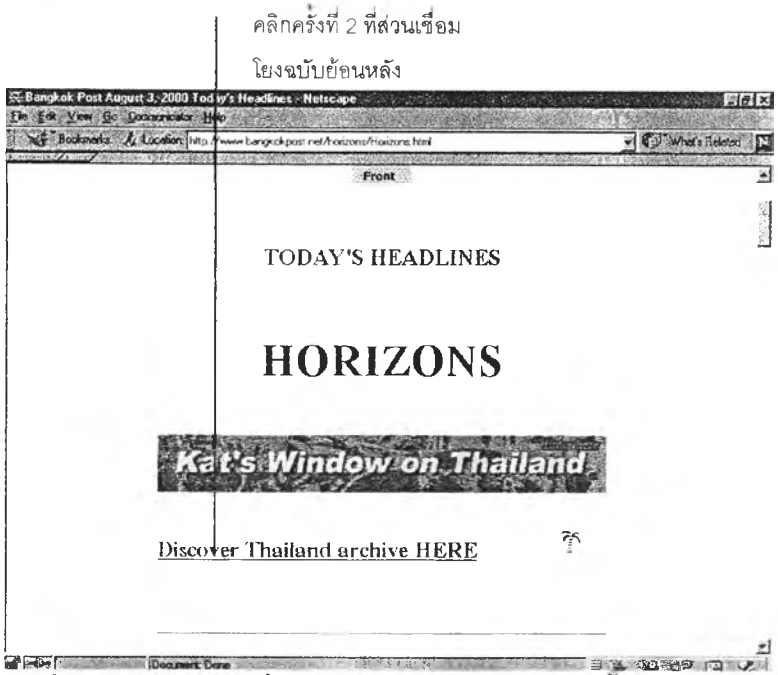


รูปที่ 216 แสดงส่วนเชื่อมโยงฉบับย้อนหลังในส่วนเนื้อหา IT News

ส่วนการเข้าถึงฉบับย้อนหลังในส่วน Horizon, Realtime และ Perspective จะใช้การคลิกเมาส์ 3 ครั้ง จึงจะสามารถเข้าถึงฉบับย้อนหลังที่ต้องการได้ โดยการคลิกเมาส์ครั้งแรกที่ส่วนเชื่อมโยงเนื้อหารายสัปดาห์ที่ต้องการ จากนั้นจะเข้าสู่หน้าแสดงหัวข้อข่าวทั้งหมด และการคลิกเมาส์ครั้งที่ 2 ที่ส่วนเชื่อมโยงฉบับย้อนหลัง จากนั้นจะเข้าสู่หน้าเว็บเพจแสดงฉบับย้อนหลัง 3 เดือน และการคลิกเมาส์ครั้งที่ 3 ที่ฉบับย้อนหลังที่ต้องการก็จะสามารถเข้าถึงฉบับย้อนหลังที่ต้องการได้

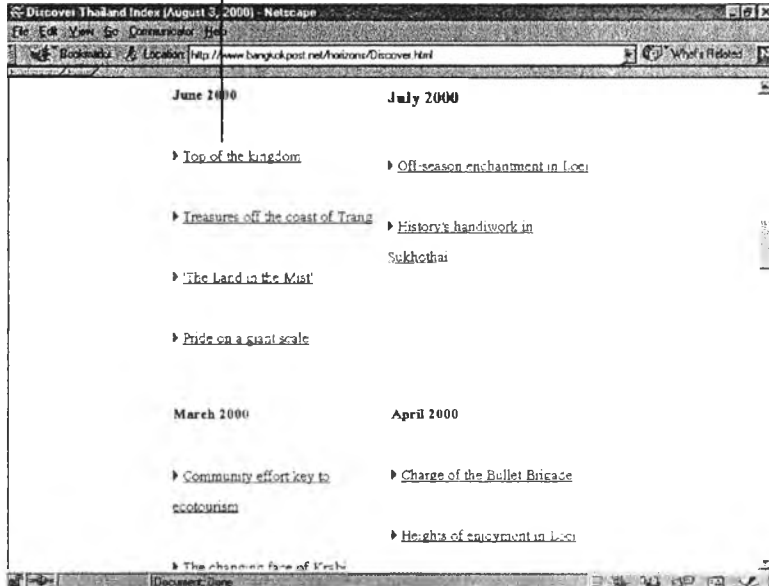


รูปที่ 217 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหารายสัปดาห์ Horizon จากหน้าโฮมเพจ



รูปที่ 218 แสดงการเชื่อมโยงฉบับย้อนหลังในส่วนเนื้อหารายสัปดาห์ Horizon

คลิกครั้งที่ 3 ที่ส่วนเชื่อมโยง
ฉบับย้อนหลังที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 219 แสดงการเชื่อมโยงฉบับย้อนหลังในส่วนเนื้อหาทรายสัปดาห์ Horizon

4. การเชื่อมโยงข้อมูลไปยังภายนอกเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์มีการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังภายนอกเว็บไซต์ในส่วน Hotel & Airlines ซึ่งเป็นส่วนเนื้อหาการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมในประเทศไทยและสายการบินต่าง ๆ พร้อมทั้งมีส่วนเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของโรงแรมและสายการบินต่าง ๆ

ส่วนเชื่อมโยงไปยังข้อมูล
โรงแรมในต่างจังหวัด



ส่วนเชื่อมโยงไปยังข้อมูลสายการบินต่าง ๆ

ส่วนเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์โรงแรม

รูปที่ 220 แสดงหน้าเว็บเพจ Hotel&Airlines

ส่วนเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์โรงแรม

8.หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์

หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์นำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่จากฉบับเล่ม โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนข้อมูล ในขณะที่เดียวกันการจัดแบ่งประเภทเนื้อหาที่เป็นรูปแบบเดียวกับฉบับเล่ม ดังต่อไปนี้ 1)หัวข้อข่าว 2)วิเคราะห์ 3)รถยนต์ 4)ไอที 5)การตลาด 6)SME



รูปที่ 221 หน้าโฮมเพจฐานเศรษฐกิจ

จากการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์ พบว่าเนื้อหาในแต่ละส่วนมีปริมาณการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ประเภทเนื้อหา	ปริมาณการนำเสนอ
หัวข้อข่าว	100
วิเคราะห์	8
รถยนต์	8
ไอที	63
การตลาด	106
SME	8
รวม	293

ตารางที่ 17 แสดงปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละส่วน
ของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์

นอกจากนี้เนื้อหาในแต่ละส่วนยังมีการนำเสนอคอลัมน์ ซึ่งมีปริมาณการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ประเภทเนื้อหา	คอลัมน์	ปริมาณการนำเสนอ
หัวข้อข่าว	World Monitor	7
	เวทีความคิด	7
	สหัสวรรษใหม่	4
	รายงานพิเศษ	2
	ข่าวนอกรอบ	8
	สัมภาษณ์	6
ไอที	อีคอมเมิร์ซ	8
	สารพันการค้า	8
	รายงานพิเศษ	7
	สัมภาษณ์	5
	ไซเบอร์โดนามิก	2
การตลาด	ปรอทโฆษณา	4
	รายงานพิเศษ	8
	สัมภาษณ์	7
	What's New	5
รวม		88

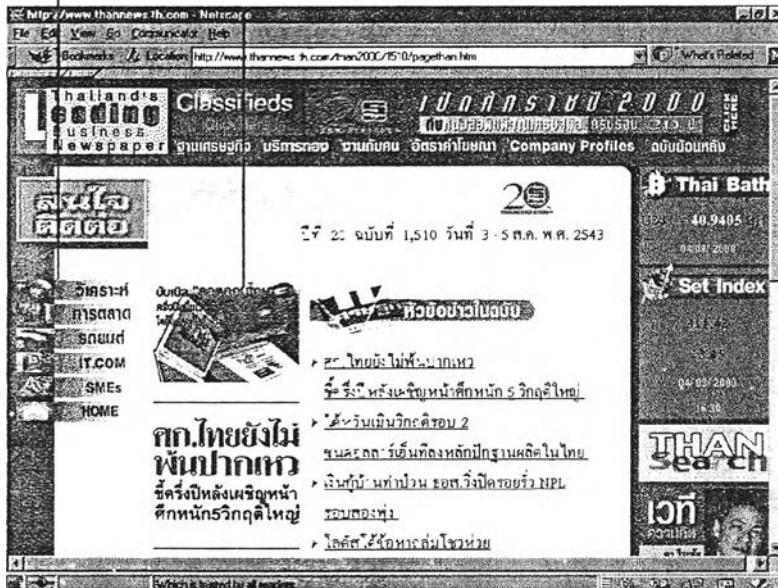
ตารางที่ 18 แสดงปริมาณการนำเสนอคอลัมน์ในเนื้อหาแต่ละส่วน

ส่วนการใช้ภาพประกอบ พบว่าจะมีการใช้ภาพประกอบในส่วนเนื้อหาหัวข้อข่าว, ไอที และ ตลาด ในส่วนหน้าแสดงหัวข้อข่าวทั้งหมด แต่จะไม่มีการใช้ภาพประกอบในส่วนหน้าแสดงรายละเอียดเนื้อหาข่าว โดยมีปริมาณการใช้ภาพประกอบ ดังต่อไปนี้

ประเภทเนื้อหา	ปริมาณภาพประกอบ
หัวข้อข่าว	13
ไอที	14
ตลาด	13
รวม	40

ตารางที่ 19 แสดงปริมาณการใช้ภาพประกอบในเนื้อหาแต่ละส่วน

การแบ่งประเภท เนื้อหา การใช้ภาพประกอบในส่วน หน้าแสดงหัวข้อข่าวทั้งหมด



รูปที่ 222 แสดงการใช้ภาพประกอบในส่วนหน้าแสดงหัวข้อข่าว

เนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม

- 1) ฉบับย้อนหลัง หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์มีการจัดเตรียมฉบับย้อนหลังให้สืบค้นตั้งแต่ฉบับ 1467 ถึง ปัจจุบัน

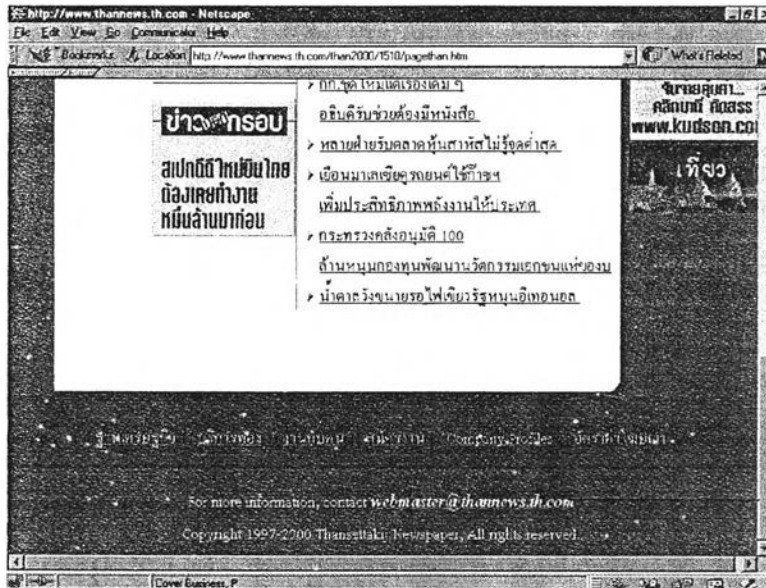


ส่วนเชื่อมโยง
ฉบับย้อนหลัง

รูปที่ 223 แสดงส่วนเชื่อมโยงฉบับย้อนหลังจากหน้าโฮมเพจ

การใช้สื่อปฏิสัมพันธ์

1. อีเมล เป็นหนทางเดียวที่ผู้อ่านจะสามารถติดต่อมีปฏิสัมพันธ์กับผู้จัดทำเว็บไซต์ได้ที่ webmaster@thannews.th.com



รูปที่ 224 แสดงที่อยู่อีเมลหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์

ที่อยู่อีเมลติดต่อไปยังผู้ดูแลเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ฐานเศรษฐกิจ

2. เครื่องมือค้นหา เป็นการให้บริการช่วยสืบค้นข่าวหรือข้อมูลที่ต้องการ



รูปที่ 225 แสดงเครื่องมือค้นหาในหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์

การเชื่อมโยงข้อมูล

1) หัวข้อข่าวในฉบับ,วิเคราะห์,รถยนต์ และ SME และคอลัมน์ ใช้การคลิกเมาส์ 2 ครั้ง จึงจะสามารถเข้าสู่เนื้อหาข่าวที่ต้องการได้ โดยการคลิกเมาส์ครั้งแรกที่ส่วนเชื่อมโยงเนื้อหาฐานเศรษฐกิจที่หน้าโฮมเพจ หลังจากนั้นจะเข้าสู่หน้าแรกของเว็บไซต์ซึ่งแสดงหัวข้อข่าวทั้งหมดใน ส่วนหัวข้อข่าวในฉบับ และการคลิกครั้งที่ 2 ที่หัวข้อข่าวที่ต้องการ ก็จะสามารถเข้าถึงรายละเอียด เนื้อหาของข่าวที่ต้องการเข้าถึงได้



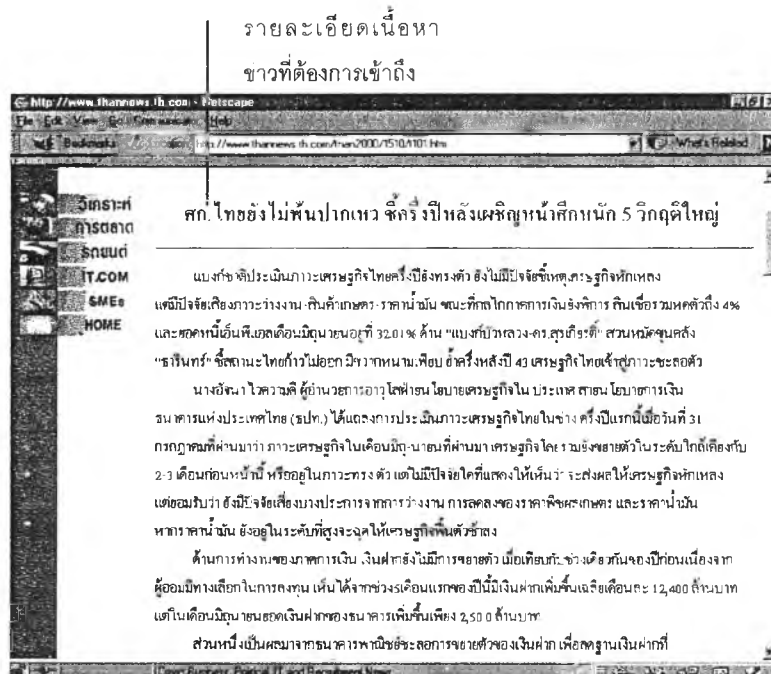
คลิกครั้งที่ 1 ที่ ส่วนเชื่อมโยง เนื้อหาฐาน เศรษฐกิจ

รูปที่ 226 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหาฐานเศรษฐกิจจากหน้าโฮมเพจ

คลิกครั้งที่ 2 ที่หัว ข้อข่าวที่ต้องการ



รูปที่ 227 แสดงหน้าเว็บเพจในส่วนหัวข้อข่าวในฉบับ



รูปที่ 228 แสดงหน้าเว็บเพจรายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการเข้าถึง

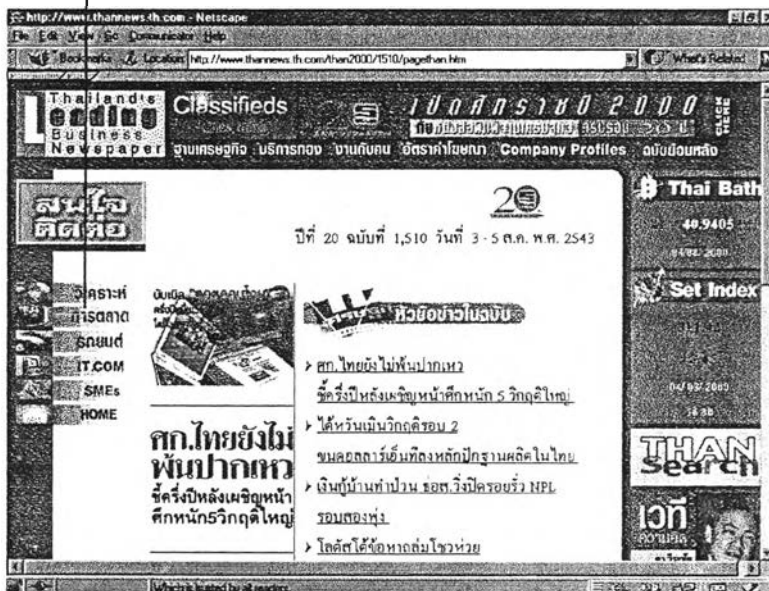
2. ไอที การตลาดและคอลัมน์ ใช้การคลิกเมาส์ 3 ครั้งจึงจะสามารถเข้าถึงเนื้อหาข่าวที่ต้องการได้ โดยการคลิกครั้งแรกจากหน้าโฮมเพจที่ส่วนเชื่อมโยงฐานเศรษฐกิจ จากนั้นจะเข้าสู่หน้าแสดงหัวข้อข่าวในฉบับ การคลิกเมาส์ครั้งที่ 2 ที่ส่วนเชื่อมโยงประเภทข่าวที่ต้องการ ซึ่งจะนำไปสู่หน้าแสดงหัวข้อข่าวในประเภทที่เราต้องการ และการคลิกเมาส์ครั้งที่ 3 ที่หัวข้อข่าวที่ต้องการก็จะสามารถเข้าถึงเนื้อหารายละเอียดข่าวหรือคอลัมน์ที่ต้องการเข้าถึงได้



คลิกเมาส์ครั้งที่
1 ที่ส่วนเชื่อมโยง
ฐาน
เศรษฐกิจ

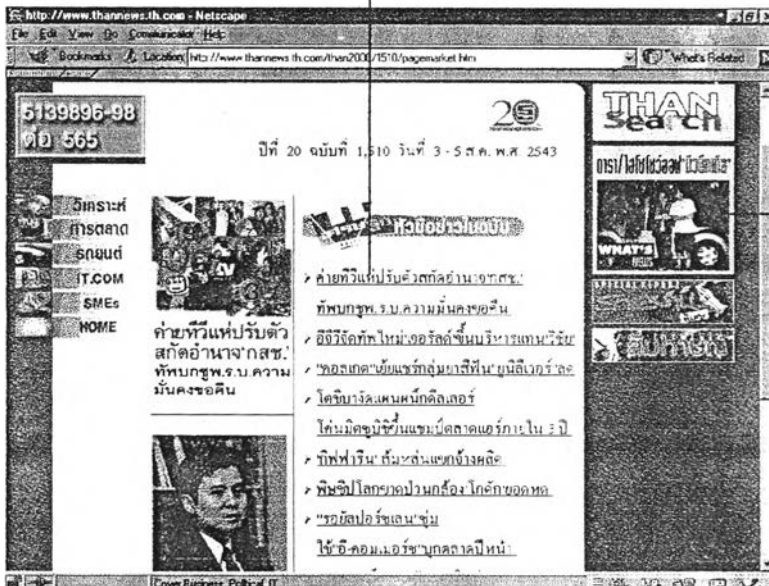
รูปที่ 229 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหาฐานเศรษฐกิจจากหน้าโฮมเพจ

คลิกครั้งที่ 2 ที่ส่วน
เชื่อมโยงการตลาด



รูปที่ 230 แสดงการเชื่อมโยงในส่วนเนื้อหาการตลาด

คลิกครั้งที่ 3 ที่หัวข้อข่าวที่ต้องการ



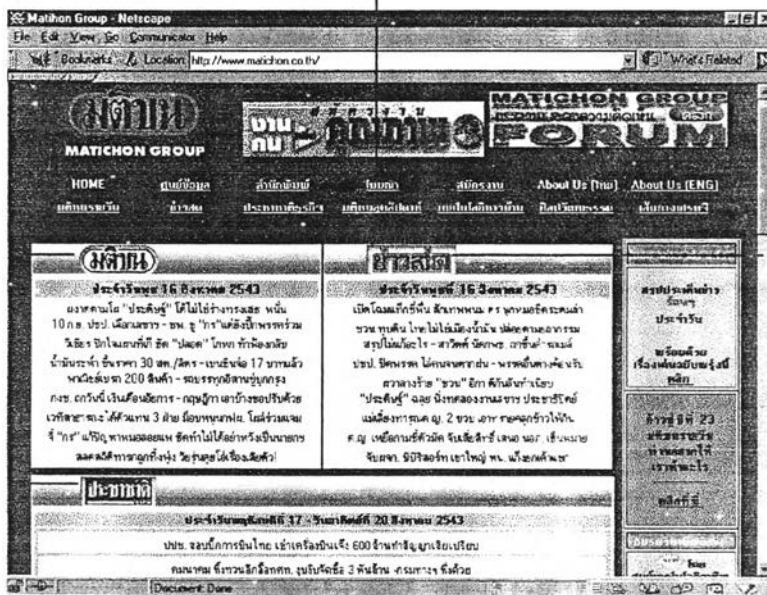
คลิกครั้งที่
3 ที่คอลัมน์
ที่ต้องการ

รูปที่ 231 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหาจากหน้าการตลาด

9.หนังสือพิมพ์ในเครือมติชน

ในเว็บไซท์มติชนมีการนำเสนอเนื้อหาสิ่งพิมพ์ในเครือมติชนทั้งหมด คือ หนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์, หนังสือพิมพ์ข่าวสดออนไลน์, หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ, นิตยสารมติชนสุดสัปดาห์, นิตยสารเทคโนโลยีชาวบ้าน, นิตยสารศิลปวัฒนธรรม และนิตยสารเส้นทางเศรษฐกิจ

ส่วนเชื่อมโยงไปยังสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ในเครือมติชน



ส่วนเชื่อมโยงไปยังหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์

ส่วนเชื่อมโยงไปยังหนังสือพิมพ์ข่าวสด

ส่วนเชื่อมโยงไปยังหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์

รูปที่ 234 แสดงหน้าโฮมเพจมติชน

โดยในจำนวนดังกล่าวมีหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในเครือมติชนจำนวน 3 ฉบับ ซึ่งประกอบไปด้วย มติชน, ข่าวสด และประชาชาติธุรกิจ ซึ่งแต่ละฉบับมีลักษณะการนำเสนอเนื้อหา ดังต่อไปนี้

หนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์ นำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่จากในฉบับเล่ม โดยมีการแบ่งประเภทเนื้อหาเหมือนหนังสือพิมพ์ในฉบับเล่ม ดังต่อไปนี้ 1)ข่าวหน้า1 2)บทนำ 3)เศรษฐกิจ 4)คอลัมน์ 5)สังคม 6)สิ่งแวดล้อม-สาธารณสุข 7)การศึกษา 8)ภูมิภาค 9)สตรี 10)บันเทิง 11)ต่างประเทศ 12)เลือกตั้งกทม. 13.กระบวนการยุติธรรม 14)กีฬา 15)มติชนออนไลน์ 16)แคมป์ส-คนรุ่นใหม่ 17)รถยนต์ 18)ผู้หญิง-ครอบครัว 19)สุขสรรค์ 20)เส้นทางชาวบ้าน-กศน. 21)อาหาร 22)ชุมชนเมือง 23)ปกครองท้องถิ่น



รูปที่ 235 แสดงหน้าเว็บเพจหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์

จากการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์ พบว่าเนื้อหาในแต่ละส่วนมีปริมาณการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ประเภทเนื้อหา	ปริมาณการนำเสนอ
ข่าวหน้า 1	260
บันเทิง	20
เศรษฐกิจ	215
คอลัมน์	158
สังคม	8
สิ่งแวดล้อม-สาธารณสุข	95
การศึกษา	158
ภูมิภาค	87
สตรี	5
บันเทิง	187
ต่างประเทศ	225
เลือกตั้งกทม.	160
กระบวนการยุติธรรม	64
กีฬา	304

(ต่อ)

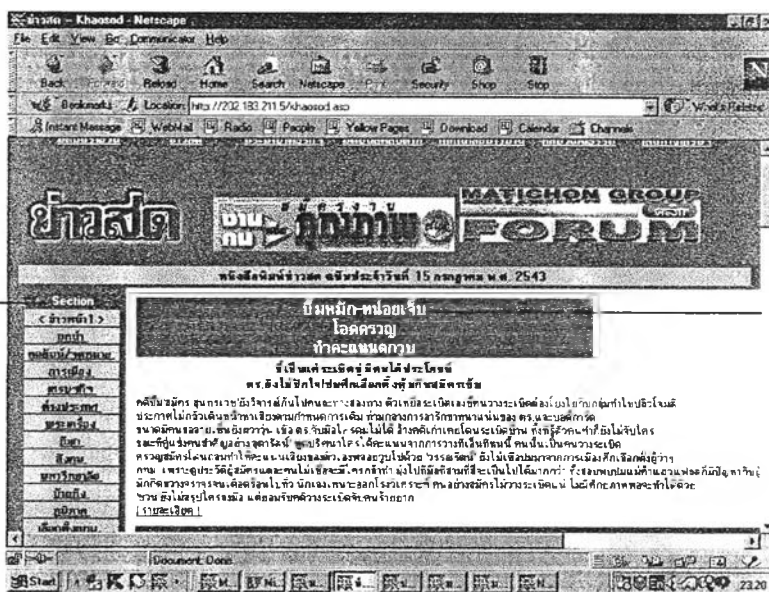
ประเภทเนื้อหา	ปริมาณการนำเสนอ
มติชนออนไลน์	74
แคมป์ส-คนรุ่นใหม่	21
ผู้หญิง-ครอบครัว	45
สุขสรรค์	38
เส้นทางชาวบ้าน-กศน.	11
อาหาร	6
ชุมชนเมือง	18
ปกครองส่วนท้องถิ่น	15
รวม	2,174

ตารางที่ 20 แสดงปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละ ส่วนของหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์

ส่วนการใช้ภาพประกอบนั้น หนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์จะมีการนำเสนอเฉพาะในวันที่มี ข่าวสำคัญ ๆ เท่านั้น และจะจำกัดอยู่เฉพาะที่หน้าแรกของเว็บไซต์เท่านั้น

หนังสือพิมพ์ข่าวสดออนไลน์ นำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่จากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม โดยมี การแบ่งประเภทเนื้อหาเหมือนกับในฉบับเล่ม ดังต่อไปนี้ 1)ข่าวหน้า 1 2)บทนำ 3)สังคม 4) การเมือง 5)เศรษฐกิจ 6)ต่างประเทศ 7)ภูมิภาค 8)กีฬา 9)บันเทิง 10)พระเครื่อง 11) คอลัมน์-จดหมาย 12)การศึกษา 13)เยาวชน 14)สตรี 15)เกษตร-ภูธร 16)การตลาด 17)อสังหา/รถยนต์/ไอที 18)เลือกตั้งกม. 19)หรรษา 20)มหาวิทยาลัย

การแบ่งประเภท เนื้อหา



หัวข้อข่าวหน้า 1

รูปที่ 236 แสดงหน้าเว็บเพจหนังสือพิมพ์ข่าวสดออนไลน์

จากการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ข่าวสดออนไลน์ พบว่าเนื้อหาในแต่ละส่วนมีปริมาณการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ประเภทเนื้อหา	ปริมาณการนำเสนอ
ข่าวหน้า 1	562
บทนำ	174
สังคม	11
การเมือง	64
มหาวิทยาลัย	10
เศรษฐกิจ	278
ต่างประเทศ	214
ภูมิภาค	128
กีฬา	504
บันเทิง	544
พระเครื่อง	45
คอลัมน์-จดหมาย	58
การศึกษา	32
เยาวชน	24
สตรี	18
เกษตร-ภูธร	23
การตลาด	42
อสังหา-รถยนต์-ไอที	28
หรรษา	16
เลือกตั้งกทม.	42
รวม	2,817

ตารางที่ 21 แสดงปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละส่วนของหนังสือพิมพ์ข่าวสดออนไลน์

ส่วนการใช้ภาพประกอบนั้น หนังสือพิมพ์ข่าวสดออนไลน์จะนำเสนอเฉพาะในวันที่มีข่าวสำคัญ ๆ เท่านั้น และจำกัดอยู่เฉพาะในหน้าแรกของเว็บไซต์เท่านั้น

หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ นำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่จากในฉบับเล่ม โดยมีการจัดแบ่งประเภทเนื้อหาเหมือนหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม ดังต่อไปนี้ 1)ข่าวหน้า 1 2)การเมือง 3)การค้า-ลงทุน 4)ก่อสร้าง-ที่ดิน 5)ต่างประเทศ 6)ตลาดเงิน-ตลาดทุน 7)การตลาด 8)ท่องเที่ยว 9)ไอที 10)รถยนต์ 11)ภูมิภาค 12)บทนำ-บทความ 13)New Biz



รูปที่ 237 แสดงหน้าเว็บเพจหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

จากการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ พบว่าเนื้อหาในแต่ละส่วนมีปริมาณการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ประเภทเนื้อหา	ปริมาณการนำเสนอ
ข่าวหน้า 1	68
การเมือง	27
การค้า-ลงทุน	45
ก่อสร้าง-ที่ดิน	37
ต่างประเทศ	15
ตลาดเงิน-ตลาดทุน	42
การตลาด	95
ท่องเที่ยว	23
ไอที	62

(ต่อ)

ประเภทเนื้อหา	ปริมาณการนำเสนอ
รถยนต์	49
ภูมิภาค	40
บทนำ-บทความ	48
New Biz	43
รวม	594

ตารางที่ 22 แสดงปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละส่วน
ของหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์

ส่วนการใช้ภาพประกอบนั้น พบว่าหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์จะมีการนำเสนอภาพข่าวที่หน้าแรกของเว็บไซต์ทุกฉบับ ฉบับละ 1 ภาพ นอกจากนี้ยังมีการใช้ภาพประกอบในเนื้อหาส่วนต่าง ๆ ด้วย โดยมีปริมาณการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ประเภทเนื้อหา	ปริมาณการใช้ภาพประกอบ
ข่าวหน้า 1	9
การค้า-ลงทุน	8
ก่อสร้าง-ที่ดิน	23
ตลาดเงิน-ตลาดทุน	13
การตลาด	78
ท่องเที่ยว	11
ไอที	42
รถยนต์	38
New Biz	18
รวม	240

ตารางที่ 23 แสดงปริมาณการใช้ภาพประกอบในเนื้อหาแต่ละ
ส่วนของหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

เนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม

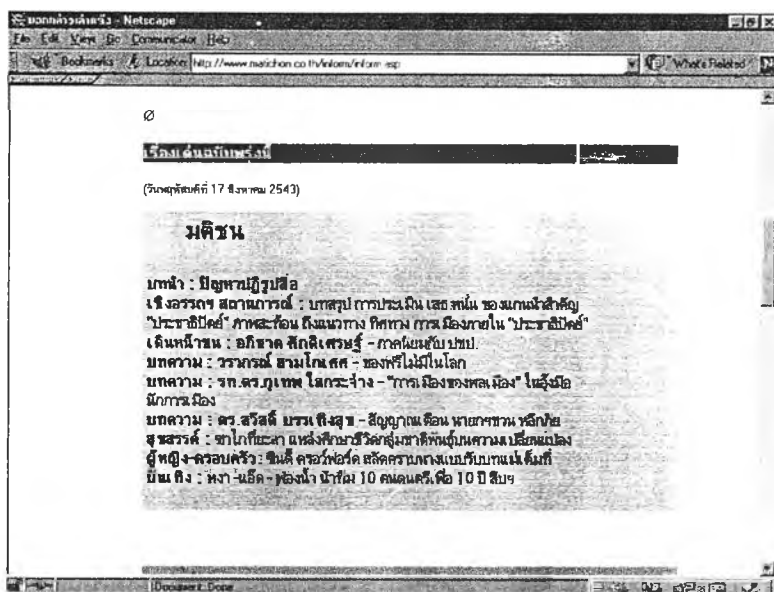
1.ฉบับย้อนหลัง หนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์ มีการให้บริการสืบค้นฉบับย้อนหลัง 1 เดือน ส่วนหนังสือพิมพ์ข่าวสด มีฉบับย้อนหลังให้สืบค้น ตั้งแต่วันที่ 11 มกราคม 2543 จนถึง

ฉบับปัจจุบัน และหนังสือพิมพ์ประชาธิปไตยธุรกิจออนไลน์มีฉบับย้อนหลังให้สืบค้น ตั้งแต่ฉบับวันที่ 13 ธันวาคม 2542 จนถึง ฉบับปัจจุบัน

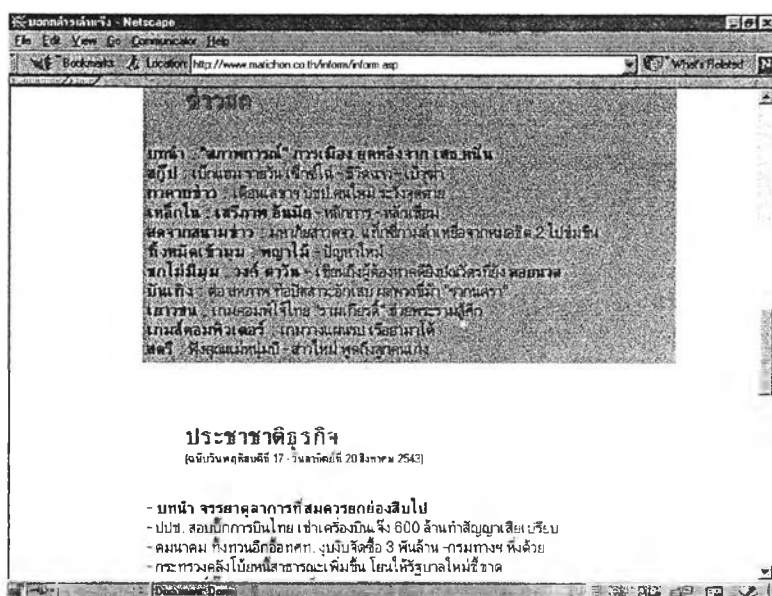
2.ประเด็นร้อนและเรื่องเด่นฉบับพฤษภาคม นำเสนอสรุปประเด็นเนื้อหาข่าวที่น่าสนใจและแนะนำเรื่องราวที่น่าสนใจในหนังสือพิมพ์ฉบับพฤษภาคมของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับ



รูปที่ 238 แสดงหน้าเว็บเพจเนื้อหา “ประเด็นร้อน”



รูปที่ 239 แสดงหน้าเว็บเพจ “เรื่องเด่นฉบับพฤษภาคม” ของหนังสือพิมพ์ มติชนออนไลน์

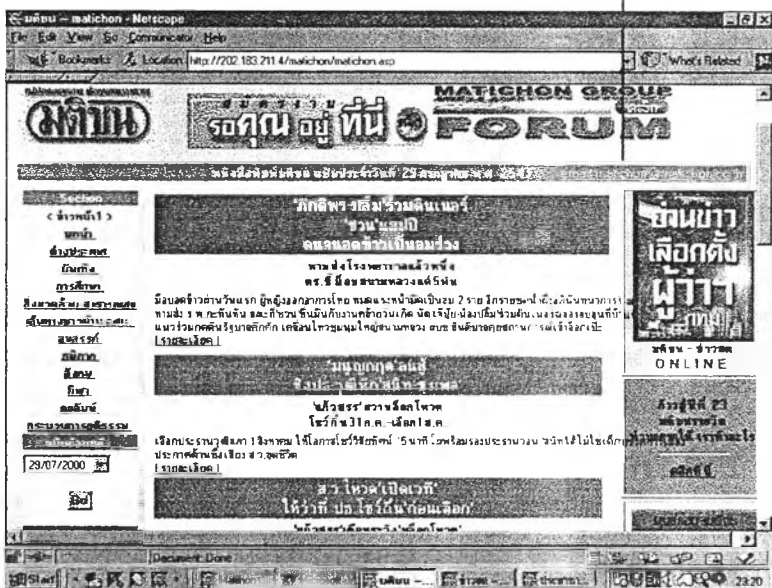


รูปที่ 240 แสดงหน้าเว็บเพจ “ข่าวเด่นฉบับพฤษภาคม” ของหนังสือพิมพ์ข่าวสดออนไลน์และหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์

การใช้สื่อปฏิสัมพันธ์

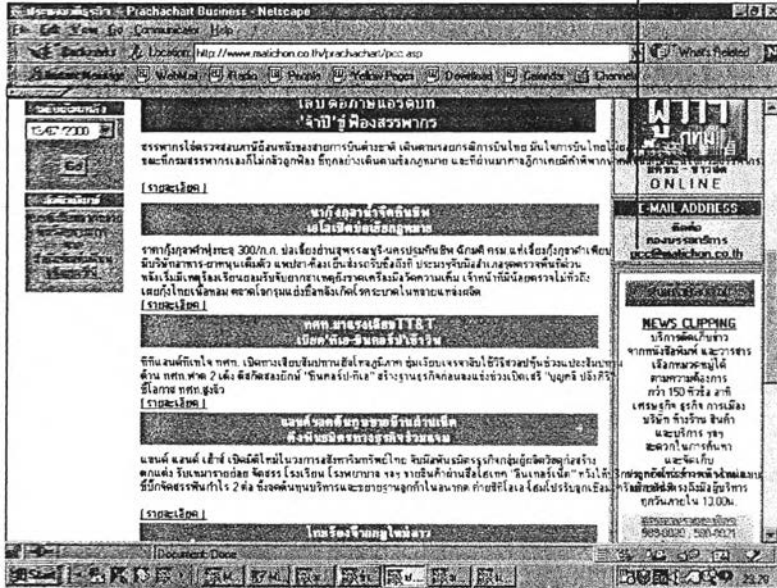
1.อีเมล มีการเตรียมอีเมลที่ใช้ติดต่อกับทีมงานผู้จัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์มติชนและประชาชาติธุรกิจ ส่วนหนังสือพิมพ์ข่าวสดออนไลน์ไม่มีการจัดเตรียมอีเมลไว้เพื่อให้ผู้อ่านได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้จัดทำ

ส่วนเชื่อมโยงที่อยู่อีเมลของหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์
 matchon@matchon.co.th



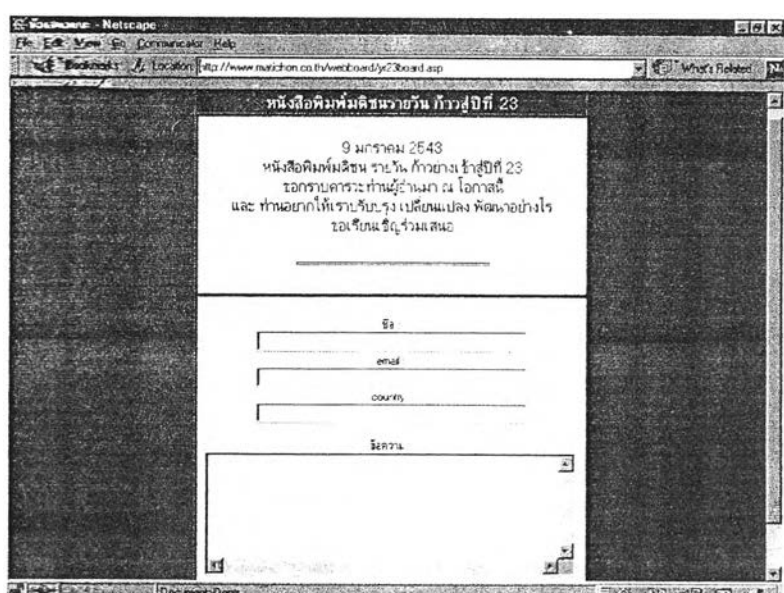
รูปที่ 241 แสดงส่วนเชื่อมโยงที่อยู่อีเมลของหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์

ส่วนเชื่อมโยงที่อยู่อีเมลของ
หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ
pcc@matichon.co.th



รูปที่ 242 แสดงส่วนเชื่อมโยงที่อยู่อีเมลของหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์

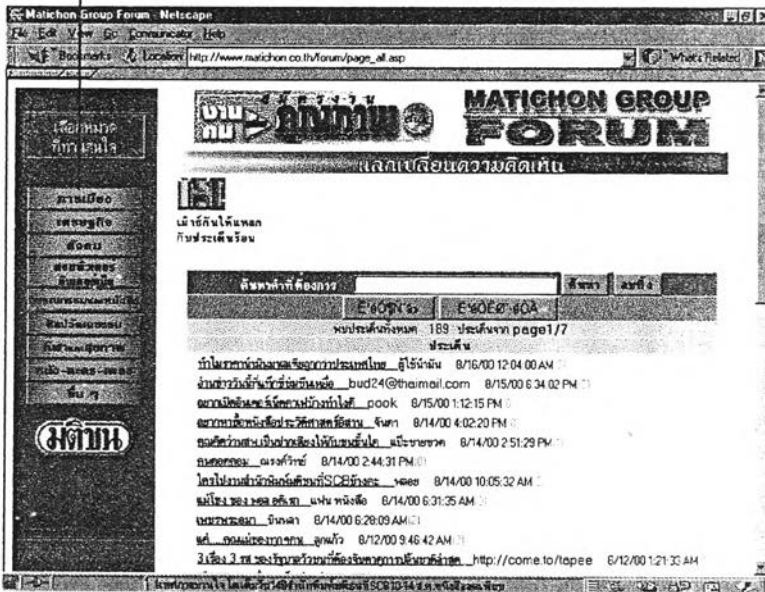
2. แสดงความคิดเห็น เป็นส่วนที่เปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้แสดงความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะในการปรับปรุง หรือเพิ่มเติมเนื้อหาของเว็บไซต์มติชน



รูปที่ 243 แสดงหน้าเว็บเพจส่วนแสดงความคิดเห็น

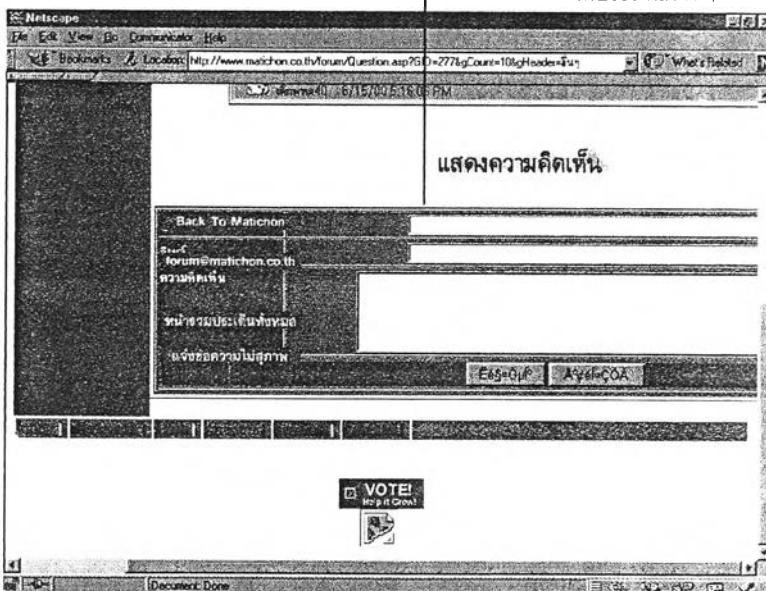
3.ฟอรัม เป็นส่วนที่เปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้เข้ามาแสดงความคิดเห็น หรือตั้งประเด็นต่าง ๆ โดยมีการจัดแบ่งฟอรัมออกเป็น 9 ประเภทคือ 1)การเมือง 2)เศรษฐกิจ 3)สังคม 4)คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต 5)วรรณกรรมและหนังสือ 6)ศิลปวัฒนธรรม 7)กีฬาและสุขภาพ 8)หนัง-ละคร-เพลง 9)อื่น ๆ

ส่วนเชื่อมโยงเนื้อหาเว็บบอร์ดประเภทต่าง ๆ

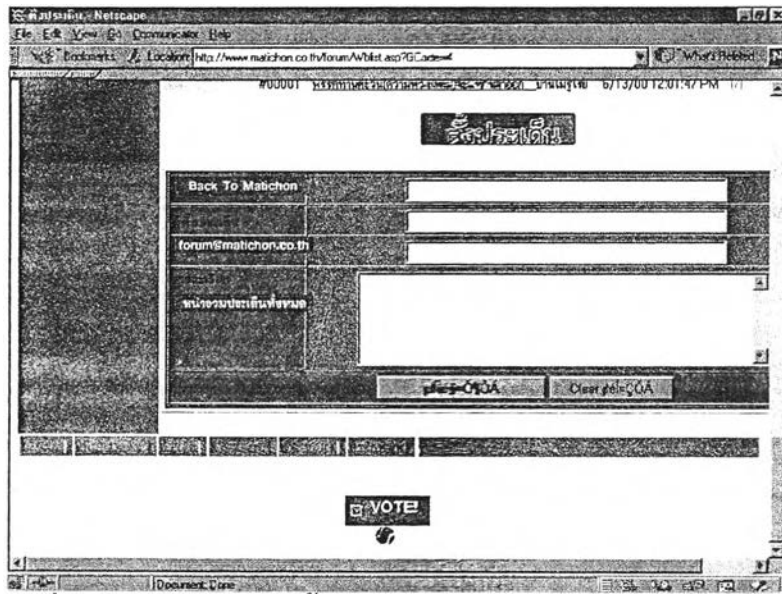


รูปที่ 244 แสดงหน้าเว็บบอร์ดเว็บไซต์มติชน

ส่วนกรอกข้อความเพื่อแสดง
ความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ



รูปที่ 245 แสดงส่วนกรอกข้อความแสดงความคิดเห็น

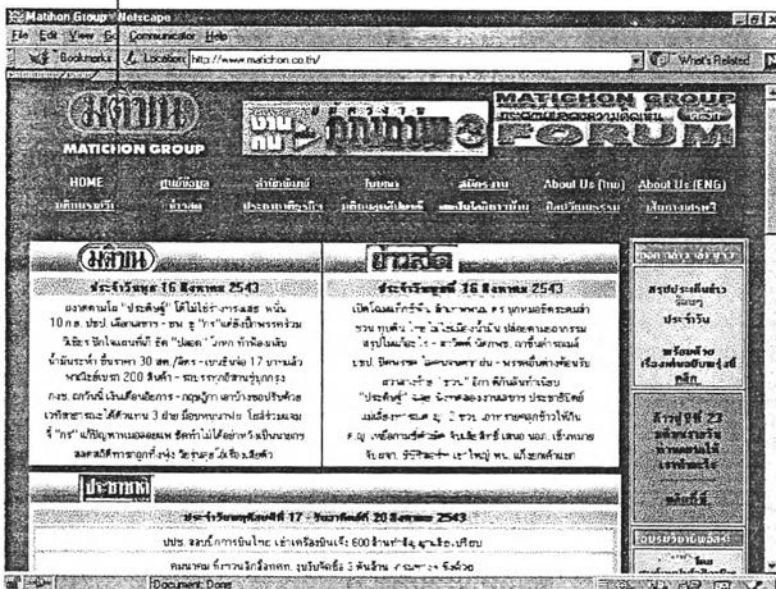


รูปที่ 246 แสดงส่วนการตั้งประเด็นใหม่

การเชื่อมโยงข้อมูล

1. ข่าวนำ 1 ใช้การคลิกเมาส์เพียง 2 ครั้งจากหน้าโฮมเพจก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาข่าวที่ต้องการได้ โดยการคลิกเมาส์ครั้งแรกที่ส่วนเชื่อมโยงหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต้องการ หลังจากนั้นจะเข้าสู่หน้าแรกของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ซึ่งจะแสดงหัวข้อข่าวหน้า 1 ทั้งหมด และการคลิกครั้งที่ 2 ที่หัวข้อข่าวหน้า 1 ที่ต้องการก็จะสามารถเข้าถึงเนื้อหาข่าวที่ต้องการได้

คลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วนเชื่อมโยง :
หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต้องการ



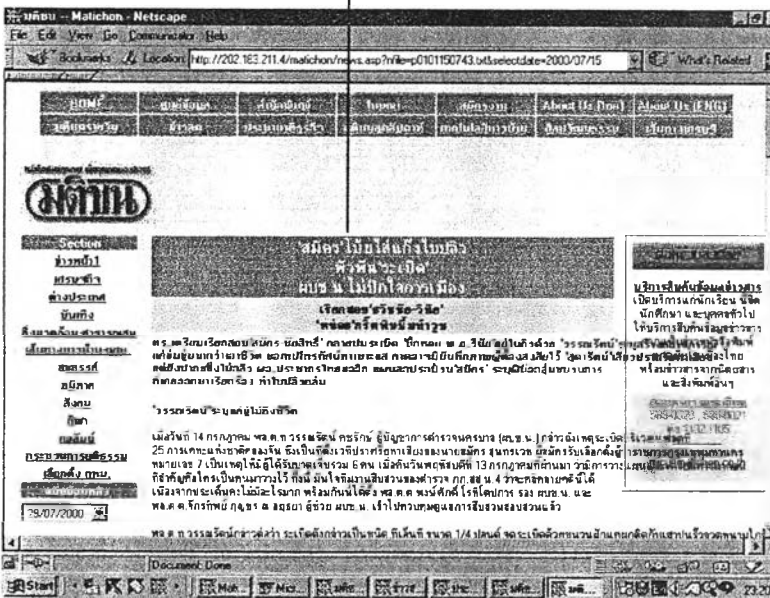
รูปที่ 247 แสดงการเชื่อมโยงหนังสือพิมพ์ออนไลน์จากหน้าโฮมเพจ

คลิกครั้งที่ 2 ที่ส่วนเชื่อมโยง
หัวข้อข่าวที่ต้องการ



รูปที่ 248 แสดงการเชื่อมโยงหัวข้อข่าว

รายละเอียดเนื้อหาข่าว
ที่ต้องการเข้าถึง

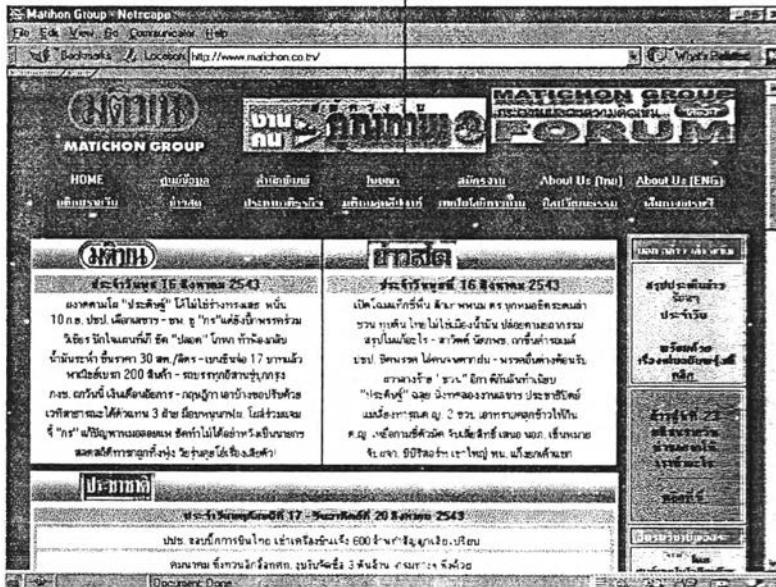


รูปที่ 249 แสดงการเข้าถึงรายละเอียดเนื้อหาข่าวที่ต้องการ

ส่วนการเข้าถึงเนื้อหาข่าวหรือบทความอื่น ๆ นั้น จะใช้การคลิกเมาส์ 3 ครั้งจากหน้าโฮมเพจจึงจะสามารถเข้าถึงเนื้อหาข่าวหรือบทความที่ต้องการได้ โดยการคลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วนเชื่อมโยงหนังสือพิมพ์ที่ต้องการจากหน้าโฮมเพจ จากนั้นจะเข้าสู่หน้าแรกของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดย

การคลิกครั้งที่ 2 ที่ส่วนเชื่อมโยงประเภทข่าวที่ต้องการ จากนั้นจะเข้าสู่หน้าแสดงหัวข้อข่าวทั้งหมดของประเภทข่าวที่ต้องการ และการคลิกเมาส์ครั้งที่ 3 ที่หัวข้อข่าวที่ต้องการก็จะสามารถเข้าถึงเนื้อหาข่าวที่ต้องการได้

คลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วนเชื่อมโยงหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต้องการ



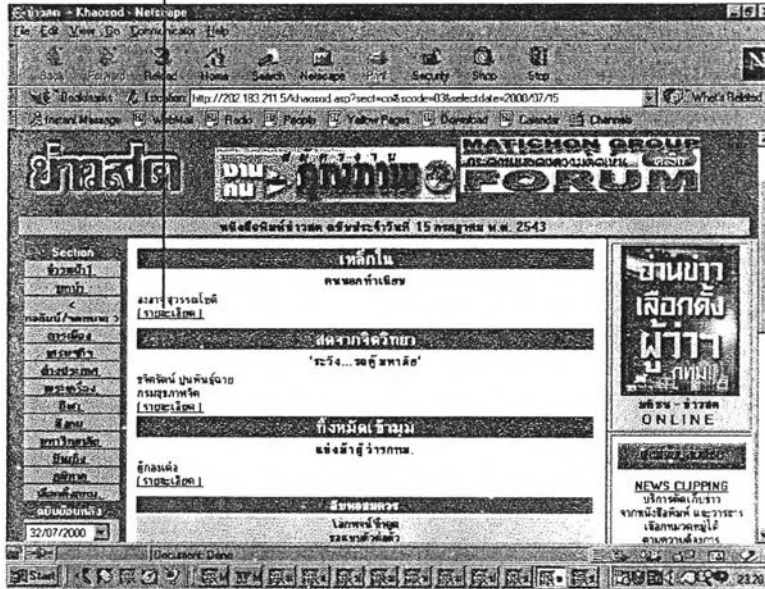
รูปที่ 250 แสดงการเชื่อมโยงหนังสือพิมพ์ออนไลน์จากหน้าโฮมเพจ

คลิกครั้งที่ 2 ที่ส่วนเชื่อมโยงประเภทเนื้อหาที่ต้องการ



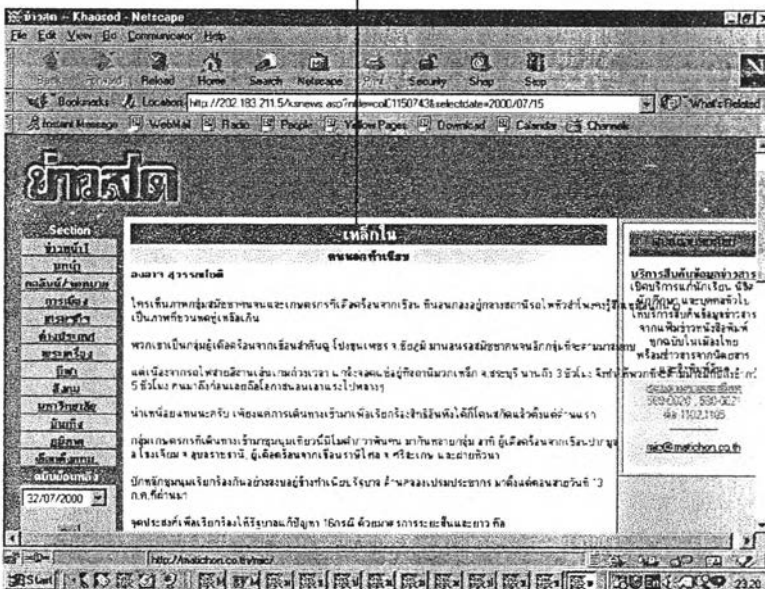
รูปที่ 251 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหาบทนำ

คลิกครั้งที่ 3 ที่ส่วนเชื่อมโยงเนื้อหาที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 252 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหา “เหล็กใน”

รายละเอียดเนื้อหา
ข่าวที่ต้องการเข้าถึง



รูปที่ 253 แสดงรายละเอียดเนื้อหาที่ต้องการเข้าถึง

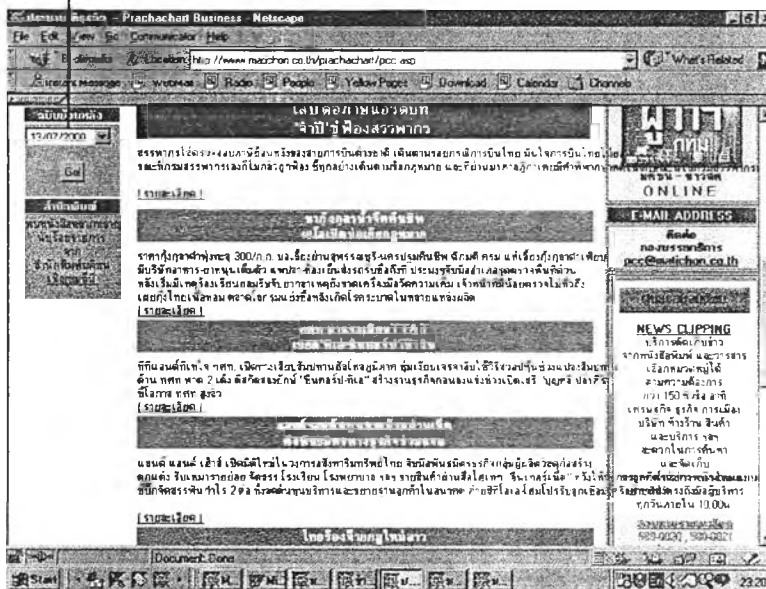
2.ฉบับย้อนหลัง ใช้การคลิกเมาส์ 2 ครั้งจากหน้าโฮมเพจก็สามารถเข้าถึงฉบับย้อนหลังที่ต้องการได้ โดยการคลิกครั้งแรกที่ส่วนเชื่อมโยงหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต้องการ หลังจากนั้นจะเข้าสู่หน้าแรกของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ และการคลิกครั้งที่ 2 ที่ส่วนเชื่อมโยงฉบับย้อนหลังที่ต้องการก็สามารถเข้าถึงฉบับย้อนหลังที่ต้องการได้

คลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วนเชื่อมโยงหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต้องการ



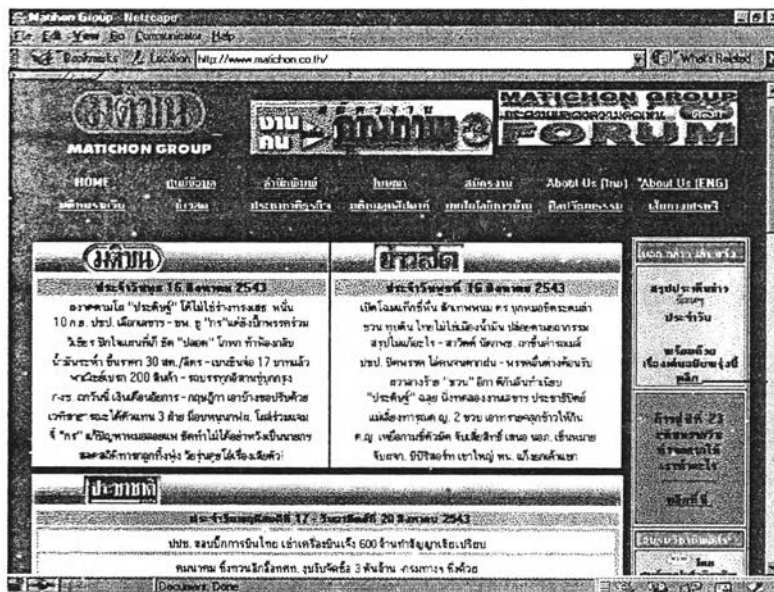
รูปที่ 254 แสดงการเชื่อมโยงหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต้องการ

คลิกครั้งที่ 2 ที่ส่วนเชื่อมโยงฉบับย้อนหลังที่ต้องการ



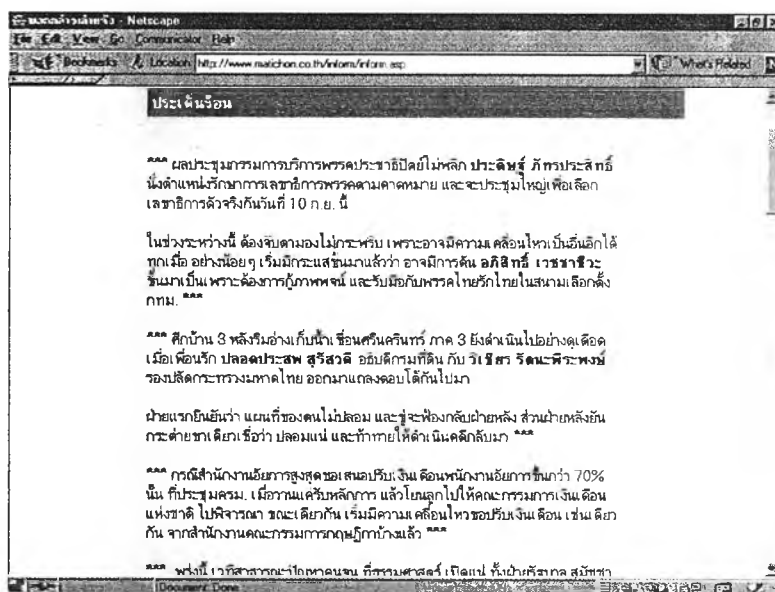
รูปที่ 255 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหาฉบับย้อนหลัง

3.ประเด็นร้อนและข่าวเด่นฉบับพฤษภาคมนี้ ใช้การคลิกเมาส์เพียงครั้งเดียวจากหน้าโฮมเพจก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาทั้งหมดได้



คลิกครั้งที่ 1 ที่ส่วน
เชื่อมโยงที่หน้าโฮม
เพจ

รูปที่ 256 แสดงการเชื่อมโยงเนื้อหา “ประเด็นร้อน”และ“ข่าวเด่นฉบับพฤษภาคมนี้”



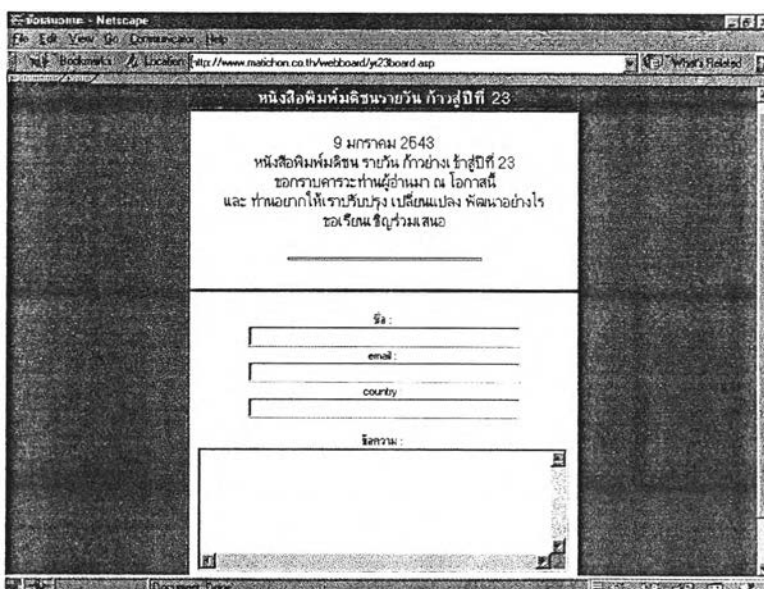
รูปที่ 257 แสดงรายละเอียดเนื้อหา “ประเด็นร้อน”

4. แสดงความคิดเห็น ใช้การคลิกเมาส์ครั้งเดียวจากหน้าโฮมเพจก็สามารถเข้าถึงหน้าแสดงความคิดเห็นได้ และใช้การคลิกเมาส์อีกครั้งหนึ่งเพื่อส่งความคิดเห็น



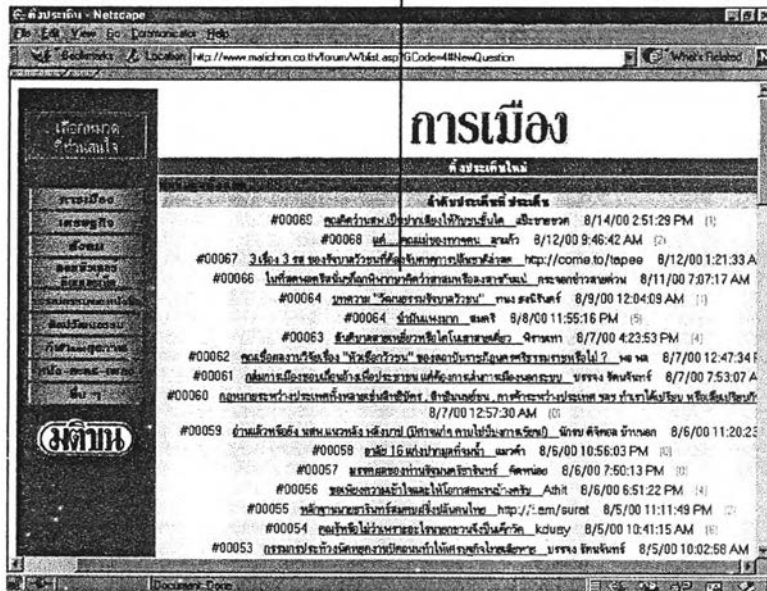
รูปที่ 258 แสดงการเชื่อมโยงส่วนแสดงความคิดเห็น

คลิกครั้งที่ 1 ที่ ส่วนเชื่อมโยงแสดงความคิดเห็น



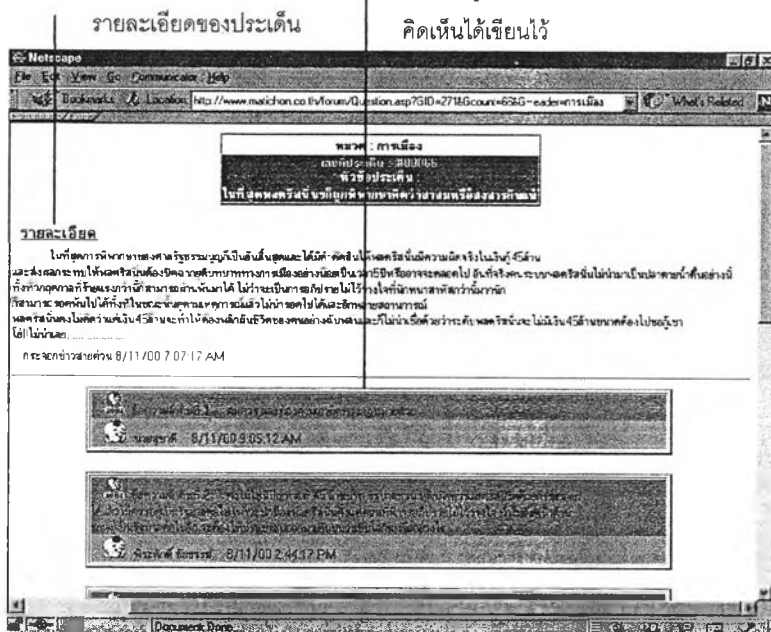
รูปที่ 259 แสดงหน้าเว็บเพจส่วนแสดงความคิดเห็น

คลิกครั้งที่ 3 ที่ประเด็นที่ต้องการ



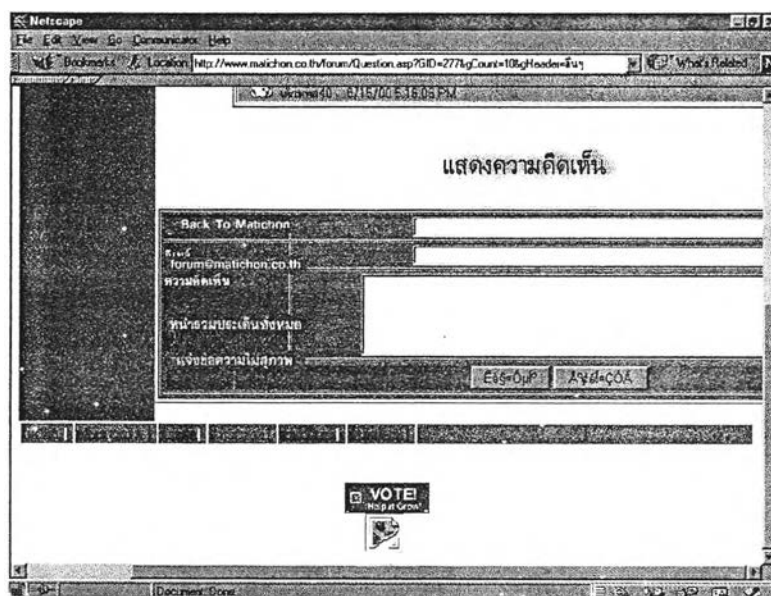
รูปที่ 262 แสดงหัวข้อประเด็นในหน้าฟอร์มการเมือง

ส่วนที่มีผู้แสดงความ
ความคิดเห็นเขียนไว้



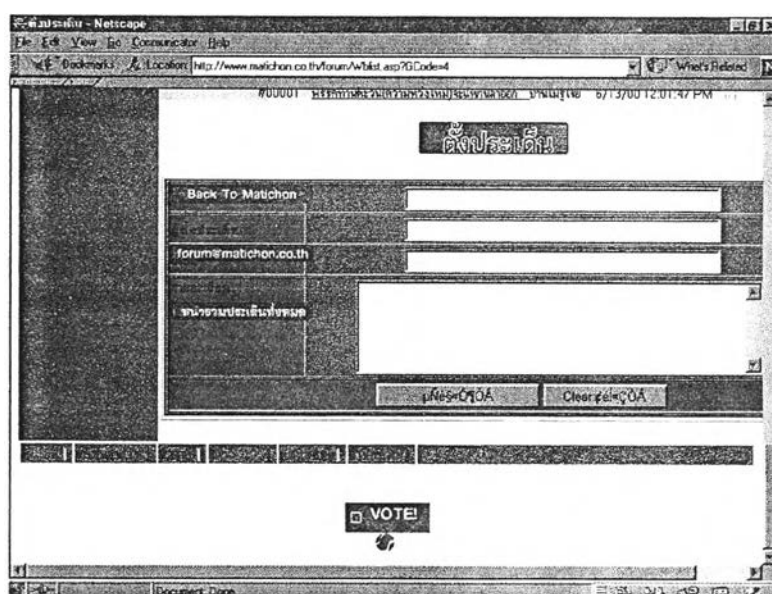
รูปที่ 263 แสดงรายละเอียดประเด็นที่ต้องการเข้าถึง

และถ้าต้องการแสดงความคิดเห็นในประเด็นนี้ก็สามารแสดงความคิดเห็นได้ โดยในส่วนล่างของหน้าเว็บเพจจะมีส่วนให้เขียนข้อความแสดงความคิดเห็นได้



รูปที่ 264 แสดงส่วนกรอกข้อความแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ

ส่วนถ้าต้องการตั้งประเด็นใหม่ก็สามารถทำได้ โดยทางด้านล่างของหน้าที่แสดงประเด็นในฟอรัมแต่ละประเภท จะมีส่วนให้ตั้งประเด็นขึ้นใหม่ โดยการกรอกชื่อผู้ตั้งประเด็น หัวเรื่อง ประเด็นและรายละเอียดของประเด็นที่ตั้งขึ้นใหม่



รูปที่ 265 แสดงส่วนการตั้งประเด็นใหม่

ส่วนที่ 2 การปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

ในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอผลการสำรวจการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย ในแง่ของการแทนที่และปรับเปลี่ยนเนื้อหาใหม่ทั้งหมดภายในเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อนำเสนอเนื้อหาในฉบับวันปัจจุบัน โดยการสำรวจระหว่างวันที่ 15 สิงหาคม 2543 ถึง 15 กันยายน 2543 ในช่วงเวลา 9.00 น.ของทุกวัน โดยมีผลการสำรวจ ดังต่อไปนี้

1.หนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์

วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา		วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา	
	ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา		ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา
15 ส.ค. 43		×	31 ส.ค. 43		×
16 ส.ค. 43		×	1 ก.ย. 43		×
17 ส.ค. 43		×	2 ก.ย. 43		×
18 ส.ค. 43		×	3 ก.ย. 43		×
19 ส.ค. 43		×	4 ก.ย. 43		×
20 ส.ค. 43		×	5 ก.ย. 43		×
21 ส.ค. 43		×	6 ก.ย. 43		×
22 ส.ค. 43		×	7 ก.ย. 43		×
23 ส.ค. 43		×	8 ก.ย. 43		×
24 ส.ค. 43		×	9 ก.ย. 43		×
25 ส.ค. 43		×	10 ก.ย. 43		×
26 ส.ค. 43		×	11 ก.ย. 43		×
27 ส.ค. 43		×	12 ก.ย. 43		×
28 ส.ค. 43		×	13 ก.ย. 43		×
29 ส.ค. 43		×	14 ก.ย. 43		×
30 ส.ค. 43		×	15 ก.ย. 43		×

ตารางที่ 24 แสดงผลการสำรวจการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ ไม่มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาภายในเว็บไซต์ให้เป็นฉบับวันปัจจุบันเลยตลอดช่วงเวลา 32 วันในการสำรวจ

2.หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์

วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา		วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา	
	ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา		ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา
15 ส.ค. 43		×	31 ส.ค. 43		×
16 ส.ค. 43		×	1 ก.ย. 43		×
17 ส.ค. 43		×	2 ก.ย. 43		×
18 ส.ค. 43		×	3 ก.ย. 43		×
19 ส.ค. 43		×	4 ก.ย. 43		×
20 ส.ค. 43		×	5 ก.ย. 43		×
21 ส.ค. 43		×	6 ก.ย. 43		×
22 ส.ค. 43		×	7 ก.ย. 43		×
23 ส.ค. 43		×	8 ก.ย. 43		×
24 ส.ค. 43		×	9 ก.ย. 43		×
25 ส.ค. 43		×	10 ก.ย. 43		×
26 ส.ค. 43		×	11 ก.ย. 43		×
27 ส.ค. 43		×	12 ก.ย. 43		×
28 ส.ค. 43		×	13 ก.ย. 43		×
29 ส.ค. 43		×	14 ก.ย. 43		×
30 ส.ค. 43		×	15 ก.ย. 43		×

ตารางที่ 25 แสดงผลการสำรวจการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์ ไม่มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาภายในเว็บไซต์ให้เป็นฉบับวันปัจจุบันตลอดช่วงเวลา 32 วันในการสำรวจ

๓.หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์

วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา		วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา	
	ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา		ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา
15 ส.ค. 43	×		31 ส.ค. 43	×	
16 ส.ค. 43	×		1 ก.ย. 43	×	
17 ส.ค. 43	×		2 ก.ย. 43	×	
18 ส.ค. 43	×		3 ก.ย. 43	×	
19 ส.ค. 43	×		4 ก.ย. 43	×	
20 ส.ค. 43	×		5 ก.ย. 43	×	
21 ส.ค. 43	×		6 ก.ย. 43	×	
22 ส.ค. 43	×		7 ก.ย. 43	×	
23 ส.ค. 43	×		8 ก.ย. 43	×	
24 ส.ค. 43	×		9 ก.ย. 43	×	
25 ส.ค. 43	×		10 ก.ย. 43	×	
26 ส.ค. 43	×		11 ก.ย. 43	×	
27 ส.ค. 43	×		12 ก.ย. 43	×	
28 ส.ค. 43	×		13 ก.ย. 43	×	
29 ส.ค. 43	×		14 ก.ย. 43	×	
30 ส.ค. 43	×		15 ก.ย. 43	×	

ตารางที่ 26 แสดงผลการสำรวจการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์ มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาภายในเว็บไซต์ให้เป็นฉบับวันปัจจุบันตลอดช่วงเวลา 32 วันในการสำรวจ

4.หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา		วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา	
	ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา		ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา
15 ส.ค. 43	×		31 ส.ค. 43	×	
16 ส.ค. 43	×		1 ก.ย. 43	×	
17 ส.ค. 43	×		2 ก.ย. 43	×	
18 ส.ค. 43	×		3 ก.ย. 43	×	
19 ส.ค. 43	×		4 ก.ย. 43	×	
20 ส.ค. 43	×		5 ก.ย. 43	×	
21 ส.ค. 43	×		6 ก.ย. 43	×	
22 ส.ค. 43	×		7 ก.ย. 43	×	
23 ส.ค. 43	×		8 ก.ย. 43	×	
24 ส.ค. 43	×		9 ก.ย. 43	×	
25 ส.ค. 43	×		10 ก.ย. 43	×	
26 ส.ค. 43	×		11 ก.ย. 43	×	
27 ส.ค. 43	×		12 ก.ย. 43	×	
28 ส.ค. 43	×		13 ก.ย. 43	×	
29 ส.ค. 43	×		14 ก.ย. 43	×	
30 ส.ค. 43	×		15 ก.ย. 43	×	

ตารางที่ 27 แสดงผลการสำรวจการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาภายในเว็บไซต์ให้เป็นฉบับวันปัจจุบันตลอดช่วงเวลา 32 วันในการสำรวจ

5.หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์

วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา		วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา	
	ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา		ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา
15 ส.ค. 43	×		31 ส.ค. 43	×	
16 ส.ค. 43	×		1 ก.ย. 43	×	
17 ส.ค. 43	×		2 ก.ย. 43	×	
18 ส.ค. 43	×		3 ก.ย. 43		
19 ส.ค. 43	×		4 ก.ย. 43	×	
20 ส.ค. 43			5 ก.ย. 43	×	
21 ส.ค. 43	×		6 ก.ย. 43	×	
22 ส.ค. 43	×		7 ก.ย. 43	×	
23 ส.ค. 43	×		8 ก.ย. 43	×	
24 ส.ค. 43	×		9 ก.ย. 43	×	
25 ส.ค. 43	×		10 ก.ย. 43		
26 ส.ค. 43	×		11 ก.ย. 43	×	
27 ส.ค. 43			12 ก.ย. 43	×	
28 ส.ค. 43	×		13 ก.ย. 43	×	
29 ส.ค. 43	×		14 ก.ย. 43	×	
30 ส.ค. 43	×		15 ก.ย. 43	×	

ตารางที่ 28 แสดงผลการสำรวจการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาภายในเว็บไซต์ให้เป็นฉบับวันปัจจุบันตลอดทั้งช่วงเวลา 32 วัน (28 ฉบับ) ในการสำรวจ

6.หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์

วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา		วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา	
	ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา		ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา
15 ส.ค. 43	×		31 ส.ค. 43	×	
16 ส.ค. 43	×		1 ก.ย. 43	×	
17 ส.ค. 43	×		2 ก.ย. 43	×	
18 ส.ค. 43	×		3 ก.ย. 43	×	
19 ส.ค. 43	×		4 ก.ย. 43	×	
20 ส.ค. 43	×		5 ก.ย. 43	×	
21 ส.ค. 43	×		6 ก.ย. 43	×	
22 ส.ค. 43	×		7 ก.ย. 43	×	
23 ส.ค. 43	×		8 ก.ย. 43	×	
24 ส.ค. 43	×		9 ก.ย. 43	×	
25 ส.ค. 43	×		10 ก.ย. 43	×	
26 ส.ค. 43	×		11 ก.ย. 43	×	
27 ส.ค. 43	×		12 ก.ย. 43	×	
28 ส.ค. 43	×		13 ก.ย. 43	×	
29 ส.ค. 43	×		14 ก.ย. 43	×	
30 ส.ค. 43	×		15 ก.ย. 43	×	

ตารางที่ 29 แสดงผลการสำรวจการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์ มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาภายในเว็บไซต์ให้เป็นฉบับวันปัจจุบันตลอดช่วงเวลา 32 วันในการสำรวจ

7.หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์

วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา		วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา	
	ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา		ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา
15 ส.ค. 43	×		31 ส.ค. 43	×	
16 ส.ค. 43	×		1 ก.ย. 43	×	
17 ส.ค. 43	×		2 ก.ย. 43	×	
18 ส.ค. 43	×		3 ก.ย. 43	×	
19 ส.ค. 43	×		4 ก.ย. 43	×	
20 ส.ค. 43	×		5 ก.ย. 43	×	
21 ส.ค. 43	×		6 ก.ย. 43	×	
22 ส.ค. 43	×		7 ก.ย. 43	×	
23 ส.ค. 43	×		8 ก.ย. 43	×	
24 ส.ค. 43	×		9 ก.ย. 43	×	
25 ส.ค. 43	×		10 ก.ย. 43	×	
26 ส.ค. 43	×		11 ก.ย. 43	×	
27 ส.ค. 43	×		12 ก.ย. 43	×	
28 ส.ค. 43	×		13 ก.ย. 43	×	
29 ส.ค. 43	×		14 ก.ย. 43	×	
30 ส.ค. 43	×		15 ก.ย. 43	×	

ตารางที่ 30 แสดงผลการสำรวจการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์ มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาภายในเว็บไซต์ให้เป็นฉบับวันปัจจุบันตลอดช่วงเวลา 32 วันในการสำรวจ

8.หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์

วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา		วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา	
	ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา		ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา
17 ส.ค. 43	×		31 ส.ค. 43	×	
18 ส.ค. 43			1 ก.ย. 43		
19 ส.ค. 43			2 ก.ย. 43		
20 ส.ค. 43	×		3 ก.ย. 43	×	
21 ส.ค. 43			4 ก.ย. 43		
22 ส.ค. 43			5 ก.ย. 43		
23 ส.ค. 43			6 ก.ย. 43		
24 ส.ค. 43	×		7 ก.ย. 43	×	
25 ส.ค. 43			8 ก.ย. 43		
26 ส.ค. 43			9 ก.ย. 43		
27 ส.ค. 43	×		10 ก.ย. 43	×	
28 ส.ค. 43			11 ก.ย. 43		
29 ส.ค. 43			12 ก.ย. 43		
30 ส.ค. 43			13 ก.ย. 43		
			14 ก.ย. 43	×	
			15 ก.ย. 43		
			16 ก.ย. 43		

ตารางที่ 31 แสดงผลการสำรวจการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์ มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาภายในเว็บไซต์ให้เป็นฉบับปัจจุบันตลอดช่วงเวลา 31 วัน (9 ฉบับ) ในการสำรวจ

9.หนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์และหนังสือพิมพ์ข่าวสดออนไลน์

วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา		วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา	
	ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา		ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา
15 ส.ค. 43	×		31 ส.ค. 43	×	
16 ส.ค. 43	×		1 ก.ย. 43	×	
17 ส.ค. 43	×		2 ก.ย. 43	×	
18 ส.ค. 43	×		3 ก.ย. 43	×	
19 ส.ค. 43	×		4 ก.ย. 43	×	
20 ส.ค. 43	×		5 ก.ย. 43	×	
21 ส.ค. 43		×	6 ก.ย. 43	×	
22 ส.ค. 43	×		7 ก.ย. 43	×	
23 ส.ค. 43	×		8 ก.ย. 43	×	
24 ส.ค. 43	×		9 ก.ย. 43	×	
25 ส.ค. 43	×		10 ก.ย. 43	×	
26 ส.ค. 43	×		11 ก.ย. 43	×	
27 ส.ค. 43	×		12 ก.ย. 43	×	
28 ส.ค. 43	×		13 ก.ย. 43	×	
29 ส.ค. 43		×	14 ก.ย. 43	×	
30 ส.ค. 43	×		15 ก.ย. 43	×	

ตารางที่ 32 แสดงผลการสำรวจการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์และหนังสือพิมพ์ข่าวสดออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์และหนังสือพิมพ์ข่าวสดออนไลน์ มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาภายในเว็บไซต์ให้เป็นฉบับวันปัจจุบันในช่วงเวลาที่ทำการสำรวจเป็นเวลา 30 วัน ขณะที่อีก 2 วันในช่วงเวลาที่ทำการสำรวจ ไม่มีการปรับเปลี่ยนและแทนที่เนื้อหาเดิม ทำให้น่าเสนอเนื้อหาในฉบับล่วงเวลาอยู่

10.หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์

วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา		วันที่	การปรับเปลี่ยนเนื้อหา	
	ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา		ฉบับปัจจุบัน	ฉบับล่วงเวลา
17 ส.ค. 43	×		31 ส.ค. 43	×	
18 ส.ค. 43			1 ก.ย. 43		
19 ส.ค. 43			2 ก.ย. 43		
20 ส.ค. 43			3 ก.ย. 43		
21 ส.ค. 43		×	4 ก.ย. 43	×	
22 ส.ค. 43			5 ก.ย. 43		
23 ส.ค. 43			6 ก.ย. 43		
24 ส.ค. 43	×		7 ก.ย. 43	×	
25 ส.ค. 43			8 ก.ย. 43		
26 ส.ค. 43			9 ก.ย. 43		
27 ส.ค. 43			10 ก.ย. 43		
28 ส.ค. 43		×	11 ก.ย. 43	×	
29 ส.ค. 43			12 ก.ย. 43		
30 ส.ค. 43			13 ก.ย. 43		
			14 ก.ย. 43	×	
			15 ก.ย. 43		
			16 ก.ย. 43		
			17 ก.ย. 43		

ตารางที่ 33 แสดงผลการสำรวจการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาภายในเว็บไซต์ให้เป็นฉบับปัจจุบันในช่วงเวลาที่ทำการสำรวจ 7 ฉบับ ขณะที่อีก 2 ฉบับในช่วงเวลาที่ทำการสำรวจ ไม่มีการปรับเปลี่ยนและแทนที่เนื้อหาเดิม ทำให้ยังนำเสนอเนื้อหาในฉบับล่วงเวลาอยู่

ส่วนที่ 3 การตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

ในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอผลการสำรวจการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย โดยการส่งอีเมลไปยังที่อยู่อีเมลที่หนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ละฉบับได้เตรียมไว้เป็นช่องทางติดต่อกับผู้อ่านจำนวน 10 ฉบับ แล้วนำมาคำนวณค่าเฉลี่ยการตอบกลับของหนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ละฉบับ โดยมีผลการสำรวจ ดังต่อไปนี้

1. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ ที่อยู่อีเมล webmaster@thairath.co.th

ฉบับที่	วัน/เดือน/ปี ที่ส่ง	เวลาส่ง	วัน/เดือน/ปี ที่ตอบกลับ	เวลาที่ตอบ กลับ	ระยะเวลาการ ตอบกลับ
1	15 ต.ค. 43	16.42	16 ต.ค. 43	9.16	16 ชั่วโมง 34 นาที
2	21 ต.ค. 43	10.54	-	-	-
3	27 ต.ค. 43	8.23	-	-	-
4	2 พ.ย. 43	20.43	-	-	-
5	9 พ.ย. 43	18.09	-	-	-
6	15 พ.ย. 43	13.11	-	-	-
7	21 พ.ย. 43	9.05	22 พ.ย. 43	13.27	28 ชั่วโมง 32 นาที
8	27 พ.ย. 43	14.30	-	-	-
9	3 ธ.ค. 43	21.00	-	-	-
10	10 ธ.ค. 43	12.15	-	-	-
ค่าเฉลี่ยการตอบกลับ					22 ชั่วโมง 33 นาที

ตารางที่ 34 แสดงผลการสำรวจการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่า มีการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์จำนวน 2 ฉบับจากจำนวนอีเมลที่ส่ง 10 ฉบับ และแต่ละฉบับที่ได้รับการตอบกลับมีช่วงระยะเวลาการตอบกลับอีเมล 16 ชั่วโมง 34 นาที และ 28 ชั่วโมง 32 นาที ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยการตอบกลับอีเมลต่อฉบับเท่ากับ 22 ชั่วโมง 33 นาที

2.หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์ ที่อยู่อีเมล webmaster@dailynews.co.th

ฉบับที่	วัน/เดือน/ปี ที่ส่ง	เวลาส่ง	วัน/เดือน/ปี ที่ตอบกลับ	เวลาที่ตอบ กลับ	ระยะเวลาการตอบ กลับ
1	15 ต.ค. 43	16.42	-	-	-
2	21 ต.ค. 43	10.54	22 ต.ค. 43	15.13	28 ชั่วโมง 19 นาที
3	27 ต.ค. 43	8.23	-	-	-
4	2 พ.ย. 43	20.43	-	-	-
5	9 พ.ย. 43	18.09	10 พ.ย. 43	17.32	23 ชั่วโมง 23 นาที
6	15 พ.ย. 43	13.11	-	-	-
7	21 พ.ย. 43	9.05	-	-	-
8	27 พ.ย. 43	14.30	-	-	-
9	3 ธ.ค. 43	21.00	-	-	-
10	10 ธ.ค. 43	12.15	-	-	-
ค่าเฉลี่ยการตอบกลับ					25 ชั่วโมง 51 นาที

ตารางที่ 35 แสดงผลการสำรวจการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่า มีการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์จำนวน 2 ฉบับจากจำนวนอีเมลที่ส่ง 10 ฉบับ และแต่ละฉบับที่ได้รับการตอบกลับมีช่วงระยะเวลาการตอบกลับอีเมล 28 ชั่วโมง 19 นาที และ 23 ชั่วโมง 23 นาที ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยการตอบกลับอีเมลต่อฉบับเท่ากับ 25 ชั่วโมง 51 นาที

3.หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์ ใช้การติดต่อผ่านส่วนการ “ส่งความคิดเห็นถึงกองบรรณาธิการ” ในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์



รูปที่ 266 แสดงส่วนการติดต่อกับกองบรรณาธิการ

ฉบับที่	วัน/เดือน/ปีที่ส่ง	เวลาส่ง	วัน/เดือน/ปีที่ตอบกลับ	เวลาที่ตอบกลับ	ระยะเวลาการตอบกลับ
1	15 ต.ค. 43	16.42	16 ต.ค. 43	10.12	17 ชั่วโมง 30 นาที
2	21 ต.ค. 43	10.54	21 ต.ค. 43	19.47	10 ชั่วโมง 53 นาที
3	27 ต.ค. 43	8.23	-	-	
4	2 พ.ย. 43	20.43	3 พ.ย. 43	13.14	16 ชั่วโมง 31 นาที
5	9 พ.ย. 43	18.09	10 พ.ย. 43	11.32	17 ชั่วโมง 23 นาที
6	15 พ.ย. 43	13.11	-	-	
7	21 พ.ย. 43	9.05	-	-	
8	27 พ.ย. 43	14.30	28 พ.ย. 43	15.03	24 ชั่วโมง 33 นาที
9	3 ธ.ค. 43	21.00	4 ธ.ค. 43	14.27	17 ชั่วโมง 27 นาที
10	10 ธ.ค. 43	12.15	-	-	-
ค่าเฉลี่ยการตอบกลับ					17 ชั่วโมง 23 นาที

ตารางที่ 36 แสดงผลการสำรวจการตอบกลับอีเมลล์ของหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่า มีการตอบกลับอีเมลล์ของหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์จำนวน 6 ฉบับจากจำนวนอีเมลล์ที่ส่ง 10 ฉบับ และฉบับที่ได้รับการตอบกลับมีช่วงระยะเวลาการตอบกลับ

อีเมล 17 ชั่วโมง 30 นาที, 10 ชั่วโมง 53 นาที, 16 ชั่วโมง 31 นาที, 17 ชั่วโมง 23 นาที, 24 ชั่วโมง 33 นาที และ 17 ชั่วโมง 27 นาทีตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยการตอบกลับอีเมลต่อฉบับเท่ากับ 17 ชั่วโมง 23 นาที

4. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ ที่อยู่อีเมล ktwebmaster@bangkokbiznews.com

ฉบับที่	วัน/เดือน/ปี ที่ส่ง	เวลาส่ง	วัน/เดือน/ปี ที่ตอบกลับ	เวลาที่ตอบ กลับ	ระยะเวลาการตอบ กลับ
1	15 ต.ค. 43	16.42	16 ต.ค. 43	13.28	20 ชั่วโมง 46 นาที
2	21 ต.ค. 43	10.54	22 ต.ค. 43	15.42	28 ชั่วโมง 48 นาที
3	27 ต.ค. 43	8.23	-	-	-
4	2 พ.ย. 43	20.43	-	-	-
5	9 พ.ย. 43	18.09	10 ก.ย. 43	11.02	16 ชั่วโมง 53 นาที
6	15 พ.ย. 43	13.11	-	-	-
7	21 พ.ย. 43	9.05	-	-	-
8	27 พ.ย. 43	14.30	-	-	-
9	3 ธ.ค. 43	21.00	-	-	-
10	10 ธ.ค. 43	12.15	-	-	-
ค่าเฉลี่ยการตอบกลับ					22 ชั่วโมง 9 นาที

ตารางที่ 37 แสดงผลการสำรวจการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่า มีการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ออนไลน์จำนวน 3 ฉบับจากจำนวนอีเมลที่ส่ง 10 ฉบับ และแต่ละฉบับที่ได้รับการตอบกลับมีช่วงระยะเวลาการตอบกลับอีเมล 20 ชั่วโมง 46 นาที, 28 ชั่วโมง 48 นาที และ 16 ชั่วโมง 53 นาทีตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยการตอบกลับอีเมลต่อฉบับเท่ากับ 22 ชั่วโมง 9 นาที

5.หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ webmaster@mgr.co.th

ฉบับที่	วัน/เดือน/ปี ที่ส่ง	เวลาส่ง	วัน/เดือน/ปี ที่ตอบกลับ	เวลาที่ตอบ กลับ	ระยะเวลาการตอบ กลับ
1	15 ต.ค. 43	16.42	16 ต.ค. 43	13.49	21 ชั่วโมง 7 นาที
2	21 ต.ค. 43	10.54	-	-	-
3	27 ต.ค. 43	8.23	-	-	-
4	2 พ.ย. 43	20.43	3 พ.ย. 43	15.36	18 ชั่วโมง 53 นาที
5	9 พ.ย. 43	18.09	-	-	-
6	15 พ.ย. 43	13.11	-	-	-
7	21 พ.ย. 43	9.05	-	-	-
8	27 พ.ย. 43	14.30	-	-	-
9	3 ธ.ค. 43	21.00	-	-	-
10	10 ธ.ค. 43	12.15	-	-	-
ค่าเฉลี่ยการตอบกลับ					20 ชั่วโมง

ตารางที่ 38 แสดงผลการสำรวจการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่า มีการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์จำนวน 2 ฉบับจากจำนวนอีเมลที่ส่ง 10 ฉบับ และแต่ละฉบับที่ได้รับการตอบกลับมีช่วงระยะเวลาการตอบกลับอีเมล 21 ชั่วโมง 7 นาที และ 18 ชั่วโมง 53 นาที ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยการตอบกลับอีเมลต่อฉบับเท่ากับ 20 ชั่วโมง

6.หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์ ที่อยู่อีเมล bangna@nation.nationgroup.com

ฉบับที่	วัน/เดือน/ปี ที่ส่ง	เวลาส่ง	วัน/เดือน/ปี ที่ตอบกลับ	เวลาที่ตอบ กลับ	ระยะเวลาการตอบ กลับ
1	15 ต.ค. 43	16.42	-	-	-
2	21 ต.ค. 43	10.54	22 ต.ค. 43	19.13	32 ชั่วโมง 19 นาที
3	27 ต.ค. 43	8.23	-	-	-
4	2 พ.ย. 43	20.43	-	-	-
5	9 พ.ย. 43	18.09	-	-	-
6	15 พ.ย. 43	13.11	-	-	-

(ต่อ)

ฉบับที่	วัน/เดือน/ปี ที่ส่ง	เวลาส่ง	วัน/เดือน/ปี ที่ตอบกลับ	เวลาที่ตอบ กลับ	ระยะเวลาการตอบ กลับ
7	21 พ.ย. 43	9.05	22 พ.ย. 43	16.32	31 ชั่วโมง 27 นาที
8	27 พ.ย. 43	14.30	-	-	-
9	3 ธ.ค. 43	21.00	-	-	-
10	10 ธ.ค. 43	12.15	-	-	-
ค่าเฉลี่ยการตอบกลับ					31 ชั่วโมง 53 นาที

ตารางที่ 39 แสดงผลการสำรวจการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่า มีการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์จำนวน 2 ฉบับจากจำนวนอีเมลที่ส่ง 10 ฉบับ และแต่ละฉบับที่ได้รับการตอบกลับมีช่วงระยะเวลาการตอบกลับอีเมล 32 ชั่วโมง 19 นาที และ 31 ชั่วโมง 27 นาที ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยการตอบกลับอีเมลต่อฉบับเท่ากับ 31 ชั่วโมง 53 นาที

7.หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์ ที่อยู่อีเมล webmaster@bangkokpost.net

ฉบับที่	วัน/เดือน/ปี ที่ส่ง	เวลาส่ง	วัน/เดือน/ปี ที่ตอบกลับ	เวลาที่ตอบ กลับ	ระยะเวลาการตอบ กลับ
1	15 ต.ค. 43	16.42	16 ต.ค. 43	13.21	20 ชั่วโมง 39 นาที
2	21 ต.ค. 43	10.54	22 ต.ค. 43	11.25	24 ชั่วโมง 31 นาที
3	27 ต.ค. 43	8.23	-	-	-
4	2 พ.ย. 43	20.43	3 พ.ย. 43	10.17	13 ชั่วโมง 34 นาที
5	9 พ.ย. 43	18.09	-	-	-
6	15 พ.ย. 43	13.11	-	-	-
7	21 พ.ย. 43	9.05	22 พ.ย. 43	14.45	30 ชั่วโมง 50 นาที
8	27 พ.ย. 43	14.30	-	-	-
9	3 ธ.ค. 43	21.00	-	-	-
10	10 ธ.ค. 43	12.15	-	-	-
ค่าเฉลี่ยการตอบกลับ					22 ชั่วโมง 32 นาที

ตารางที่ 40 แสดงผลการสำรวจการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่า มีการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์ จำนวน 4 ฉบับจากจำนวนอีเมลที่ส่ง 10 ฉบับ และแต่ละฉบับที่ได้รับการตอบกลับมีช่วงระยะเวลาการตอบกลับอีเมล 20 ชั่วโมง 39 นาที, 24 ชั่วโมง 31 นาที, 13 ชั่วโมง 34 นาที และ 30 ชั่วโมง 50 นาที ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยการตอบกลับอีเมลต่อฉบับเท่ากับ 22 ชั่วโมง 32 นาที

8.หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์ ที่อยู่อีเมล webmaster@thannews.th.com

ฉบับที่	วัน/เดือน/ปี ที่ส่ง	เวลาส่ง	วัน/เดือน/ปี ที่ตอบกลับ	เวลาที่ตอบ กลับ	ระยะเวลาการตอบ กลับ
1	15 ต.ค. 43	16.42	-	-	-
2	21 ต.ค. 43	10.54	22 ต.ค. 43	13.55	27 ชั่วโมง 1 นาที
3	27 ต.ค. 43	8.23	-	-	-
4	2 พ.ย. 43	20.43	-	-	-
5	9 พ.ย. 43	18.09	-	-	-
6	15 พ.ย. 43	13.11	16 พ.ย. 43	15.21	26 ชั่วโมง 10 นาที
7	21 พ.ย. 43	9.05	-	-	-
8	27 พ.ย. 43	14.30	-	-	-
9	3 ธ.ค. 43	21.00	-	-	-
10	10 ธ.ค. 43	12.15	-	-	-
ค่าเฉลี่ยการตอบกลับ					26 ชั่วโมง 36 นาที

ตารางที่ 41 แสดงผลการสำรวจการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่า มีการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์ จำนวน 2 ฉบับจากจำนวนอีเมลที่ส่ง 10 ฉบับ และแต่ละฉบับที่ได้รับการตอบกลับมีช่วงระยะเวลาการตอบกลับอีเมล 27 ชั่วโมง 1 นาที และ 26 ชั่วโมง 10 นาที ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยการตอบกลับอีเมลต่อฉบับเท่ากับ 26 ชั่วโมง 36 นาที

9.หนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์ ที่อยู่อีเมล matichon@matichon.co.th

ฉบับที่	วัน/เดือน/ปี ที่ส่ง	เวลาส่ง	วัน/เดือน/ปี ที่ตอบกลับ	เวลาที่ตอบ กลับ	ระยะเวลาการตอบ กลับ
1	15 ต.ค. 43	16.42	16 ต.ค. 43	15.45	23 ชั่วโมง 3 นาที
2	21 ต.ค. 43	10.54	22 ต.ค. 43	14.09	27 ชั่วโมง 15 นาที

(ต่อ)

ฉบับที่	วัน/เดือน/ปี ที่ส่ง	เวลาส่ง	วัน/เดือน/ปี ที่ตอบกลับ	เวลาที่ตอบ กลับ	ระยะเวลาการตอบ กลับ
3	27 ต.ค. 43	8.23	-	-	-
4	2 พ.ย. 43	20.43	-	-	-
5	9 พ.ย. 43	18.09	-	-	-
6	15 พ.ย. 43	13.11	-	-	-
7	21 พ.ย. 43	9.05	-	-	-
8	27 พ.ย. 43	14.30	-	-	-
9	3 ธ.ค. 43	21.00	-	-	-
10	10 ธ.ค. 43	12.15	-	-	-
ค่าเฉลี่ยการตอบกลับ					25 ชั่วโมง 9 นาที

ตารางที่ 42 แสดงผลการสำรวจการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่า มีการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์จำนวน 2 ฉบับจากจำนวนอีเมลที่ส่ง 10 ฉบับ และแต่ละฉบับที่ได้รับการตอบกลับมีช่วงระยะเวลาการตอบกลับอีเมล 23 ชั่วโมง 3 นาที และ 27 ชั่วโมง 15 นาที ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยการตอบกลับอีเมลต่อฉบับเท่ากับ 25 ชั่วโมง 9 นาที

10. หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ pcc@matichon.co.th

ฉบับที่	วัน/เดือน/ปี ที่ส่ง	เวลาส่ง	วัน/เดือน/ปี ที่ตอบกลับ	เวลาที่ตอบ กลับ	ระยะเวลาการตอบ กลับ
1	15 ต.ค. 43	16.42	-	-	-
2	21 ต.ค. 43	10.54	22 ต.ค. 43	15.57	29 ชั่วโมง 3 นาที
3	27 ต.ค. 43	8.23	-	-	-
4	2 พ.ย. 43	20.43	-	-	-
5	9 พ.ย. 43	18.09	10 พ.ย. 43	14.35	20 ชั่วโมง 26 นาที
6	15 พ.ย. 43	13.11	-	-	-
7	21 พ.ย. 43	9.05	-	-	-
8	27 พ.ย. 43	14.30	-	-	-
9	3 ธ.ค. 43	21.00	-	-	-

(ต่อ)

ฉบับที่	วัน/เดือน/ปี ที่ส่ง	เวลาส่ง	วัน/เดือน/ปี ที่ตอบกลับ	เวลาที่ตอบ กลับ	ระยะเวลาการตอบ กลับ
10	10 ธ.ค. 43	12.15	-	-	-
ค่าเฉลี่ยการตอบกลับ					24 ชั่วโมง 45 นาที

ตารางที่ 43 แสดงผลการสำรวจการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่า มีการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์จำนวน 2 ฉบับจากจำนวนอีเมลที่ส่ง 10 ฉบับ และฉบับที่ได้รับการตอบกลับมีช่วงระยะเวลาการตอบกลับอีเมล 29 ชั่วโมง 3 นาที และ 20 ชั่วโมง 26 นาที และมีค่าเฉลี่ยการตอบกลับอีเมลต่อฉบับเท่ากับ 24 ชั่วโมง 45 นาที

ส่วนที่ 4 กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

ในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอผลการสำรวจกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยในแง่ของลักษณะทางประชากรศาสตร์, พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์, ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบัน และความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีต่อองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้เข้าร่วมแสดงความเห็นในเว็บบอร์ดของหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์และฟอรัมของหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์ และทำการกระจายแบบสอบถามผ่านที่อยู่อีเมลที่ได้รับจากเว็บบอร์ดและฟอรัมของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้ง 2 ฉบับข้างต้นฉบับละ 200 คน รวม 400 คน โดยมีผลการสำรวจดังต่อไปนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

1. เพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	248	62
หญิง	152	38
รวม	400	100

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนร้อยละเพศของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากตารางที่ 44 พบว่า กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ร้อยละ 62 เป็นผู้ชาย และร้อยละ 38 เป็นผู้หญิง

2.อายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15	10	2.5
16-20	38	9.5
21-25	63	15.75
26-30	82	20.5
31-35	91	22.75
36-40	74	18.5
41-45	28	7
46-50	8	2
51-55	6	1.5
56-60	-	-
60 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	400	100

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนร้อยละของช่วงอายุกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากตารางที่ 45 พบว่า ช่วงอายุที่มีผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุดคือ ช่วงอายุ 31-35 ปี มีจำนวนร้อยละ 22.75 รองลงมาคือช่วงอายุ 26-30 ปี มีจำนวนร้อยละ 20.5 และช่วงอายุ 36-40 มีจำนวนร้อยละ 18.5 ช่วงอายุ 21-25 ร้อยละ 15.75 ช่วงอายุ 16-20 ร้อยละ 9.5 ช่วงอายุ 41-45 ร้อยละ 7 ช่วงอายุต่ำกว่า 15 ร้อยละ 2.5 ช่วงอายุ 46-50 ร้อยละ 2 และช่วงอายุ 51-55 ร้อยละ 1.5 ขณะที่ในการสำรวจครั้งนี้ไม่มีผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีอายุอยู่ในช่วง 56-60 ปีและ 60 ปีขึ้นไปเลย

225

3.การศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	18	4.5
มัธยมศึกษา	48	12
ปริญญาตรี	264	66
ปริญญาโท	67	16.75
ปริญญาเอก	3	0.75
รวม	400	100

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนร้อยละการศึกษาของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากตารางที่ 46 พบว่าระดับการศึกษาของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ร้อยละ 66 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือระดับปริญญาโท ร้อยละ 16.75 มัธยม ร้อยละ 12 ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ร้อยละ 4.5 และปริญญาเอก ร้อยละ 0.75

4.อาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	134	33.5
ครู/อาจารย์	44	11
หมอ	2	0.5
นักธุรกิจ	53	13.25
นักข่าว	16	4
โปรแกรมเมอร์	6	1.5
โบรกเกอร์ตลาดหุ้น	3	0.75
วิศวกร	5	1.25
ทนายความ	4	1
ข้าราชการ	25	6.25
เจ้าของกิจการ	56	14
ว่างงาน	32	8
อื่น ๆ	20	5
รวม	400	100

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนร้อยละอาชีพของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากตารางที่ 47 พบว่าอาชีพของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ร้อยละ 33.5 เป็นนักเรียน นักศึกษา ขณะที่ร้อยละ 14 เป็นเจ้าของกิจการ รองลงมาร้อยละ 13.25 เป็นนักธุรกิจ ร้อยละ 11 เป็นครู/อาจารย์ ร้อยละ 8 ว่างงาน ร้อยละ 6.25 ข้าราชการ ร้อยละ 5 อื่น ๆ ร้อยละ 4 นักข่าว ร้อยละ 1.5 โปรแกรมเมอร์ ร้อยละ 1.25 วิศวกร ร้อยละ 1 ทนายความ ร้อยละ 0.75 โบรกเกอร์ตลาดหุ้น และร้อยละ 0.5 แพทย์

5. ที่อยู่ปัจจุบัน

ที่อยู่ปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯและปริมณฑล	150	37.5
ต่างจังหวัด	90	22.5
ต่างประเทศ	160	40
รวม	400	100

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนร้อยละที่อยู่ปัจจุบันของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากตารางที่ 48 พบว่าที่อยู่ปัจจุบันของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ร้อยละ 40 อาศัยอยู่ต่างประเทศ รองลงมาร้อยละ 37.5 อาศัยอยู่ที่กรุงเทพฯและปริมณฑล ขณะที่ร้อยละ 22.5 อาศัยอยู่ต่างจังหวัด

พฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

6. สถานที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สถานที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
ที่บ้าน	211	52.75
โรงเรียน/มหาวิทยาลัย	65	16.25
ที่ทำงาน	86	21.5
สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต	22	5.5
อื่น ๆ	16	4
รวม	400	100

ตารางที่ 49 แสดงสถานที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากตารางที่ 49 พบว่ากลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ร้อยละ 52.75 ที่ปกติจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่บ้าน รองลงมาคือที่ทำงาน ร้อยละ 21.5 ที่โรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย ร้อยละ 16.25 สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 5.5 และอื่น ๆ ร้อยละ 4

7.ประเภทเนื้อหาที่อ่าน

ประเภทเนื้อหา	จำนวน	ร้อยละ
การเมือง	174	43.5
เศรษฐกิจ	183	45.75
สตรี	33	8.25
สังคม	24	6
สิ่งแวดล้อม	48	12
คอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต	241	60.25
ต่างประเทศ	138	34.5
บันเทิง	271	67.75
การศึกษา	90	22.5
กีฬา	161	40.25
เกษตรกรรม	5	1.25
สารคดี	122	30.5
ท่องเที่ยว	75	18.75
อาชญากรรม	108	27
อื่น ๆ	27	6.75

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนร้อยละประเภทเนื้อหาที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์นิยมอ่าน

จากตารางที่ 50 พบว่าประเภทเนื้อหาที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์นิยมอ่านก็คือเนื้อหาบันเทิง ร้อยละ 67.75 รองลงมาคือคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 60.25 เศรษฐกิจ ร้อยละ 45.75 การเมือง ร้อยละ 43.5 กีฬา ร้อยละ 40.25 ต่างประเทศ ร้อยละ 34.5 สารคดี ร้อยละ 30.5 อาชญากรรม ร้อยละ 27 การศึกษา ร้อยละ 22.5 ท่องเที่ยว ร้อยละ 18.75 สิ่งแวดล้อม ร้อยละ 12 สตรี ร้อยละ 8.25 อื่น ๆ ร้อยละ 6.75 สังคม ร้อยละ 6 และเกษตรกรรม ร้อยละ 1.25

8.ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	254	63.5
1-2 วันต่อครั้ง	68	17
3-4 วันต่อครั้ง	51	12.75
5-6 วันต่อครั้ง	27	6.75
รวม	400	100

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนร้อยละความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากตารางที่ 51 พบว่าความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทุกวัน มีจำนวนร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ 1-2 วันต่อครั้ง ร้อยละ 17 3-4 วันต่อครั้ง ร้อยละ 12.75 และ 5-6 วันต่อครั้ง ร้อยละ 6.75

9.เวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ละครั้ง

เวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 นาที	178	44.5
31-60 นาที	144	36
61-90 นาที	51	12.75
91-120	26	6.5
มากกว่า 120 นาที	1	0.25
รวม	400	100

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนร้อยละของเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในแต่ละครั้ง

จากตารางที่ 52 พบว่าร้อยละ 44.5 ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้งต่ำกว่า 30 นาที ร้อยละ 36 ใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้ง 31-60 นาที รองลงมาร้อยละ 12.75 ใช้เวลา 61-90 นาทีในการอ่านแต่ละครั้ง ร้อยละ 6.5 ใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้ง 91-120 นาที และร้อยละ 0.25 ใช้เวลามากกว่า 120 นาทีในการอ่านแต่ละครั้ง

10. การอ่านหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิม

การอ่านหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิม	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	339	84.75
ไม่อ่าน	61	15.25
รวม	400	100

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนร้อยละของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิม

จากตารางที่ 53 พบว่ากลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ร้อยละ 84.75 อ่านหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิมควบคู่ไปกับการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ในขณะที่ร้อยละ 15.25 เลือกอ่านเฉพาะหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพียงอย่างเดียว

11. การอ่านหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิมกับการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

การอ่านหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิม	จำนวน	ร้อยละ
ฉบับเดียวกับที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์	54	15.93
ไม่ใช่ฉบับเดียวกับที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์	285	84.07
รวม	339	100

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนร้อยละของผู้อ่านที่อ่านหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิมฉบับเดียวกับที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากตารางที่ 53 และ 54 พบว่ากลุ่มผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิมควบคู่ไปกับการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ร้อยละ 15.93 ระบุว่า อ่านหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิมฉบับเดียวกับที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ขณะที่ร้อยละ 84.07 ระบุว่า อ่านหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิม แต่ไม่ใช่ฉบับเดียวกับที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

12.เหตุผลหลักที่เลือกอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

เหตุผลที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	97	24.25
มีเนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม	50	12.5
ที่ที่อาศัยอยู่ไม่มีหนังสือพิมพ์ที่ต้องการอ่านจำหน่าย	188	47
มีส่วนให้แสดงความคิดเห็น เว็บบอร์ด ห้องสนทนา	37	9.25
มีการอัปเดตข่าวอยู่ตลอดเวลา	17	4.25
มีการให้บริการจัดหางาน	11	2.75
อื่น ๆ	-	-
รวม	400	100

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนร้อยละของเหตุผลหลักที่เลือกอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากตารางที่ 55 พบว่าร้อยละ 47 ที่ระบุว่าที่ที่อาศัยอยู่ไม่มีหนังสือพิมพ์ที่ต้องการอ่านจำหน่ายเป็นเหตุผลหลักในการเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ขณะที่รองลงมาร้อยละ 24.25 ระบุว่าไม่เสียค่าใช้จ่าย ร้อยละ 12.5 ระบุว่าเนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม ร้อยละ 9.25 ระบุว่ามีส่วนให้แสดงความคิดเห็น เว็บบอร์ดและห้องสนทนา ร้อยละ 4.25 ระบุว่ามีการอัปเดตข่าวตลอดเวลา และร้อยละ 2.75 ระบุว่ามีการให้บริการจัดหางาน

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

องค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย
ความง่ายในการค้นหาข้อมูล	1324	3.31
การเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง	488	1.22
การเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง	502	1.25
ข่าวด่วน	1453	3.63
การออกแบบหน้าเว็บเพจ	1333	3.33
การใช้ภาพประกอบ	902	2.25
การดาวน์โหลดหน้าเว็บเพจ	967	2.42
การสำรวจความคิดเห็น	1253	3.13

(ต่อ)

องค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย
เนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม	825	2.06
เนื้อหาข่าว/บทความ/คอลัมน์	895	2.24
การให้บริการฉบับย้อนหลัง	677	1.69
เว็บไซต์/ฟอรัม	1512	3.78
การแบ่งประเภทเว็บไซต์/ฟอรัม	1145	2.86
การเตรียมอีเมลถึงผู้ดูแลเว็บไซต์	1068	2.67
การเตรียมอีเมลถึงโต๊ะข่าว	645	1.61
การเตรียมอีเมลถึงคอลัมนิสต์	525	1.31
การตอบกลับอีเมล	569	1.42
ปรับเปลี่ยนและแก้ไขเนื้อหาจากฉบับเล่มเพื่อนำเสนอ บนฉบับออนไลน์โดยเฉพาะ	574	1.44
เครื่องมือค้นหา	1049	2.62
เกมส์/การทายปัญหา	687	1.72
ห้องสนทนา	586	1.46
การแบ่งประเภทห้องสนทนา	522	1.30
การให้บริการจัดหางาน	1057	2.64
การปรับเปลี่ยนและแทนที่เนื้อหา	1467	3.67

ตารางที่ 56 แสดงค่าคะแนนรวมและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์
ที่มีต่อองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากตารางที่ 56 พบว่ากลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีระดับความพึงพอใจต่อองค์
ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ดังต่อไปนี้

พึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49)

- 1)เว็บไซต์/ฟอรัม (ค่าเฉลี่ย 3.78)
- 2)การปรับเปลี่ยนและแทนที่เนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.67)
- 3)ข่าวด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.63)

พึงพอใจปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49)

- 1)การออกแบบหน้าเว็บเพจ (ค่าเฉลี่ย 3.33)
- 2)ความง่ายในการค้นหาข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.31)
- 3)การสำรวจความคิดเห็น (ค่าเฉลี่ย 3.13)

- 4)การแบ่งประเภทเว็บบอร์ด/ฟอรัม (ค่าเฉลี่ย 2.86)
- 5)การเตรียมอีเมลถึงผู้ดูแลเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 2.67)
- 6)การให้บริการจัดหางาน (ค่าเฉลี่ย 2.64)
- 7) เครื่องมือค้นหา (ค่าเฉลี่ย 2.62)

พึงพอใจน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49)

- 1)การดาวน์โหลดหน้าเว็บเพจ (ค่าเฉลี่ย 2.42)
- 2)การใช้ภาพประกอบ (ค่าเฉลี่ย 2.25)
- 3)เนื้อหาข่าว/บทความ/คอลัมน์ (ค่าเฉลี่ย 2.24)
- 4)เนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม (ค่าเฉลี่ย 2.06)
- 5)เกมส์/การทายปัญหา (ค่าเฉลี่ย 1.72)
- 6)การให้บริการฉบับย้อนหลัง (ค่าเฉลี่ย 1.69)
- 7)การเตรียมที่อยู่อีเมลของโต๊ะข่าว (ค่าเฉลี่ย 1.61)

พึงพอใจน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49)

- 1)ห้องสนทนา (ค่าเฉลี่ย 1.46)
- 2)ปรับเปลี่ยนและแก้ไขเนื้อหาจากฉบับเล่มเพื่อนำเสนอบนฉบับออนไลน์โดยเฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 1.44)
- 3)การตอบกลับอีเมล (ค่าเฉลี่ย 1.42)
- 4)การเตรียมที่อยู่อีเมลถึงคอลัมนิสต์ (ค่าเฉลี่ย 1.31)
- 5)การแบ่งประเภทห้องสนทนา (ค่าเฉลี่ย 1.30)
- 6)การเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง (ค่าเฉลี่ย 1.25)
- 7)การเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง (ค่าเฉลี่ย 1.22)

ความต้องการของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ความต้องการ	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย
ภาพเคลื่อนไหว/เสียง(Video Clip and Sound)	1258	3.14
การให้บริการข้อมูลคำถามที่ถูกลืมบ่อย ๆ(FAQ)	1123	2.81
ห้องสนทนา	1535	3.84
การสนทนากับคอลัมนิสต์	1625	4.06
การสนทนากับบุคคลที่มีชื่อเสียง	1732	4.33
การให้บริการข่าวสารเฉพาะบุคคล	1859	4.65
เกมส์/การทายปัญหา	1054	2.63

(ต่อ)

ความต้องการ	คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ย
การใช้ภาพประกอบ	1046	2.61
เว็บบอร์ด	1698	4.24
ความเร็วในการดาวน์โหลดหน้าเว็บเพจ	1445	3.61
ข่าวด่วน	1639	4.10
การจัดเตรียมอีเมลล์ถึงผู้ดูแลเว็บไซต์	1045	2.61
การจัดเตรียมอีเมลล์ถึงโต๊ะข่าว	1189	2.97
การจัดเตรียมอีเมลล์ถึงคอลัมนิสต์	1568	3.92
การตอบกลับอีเมลล์	1795	4.49
ปรับเปลี่ยนและแก้ไขเนื้อหาจากฉบับเล่มเพื่อนำเสนอ บนฉบับออนไลน์โดยเฉพาะ	1764	4.41
การเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง	1753	4.38
การเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง	1709	4.27
การสำรวจความคิดเห็น	1205	3.01
ความสวยงามของการออกแบบหน้าเว็บเพจ	956	2.39
ความง่ายในการค้นหาข้อมูล	1039	2.60
เครื่องมือค้นหา	1259	3.15
การเป็นชุมชนออนไลน์	1840	4.60
นำเสนอหลายภาษา	653	1.63
การให้บริการฟรีอีเมลล์	956	2.39
การให้บริการจัดหางาน	1472	3.68
การแจ้งข่าวสารทางอีเมลล์	1453	3.63
เนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม	1439	3.60
การขยายขนาดฐานข้อมูลหรือฉบับย้อนหลัง	1071	2.68

ตารางที่ 57 แสดงค่าคะแนนรวมและความต้องการของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีต่อองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากตารางที่ 57 พบว่ากลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีระดับความต้องการต่อองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ดังต่อไปนี้

ต้องการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00)

- 1) การให้บริการข่าวสารเฉพาะบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.65)
- 2) การเป็นชุมชนออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.60)

ต้องการมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49)

- 1) การตอบกลับอีเมล (ค่าเฉลี่ย 4.49)
- 2) ปรับเปลี่ยนและแก้ไขเนื้อหาจากฉบับเล่มเพื่อนำเสนอฉบับออนไลน์โดยเฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 4.41)
- 3) การเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง (ค่าเฉลี่ย 4.38)
- 4) สนทนากับบุคคลที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 4.33)
- 5) การเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง (ค่าเฉลี่ย 4.27)
- 6) เว็บบอร์ด (ค่าเฉลี่ย 4.24)
- 7) ข่าวด่วน (ค่าเฉลี่ย 4.10)
- 8) การสนทนากับคอลัมนิสต์ (ค่าเฉลี่ย 4.06)
- 9) การจัดเตรียมอีเมลถึงคอลัมนิสต์ (ค่าเฉลี่ย 3.92)
- 10) ห้องสนทนา (ค่าเฉลี่ย 3.84)
- 11) การให้บริการสมัครงาน (ค่าเฉลี่ย 3.68)
- 12) การแจ้งข่าวสารทางอีเมล (ค่าเฉลี่ย 3.63)
- 13) ความเร็วในการดาวน์โหลดหน้าเว็บเพจ (ค่าเฉลี่ย 3.61)
- 14) เนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ต้องการปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49)

- 1) เครื่องมือค้นหา (ค่าเฉลี่ย 3.15)
- 2) ภาพเคลื่อนไหว/เสียง (ค่าเฉลี่ย 3.14)
- 3) การสำรวจความคิดเห็น (ค่าเฉลี่ย 3.01)
- 4) การจัดเตรียมอีเมลถึงโต๊ะข่าว (ค่าเฉลี่ย 2.97)
- 5) การให้บริการข้อมูลคำถามที่ถูกลืมบ่อยๆ (FAQ) (ค่าเฉลี่ย 2.81)
- 6) การขยายขนาดของฐานข้อมูลหรือฉบับย้อนหลัง (ค่าเฉลี่ย 2.68)
- 7) เกมส์/การทายปัญหา (ค่าเฉลี่ย 2.63)
- 8) การจัดเตรียมอีเมลถึงผู้ดูแลเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 2.61)
- 9) การใช้ภาพประกอบ (ค่าเฉลี่ย 2.61)
- 10) ความง่ายในการค้นหาข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.60)

ต้องการน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49)

- 1) ความสวยงามของการออกแบบหน้าเว็บเพจ (ค่าเฉลี่ย 2.39)
- 2) การให้บริการฟรีอีเมล (ค่าเฉลี่ย 2.39)
- 3) การนำเสนอหลายภาษา (ค่าเฉลี่ย 1.63)

ส่วนที่ 5 แนวโน้มหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

ในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ดูแลเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย จำนวน 8 คน โดยมีประเด็นสำคัญในการสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

- 1) แนวโน้มกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย
- 2) แนวโน้มคุณสมบัติของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์(ออนไลน์)ในอนาคต
- 3) แนวโน้มเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย
- 4) แนวโน้มสภาพการแข่งขันของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย
- 5) แนวโน้มแหล่งรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต
- 6) แนวโน้มปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

1) แนวโน้มกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์ผู้ดูแลเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย พบว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ละฉบับได้ตั้งกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายส่วนใหญ่ไว้ที่กลุ่มผู้อ่านที่อยากจะเข้าถึงหนังสือพิมพ์ในฉบับเล่มได้ โดยเฉพาะกลุ่มผู้อ่านในต่างประเทศ และต่างจังหวัด

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	กลุ่มเป้าหมาย
ไทยรัฐ	ผู้อ่านคนไทยที่ไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม และผู้อ่านที่อยากจะเข้าถึงหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม โดยเฉพาะผู้อ่านในต่างประเทศ
เดลินิวส์	คนไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ และกลุ่มผู้ใช้ในประเทศซึ่งเล่นอินเทอร์เน็ต
ไทยโพสต์	ผู้อ่านคนไทยในต่างประเทศ และผู้อ่านในต่างจังหวัดที่หาซื้อหนังสือพิมพ์ได้ยาก
กรุงเทพธุรกิจ	ผู้อ่านคนไทยทั้งที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและต่างประเทศ
เดอะเนชั่น	ผู้อ่านคนไทยและชาวต่างชาติทั้งในและต่างประเทศ
บางกอกโพสต์	คนไทยและชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย, นักศึกษาไทยในต่างประเทศ, คนไทยที่อาศัยในต่างประเทศ, นักธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ

(ต่อ)

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	กลุ่มเป้าหมาย
ฐานเศรษฐกิจ	คนไทยทั้งในและต่างประเทศ
มติชน	คนไทยในต่างประเทศ และกลุ่มวัยรุ่นที่เล่นอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 58 แสดงกลุ่มเป้าหมายของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนยังระบุว่า มีแผนงานที่จะขยายฐานกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยการปรับปรุงและเพิ่มเติมเนื้อหาภายในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของตนให้มีความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเล่ม

“เมื่อเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา เราได้ทำการเพิ่มเติมเนื้อหาที่ไม่มีในฉบับเล่ม คือเนื้อหาในส่วน IT Digest Online ซึ่งเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต โดยเรามองว่ากลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์พื้นฐานแล้วน่าจะมีความต้องการข้อมูล ข่าวสาร และมีความสนใจในเนื้อหาทางด้านนี้ นอกจากนี้ในส่วนของ Breaking News เราก็ได้ทำการเพิ่มเติมขึ้นมาเช่นกัน เพื่อดึงกลุ่มผู้อ่านที่อ่านหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มของเราที่เล่นอินเทอร์เน็ตให้หันมาอ่านฉบับออนไลน์ของเราด้วย” สัมภาษณ์, ชวรงค์ ลิมป์หัตถาภาณี หัวหน้าศูนย์ข้อมูลไทยรัฐ

“มีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในส่วนของ Horizon เพื่อดึงดูดผู้อ่านชาวต่างประเทศที่สนใจจะมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะให้เมื่อชาวต่างชาติสนใจจะมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและต้องการข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว หรือการเตรียมการในการเดินทางจะต้องนึกถึงเว็บไซต์บางกอกโพสต์เป็นแห่งแรก โดยในเว็บไซต์จะมีส่วนของการให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นเนื้อหาที่เราเพิ่มเติมขึ้นมาเนื่องจากในฉบับเล่มในส่วนของ Hotel&Airlines ซึ่งเป็นส่วนที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการหาที่พักและสายการบินต่าง ๆ โดยเรายังได้มีการเตรียมการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังเว็บไซต์ของโรงแรมและสายการบินต่าง ๆ ด้วย นอกจากนี้ผู้ใช้บริการในส่วนนี้ของเรายังได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ เพิ่มเติมอีกด้วย” สัมภาษณ์, Deborah L. Leenutaphong “Manager Electronic Publishing” หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์

“กลุ่มเป้าหมายหลักของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ คือกลุ่มนักธุรกิจ ซึ่งเมื่อมาทำเป็นฉบับออนไลน์แล้วเป้าหมายหลักของเราก็คงเดิม แต่เราไม่ยากให้คนอ่านติดภาพในส่วนนี้มากนัก เราพยายามจะขยายกลุ่มออกไปยังพนักงานออฟฟิศ นักเรียน นักศึกษา แม่บ้าน เช่น การเพิ่มเติมเนื้อหาที่ไม่มีในฉบับเล่มในส่วนของดวงหรือการตรวจเลือดเตอริ นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอเนื้อหาในส่วนของ IT ซึ่งเรานำเนื้อหาส่วนหนึ่งมาจากฉบับเล่ม แต่เราก็ได้มีการเพิ่มเติมเนื้อหาเฉพาะ

ในส่วนออนไลน์เช่นกัน เช่น ในส่วนของการเป็นกระดานซื้อขายอุปกรณ์ IT รวมทั้งในส่วนของการให้บริการถามตอบปัญหา IT โดยผู้เชี่ยวชาญ

เหตุที่เราต้องมีการเพิ่มเติมเนื้อหาขึ้นมาก็เพื่อที่จะเน้นในการสร้างกลุ่มผู้อ่านเพิ่มเติม นอกเหนือจากกลุ่มเป้าหมายหลักของเราที่เป็นนักธุรกิจ ซึ่งเราเห็นแนวโน้มที่จะมีการขยายตัวมากขึ้น” สัมภาษณ์, ชุตินธรา วัฒนกุล เว็บมาสเตอร์หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

“เว็บไซต์ของมติชนเองยังเป็นเว็บที่เพิ่งเกิดขึ้นมา ซึ่งการที่เราจัดทำเว็บไซต์ขึ้นมาเราก็มองเห็นแนวโน้มการเติบโตในส่วนนี้ ถึงแม้ว่าในช่วงแรกนี้เราจะยังนำเสนอเนื้อหาหลักจากสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ในเครือ แต่เป้าหมายหลักในอนาคตเรามองที่จะขยายฐานกลุ่มเป้าหมายของเราให้กว้างมากขึ้น เนื่องจากเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์ของเรามีหลายฉบับ และแต่ละฉบับก็มีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันมาก

อย่างหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของเราทั้ง 3 ฉบับ ในตอนนี้ยังนำเสนอเนื้อหาจากสื่อหลัก แต่เราก็ได้เพิ่มเติมในส่วนของฟอรัม เพราะเห็นว่ากลุ่มผู้เล่นอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันคือกลุ่มวัยรุ่น และสิ่งที่จะสามารถดึงดูดกลุ่มวัยรุ่นที่เล่นอินเทอร์เน็ตได้ก็คือ ในส่วนของอินเทอร์เน็ตฟีด ถึงแม้ว่ากลุ่มเป้าหมายหลักของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับของเราจะไม่ใช้กลุ่มวัยรุ่นก็ตาม” สัมภาษณ์, ชวกิจ หันประดิษฐ์ รองผู้จัดการศูนย์ข้อมูลมติชน

ส่วนในด้านแนวโน้มกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า น่าจะมีความหลากหลายมากกว่าในปัจจุบัน โดยเฉพาะผู้อ่านที่อ่านหนังสือพิมพ์ในฉบับเล่มน่าจะหันมาอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์กันมากขึ้น

“ผมมองว่าถึงแม้ว่าปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายหลักของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่ยังเป็นกลุ่มผู้อ่านในต่างประเทศ หรือผู้ที่อาศัยอยู่ต่างจังหวัด แต่ในอนาคตเมื่อการเติบโตของอินเทอร์เน็ตในประเทศมีมากขึ้น กลุ่มผู้อ่านน่าจะมีความหลากหลายมากขึ้น ประกอบกับเนื้อหาที่นำเสนอบนเว็บไซต์ในตอนนั้นก็น่าจะมีการพัฒนาไปจนแตกต่างจากฉบับเล่ม ซึ่งสาเหตุเหล่านี้น่าจะมีผลต่อกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต” ชวกิจ หันประดิษฐ์ รองผู้จัดการศูนย์ข้อมูลมติชน

“กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต น่าจะขยายตัวไปมากกว่านี้ เมื่อการแพร่หลายของอินเทอร์เน็ตในประเทศมีมากขึ้น ถึงแม้ว่าปัจจุบันผู้ที่เล่นอินเทอร์เน็ตส่วนมากจะเป็นวัยรุ่น แต่ผมก็เชื่อว่า ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่ในปัจจุบันก็ไม่น่าจะเป็นวัยรุ่น เพราะพฤติกรรมการของวัยรุ่นน่าจะมีการเคลื่อนไหว หรือเว็บที่เน้นเรื่องบันเทิง ห้องสนทนา แต่ในอนาคตเมื่อเว็บไซต์หนังสือพิมพ์มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหา หรือมีการเพิ่มเติมในส่วนของอินเทอร์เน็ต

แอดทีฟ กลุ่มวัยรุ่นที่น่าที่จะหันมาอ่านหนังสือพิมพ์กันมากขึ้น เช่นเดียวกับผู้อ่านในกลุ่มอื่น ๆ” สัมภาษณ์, วีระพันธ์ โตมีบุญ หัวหน้าศูนย์ข้อมูลเดลินิวส์

“อย่างที่ได้ออกไปคือ ตอนนี้เราก็พยายามเพิ่มเติมเนื้อหาที่ต่างจากในฉบับเล่ม เพื่อขยายฐานกลุ่มผู้อ่าน ซึ่งเมื่อมองในอนาคตก็เชื่อแน่ว่าต้องมีความหลากหลายกว่าในปัจจุบันแน่ ไม่ว่าจะเป็นการเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย การขยายตัวของกลุ่มผู้ใช้คอมพิวเตอร์ รวมทั้งค่าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และค่าบริการอินเทอร์เน็ต สิ่งเหล่านี้ก็น่าจะส่งผลต่อการขยายตัวของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ในอนาคตได้” สัมภาษณ์, ชุตินธรา วัฒนกุล เว็บบาสเตอร์หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

2. แนวโน้มคุณสมบัติของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์(ออนไลน์)ในอนาคต

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ดูแลเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์พบว่า แผนกที่รับผิดชอบในการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นในส่วนของศูนย์ข้อมูลหรือแผนกคอมพิวเตอร์ซึ่งมีหน้าที่ในส่วนอื่น ๆ อีกนอกเหนือจากการผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยมีหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพียง 2 ฉบับที่มีการจัดตั้งแผนกแยกออกมาเพื่อผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์โดยเฉพาะ คือหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์ และหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	แผนกที่รับผิดชอบการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์
ไทยรัฐ	ศูนย์ข้อมูลไทยรัฐ มีทีมงาน 6 คน คือเว็บมาสเตอร์,บรรณาธิการข่าว,ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าว และนักข่าว
เดลินิวส์	ศูนย์ข้อมูลเดลินิวส์ มีทีมงาน 3 คน คือเว็บมาสเตอร์ และฝ่ายอัปเดตข่าว
ไทยโพสต์	ไม่มีการแบ่งแผนก แต่ใช้บุคลากรของบริษัทซึ่งมีหน้าที่ประจำอื่น ๆ อยู่แล้วแต่มีความสนใจงานทางด้านไอที อินเทอร์เน็ต เป็นลักษณะการช่วยกันทำ มีทีมงาน 4 คนคือระดับนโยบาย,ผู้นำเสนอแผนงานและนำนโยบายไปปฏิบัติ,การอัปเดต ช่วยกันอัปเดตข่าวในแต่ละคืน
กรุงเทพธุรกิจ	Online Publishing ซึ่งเป็นแผนกที่ตั้งขึ้นใหม่เพื่อรับผิดชอบการจัดทำเนื้อหาฉบับออนไลน์ของกรุงเทพธุรกิจและมีหน้าที่ในการจัดทำเนื้อหาออนไลน์ฉบับอื่น ๆ ในเครือเนชั่นด้วย มีทีมงาน 12 คน คือเว็บมาสเตอร์และเว็บคอนเทนท์

(ต่อ)

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	แผนกที่รับผิดชอบการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์
เดอะเนชั่น	Nation Internet เป็นแผนกที่ตั้งขึ้นใหม่เมื่อกลางปี 2542 แยกจากฝ่ายข่าว มีทีมงาน 10 คน คือเว็บมาสเตอร์,เว็บโปรดิวเซอร์,เว็บเอดิเตอร์และเว็บคอนเทนท์
บางกอกโพสต์	Electronic Publishing รับผิดชอบการจัดทำเว็บไซต์หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์โดยเฉพาะ มีทีมงาน 5 คน คือเว็บมาสเตอร์,เว็บคอนเทนท์และฝ่ายตลาดและการขาย
ฐานเศรษฐกิจ	กองคอมพิวเตอร์และศูนย์ข้อมูล โดยใช้ทีมงานทั้งหมดของกองคอมพิวเตอร์ มีเว็บมาสเตอร์,เว็บเอดิเตอร์และเว็บคอนเทนท์
มติชน	ศูนย์ข้อมูลมติชน มีทีมงาน 7 คน

ตารางที่ 59 แสดงแผนกที่รับผิดชอบการจัดทำเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์

“ศูนย์ข้อมูลเป็นผู้รับผิดชอบในการผลิตเนื้อหาสำหรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยรัฐ ส่วนการออกแบบหน้าเว็บเพจจะเป็นหน้าที่ของ Web Designer ที่อยู่ในแผนกคอมพิวเตอร์ โดยทีมงานของเรามี 6 คนคือเว็บมาสเตอร์ มีหน้าที่คอยควบคุมดูแลการผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ บรรณาธิการข่าว มีหน้าที่คัดเลือกข่าวและสรุปข่าว รวมทั้งการคัดเลือกข่าวด่วน หรือ Breaking News ที่จะนำเสนอบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าว มีหน้าที่ดูแลเนื้อหาข่าวและดูแลข่าว IT Digest Online และนักข่าว 2 คน หน้าที่หลักคือการทำข่าวในส่วน IT Digest Online” สัมภาษณ์, ชวรงค์ ลิมป์ปัทมาณี หัวหน้าศูนย์ข้อมูลไทยรัฐ

“ศูนย์ข้อมูลเดลินิวส์มีหน้าที่ในการผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ส่วนการออกแบบหน้าเว็บเพจเป็นหน้าที่ของบริษัทเอ็มเว็บ ซึ่งเพิ่งจะเข้าร่วมในการผลิตเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของเรา โดยมีทีมงาน 3 คน คือเว็บมาสเตอร์ ทำหน้าที่ควบคุมดูแลการทำงานผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ และอีก 2 คนทำหน้าที่อัปเดตข่าว และเทคนิคในการทำเว็บ” สัมภาษณ์, วีระพันธ์ โดมมีบุญ หัวหน้าศูนย์ข้อมูลเดลินิวส์

“การทำหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์นั้น ไทยโพสต์ร่วมมือกับเคเอสซีในการจัดทำเว็บไซต์ โดยไทยโพสต์จะรับผิดชอบในด้านเนื้อหา และเคเอสซีจะเขียนโปรแกรมและออกแบบเว็บไซต์ให้ ในการผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ไทยโพสต์ไม่ได้แบ่งเป็นแผนก แต่ใช้บุคลากรที่มีอยู่

แล้วที่เป็นผู้ที่สนใจงานทางด้านไอทีและอินเทอร์เน็ต เป็นลักษณะการช่วยกันทำ เพราะแต่ละคนมีหน้าที่ประจำอยู่แล้ว

ในส่วนที่ทีมงานที่รับผิดชอบการผลิตหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์นั้นมีทั้งหมด 4 คน คือ 1.เป็นระดับนโยบาย 2.ผู้นำเสนอแผนงานและนำนโยบายไปปฏิบัติ และ 3-4 คือการอัปเดตข่าวในแต่ละคืน” สัมภาษณ์, สุกรี เหมือนชัยนิมิต ผู้ดูแลการจัดทำเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์

“การผลิตหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์มีทีมงานทั้งหมด 12 คน คือเว็บมาสเตอร์ ทำหน้าที่ควบคุมการผลิต เว็บคอนเทนท์ รับผิดชอบในการจัดทำเนื้อหา และนำขึ้นเว็บ รวมทั้งการจัดทำเนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่มด้วย” สัมภาษณ์, ชุตินธรา วัฒนกุล เว็บมาสเตอร์หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

“ทีมงานในแผนก Nation Internet มีทั้งหมด 10 คน คือ เว็บมาสเตอร์ ทำหน้าที่ดูแลและควบคุมการผลิต เว็บโปรดิวเซอร์ ทำหน้าที่นำนโยบายที่ได้รับมาปฏิบัติ เว็บเอดิเตอร์และคอนเทนท์เอดิเตอร์ ทำหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับเนื้อหาทั้งหมด และเว็บโคออดิเนเตอร์ ทำหน้าที่ผลิตภาพกราฟิกและข้อความศิลป์” สัมภาษณ์, ธทรง อัสวเสนา คอนเทนท์เอดิเตอร์หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์”

“ทีมงานในแผนก Electronic Publishing มีทั้งหมด 5 คน คือเว็บมาสเตอร์ ทำหน้าที่ควบคุมดูแลการผลิต รวมทั้งการช่วยในการออกแบบและนำข่าวขึ้นบนเว็บไซต์ด้วย เว็บคอนเทนท์ ทำหน้าที่นำเนื้อหาขึ้นบนเว็บไซต์ ส่วนฝ่าย Marketing&Sale ทำหน้าที่ดูแลทางการตลาดและการหาโฆษณาบนเว็บไซต์” สัมภาษณ์, Deborah L.Leenutaphong Manager Electronic Publishing หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์

“ใช้ทีมงานในกองคอมพิวเตอร์ที่มีอยู่ทั้งหมด ในลักษณะการแบ่งความรับผิดชอบให้กับเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์แต่ละคน โดยมี Web Editor และผู้ช่วยคอยกำกับดูแลความถูกต้องของงานข่าว และเนื้อหาต่าง ๆ” สัมภาษณ์, ณรงค์ วิทยศิริไพบุลย์ ผู้จัดการกองคอมพิวเตอร์หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์

“ศูนย์ข้อมูลเป็นผู้รับผิดชอบการจัดทำเว็บไซต์ในเครือมติชนทั้งหมด โดยมีทีมงาน 7 คน ในช่วงแรกนี้ยังไม่มี การจัดแบ่งหน้าที่กันอย่างเป็นทางการ แต่ละคนก็จะมีหน้าที่ในการนำเนื้อหา

ทั้งหมดที่เราได้มานำเสนอขึ้นบนเว็บไซต์ บางคนก็ทำหน้าที่ในการออกแบบหน้าเว็บเพจ” สัมภาษณ์, ชวกิจ หันประดิษฐ์ รองผู้จัดการศูนย์ข้อมูลมติชน

จากการสัมภาษณ์ผู้ดูแลเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่าบุคคลที่จะทำงานทางด้านการผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ควรจะมี ความสนใจทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นสำคัญ และไม่จำเป็นว่าจะต้องจบทางด้านนิเทศศาสตร์ เนื่องจากปัจจุบันเนื้อหาส่วนใหญ่ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังอาศัยเนื้อหาจากฉบับเล่มนำมาขึ้นบนเว็บโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลง ขณะเดียวกันก็ไม่ได้สร้างเนื้อหาที่แตกต่างจากฉบับเล่มมากนัก แต่ก็มีผู้ให้สัมภาษณ์บางคนที่ยังเห็นว่าผู้ที่ทำงานทางด้านการผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ควรจะมี ความรู้ทางด้านนิเทศศาสตร์ โดยเฉพาะการทำหน้าที่ในส่วนการผลิตเนื้อหาเพื่อนำเสนอบนเว็บไซต์โดยเฉพาะ

“ผมมองว่าคุณสมบัติที่สำคัญสำหรับการทำงานทางด้านนี้คือ มีความสนใจทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต รวมทั้งพร้อมที่จะรับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ขณะเดียวกัน ผมแบ่งหน้าที่การรับผิดชอบออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่ทำทางด้านเทคนิค เช่นการออกแบบหน้าเว็บเพจ การเขียนภาษา HTML การทำภาพเคลื่อนไหว เหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ทางด้านนี้โดยเฉพาะ

ขณะที่ในส่วนที่ 2 คือในส่วนการผลิตเนื้อหา ผมมองว่าผู้ที่ทำในส่วนนี้ควรจะมาทางด้านนิเทศศาสตร์ และควรจะมี ความสนใจทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต อย่างในส่วนเนื้อหา IT Digest Online ซึ่งเป็นเนื้อหาที่ศูนย์ข้อมูลไทยรัฐผลิตขึ้นมาเองและไม่ได้มีการนำเสนอบนหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม ผู้ที่รับผิดชอบเนื้อหาในส่วนนี้ก็จบมาทางด้านนิเทศศาสตร์ และมีความสนใจทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต” สัมภาษณ์, ชวรงค์ ลิมป์หัตถ์ภาณี หัวหน้าศูนย์ข้อมูลไทยรัฐ

“ผมมองว่าในปัจจุบันพื้นฐานทางด้านการเขียนเว็บเพจหรือ HTML น่าจะเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด เนื่องจากในปัจจุบันเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังอาศัยเนื้อหาจากหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเล่ม ทำให้ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยความรู้ทางด้านนิเทศศาสตร์ และปัจจุบันสถาบันการเรียนการสอนทางด้านนิเทศศาสตร์ก็ยังไม่มีการเรียนการสอนเกี่ยวกับการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์โดยเฉพาะ

นอกจากนี้ก็ควรที่จะมีความรู้ทางด้านศิลปะการจัดหน้าที่เหมาะสมกับหน้าจอคอมพิวเตอร์ รวมทั้งมีความสนใจต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี” สัมภาษณ์, ชวกิจ หันประดิษฐ์ รองผู้จัดการศูนย์ข้อมูลมติชน

“ถ้ามองในปัจจุบัน คุณสมบัติทางการสร้างเว็บเพจน่าจะเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด เพราะตอนนี้เนื้อหาของเราก็อาศัยจากฉบับเล่ม และก็ยังไม่ได้มีการผลิตเนื้อหาเพื่อนำเสนอบนฉบับออนไลน์โดยเฉพาะ ทำให้งานหลักของเราตอนนี้คือ การนำเนื้อหาที่ได้รับมานำเสนอบนเว็บไซต์ รวมทั้งการออกแบบหน้าเว็บเพจ ซึ่งก็ไม่จำเป็นที่จะต้องอาศัยความรู้ทางด้านนิเทศศาสตร์” สัมภาษณ์, ธทรง อัครเสนา Content Editor หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์

“ถ้าเป็นในตำแหน่งเว็บมาสเตอร์ คงต้องมีความรู้ทางด้านเทคนิคการทำเว็บเป็นพิเศษ เช่น การผลิตสื่ออินเทอร์เน็ต แต่ก็ยังไม่จำเป็นที่จะต้องจบทางด้านคอมพิวเตอร์มาโดยตรงเพราะตัวเองก็จบตรีมาทางด้านสังคมวิทยา และโทจากรัฐศาสตร์จุฬาซึ่งไม่เกี่ยวกับการทำงานในตอนนี้อาศัยที่มีความสนใจทางด้านคอมพิวเตอร์

ส่วนที่ทำงานทางด้านเนื้อหา น่าที่จะมีพื้นฐานทางด้านนิเทศศาสตร์ เพราะบางครั้งเนื้อหาที่ได้รับมาก็จะต้องนำมาปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับการนำเสนอบนอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเนื้อหาในส่วนของ Breaking News ซึ่งบางครั้งเป็นข้อมูลดิบที่เราได้มาจากศูนย์ข้อมูลเดอะเนชั่น จะต้องนำมาเรียบเรียงใหม่ ถ้ามีคนจบมาทางด้านนิเทศศาสตร์ ก็น่าจะดี เช่นเดียวกับการผลิตเนื้อหาเพิ่มเติมนอกเหนือจากฉบับเล่ม” สัมภาษณ์, ชุติณธรา วัฒนกุล เว็บมาสเตอร์หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

“ไม่จำเป็นที่จะต้องจบมาทั้งทางด้านนิเทศศาสตร์และคอมพิวเตอร์ เพราะหน้าที่หลักของแผนกเราคือการนำเสนอเนื้อหาที่ได้รับจากฉบับเล่มมานำเสนอบนเว็บไซต์ ส่วนเนื้อหาที่ไม่มีในฉบับเล่มก็มีทีมงานในกองบรรณาธิการจัดเตรียมไว้ให้อยู่แล้ว ขณะที่ในทีมงานก็ไม่มีใครที่จบมาทางด้านคอมพิวเตอร์โดยตรงเลย ซึ่งแต่ละคนก็อาศัยที่มีความสนใจทางด้านคอมพิวเตอร์และเรียนรู้ด้วยตนเอง” สัมภาษณ์, Deborah L. Leenataphong Manager Electronic Publishing หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์

ส่วนแนวโน้มคุณสมบัติที่สำคัญสำหรับการทำงานทางการผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่า ทั้งคุณสมบัติทางด้านข่าวและการสร้างเว็บเพจน่าจะเป็นคุณสมบัติที่สำคัญควบคู่กันไป เพราะในการผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็ต้องอาศัยทั้งส่วนที่ผลิตเนื้อหา และส่วนที่นำเนื้อหาขึ้นบนเว็บไซต์

“ผมมองออกเป็น 2 ส่วนอย่างที่บอกไปแล้วคือ ในส่วนเนื้อหาและส่วนการนำเสนอเนื้อหาบนเว็บไซต์ ถ้าจะทำทางการผลิตเนื้อหาก็ควรที่จะมีความรู้ทางด้านนิเทศศาสตร์ การเขียน

ข่าว แต่ถ้าจะทำทางด้านการนำเสนอเนื้อหาบนเว็บไซต์ก็ควรที่จะสนใจทางด้านคอมพิวเตอร์ เรียนรู้และเปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาของเทคโนโลยี” สัมภาษณ์, ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี

“คุณสมบัติที่สำคัญในอนาคตน่าจะเป็นทางด้านคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต รวมทั้งรู้จักการใช้ให้เกิดประโยชน์กับงานที่ทำ เช่นเดียวกับคุณสมบัติทางด้านข่าว รวมทั้งสนใจในการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และพัฒนาการทางด้านคอมพิวเตอร์” สัมภาษณ์, สุกรี เหมือนชัยนิมิต ผู้ดูแลเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์

“ผมมองว่าถ้าในอนาคตมีการจัดทำเนื้อหาขึ้นมาเพื่อนำเสนอในหนังสือพิมพ์ออนไลน์โดยเฉพาะ คุณสมบัติทางด้านข่าวน่าจะเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด แต่ในขณะเดียวกันก็ควรที่จะมีความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์ ในการจัดทำเว็บเพจ การออกแบบบ้าง รวมทั้งมีความสนใจการเปลี่ยนแปลงทางด้านคอมพิวเตอร์” สัมภาษณ์, ชวกิจ หันประดิษฐ์ รองผู้จัดการศูนย์ข้อมูลมติชน

ขณะเดียวกันก็มีผู้ให้สัมภาษณ์บางคนมองว่าคุณสมบัติทางด้านข่าวน่าจะเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด

“ผมมองว่าคุณสมบัติทางด้านข่าวน่าจะเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด เพราะลักษณะของสื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ต้องทำแข่งกับเวลา ซึ่งบางครั้งข่าวที่นำเสนอในฉบับเล่มมีความผิดพลาด ถ้าเรามีคนที่มีความรู้ทางด้านข่าว ก็จะสามารถแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นก่อนที่จะนำเสนอบนเว็บไซต์ได้” สัมภาษณ์, วีระพันธ์ โตมิบุญ หัวหน้าศูนย์ข้อมูลเดลินิวส์

“ลักษณะของสื่อออนไลน์ที่สำคัญ คือ การนำเสนอข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจเกิดความผิดพลาดขึ้นมาได้ ถ้าเรามีคนที่มีความรู้ทางด้านข่าวมาดูแลทางด้านนี้ ก็จะช่วยลดข้อผิดพลาดในการนำเสนอข่าว และสร้างความน่าเชื่อถือต่อการนำเสนอข่าวให้เกิดขึ้นได้ นอกจากนี้ทักษะทางด้านภาษาอังกฤษก็เป็นสิ่งสำคัญในอนาคต โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์เราก็เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษอยู่แล้ว” สัมภาษณ์, ธทรง อัครเสนา เว็บเอดิเตอร์ หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์

“ควรจะมีความรู้ทางการเขียนเว็บเพจ อินเทอร์เน็ต และภาษาอังกฤษ เพราะลักษณะงานจะต้องอาศัยความรู้ทางด้านนี้เป็นสำคัญ” สัมภาษณ์ Deborah L. Leenutaphong Manager Electronic publishing หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ยังให้ข้อเสนอแนะแก่สถาบันการศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์ เพื่อปรับปรุงหลักสูตรเนื้อหาการเรียนการสอน ให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรหนังสือพิมพ์ดังต่อไปนี้

“ควรจะมีหลักสูตรการเรียนข่าวสำหรับสื่อออนไลน์โดยเฉพาะ เพื่อนักศึกษาจะได้เข้าใจธรรมชาติของสื่อ วิธีการใช้ภาษา และความรู้เรื่องไอทีและอินเทอร์เน็ต การเขียนโฮมเพจ เป็นต้น รวมทั้งนักศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ ก็ควรที่จะเรียนรู้การใช้อินเทอร์เน็ตให้ถูกต้อง ไม่ใช่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงเพียงอย่างเดียว ควรรู้จักการหาข้อมูลบนเว็บอย่างมีประสิทธิภาพ” สัมภาษณ์, ขวรงค์ ลิ้มปัทมปาณี หัวหน้าศูนย์ข้อมูลไทยรัฐ

“น่าจะมีหลักสูตรในการสอนทางด้านอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ เพราะลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตมีความแตกต่างจากสื่ออื่น ๆ มาก โดยเฉพาะในส่วน Interactive ซึ่งทำให้ผู้รับสารกลายเป็นผู้ส่งสารได้ ขณะเดียวกันก็กลายเป็นตัวกลางการสื่อสารระหว่างบุคคลผ่านสื่อปฏิสัมพันธ์บนเว็บไซต์ และควรเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้มีโอกาสเรียนรู้ธรรมชาติของสื่อออนไลน์มากขึ้น” สัมภาษณ์, ชวกิจ หันประดิษฐ์ รองผู้จัดการศูนย์ข้อมูลมติชน

“ผมมองว่าควรจะให้นักศึกษาเรียนรู้การปรับเปลี่ยนเนื้อหาจากสื่อหนึ่ง ไปยังอีกสื่อหนึ่ง อย่างเช่น การปรับเปลี่ยนเนื้อหาหนังสือพิมพ์ไปเป็นเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ หรือการปรับเปลี่ยนภาพเคลื่อนไหวหรือเสียงจากตัวเทปคาสเส็ต ไปเป็นการนำเสนอบนสื่อออนไลน์ เป็นต้น” สัมภาษณ์, ธทรง อัสวเสนา เว็บเอดิเตอร์ หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์

“ควรจะมีโอกาสให้นักศึกษาได้มีโอกาสสัมผัสการทำงานจริง ๆ เช่น ผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์นำเสนอบนอินเทอร์เน็ต และเปิดวิชาการเรียนการสอนที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมทั้งการพัฒนาการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี” สัมภาษณ์, Deborah L. Leenutaphong Electronic Publishing Manager หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

3. แนวโน้มเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในส่วนที่ 1 พบว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่ในปัจจุบันยังนำเสนอเนื้อหาหลักจากหนังสือพิมพ์ในฉบับเล่ม และไม่มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาข้อมูลเพื่อเหมาะที่จะนำเสนอบนอินเทอร์เน็ต เช่นเดียวกับการจัดทำเนื้อหาที่นอกเหนือจากในฉบับเล่ม โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าเพราะข้อจำกัดทางด้านบุคลากร และรายได้ที่ยัง

ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ส่งผลให้ไม่สามารถขยายทีมงานเพื่อรับผิดชอบในส่วนนี้ได้

“เราไม่ใช่คนที่กล้าเข้าไปคุยเพื่อของบประมาณเพิ่มเติมในการทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ เพราะด้วยแนวโน้มในปัจจุบันการหารายได้จากการโฆษณาก็ยังไม่ได้มากนัก ขณะที่แหล่งรายได้อื่น ๆ ก็ยังไม่สามารถหาได้ และด้วยการที่เป็นองค์กรเอกชน ซึ่งมุ่งแสวงหากำไรเป็นหลัก ทำให้เราจำเป็นต้องทำเท่าที่เราทำได้ ซึ่งถ้าผู้บริหารมองเห็นว่าแนวโน้มทางด้านนี้มีโอกาสมากขึ้น เราก็พร้อมที่จะขยายงานและปรับปรุงการนำเสนอเนื้อหาให้เหมาะสมกับอินเทอร์เน็ตได้ แต่ถ้าเป็นอย่างในปัจจุบันคงยาก” สัมภาษณ์, วีระพันธ์ โตมิบุญ หัวหน้าศูนย์ข้อมูลเดลินิวส์

“เว็บไซต์มติชนยังเพิ่งจะเริ่มต้น และในขั้นตอนนี้เรากำหนดให้เว็บไซต์ของเราเป็นสื่อเสริมให้กับสื่อหลัก และก็ทำเว็บไซต์โดยไม่แสวงหารายได้อยู่แล้ว จะเห็นได้ว่าเว็บไซต์ของเราไม่มีการโฆษณาเลย ผมมองว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นเท่านั้น ถึงแม้ว่าจะเริ่มมีหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับแรกเมื่อ 6-7 ปีที่แล้วก็ตาม และในช่วงแรกนี้เราก็รับโอนบุคลากรจากหน่วยงานอื่น ๆ ในเครือมติชนเพื่อเข้ามาช่วยในการจัดทำเว็บไซต์ ทำให้ยังต้องอาศัยแหล่งข้อมูลจากสื่อหลัก” สัมภาษณ์, ชวกิจ หันประดิษฐ์ รองผู้จัดการศูนย์ข้อมูลมติชน

“ถึงแม้จะมีทีมงานในส่วนการจัดทำเว็บไซต์ถึง 12 คน แต่ก็ยังมีงานในการผลิตเว็บไซต์ในเครือเนชั่นอื่น ๆ อีก ทำให้ไม่สามารถที่จะไปปรับปรุงเนื้อหาเพื่อนำเสนอบนอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะได้ แต่เราก็ได้พยายามปรับปรุงเนื้อหาให้เหมาะสมในส่วนของข่าวด่วน โดยการสรุปข่าวให้สั้น และกระชับ ส่วนการผลิตเนื้อหาที่นอกเหนือจากในฉบับเล่ม ก็ให้ทีมงานในการทำเว็บไซต์ของเราเองจัดทำในเรื่องดวงซึ่งเป็นการแปลจากต่างประเทศ รวมทั้งในส่วนของการตรวจผลลึอตเตอร์ เป็นต้น” สัมภาษณ์, ชุตินธรา วัฒนกุล เว็บบาสเตอร์หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

ในปัจจุบันมีเพียงหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์เพียงฉบับเดียวที่มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาจากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มให้เหมาะสมกับอินเทอร์เน็ต โดยการสรุปข่าว และปรับแต่งเนื้อหาให้มีความเหมาะสมมากขึ้น นอกจากนั้นก็มีการจัดทำเนื้อหาเพิ่มเติมนอกเหนือจากในฉบับเล่มด้วย ในส่วน IT Digest Online

“เรามีคนรับผิดชอบในการคัดเลือกข่าว สรุปข่าว และดูแลเนื้อหาที่จะนำเสนอบนอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะ ซึ่งจะเห็นว่าเนื้อหาที่นำเสนอบนฉบับออนไลน์ของเราจะแตกต่างจากฉบับอื่น ๆ

ขณะเดียวกันเนื้อหาข่าวที่นำเสนอก็มีการปรับแต่งให้เหมาะสมด้วย โดยการปรับแต่งภาษาให้เป็นทางการมากขึ้น ซึ่งจะแตกต่างจากในฉบับเล่มที่ใช้ภาษาที่มีสีสัน ส่วนสาเหตุที่เราเลือกจะนำเสนอแบบนี้ก็เพราะ 1.เราคิดว่าคนอ่านบนอินเทอร์เน็ตคงไม่มีเวลาอ่านเนื้อหาเต็ม ๆ เหมือนกับที่ลงบนฉบับเล่มได้ เนื่องจากข้อจำกัดของสื่อออนไลน์ที่ยังมีผลต่อสายตาคนอ่าน

2.การสรุปข่าว ช่วยให้การนำเสนอข่าวมีความถูกต้องมากขึ้น และสามารถแก้ไขข้อผิดพลาดที่นำเสนอบนฉบับเล่มได้ และไม่ไปทำซ้ำข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น และยังเป็น การช่วยผู้อ่านในการสรุปประเด็นของข่าว เพราะคนอ่านบนอินเทอร์เน็ตคงอ่านข่าวแบบเช็คข่าวมากกว่า

ส่วนในด้านเนื้อหาที่ไม่มีในฉบับเล่ม เราก็ให้นักข่าว 2 คนรับผิดชอบซึ่งเป็นนักข่าวที่ขึ้นอยู่กับศูนย์ข้อมูลของเราเองทำเนื้อหาในส่วน IT Digest Online ซึ่งเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต โดยอัปเดตอาทิตย์ละ 3 ครั้ง” สัมภาษณ์, ชวรงค์ ลิมป์ปัทมาณี หัวหน้าศูนย์ข้อมูลไทยรัฐ

ถึงแม้ในปัจจุบันหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยยังนำเสนอเนื้อหาจากฉบับเล่มเป็นส่วนใหญ่ แต่ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ก็ยังคงมองว่าลักษณะการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับอินเทอร์เน็ต ควรจะมีลักษณะที่สั้น กระชับ และรวดเร็วทันสถานการณ์

“ด้วยข้อจำกัดทางด้านเทคโนโลยี ทำให้การอ่านจากหน้าจอคอมพิวเตอร์ยังมีผลกระทบต่อผู้อ่าน ซึ่งคงทำให้ผู้อ่านไม่สามารถอ่านเนื้อหาบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ละเอียดมากนัก หรือเป็นเวลานาน ทำให้การนำเสนอเนื้อหาควรจะต้องมีความสั้น กระชับ และครอบคลุมใจความสำคัญของข่าวแต่ละข่าว” สัมภาษณ์ ชวกิจ หันประดิษฐ์ รองผู้จัดการศูนย์ข้อมูลมติชน

“ควรมีความทันสถานการณ์ รวดเร็ว เนื้อหาควรสั้น กระชับ แต่ได้ใจความชัดเจนครอบคลุมเนื้อหาข่าว” สัมภาษณ์, ณรงค์ วิทศิรีไพบูลย์ ผู้จัดการกองคอมพิวเตอร์หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์

“น่าจะมีความรวดเร็วเป็นหลัก เพราะเป็นลักษณะเด่นของสื่อออนไลน์ นอกจากนั้นก็ควรจะสั้น กระชับ” สัมภาษณ์, Deborah L.Leenutaphong Manager Electronic Publishing

นอกจากนั้นในส่วนของอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น ในปัจจุบันหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยก็ยังไม่แน่ว่าจะนำเสนอเนื้อหาในด้านนี้มากนัก เนื่องจากข้อจำกัดตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นในเรื่องของบุคลากร และเงินทุนแล้ว ยังมีข้อจำกัดในเรื่อง

ของเทคโนโลยี ที่ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ยังเห็นว่าผู้อ่านส่วนใหญ่น่าจะต้องการข้อมูลข่าวสารเป็นส่วนหลักมากกว่าที่จะสนใจในเรื่องของอินเทอร์เน็ต แอคทีฟ รวมทั้งในเรื่องของชื่อเสียงขององค์กรที่ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าถึงแม้อินเทอร์เน็ตจะเป็นจุดเด่นของอินเทอร์เน็ต แต่ในขณะเดียวกันก็อาจจะส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กรได้

“เหตุที่เราไม่เน้นการใช้ภาพประกอบก็เพราะ เราคิดว่าคนอ่านน่าจะต้องการเนื้อหามากกว่ารูปภาพที่ใช้ประกอบ ขณะเดียวกันเราก็นิ่งถึงความเร็วในการเรียกข้อมูลบนเว็บไซต์ด้วย เพราะคงไม่มีผู้อ่านที่จะทนคอยการโหลดของหน้าเว็บไซต์ได้นาน ๆ แต่ตอนนี้เราก็กำลังดูอยู่ อาจจะมีการเพิ่มภาพประกอบในส่วนเนื้อหาบันทึก เพราะมีผู้อ่านเรียกร้องมาก แต่คงไม่วางไว้ที่หน้าโฮมเพจ

ส่วนในเรื่องของอินเทอร์เน็ต ตอนนี้ก็มีการนำเสนอในส่วนของ Breaking News ที่เริ่มอัปเดตตั้งแต่ 10 นาฬิกาของทุกวัน และอีเมล ในส่วนอื่น ๆ คงเป็นเรื่องของอนาคต เพราะนโยบายหลักของเราตอนนี้คือ การพยายามเลี้ยงตัวเองให้ได้ โดยไม่พึ่งเงินทุนจากบริษัท ถึงแม้ว่ารายได้ในปัจจุบันของเราจะมาจากค่าโฆษณาเป็นหลัก แต่ก็ยังมีไม่มาก ซึ่งถ้าในอนาคตมีการขยายตัวของค่าโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เราก็จะขยายทีมงานได้มากขึ้น เพราะในส่วนของอินเทอร์เน็ตที่พออย่างเช่นเว็บบอร์ดหรือห้องสนทนานั้น ต้องอาศัยคนดูแล

ส่วนพวกวิดีโอคลิป หรือเสียงนั้นถ้ามีก็ดี แต่เนื่องจากองค์กรเราไม่มีสื่ออื่น ๆ อยู่ในมือคงจะไม่มีการนำเสนอบนเว็บไซต์ของเรา” สัมภาษณ์, ชวรงค์ ลิมป์หัตถ์ปาณี หัวหน้าศูนย์ข้อมูลไทยรัฐ

“เราคำนึงถึงความรวดเร็วของการเข้าถึงข้อมูลของผู้อ่าน และเนื่องจากเว็บไซต์มติชนได้รวบรวมเนื้อหาสิ่งพิมพ์ทั้งหมดในเครือมานำเสนอบนอินเทอร์เน็ต ทำให้อาจจะมีผลกระทบต่อความเร็วของการโหลดหน้าเว็บเพจเนื้อหาในแต่ละส่วนได้ แต่ตอนนี้เว็บไซต์มติชนก็มีอินเทอร์เน็ตแอคทีฟกับผู้อ่านในส่วนของฟอรัมให้ผู้อ่านได้เข้ามาแสดงความคิดเห็น และตั้งกระทู้คำถามในประเด็นต่าง ๆ ได้

ส่วนอินเทอร์เน็ตในส่วนอื่น ๆ ตอนนี้ก็มี อีเมล แต่เราก็คาดหวังว่าในอนาคตเว็บไซต์เราน่าจะมีการให้บริการในส่วนอื่น ๆ เช่น ห้องสนทนา ซึ่งตอนนี้ก็ยังอยู่ในขั้นตอนของการศึกษาอยู่ เช่นเดียวกับในส่วนของมัลติมีเดีย” สัมภาษณ์, ชวกิจ หันประดิษฐ์ รองผู้จัดการศูนย์ข้อมูลมติชน

“อินเทอร์เน็ตแอคทีฟ เป็นส่วนที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ต โดยในตอนนีเว็บไซต์กรุงเทพฯธุรกิจ ก็มีอินเทอร์เน็ตแอคทีฟในส่วนของอีเมล ซึ่งเหมือนกับเว็บไซต์อื่น ๆ แล้วก็ในส่วนของการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ต่าง ๆ จะเห็นว่าในหน้าหัวข้อข่าวแต่ละประเภทจะมีส่วนเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ต่าง ๆ มากมายซึ่งเราก็แบ่งตามประเภทของเนื้อหาในหน้านั้น ๆ นอกจากนั้นก็มีส่วนของการแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจในขณะนั้น รวมทั้งในส่วนของเว็บบอร์ด ซึ่งบางครั้งเราเห็นว่ามีประเด็นที่น่าสนใจที่ผู้อ่านได้แสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ด ก็นำมาลงในหนังสือพิมพ์ด้วย

แต่ในขณะที่เดียวกันเราก็คำนึงถึงชื่อเสียงขององค์กรด้วย เพราะอย่างที่รู้ว่าบางครั้งก็มีพวกที่แปลก ๆ เข้ามาโพสต์ข้อความบนเว็บไซต์ ซึ่งบางครั้งก็หลุดรอดสายตาเราไป แต่ถ้ามีผู้อ่านแจ้งเข้ามา เราตรวจสอบแล้วก็สามารถลบทิ้งได้ เช่นเดียวกับในส่วนของ Chat Room หรือห้องสนทนา ซึ่งตอนนี้เว็บไซต์เรายังไม่มี เรามองว่ายังไม่พร้อมและเป็นเรื่องยากที่จะทำในส่วนนี้ เพราะต้องมีคนคอยดูแลตลอดเวลา และอย่างที่บอกว่าเราคำนึงในเรื่องชื่อเสียงขององค์กรด้วย

ส่วนการนำเสนอสื่อมัลติมีเดียที่ไม่มีก็เพราะผู้ใช้สามารถเข้าไปดูในเว็บไซต์อื่นในเครื่องไหนก็ได้ ทำให้ไม่จำเป็นที่จะต้องนำเสนอในกรุงเทพฯธุรกิจออนไลน์ ซึ่งก็รวมทั้งข้อจำกัดในการส่งผ่านข้อมูลของอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันที่คงไม่เหมาะที่จะนำเสนอ” สัมภาษณ์, ชุตินธรา วัฒนกุล เว็บมาสเตอร์หนังสือพิมพ์กรุงเทพฯธุรกิจ

“ในส่วนอินเทอร์เน็ตแอคทีฟ ตอนนีก็มีในส่วนของอีเมล และในส่วนของ Hotel&Airlines ที่ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางและสถานที่พักในประเทศไทย รวมทั้งมีการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของโรงแรมและสายการบินต่าง ๆ ด้วย

ส่วนสาเหตุที่ไม่มีในส่วนของเว็บบอร์ดและห้องสนทนานั้น เราคำนึงถึงชื่อเสียงขององค์กรเป็นหลัก เพราะบางกอกโพสต์เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ ขณะเดียวกันคนที่ไม่ดีบนอินเทอร์เน็ตก็มีมาก ถ้ามีใครมาโพสต์ข้อความที่ไม่ดีบนเว็บบอร์ด ก็ส่งผลเสียต่อชื่อเสียงของเราได้ รวมทั้งถ้ามีในส่วนนี้เราต้องใช้คนเข้ามาดูแล ซึ่งด้วยคนที่เรามีอยู่ 5 คนในตอนนีคงไม่พอที่จะดูแลได้อย่างทั่วถึง” สัมภาษณ์, Deborah L. Leenutaphong Manager Electronic Publishing หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์

ส่วนความคิดเห็นต่อแนวโน้มเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่า จะมีการพัฒนามากขึ้นในด้านเนื้อหา มีความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มมากขึ้น มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อมีปฏิสัมพันธ์และติดต่อสื่อสารกับผู้อ่านมากขึ้น รวมทั้งการเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่ให้อ่านสามารถเข้ามาสืบค้นข้อมูลได้ และมีแนวโน้มที่จะนำเสนอเนื้อหาการรายงานข่าวเฉพาะบุคคลด้วย แต่ขณะเดียวกันก็มีผู้ให้สัมภาษณ์บางคนมองว่าการนำ

เสนอสื่อมัลติมีเดีย เช่น วีดีโอคลิป และเสียงก็น่าจะเป็นส่วนสำคัญเพื่อช่วยส่งเสริมการนำเสนอข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ดียิ่งขึ้น

“ผมมองว่าในอนาคตน่าจะมีการผลิตเนื้อหาที่น่าสนใจเฉพาะบนฉบับออนไลน์เพียงอย่างเดียว รวมทั้งการนำเสนอข่าวด่วน Breaking News ตลอด 24 ชั่วโมง การให้บริการข่าวสารเฉพาะบุคคล ให้ผู้อ่านได้เข้ามาเลือกว่าสนใจข่าวประเภทไหน เมื่อเข้ามาในเว็บไซต์ของเราก็จะแสดงเฉพาะประเภทข่าวที่ผู้อ่านสนใจเท่านั้น และพวกสื่ออินเทอร์เน็ตที่ฟต่าง ๆ เช่น เกมส์ การแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ บนเว็บบอร์ด และห้องสนทนา นอกจากนี้ก็น่าจะมีในส่วนของ การเชื่อมโยงข้อมูลทั้งภายในและภายนอกเว็บไซต์ อย่างเช่น เมื่อมีข่าวเกี่ยวกับนายกชวณ ก็มี ส่วนเชื่อมโยงตรงนายกชวณให้ดูข้อมูลประวัติ การศึกษาต่าง ๆ เป็นต้นซึ่งหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในต่าง ประเทศก็มีแล้ว และมติชนก็มีศูนย์ข้อมูลของตนเองที่จะช่วยในการนำเสนอในส่วนนี้ได้

นอกจากนั้นในส่วนของห้องสนทนา ก็อาจจะมีนักเขียน นักข่าว หรือคอลัมนิสต์ในองค์กรของเราไปสนทนากับผู้อ่าน รวมทั้งในส่วนของมัลติมีเดีย ก็ควรที่จะมีการนำเสนอด้วย เพราะเรื่อง ความเร็วในการส่งผ่านข้อมูลคงไม่เป็นข้อจำกัดในอนาคต” สัมภาษณ์, ชวกิจ หันประดิษฐ์ รองผู้จัดการศูนย์ข้อมูลมติชน

“ในส่วนของอินเทอร์เน็ตที่น่าจะมีมากขึ้น เปิดโอกาสให้ผู้อ่านตอบโต้ได้ แสดงความคิดเห็น มีการเชื่อมโยงข้อมูลที่ง่ายต่อการเข้าถึง รวมไปถึงการเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ ไม่จำกัดต่อการนำเสนอข้อมูล สามารถเพิ่มเติมข่าว ข้อมูลอื่น ๆ เข้าไปได้ รวมทั้งเป็นศูนย์ข้อมูลช่วยย้อนหลังให้ผู้อ่านสามารถค้นหาข่าวที่ต้องการได้

ส่วนการนำเสนอเนื้อหาหนังสือพิมพ์นั้นในระยะ 1-2 ปีนี้อาจจะยังไม่จำเป็นสำหรับประเทศไทย เพราะข้อจำกัดในแง่ฐานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และข้อจำกัดทางด้านเทคโนโลยีการส่งผ่านข้อมูล แต่ในอนาคตควรมีการนำเสนอสื่อมัลติมีเดียบนเว็บไซต์ด้วย โดยอาจจะร่วมมือกับสื่อวิทยุหรือโทรทัศน์เพื่อร่วมนำเสนอข่าวผ่านเว็บที่สามารถให้ได้ทั้งภาพและเสียง ช่วยเพิ่มสีสัน และไม่ทำให้คนดูเบื่อ” สุกรี เหมือนชัยนิมิต ผู้ดูแลเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์

“คงจะมีการนำเสนอข่าวควบคู่ไปทั้งข่าวที่มีในฉบับเล่มและข่าวที่มีการจัดทำขึ้นใหม่โดยเฉพาะ รวมทั้งการรายงานข่าวแบบ Customize คือให้ผู้อ่านเลือกรับข่าวสารที่ต้องการได้ โดยอาจจะเสียเงินค่าสมาชิก ส่วนการมีอินเทอร์เน็ตฟ ในอนาคตก็คงจะมีมากขึ้น แต่ทั้งนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับความเหมาะสมด้วย” สัมภาษณ์, Deborah L. Leenutaphong Manager Electronic Publishing หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์

“ในอนาคตหนังสือพิมพ์ออนไลน์น่าจะเป็นฐานข้อมูลให้ผู้อ่านได้ค้นหาข้อมูลย้อนหลังได้ โดยไม่ต้องพึ่งพาห้องสมุดแบบเก่า เพราะเป้าหมายหลักของเว็บไซต์เราก็คือ การจัดเก็บฐานข้อมูลเพื่อให้บริการผู้อ่าน” สัมภาษณ์, ณรงค์ วิทยศิริไพบูลย์ ผู้จัดการกองคอมพิวเตอร์ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

“เนื้อหาในอนาคตคงจะมีความแตกต่างจากในฉบับเล่มมากพอสมควร เพราะในปัจจุบันก็เริ่มที่จะมีการทำเนื้อหาสำหรับฉบับออนไลน์โดยเฉพาะอยู่แล้ว นอกจากนี้การนำเสนอเนื้อหาแบบ Customize ก็เป็นสิ่งที่น่าจะมีเกิดขึ้น โดยตอนนี้เรากำลังศึกษาอยู่ แล้วก็การให้บริการเชื่อมโยงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องทั้งในบทความและข่าว เพื่อนำเสนอภูมิหลังของเหตุการณ์หรือบุคคลที่ถูกกล่าวถึงในบทความหรือข่าวนั้น ๆ ช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจได้มากขึ้น ซึ่งเราก็มีความพร้อมในส่วนนี้พอสมควร เพราะเราก็มีศูนย์ข้อมูลเดอะเนชั่นช่วยซัพพอร์ตข้อมูลเหล่านี้ได้” สัมภาษณ์, ชูตินธรา วัฒนกุล เว็บมาสเตอร์หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

4.แนวโน้มสภาพการแข่งขันของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

เนื่องจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังเป็นสื่อที่เพิ่งเริ่มต้นในประเทศไทย ประกอบกับจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังมีจำนวนไม่มากนัก การหารายได้ก็ยังไม่มากพอ และหนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ละฉบับต่างมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อเสริมให้กับสื่อหลัก ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่า การแข่งขันระหว่างหนังสือพิมพ์ออนไลน์ด้วยกันเองและกับสื่อที่มีอยู่เดิมในปัจจุบันยังมีไม่มากนัก เช่นเดียวกับแนวโน้มในอนาคต แต่ถ้าจะต้องแข่งขันกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่าความน่าเชื่อถือของข่าวเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด แต่ถ้าจะแข่งขันกับสื่ออื่น ๆ ที่มีอยู่เดิม เช่น โทรทัศน์ หรือวิทยุ จะต้องอาศัยจุดเด่นของอินเทอร์เน็ต คือ การมีอินเทอร์เน็ตแอกทีฟกับผู้อ่าน เป็นส่วนสำคัญที่สุด

“ตอนนี้เรามุ่งที่จะให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของเราเป็นสื่ออีกสื่อหนึ่งเพื่อเสริมสื่อหลักเท่านั้น ถ้าถามว่ามีการแข่งขันระหว่างหนังสือพิมพ์ออนไลน์บ้างหรือเปล่า ตอนนี้อาจมีในเรื่องของความเร็วในการนำเสนอข่าว เพราะจะเห็นว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์หลายฉบับเริ่มที่จะมีการนำเสนอในลักษณะของ Breaking News มากขึ้น

ส่วนการแข่งขันกับสื่อเดิมนั้น ผมมองว่าถึงจะมีการแข่งขันในด้านความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวเช่นเดียวกัน แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นส่วนที่ส่งเสริมกันเอง และเป็นตัวกระตุ้นให้มีการบริโภคสื่อเพิ่มมากขึ้น แต่หนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็ควรที่จะมีการปรับตัวด้วย โดยอาจจะมีการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะมัลติมีเดีย อย่างวิดีโอคลิปหรือเสียง หรือการอัปเดตข่าวอยู่ตลอดเวลาเพื่อ

รักษากลุ่มผู้อ่านให้กลับมายังเว็บไซต์ของเราบ่อย ๆ ” สัมภาษณ์, วีระพันธ์ โตมิบุญ หัวหน้าศูนย์ข้อมูลเดลินิวส์

“ผมมองว่าตอนนี้การแข่งขันยังมีไม่มากนัก แต่ถ้าจะแข่งขันกับทั้งหนังสือพิมพ์ออนไลน์ด้วยกันและสื่อที่มีอยู่เดิม คงจะต้องอยู่ที่ความน่าเชื่อถือของเนื้อหา และความรวดเร็วของการนำเสนอเป็นส่วนสำคัญ เพราะต่อให้มีการทำเว็บสวย ๆ มีการนำเสนอข่าวที่รวดเร็ว แต่เนื้อหาข่าวตก ๆ หล่น ๆ เว็บนั้นก็ไม่มีใครเข้าไปดู

อย่างตอนนี้เว็บไซต์ไทยรัฐก็มีการนำเสนอข่าว Breaking News โดยนำเสนอตั้งแต่เวลา 10 โมงเช้าถึงประมาณ 1-2 ทุ่ม และตัวอย่างที่สำคัญคือ ตอนที่มีการเลือกประธานวุฒิสภา พอรู้ผลการเลือก เราก็นำเสนอบนเว็บไซต์ของเราในทันที ทั้งประวัติและภาพถ่าย โดยนำข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลของเราเอง

นอกจากนี้ก็ควรมีการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างจากฉบับเล่มด้วยเช่นกัน โดยตอนนี้เราก้ทำในส่วน IT Digest Online เพราะเราเห็นว่าผู้อ่านน่าจะมีความสนใจในเนื้อหาทางด้านนี้ และเป็น การขยายฐานกลุ่มผู้อ่านไปในตัวด้วย” สัมภาษณ์, ชวรงค์ ลิมป์หามปาณี หัวหน้าศูนย์ข้อมูลไทยรัฐ

“การแข่งขันคงไม่มี เพราะลักษณะของสื่อแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน อยู่ที่แต่ละฝ่ายจะดึงจุดเด่นของอินเทอร์เน็ตในส่วนไหนขึ้นมา อย่างอินเทอร์เน็ต จุดเด่นที่สำคัญที่สุดคือ การมีอินเทอร์เน็ตแอกทีฟ อย่างถ้าเรามองไปที่เว็บไซต์ pantip.com จะเห็นว่าในส่วนของคาเฟ่ ผู้เล่นในนั้น จะมีความเอื้ออาทรต่อกัน มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทั้ง ๆ ที่แต่ละคนก็ไม่รู้จักมาก่อนเลย

ในส่วนของเว็บไซต์ของเราก้มีส่วนของอินเทอร์เน็ตแอกทีฟ คือการนำเสนอข่าว Breaking News ตั้งแต่เวลา 9.00 น.-20.00 น. ซึ่งในอนาคตก็คงมีการขยายออกไปเป็น 24 ชั่วโมง โดยแต่ละวันจะมีการอัปเดตข่าวใหญ่ 2-3 ครั้ง นอกจากนั้นก็มีส่วนของการแสดงความคิดเห็นและเว็บบอร์ด เป็นต้น รวมทั้งยังมีการให้บริการถาม-ตอบปัญหาเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และกระดานซื้อขายอุปกรณ์ไอทีอีกด้วย” สัมภาษณ์, ชุตินธรา วัฒนกุล เว็บมาสเตอร์หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

“คงจะต้องเริ่มที่ความแม่นยำ ความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของข่าวเป็นสำคัญ และสามารถนำไปอ้างอิง พร้อมทั้งฐานข้อมูลขนาดใหญ่ที่ให้อ่านได้สืบค้น” สัมภาษณ์, ณรงค์ วิทยศิริไพบูลย์ ผู้จัดการกองคอมพิวเตอร์ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์

“พยายามหารูปแบบที่ทำให้คนอ่านรู้สึกต้องการโต้ตอบ สร้างชุมชนชาวไทยโพสต์ แต่ทั้งหมดต้องอาศัยปรัชญาการทำหนังสือพิมพ์ที่มีอยู่เดิม เช่น ไทยโพสต์เป็นหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอ

ข่าวตามสโลแกนที่ว่า “อิสรภาพแห่งความคิด” เพราะฉะนั้นการเสนอแบบตรงไปตรงมา ด้วยภาษาพาดหัวที่บางครั้งอาจรุนแรง ก็เป็นการสร้างกลุ่มผู้อ่านอีกกลุ่มหนึ่งได้” สัมภาษณ์, สุกรี เหมือนชัยนิมิต ผู้ดูแลเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์

“ผมมองว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะเป็นตัวแย่งเวลาการใช้เวลาจากสื่ออื่น ๆ ที่มีอยู่เดิม เพราะมีงานวิจัยจากต่างประเทศหลาย ๆ งานวิจัยที่ระบุถึงเรื่องนี้ แต่อย่างไรก็ตามถ้าหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะต้องแข่งกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ด้วยกันเองตัวเนื้อหาข่าวคงจะเป็นจุดที่สำคัญที่เราจะต้องเน้น ส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตในส่วนนี้คงไม่มีความแตกต่างกันมากนัก เพราะหนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ละฉบับก็สามารถที่จะพัฒนาในส่วนนี้ได้ ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะมีความเหลื่อมล้ำในส่วนนี้อยู่บ้างก็ตาม

ส่วนการปรับตัวที่จะแข่งขันกับสื่ออื่น ๆ ที่มีอยู่เดิมนั้น คงจะต้องมีการนำเสนอข่าวที่รวดเร็ว ซึ่งในจุดนี้หนังสือพิมพ์ออนไลน์จะมีข้อได้เปรียบเหนือสื่ออื่น ๆ มาก เพราะเราสามารถนำเสนอได้ตลอด 24 ชั่วโมง ขณะที่สื่อโทรทัศน์ไม่สามารถทำได้ ส่วนหนังสือพิมพ์ก็มีข้อจำกัดในเรื่องเวลาของการปิดเล่ม หรือต้องใช้เวลากว่าที่จะสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้

นอกจากนั้นก็คงจะเป็นในส่วนของมัลติมีเดีย และอินเทอร์เน็ตต่าง ๆ รวมทั้งการนำเสนอข่าวเฉพาะบุคคล อย่างที่ได้เคยบอกมาแล้ว” สัมภาษณ์, ชวกิจ หั้นประดิษฐ์ รองผู้จัดการศูนย์ข้อมูลมติชน

5. แนวโน้มแหล่งรายได้ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	การหารายได้
ไทยรัฐ	โฆษณา
เดลินิวส์	โฆษณา
ไทยโพสต์	ไม่มีรายได้จากส่วนใด
กรุงเทพธุรกิจ	โฆษณา
เดอะเนชั่น	โฆษณาและการขายข่าวให้บริษัทเอ็มเว็บ
บางกอกโพสต์	โฆษณา, รายได้จากการรับสมัครสมาชิกหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ในเครือ และการขายหนังสือออนไลน์
ฐานเศรษฐกิจ	ไม่มีรายได้จากส่วนใด
มติชน	ไม่มีรายได้จากส่วนใด

ตารางที่ 60 แสดงการหารายได้ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากตารางแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่มีรายได้จากการโฆษณาบนเว็บไซต์ โดยมีเพียง 2 ฉบับที่มีการหารายได้จากการขายข่าวและการรับสมัครสมาชิก-ขายสิ่งพิมพ์ในเครือคือ เดอะเนชั่น และบางกอกโพสต์

จากการสัมภาษณ์ผู้ดูแลเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่ พบว่ารายได้หลักของหนังสือพิมพ์ออนไลน์มาจากการโฆษณา ซึ่งรายได้ที่เข้ามายังไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายที่ลงทุนไป และต่างเห็นว่ารายได้จากการโฆษณาน่าจะเป็นแหล่งรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตและมีผลต่อการพัฒนาของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ ในขณะที่เดียวกันก็แสดงความคิดเห็นว่ายังมีแหล่งช่องทางอื่น ๆ อีกที่จะสามารถหารายได้บนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ เช่น การให้บริการฐานข้อมูล การหารายได้จากค่าสมาชิก การให้บริการข่าวสารเฉพาะบุคคล รวมทั้งการขายสินค้าต่าง ๆ ขององค์กร เช่น หนังสือ หรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น

“ตอนนี้รายได้หลักของเดอะเนชั่นออนไลน์คือ รายได้จากการโฆษณา นอกจากนี้ก็มีรายได้จากการขายข่าวให้กับเอ็มเว็บบ้าง แต่ก็เป็นปริมาณที่ไม่มากนัก ผมมองว่าช่องทางการหารายได้อื่น ๆ อีกก็มี อย่างเช่น การหารายได้จากค่าสมาชิก อาจจะเก็บซักเดือนละ 100-200 บาท โดยเราจะต้องนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างจากฉบับเล่มด้วย เพราะถ้าเก็บเงินแล้วยังนำเสนอเนื้อหาจากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มคงไม่มีใครสนใจที่จะเป็นสมาชิก

นอกจากนี้ก็เป็นในส่วนของฐานข้อมูล ซึ่งตอนนี้เราก็มีโครงการที่จะทำการปรับปรุงฐานข้อมูล เพื่อให้บริการในส่วนนี้ แต่ถ้าถามว่าแนวโน้มรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะมาจากส่วนใด ผมมองว่ารายได้จากโฆษณาก็น่าที่จะเป็นส่วนสำคัญที่สุด เพราะอย่างการรับสมัครหรือการให้บริการฐานข้อมูลนั้นก็เคยมีผู้ทำมาแล้ว แต่ปัจจุบันก็ล้มหายตายจากไปหมด” สัมภาษณ์, ธรรม อัสวเสนา คอนเทนต์เอดิเตอร์ หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์

“ตอนนี้รายได้หลักของเว็บไซต์บางกอกโพสต์มาจากโฆษณา ซึ่งเมื่อปีที่แล้วเราก็มีรายได้จากส่วนนี้กว่า 2 ล้านบาทซึ่งสามารถครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการทำงานในส่วนนี้ได้ โดยโฆษณามีมาจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ อย่างต่างประเทศก็เช่นบริษัทอินเทล เป็นต้น นอกจากนี้ในเว็บไซต์ก็ยังมีบริการรับสมัครสมาชิกสิ่งพิมพ์ในเครือ เช่น หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์(ฉบับเล่ม) นิตยสาร Elle นิตยสาร Student Weekly ฯลฯ รวมทั้งการขายหนังสือออนไลน์ซึ่งผู้ซื้อสามารถเลือกชำระค่าสินค้าได้หลายแบบ ทั้งบัตรเครดิต การโอนเงิน เช็ค หรือธนาคาร เป็นต้น

ส่วนความคิดเห็นต่อแนวโน้มแหล่งรายได้หลักในอนาคตน่าจะมาจากการขายสินค้าบนเว็บไซต์ รวมทั้งรายได้จากการขายข้อมูลบนเว็บไซต์ และการนำเสนอเนื้อหาแบบ Customize”

สัมภาษณ์, Deborah L. Leenutaphong Manager Electronic Publishing หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

“ปัจจุบันรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์คือ รายได้จากการโฆษณา และในอนาคตก็คงจะเป็นรายได้จากส่วนนี้ ผมมองว่ารายได้จากโฆษณาจะเป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาเว็บไซต์ไทยรัฐในอนาคต เพราะอย่างที่เคยบอกว่า เรามีเป้าหมายที่จะต้องเลี้ยงดูตัวเองได้ โดยไม่อาศัยเงินทุนของบริษัท ทำให้ตอนนี้เราไม่สามารถขยายงานได้มากนัก แต่ก็พยายามที่จะมีการปรับปรุงเนื้อหาอยู่ตลอดเวลา

อย่างไรก็ตามในอนาคตก็น่าที่จะมีแหล่งรายได้อื่น ๆ อีก อย่างการให้บริการฐานข้อมูล ซึ่งต้องใช้เวลาในการพัฒนาฐานข้อมูล โดยปัจจุบันก็กำลังทำอยู่แต่ยังไม่สมบูรณ์มากนัก ส่วนการทำ Customize นั้น ในช่วง 2-3 ปีข้างหน้าคงยังไม่ทำ เพราะยังต้องอาศัยฐานข้อมูล รวมทั้งบุคลากรและการลงทุนอีกมาก ถ้าจะทำก็คงจะทำเมื่อมีสมาชิก ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาจะเป็นได้ก็ต้องอาศัยรายได้จากการโฆษณาเป็นหลัก ถ้ายังเป็นอยู่อย่างปัจจุบันคงยาก” สัมภาษณ์, ชวงรงค์ ลิ้มปัทมปาณี หัวหน้าศูนย์ข้อมูลไทยรัฐ

“รายได้หลักของเราตอนนี้คือรายได้จากการโฆษณา อย่างไรก็ตามก็เป็นจำนวนที่ไม่มากนักพอที่จะช่วยขยายงานได้ โดยนโยบายของเราตอนนี้คือเป็นส่วนเสริมให้กับสื่อหลัก แต่ในอนาคตเราก็คาดหวังให้สามารถทำเงินในรูปแบบของธุรกิจด้วย ส่วนการหารายได้อื่น ๆ นั้น ก็คงจะเป็นในส่วนของการให้บริการฐานข้อมูล เพราะอินเทอร์เน็ตมีจุดเด่นที่ไม่มีข้อจำกัดในการนำเสนอเนื้อหา สามารถทำเป็นฐานข้อมูลย้อนหลังได้เป็นสิบ ๆ ปี” สัมภาษณ์, วีระพันธ์ ไตมิบุญ หัวหน้าศูนย์ข้อมูลเดลินิวส์

“ตอนนี้เว็บไซต์เรายังไม่มีการหารายได้จากส่วนใดมาสนับสนุนการทำงาน เพราะยังเป็นช่วงเริ่มต้นของเว็บไซต์ แต่ในอนาคตคงจะต้องมีในส่วนของโฆษณาบ้าง ส่วนแนวโน้มรายได้หลักในอนาคตนั้น ผมมองว่าถ้าเป็นองค์กรที่มีธุรกิจอื่น ๆ ในเครืออย่างมติชนของเรา ก็อาจจะนำสินค้า เช่น หนังสือ หรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ในเครือมาขายบนเว็บไซต์ได้ ส่วนรายได้จากโฆษณาคงเป็นรายได้รองลงมา เพราะยังไม่เห็นแนวโน้มการเติบโตของการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมากนัก

นอกจากนั้นก็เป็นในส่วนของฐานข้อมูลของมติชน ซึ่งเราจัดเก็บมากกว่า 20 ปีโดยตอนนี้เราก็เปิดให้บริการสำหรับบุคคลทั่วไปเข้ามาใช้บริการที่มติชน แต่ในอนาคตก็คงจะนำฐานข้อมูลเหล่านี้ขึ้นอินเทอร์เน็ตเพื่อให้บริการกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้ รวมทั้งการหารายได้จากบริการการ

รายงานข่าวเฉพาะบุคคล และการรับสมาชิกก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่น่าจะทำรายได้ให้กับเว็บไซต์ได้บ้าง” สัมภาษณ์, ชวกิจ หันประดิษฐ์ รองผู้จัดการศูนย์ข้อมูลมติชน

“ตอนนี้รายได้หลักของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์มาจากการโฆษณา ซึ่งรายได้ที่เข้ามายังไม่คุ้มกับที่ลงทุนไป ส่วนแนวโน้มในอนาคตเรามีแผนงานขั้นต่อไปคือ การให้บริการฐานข้อมูล โดยเก็บเงินจากผู้ให้บริการ ส่วนรายได้จากส่วนอื่น ๆ ถ้ามีธุรกิจอื่นก็สามารถนำสินค้าขึ้นมาขายในเว็บไซต์ได้ ส่วนการรับสมัครสมาชิกรุ่นแรกก็เคยทำเมื่อปีที่แล้ว แต่เป็นการรับสมัครที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย เราเพียงต้องการดูการตอบรับของผู้อ่านเท่านั้น ซึ่งตอนนั้นก็มีการสมัคร 7-8 พันคน เกินกว่าที่เราคาดหมายไว้ ส่วนถ้าจะรับสมัครสมาชิกแล้วเสียค่าใช้จ่ายนั้น คงเป็นไปได้ยาก แต่ถ้าจะทำคงจะต้องมีเนื้อหาที่พิเศษกว่าฉบับปกติ

นอกจากนั้นการให้บริการเนื้อหาแบบ Customize ก็น่าจะเป็นส่วนที่เพิ่มช่องทางการหารายได้ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้” สัมภาษณ์, ชุตินธรา วัฒนกุล เว็บบาสเตอร์หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

“ตอนนี้ไม่มีรายได้จากส่วนใดเลย เพราะไม่ได้ขายข่าวหรือโฆษณาอย่างจริงจัง ส่วนการหารายได้จากส่วนอื่น ๆ นั้น ก็มีอย่างเช่น การขายข่าว สร้างฐานสมาชิก และเก็บค่าบริการเฉพาะเรื่องที่คนสนใจ อย่างเช่นข้อมูลลึก ๆ บางเรื่อง” สัมภาษณ์, สุกรี เหมือนชัยนิมิต ผู้ดูแลเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์

6. แนวโน้มปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต

จากการศึกษาแนวโน้มปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจในปัจจุบันเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยในอนาคตมากที่สุด เนื่องจากปัจจุบันการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยส่วนใหญ่ ยังมุ่งที่จะให้เป็นเพียงส่วนเสริมกับหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเล่ม และยังเป็นบริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายทั้งหมด ประกอบกับเนื้อหาในฉบับออนไลน์ก็ไม่มี ความแตกต่างจากฉบับเล่มมากนัก ทำให้มีผู้อ่านไม่มากนัก และส่วนใหญ่มีรายได้จากการโฆษณาบนเว็บไซต์เพียงอย่างเดียว ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ระบุว่ายังเป็นรายได้ที่ไม่สามารถเลี้ยงดูตัวเองได้ ทำให้ส่งผลกระทบต่อรายงานและบุคลากรในการพัฒนาเว็บไซต์ และการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต

1. เศรษฐกิจ

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่าปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยผู้ให้สัมภาษณ์ให้เหตุผลว่า เงินทุน โดยเฉพาะการหารายได้จากการโฆษณาบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการพัฒนาของเว็บไซต์ และส่งผลให้ผู้อ่านหันมาอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์กันมากขึ้น

“เศรษฐกิจ โดยเฉพาะโฆษณาเป็นหลัก อย่างที่บอกคือการโฆษณาจะเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาเว็บไซต์ไทยรัฐ เพราะเราไม่ต้องการพึ่งเงินลงทุนจากบริษัท ถ้ามีโฆษณา เราก็สามารถขยายทีมงานให้มากขึ้น ซึ่งก็จะส่งผลต่อการนำเสนอเนื้อหาบนเว็บไซต์ให้ดีขึ้นกว่าในปัจจุบันได้” สัมภาษณ์, ชวรงค์ ลิมป์ทมนาถ หัวหน้าศูนย์ข้อมูลไทยรัฐ

“ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เนื่องจากปัจจุบันรายได้ของเว็บไซต์ก็มาจากการโฆษณาเป็นหลัก ซึ่งด้วยข้อจำกัดทางด้านเงินลงทุน ทำให้มีผลต่อการขยายงาน การลงทุนในด้านบุคลากร และเทคโนโลยี ทำให้เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ออกมาเป็นรูปแบบอย่างไรในปัจจุบัน แต่ถ้าในอนาคตมีช่องทางทางธุรกิจมากขึ้น และผู้บริหารเล็งเห็นถึงความสำคัญ ก็คงจะมีการพัฒนาของเว็บไซต์ให้ดีกว่าในปัจจุบัน” สัมภาษณ์, วีระพันธ์ โตมีบุญ หัวหน้าศูนย์ข้อมูลเดลินิวส์

“ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบัน เพราะด้วยในปัจจุบันเว็บไซต์ของเรามีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณ ทำให้ไม่สามารถลงทุนบุคลากรได้เต็มที่ หากมีเงินลงทุน หรือสภาพเศรษฐกิจดีกว่าในปัจจุบัน สามารถจ้างบุคลากรที่สามารถออกแบบเว็บไซต์ที่เข้าใจหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของเรา เขียนโปรแกรมและสามารถพัฒนาเว็บไซต์ได้ ก็จะทำให้หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์มีการพัฒนาและสมบูรณ์มากขึ้นได้” สัมภาษณ์, สุกรี เหมือนชัยนิมิต ผู้จัดการเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์

นอกจากนั้นผู้ให้สัมภาษณ์ยังระบุว่าโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสาร รวมทั้งการขยายตัวของการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต รวมทั้งค่าบริการการใช้อินเทอร์เน็ตที่ยังมีราคาแพง มีผลต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต โดยเฉพาะในต่างจังหวัดที่โครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารยังไม่พร้อมมากนัก

2. โครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสาร

“ผมมองว่าปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารเป็นส่วนสำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้งในตอนนี้ และในอนาคต จะเห็นได้ว่าโดยเฉพาะในต่างจังหวัดโครงสร้างพื้นฐานยังไม่มีความพร้อม ขณะเดียวกันหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็จะต้องอาศัยสิ่งเหล่านี้ในการที่จะช่วยกระจาย และขยายฐานคนอ่านให้มากขึ้น ซึ่งถ้ายังไม่มีการลงทุนในด้านนี้ก็คงยากที่จะให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์เติบโตได้” ชวกิจ หั้นประดิษฐ์ รองผู้จัดการศูนย์ข้อมูลมติชน

“โครงสร้างพื้นฐานในปัจจุบันยังไม่มีความพร้อมมากนัก โดยเฉพาะในต่างจังหวัด การส่งผ่านข้อมูลยังเป็นไปได้ช้ามาก ควรมีการขยายแบนด์วิธให้มากกว่านี้ รวมทั้งราคาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่มีราคาสูง ส่งผลต่อการขยายตัวของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์เช่นกัน” สัมภาษณ์, ชุตินธรา วัฒนกุล เว็บมาสเตอร์หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

“โครงสร้างพื้นฐานเป็นอุปสรรค เพราะหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต้องอาศัยทั้งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โมเด็ม และสายโทรศัพท์ รวมทั้งค่าบริการอินเทอร์เน็ต เพื่อที่จะเข้าถึงหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ ถ้าสิ่งเหล่านี้ยังไม่มีความพร้อมหรือราคายังแพงเหมือนในปัจจุบัน การเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตคงเป็นไปได้ยาก” สัมภาษณ์, ณรงค์ วิทยศิริไพบูลย์ หัวหน้ากองคอมพิวเตอร์ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

3. ปัจจัยทางด้านรัฐบาล

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนต่างเห็นพ้องต้องกันว่า เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตมากที่สุด แต่ในปัจจุบันยังเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคที่สุดต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เนื่องจากในปัจจุบันนโยบายของรัฐบาลที่จะช่วยในการส่งเสริมทางด้านอินเทอร์เน็ตก็ยังไม่เป็นรูปเป็นร่างมากนัก โดยเฉพาะทางด้านกฎหมายที่ยังไม่มีกฎหมายที่จะออกมาควบคุมการดำเนินงานทางด้านนี้โดยเฉพาะ รวมทั้งการผูกขาดของรัฐบาลในการให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศ และการเปิดเสรีโทรคมนาคมในประเทศจะเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต

“ในปัจจุบันรัฐบาลยังผูกขาดการให้บริการอินเทอร์เน็ต ทำให้ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ต ยังมีราคาแพง เช่นเดียวกับกฎหมายทางด้านอินเทอร์เน็ตที่ยังไม่มีการประกาศใช้ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคไม่มีความมั่นใจในการใช้อินเทอร์เน็ต รวมทั้งการเปิดเสรีโทรคมนาคมของรัฐบาลในอนาคต จะเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต” สัมภาษณ์, ชวรงค์ ลิมป์ปัทมาณี หัวหน้าศูนย์ข้อมูลไทยรัฐ

“การผูกขาดของรัฐบาลโดยกสท.ที่เข้าไปถือหุ้นลมในบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตทั้งหลาย ทำให้การแข่งขันในตลาดมีไม่มากนัก เพราะต้องแบ่งผลกำไรให้กับกสท.เป็นจำนวนมาก ส่งผลต่อราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่มีราคาแพง แต่ในอนาคตคงจะดีกว่านี้ เพราะจะมีการเปิดเสรีโทรคมนาคมในประเทศตามที่ตกลงไว้กับองค์การการค้าโลก ซึ่งก็จะต้องดูต่อไปว่าจะดีขึ้นจริงหรือไม่” สัมภาษณ์, ธทรง อัครเสนา คอนเทนท์เอดิเตอร์ หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์

“ผมว่าเรื่องกฎหมายอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด แต่รัฐบาลก็ยังไม่เห็นความสำคัญ เห็นร่างกฎหมายกันตั้งหลายปีแล้วก็ยังไม่ประกาศใช้ซักที ขณะที่ประเทศอื่น ๆ อย่างสิงคโปร์ มาเลเซีย เค้าประกาศใช้มาตั้งนานแล้ว” สัมภาษณ์, ชวกิจ หันประดิษฐ์ รองผู้จัดการศูนย์ข้อมูลมติชน

นอกจากนี้ปัจจัยทางด้านการศึกษาก็เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งในการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต โดยผู้ให้สัมภาษณ์มองว่า หนังสือพิมพ์ออนไลน์ต้องใช้คอมพิวเตอร์เป็นตัวสื่อที่จะกระจายข้อมูลไปสู่ผู้อ่าน ดังนั้นผู้ใช้ควรจะต้องมีความรู้พอสมควร ขณะเดียวกันก็มีความกังวลถึงการเข้าถึงและความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ของเด็กโดยเฉพาะในต่างจังหวัด

4.การศึกษา

“การเข้าถึงและการเรียนรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตของเด็ก โดยเฉพาะในต่างจังหวัด ในส่วนกรุงเทพฯไม่กังวลเท่าไร เพราะทุกอย่างก็รวมอยู่ในกรุงเทพฯอยู่แล้ว ในต่างจังหวัดเราไม่รู้ว่าที่โรงเรียนมีคอมพิวเตอร์ หรือมีการสอนคอมพิวเตอร์บ้างหรือเปล่า หรือว่าเอาไปตั้งไว้เฉย ๆ เพราะอาจารย์ก็สอนไม่เป็นเหมือนกัน” ชุตินธรา วัฒนกุล เว็บบาสเตอร์หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

“การศึกษาเป็นสิ่งสำคัญ เพราะต้องอาศัยคนที่มีความรู้คอมพิวเตอร์บ้างในการใช้อินเทอร์เน็ต ถึงแม้ว่าในตอนนี้จะใช้อย่างมากขั้นก็ตาม นอกจากนั้นก็ควรจะมีความรู้ภาษาอังกฤษด้วย

เพราะเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาดี ๆ ส่วนใหญ่ก็จะเป็นภาษาอังกฤษ และอย่างเว็บไซต์บางกอกโพสต์ก็นำเสนอเป็นภาษาอังกฤษ” สัมภาษณ์, Deborah L. Leenutaphong Manager Electronic Publishing หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์

“ผมไม่แน่ใจว่าเด็กในต่างจังหวัดจะได้มีโอกาสใช้อินเทอร์เน็ตหรือเปล่า เอาแค่ว่าคอมพิวเตอร์ก็ไม่ว่าจะมีใช้หรือเปล่า แล้วถ้ามีจะได้ใช้กันอย่างทั่วถึง และใช้กันอย่างได้ประโยชน์หรือเปล่า” สัมภาษณ์, วีระพันธ์ โตมิบุญ หัวหน้าศูนย์ข้อมูลเดลินิวส์

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นของนักวิชาการ และผู้ที่มีความรู้ทางการรายงานข่าวบนอินเทอร์เน็ต

1.ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ นักวิจัยฝ่ายการวิจัยแผนงานเศรษฐกิจรายสาขา สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาแห่งประเทศไทย (TDRI) ให้ความคิดเห็นต่อการนำเสนอเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบันว่า ส่วนใหญ่ยังอาศัยการนำเนื้อหาจากสื่อหลักมาไว้บนเว็บไซต์ ซึ่งไม่เหมาะต่อการนำเสนอบนอินเทอร์เน็ต ควรจะมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้เหมาะสม เพราะการที่จะให้คนอ่านไปจ้องหน้าจอคอมพิวเตอร์เพื่ออ่านข่าวยาว ๆ เหมือนหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มคงเป็นไปได้ ควรจะนำเสนอเป็นลักษณะของข่าวสั้น ๆ มากกว่า

ส่วนการหารายได้ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้น ดร.สมเกียรติ ให้ความคิดเห็นว่า การโฆษณา น่าจะเป็นรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าในส่วนอื่น ๆ เพราะตอนนี้การให้บริการของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยก็ยังให้บริการฟรี ส่วนการหารายได้จากการขายข้อมูลหรือรับสมัครสมาชิกคงเป็นไปได้ยาก เพราะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีทางเลือกอยู่มากมายบนอินเทอร์เน็ตและที่สำคัญคือฟรี นอกจากนี้รูปแบบการดำเนินงานส่วนใหญ่ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยก็อาศัยการศึกษาจากต่างประเทศมาอยู่แล้ว ถึงแม้ว่าจะมีบ้างที่มีการหารายได้จากค่าสมาชิกหรือขายข้อมูลแต่โฆษณาก็ยังเป็นรายได้หลักอยู่

นอกจากนี้ดร.สมเกียรติ ยังให้ความเห็นว่าในอนาคตหนังสือพิมพ์ออนไลน์อาจจะมีการแข่งขันกับหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มมากขึ้นเพื่อแย่งการลงโฆษณา เพราะทั้งหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มและหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างมีรายได้หลักจากการโฆษณา และถ้าการเติบโตของผู้ใช้หนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้นอาจจะมีผลให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์กลายเป็นสื่อหลักขององค์กรหนังสือพิมพ์ไปได้ แต่คงยากที่จะสามารถทดแทนกัน เพราะแต่ละสื่อก็มีจุดเด่นแตกต่างกัน อย่างหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต้องอาศัยคอมพิวเตอร์ในการส่งผ่านข้อมูล ซึ่งถึงแม้ว่าจะตอบสนองการนำเสนอข่าวที่รวดเร็ว แต่การนั่งจ้องหน้าจอคอมพิวเตอร์นาน ๆ ก็มีผลเสียต่อสายตาเช่นกัน

ส่วนหนังสือพิมพ์ ก็มีข้อดีคือสะดวกสามารถพกพาไปได้ในทุก ๆ ที่ และไม่ส่งผลเสียต่อสายตามากนัก

ส่วนในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้น คุณสมเกียรติ มองว่าปัญหาที่สำคัญที่สุดคือ การแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังมีไม่มากนัก เพราะการผูกขาดของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ที่เข้าไปถือหุ้นลม 30% ในบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ทำให้อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีราคาที่สูง เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเดียวกัน ซึ่งปัญหานี้รัฐบาลควรเข้ามาแก้ไขและเปิดเสรีโทรคมนาคมอย่างจริงจัง รวมทั้งการออกกฎหมายเพื่อควบคุมการทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างความอุ่นใจให้กับผู้ลงทุนในธุรกิจอินเทอร์เน็ต

เช่นเดียวกับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่ดร.สมเกียรติเห็นว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย เพราะการจะหารายได้นอกเหนือจากการโฆษณาบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้น ก็จะมีในส่วนของการขายข้อมูล การรับสมัครสมาชิก ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ต หรืออีคอมเมิร์ซ ซึ่งจะเป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญต่อการเติบโตทั้งของอินเทอร์เน็ตและหนังสือพิมพ์ออนไลน์ รวมทั้งการออกกฎหมายเพื่อควบคุมการทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ตของรัฐบาล เช่น กฎหมายบัตรเครดิต กฎหมายรายชื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างความอุ่นใจให้กับทั้งนักลงทุนและผู้บริโภคที่ทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ต

ส่วนปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสาร คงต้องรอให้มีการเปิดเสรีทางการสื่อสาร คงจะเห็นภาพการแข่งขันกันมากขึ้น เพราะเมื่อมีผู้ให้บริการมากขึ้นก็คงจะมีการแข่งขันเพื่อดึงดูดผู้บริโภค ซึ่งส่งผลให้อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตถูกลง รวมทั้งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ต่าง ๆ ถูกลงด้วยตามข้อตกลงกับองค์การการค้าโลก

ปัจจัยทางการศึกษาก็เป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์และอินเทอร์เน็ตได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะการออกพระราชบัญญัติการศึกษา 2542 ที่กำหนดให้เด็กต้องได้รับการศึกษาภาคบังคับ 12 ปี รวมทั้งมีกองทุนกู้ยืมการศึกษา ซึ่งคงจะช่วยส่งเสริมการเติบโตของอินเทอร์เน็ตในอนาคตได้

2.คุณวุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ คอลัมนิสต์ทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต มีความเห็นต่อการขยายตัวเข้าสู่ออนไลน์ของธุรกิจหนังสือพิมพ์ว่า เป็นไปตามกระแสของสหรัฐอเมริกาที่ว่าอินเทอร์เน็ตจะเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนเรามากขึ้น ทุกองค์กร ทุกธุรกิจในประเทศไทยจึงมุ่งเข้าสู่อินเทอร์เน็ตโดยไม่มองว่ามันดีหรือไม่ดีอย่างไร แต่ถ้ามองในด้านของธุรกิจหนังสือพิมพ์ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางถ่ายทอดเนื้อหาที่เป็นสิ่งที่ดี เพราะถ้าไม่ทำตามก็คงจะตกรกระแส และผู้อ่านก็คงคาดหวังจะให้ธุรกิจเหล่านี้มุ่งสู่อินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว เพราะจะได้เสพข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วทันใจ

แต่การนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบันผมก็ไม่ค่อยชอบเท่าไร เพราะยังมองหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นแค่สื่อเสริมเท่านั้น โดยการนำเสนอเนื้อหาจากสื่อหลักมาไว้บนเว็บไซต์เลยซึ่งไม่น่าจะเหมาะกับสื่ออย่างอินเทอร์เน็ตซึ่งศักยภาพของมันยังมีมากกว่านี้ คือการนำเสนอเนื้อหาจากสื่อหลักมาไว้บนเว็บไซต์ก็มีข้อดีสำหรับผู้อ่านที่อยู่ห่างไกล ไม่สามารถเข้าถึงหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มได้ แต่ขณะเดียวกันก็ควรที่จะมีลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ต แอคทีฟ มีเว็บบอร์ด ห้องสนทนา มีการเชื่อมโยงข้อมูล และสามารถโต้ตอบกันได้สะดวกมากขึ้น ไม่ใช่ต้องรอโหลดหน้าเว็บเพจนาน ๆ นอกจากนั้นก็ควรที่จะสร้างเป็นชุมชนออนไลน์ขนาดใหญ่ ให้ทุกคนนึกถึงอันดับแรกเมื่อต้องการแสดงความคิดเห็น รวมทั้งมีฐานข้อมูลให้บริการอ่านข่าวย้อนหลัง และที่สำคัญคือการอัปเดตข่าวอยู่ตลอดเวลา เพราะสิ่งนี้น่าจะเป็นจุดเด่นที่สำคัญที่สุดของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ไม่จำกัดทั้งเวลาและสถานที่ของการเข้าถึงสื่อ เป็นต้น

ส่วนการหารายได้ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้น หลัก ๆ ก็คงมาจากการโฆษณาในเว็บไซต์ แต่ก็ยังมีจุดที่น่าสนใจอย่าง ดาต้าเบส และการค้นหาข้อมูล ฉบับย้อนหลัง หรือข้อมูลข่าวสารเก่า ๆ ซึ่งน่าจะเป็นช่องทางการหารายได้อีกส่วนหนึ่ง

ในส่วนของการแข่งขันนั้น ตอนนี้คงจะสู้สื่อที่มีอยู่เดิมไม่ได้ เพราะข้อจำกัดทางด้านเทคโนโลยี รวมทั้งต้นทุนสูงด้วย แต่ต่อไปเมื่อทุกอย่างดีขึ้น และถูกลง คนเข้าถึงมากขึ้น ก็อาจจะเข้าไต่ทดแทนที่มีอยู่เดิมได้ แต่คงจะอีกนาน หรือไม่ถึงตอนนั้นอาจจะมีเทคโนโลยีใหม่ที่ตีว่าอินเทอร์เน็ตก็ได้

3.อาจารย์สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ อาจารย์ประจำภาควิชาวารสารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ให้เหตุผลถึงการจัดทำเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของมหาวิทยาลัยรังสิตว่า ผมคิดว่าเป็นสื่อใหม่ที่เราไม่ควรจะปฏิเสธ และที่สำคัญคือต้องเรียนรู้ไว้ด้วย เราเริ่มทำมาตั้งแต่เมื่อเดือนมิถุนายน 2542 โดยลงทุนซื้อเซิร์ฟเวอร์มาเอง ในขั้นแรกนี้เราอาศัยอาสาสมัครจากนักศึกษาที่สนใจมาเป็นทีมงานในการจัดทำเว็บไซต์นี้ และไม่ได้กำหนดว่าจะต้องเขียนโฮมเพจหรือมีความรู้ทางด้านไอที เราสนใจที่ความอดทน ลุ่งาน ทำงานหนัก รวมทั้งมีทักษะในการเขียนข่าว ถ่ายภาพ แต่ในเทอมหน้าจะอยู่ในหลักสูตรให้นักศึกษาทุกคนต้องจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์

โดยเราได้เตรียมตัวให้นักศึกษาได้เรียนรู้วิชาที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตก่อน ตั้งแต่ปีแรกที่เข้ามา เช่น วิชาคอมพิวเตอร์เบื้องต้น 2-3 วิชา นอกจากนั้นก็มีการเรียนการสอนพิเศษ โดยสอนให้นักศึกษาทำโฮมเพจ วิชาการจัดเก็บและรวบรวมวิเคราะห์ข้อมูล เป็นวิชาที่สอนให้นักศึกษาได้รู้ถึงวิธีการจัดทำดาต้าเบส วิชาอิเล็กทรอนิกส์ พับลิชิ่ง เป็นวิชาที่สอนให้นักศึกษาผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ การใช้เสิร์ชเอนจิน การผลิตภาพเคลื่อนไหว หรือเสียงเพื่อนำเสนอบนอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ส่วนการคาดหวังสำหรับความสามารถของนักศึกษานั้น อาจารย์สมเกียรติ ให้ความเห็นว่า ควรจะมี 1. ความสุภาพในการทำงาน และความแข็งแกร่งในความคิด 2. มีทักษะการเขียน อ่านง่าย และสามารถปรับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสมของสื่อแต่ละประเภทได้ 3. ความรู้ทางด้านเทคนิค และโปรแกรมทางด้านอินเทอร์เน็ต รวมทั้งเรียนรู้ความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีตลอดเวลา

ส่วนความคิดที่มีต่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบันนั้น อ.สมเกียรติมองว่า การที่หนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่นำเสนอเนื้อหาที่มาจากฉบับเล่มเป็นหลักเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของข้อมูลที่มีอยู่ ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยให้ผู้ที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศหรือผู้ที่ไม่สามารถเข้าถึงหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มได้มีโอกาสอ่าน

ขณะเดียวกันอ.สมเกียรติก็มองว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีขึ้นมากเมื่อเทียบจากปีที่แล้ว อย่างเช่นเว็บไซต์ไทยรัฐ ที่ปัจจุบันมีการนำเสนอทั้งในส่วนของ Breaking News และเนื้อหาที่ไม่มีในฉบับเล่ม เช่นเดียวกับกรุงเทพธุรกิจ ซึ่งอ.สมเกียรติเห็นว่า เป็นเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยที่ดีที่สุดตอนนี้ มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหา และการเพิ่มเติมในส่วนของอินเทอร์เน็ตแอกทีฟมากขึ้น

ส่วนความคิดเห็นต่อลักษณะการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับอินเทอร์เน็ตนั้น อ.สมเกียรติ มีความคิดเห็นว่าคุณควรมีความสั้น กระชับ รวดเร็วและควรที่จะมีการนำเสนอในส่วนของมัลติมีเดีย ด้วย เพราะถือเป็นเสน่ห์ของสื่ออินเทอร์เน็ต รวมทั้งการเพิ่มในส่วนของอินเทอร์เน็ตเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้เข้ามาแสดงความคิดเห็น

นอกจากนั้นในส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตนั้น อ.สมเกียรติ แสดงความคิดเห็นว่า ปัจจัยในส่วนรัฐบาลเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุด เพราะการเข้าไปมีหุ้นในบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตของการสื่อสารแห่งประเทศไทยเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการขยายตัวของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย รวมทั้งในด้านกฎหมายที่ยังไม่มีกฎหมายที่เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตประกาศใช้ ทำให้ไม่มีคนกล้าเข้ามาลงทุน รวมทั้งผู้บริโภคก็ไม่มั่นใจในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้วิสัยทัศน์ของผู้นำประเทศก็ไม่ดี และไม่เห็นความสำคัญของอินเทอร์เน็ต