

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “แนวโน้มหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยในปัจจุบัน และแนวโน้มในด้านต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยในอนาคต เนื่องจากมีการขยายตัวเข้าสู่อินเทอร์เน็ตของกลุ่มธุรกิจหนังสือพิมพ์หลายฉบับ โดยมีการนำเสนอเนื้อหาฉบับออนไลน์ควบคู่ไปกับการนำเสนอในฉบับเล่ม

สำหรับรูปแบบการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบไปด้วย 6 ส่วนคือ 1.การสำรวจเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย จำนวน 11 ฉบับ 2.การสำรวจการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย 3.การสำรวจการติดต่ออีเมลล์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย 4.การสำรวจกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย 5.การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ดูแลเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์จำนวน 8 คน และ6.การสัมภาษณ์นักวิชาการ และคอลัมนิสต์ทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต 3 คน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

การสำรวจเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

การจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ขององค์กรหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ยังมองเป็นเพียงสื่อเสริมให้กับสื่อหลัก ทำให้มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม และไม่มี การปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้เหมาะสมกับการนำเสนอบนอินเทอร์เน็ต โดยในปัจจุบันก็เริ่มที่จะมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้มีการสอดคล้องกับลักษณะการนำเสนอบนอินเทอร์เน็ตแล้วในเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ ที่มีการนำข่าวมาเรียบเรียงใหม่เพื่อนำเสนอบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์โดยเฉพาะ

ส่วนประเภทเนื้อหาที่มีการนำเสนอบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้น หนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้ง 11 ฉบับจะนำเสนอข่าวหน้า 1 ทั้งหมดที่นำเสนออยู่ในฉบับเล่ม นอกจากนี้ก็จะเน้นการนำเสนอข่าวเศรษฐกิจ บ้านเทิง กีฬา และเทคโนโลยี

นอกจากนั้นในส่วนของการใช้ภาพประกอบนั้น หนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่ยังไม่ให้ความสำคัญในส่วนนี้มากนัก โดยส่วนใหญ่จะนำเสนอเฉพาะในส่วนหน้าโฮมเพจเท่านั้น มีเพียง 4 ฉบับเท่านั้นที่มีการใช้ภาพประกอบในส่วนเนื้อหา คือหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์,หนังสือพิมพ์

กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์และหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	การใช้ภาพประกอบ	
	หน้าโฮมเพจ	หน้าเนื้อหาข่าว
ไทยรัฐ	×	
เดลินิวส์	×	×
ไทยโพสต์	×	
กรุงเทพธุรกิจ	×	×
ผู้จัดการ		
เดอะเนชั่น	×	
บางกอกโพสต์	×	×
ฐานเศรษฐกิจ	×	
มติชน	×	
ข่าวสด	×	
ประชาชาติธุรกิจ	×	×

ตารางที่ 61 แสดงการใช้ภาพประกอบในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์

นอกจากนั้นการนำเสนอเนื้อหาภายในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย ยังพบว่าทุกฉบับมีการให้บริการเนื้อหาฉบับย้อนหลัง รวมทั้งในบางฉบับที่มีการนำเสนอข่าวด่วน Breaking News ก็มีการเก็บบันทึกไว้บนเว็บไซต์ และจัดเรียงตามลำดับเวลาการอัปเดตข่าว เพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้ามาดูข่าวด่วนย้อนหลัง รวมทั้งการสืบค้นหนังสือพิมพ์ฉบับย้อนหลังได้ตามเวลาที่ผู้ใช้ต้องการ

ขณะเดียวกันก็มีการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่มในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ด้วย

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	เนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม
ไทยรัฐ	ฉบับย้อนหลัง, Breaking News, IT Digest Online, ข่าวภาคบ่าย
เดลินิวส์	ฉบับย้อนหลัง
ไทยโพสต์	ฉบับย้อนหลัง

(ต่อ)

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	เนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม
กรุงเทพธุรกิจ	ฉบับย้อนหลัง,Breaking News, กรุงเทพทีวีไกด์,ภาพยนตร์,พยากรณ์,รายชื่อหนังสือขายดี
ผู้จัดการ	ฉบับย้อนหลัง,Breaking News,Wisdom Keeper,Inside Thailand,บุคคล,ภาพยนตร์,บทนำจากAsia Time,จดหมายจากผู้อ่าน
เดอะเนชั่น	ฉบับย้อนหลัง,Election 2000,Daily Snapshot,Inside Today
บางกอกโพสต์	ฉบับย้อนหลัง,Special Publication
ฐานเศรษฐกิจ	ฉบับย้อนหลัง
มติชน,ข่าวสด,ประชาชาติธุรกิจ	ฉบับย้อนหลัง,ประเด็นร้อน,ข่าวเด่นฉบับพฤษภาคม

ตารางที่ 62 แสดงเนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่มของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ส่วนการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์ หรือ อินเทอร์เน็ตที่บนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่จะมีการจัดเตรียมที่อยู่อีเมลที่ติดต่อกับผู้ดูแลเว็บไซต์เพียงอย่างเดียว นอกจากนั้นก็มีส่วนของเว็บบอร์ด,เครื่องมือช่วยค้น,ส่งข่าวให้เพื่อน,Quick Vote,ตรวจสอบสื่อ,อิเล็กทรอนิกส์การ์ด,สมัครสมาชิกและขายหนังสือ โดยมีหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์เพียงฉบับเดียวที่มีการให้บริการห้องสนทนา และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์เพียงฉบับเดียวที่มีการนำเสนอสื่อมัลติมีเดีย

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	การใช้สื่อปฏิสัมพันธ์
ไทยรัฐ	อีเมล
เดลินิวส์	อีเมล
ไทยโพสต์	อีเมล,เครื่องมือช่วยค้น,ส่งข่าวให้เพื่อน
กรุงเทพธุรกิจ	อีเมล,เว็บบอร์ด,Quick Vote,ตรวจสอบสื่อ,มัลติมีเดีย,เกมส์,กระดานถามตอบปัญหาไอที,กระดานซื้อขายสินค้าไอที
ผู้จัดการ	อีเมล
เดอะเนชั่น	อีเมล,ส่งข่าวให้เพื่อน,Quick Vote,เว็บบอร์ด,เครื่องมือช่วยค้น,ห้องสนทนา
บางกอกโพสต์	อีเมล,เครื่องมือค้นหา,สมัครสมาชิกและขายหนังสือออนไลน์,E-Card
ฐานเศรษฐกิจ	อีเมล,เครื่องมือช่วยค้น
มติชน,ประชาชาติธุรกิจ	อีเมล,แสดงความคิดเห็น,เว็บบอร์ด
ข่าวสด	แสดงความคิดเห็น,เว็บบอร์ด

ตารางที่ 63 แสดงการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

นอกจากนี้ในส่วนของการจัดเตรียมที่อยู่อีเมลก็มีบางฉบับที่มีการจัดเตรียมที่อยู่อีเมลของทั้งผู้ดูแลเว็บไซต์ โตะข่าว แผนกต่าง ๆ ในองค์กร และคอลัมนิสต์แต่ละคนด้วย

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	การจัดเตรียมที่อยู่อีเมล			
	ผู้ดูแลเว็บไซต์	โตะข่าวต่าง ๆ	แผนกต่าง ๆ	คอลัมนิสต์
ไทยรัฐ	×			
เดลินิวส์	×			
ไทยโพสต์	×			
กรุงเทพธุรกิจ	×	×		
ผู้จัดการ	×			
เดอะเนชั่น	×	×	×	
บางกอกโพสต์	×	×	×	×
ฐานเศรษฐกิจ	×			
มติชน, ประชาชาติธุรกิจ	×			

ตารางที่ 64 แสดงการจัดเตรียมที่อยู่อีเมลของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ส่วนการศึกษาการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้งหมดไม่เห็นความสำคัญของการตอบกลับอีเมลที่ผู้อ่านส่งเข้ามามากนัก ซึ่งจากการทดลองส่งอีเมลไปยังผู้ดูแลเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้ง 10 ฉบับ ฉบับละ 10 ครั้ง พบว่า หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์มีการตอบกลับอีเมลมากที่สุดคือ 6 ครั้ง รองลงมาคือหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์มีการตอบกลับอีเมล 4 ครั้ง หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ 3 ครั้ง และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์, หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์, หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์, หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์, หนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์, หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์ มีการตอบกลับอีเมล 2 ครั้ง

ส่วนค่าเฉลี่ยเวลาในการตอบกลับอีเมลแต่ละฉบับที่สูงที่สุดคือการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์ที่ใช้เวลาในการตอบกลับเฉลี่ยต่อฉบับ 31 ชั่วโมง 53 นาที รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์ 26 ชั่วโมง 36 นาที และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์ 25 ชั่วโมง 51 นาที

นอกจากนี้การนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยในปัจจุบัน ยังมีการนำเสนอในลักษณะของข่าวด่วน หรือ Breaking News คือมีการรายงานข่าวที่เกิดขึ้นทันทีทันใด บนเว็บไซต์

หนังสือพิมพ์ออนไลน์อยู่ตลอดเวลา ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีลักษณะการนำเสนอในส่วนนี้เพียงไม่กี่ฉบับ แต่ในอนาคตก็มีแนวโน้มที่จะมีการนำเสนอในลักษณะนี้มากขึ้น

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	การนำเสนอข่าวด่วนหรือBreaking News	
	มี	ไม่มี
ไทยรัฐ	×	
เดลินิวส์		×
ไทยโพสต์		×
กรุงเทพธุรกิจ	×	
ผู้จัดการ	×	
เดอะเนชั่น	×	
บางกอกโพสต์		×
ฐานเศรษฐกิจ		×
มติชน, ข่าวสด, ประชาชาติธุรกิจ		×

ตารางที่ 65 แสดงการนำเสนอเนื้อหาข่าวด่วนหรือBreaking News ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

เช่นเดียวกับในส่วนของการปรับเปลี่ยนเนื้อหาเพื่อแทนที่เนื้อหาเก่า นั้น ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยจำนวน 11 ฉบับ พบว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยส่วนใหญ่มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาเพื่อแทนที่ของเก่าได้ดีมาก โดยมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้ทันสมัย และเป็นเนื้อหาในฉบับวันปัจจุบัน โดยมีเพียงหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและเดลินิวส์เท่านั้นที่ดูเหมือนจะไม่ให้ความสำคัญในส่วนนี้มากนัก

ในส่วนของการเชื่อมโยงข้อมูลนั้น พบว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยส่วนใหญ่มีการเชื่อมโยงเนื้อหาที่ค่อนข้างดีมาก โดยเฉพาะในส่วนของข่าว และ ข่าวด่วน(Breaking News) ที่ใช้การคลิกเมาส์ที่ส่วนเชื่อมโยงเพียงครั้งเดียวก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้ แต่ก็มีในบางส่วนอย่างเช่น การเข้าถึงในส่วนเว็บบอร์ดของหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์ที่ต้องใช้การคลิกเมาส์ที่ส่วนเชื่อมโยงถึง 4 ครั้งกว่าจะสามารถเข้าถึงรายละเอียดของประเด็นที่ต้องการเข้าถึงได้

ส่วนการเชื่อมโยงเนื้อหาไปยังภายนอกเว็บไซต์พบว่า หนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่มีการจัดเตรียมการเชื่อมโยงไว้โดยส่วนมากจะเป็นการเชื่อมโยงไปยังธนาคารแห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหน่วยงานของรัฐบาล

สรุปผลการสำรวจกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

1. คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศชายคือร้อยละ 62 และเพศหญิง ร้อยละ 38 โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 31-35 ปี ซึ่งมีผู้อ่านร้อยละ 22.75 รองลงมาคือช่วงอายุ 26-30 ร้อยละ 20.5 ช่วงอายุ 36-40 ร้อยละ 18.5 และช่วงอายุ 21-25 ร้อยละ 15.75

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ในต่างประเทศถึงร้อยละ 40 และอาศัยอยู่ในต่างจังหวัดร้อยละ 22.5 ขณะที่ผู้อ่านที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลร้อยละ 37.5 โดยกลุ่มผู้อ่านที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นกลุ่มผู้อ่านที่มากที่สุดคือ ร้อยละ 66 รองลงมาคือระดับปริญญาโท ร้อยละ 16.75

ส่วนอาชีพของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 33.5 ขณะที่ร้อยละ 14 เป็นเจ้าของกิจการ รองลงมาร้อยละ 13.25 เป็นนักธุรกิจ

2. พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่นิยมเปิดอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จากที่บ้าน ร้อยละ 52.75 รองลงมาคือที่ทำงาน ร้อยละ 21.5 ที่โรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย ร้อยละ 16.25 สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 5.5 และอื่น ๆ ร้อยละ 4

ส่วนประเภทเนื้อหาที่อ่านพบว่าส่วนใหญ่นิยมอ่านเนื้อหาประเภทบันเทิงมากที่สุด ร้อยละ 67.75 รองลงมาคือคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 60.25 เศรษฐกิจ ร้อยละ 45.75 การเมือง ร้อยละ 43.5 และกีฬา ร้อยละ 40.25

ส่วนในด้านความถี่ในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้น พบว่ากลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทุกวัน มีจำนวนร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ 1-2 วันต่อครั้ง ร้อยละ 17 3-4 วันต่อครั้ง ร้อยละ 12.75 และ 5-6 วันครั้ง ร้อยละ 6.75 โดยส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้งต่ำกว่า 30 นาที ร้อยละ 44.5 รองลงมาร้อยละ 36 ใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้ง 31-60 นาที โดยมีเพียงร้อยละ 6.5 ที่ใช้เวลาในการอ่าน 91-120 นาที และร้อยละ 0.25 ใช้เวลามากกว่า 120 นาทีในการอ่านแต่ละครั้ง

ขณะเดียวกันก็พบว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่มีการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ควบคู่ไปกับการอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มเช่นกัน โดยมีผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพียงร้อยละ

15.93 เท่านั้นที่ระบุว่าอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับเดียวกับหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม ขณะที่ร้อยละ 84.07 ระบุว่าไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับเดียวกับฉบับเล่ม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะระบุว่าสาเหตุหลักที่เลือกอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้นเป็นเพราะที่ที่อาศัยอยู่ไม่มีหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มที่ต้องการอ่านจำหน่ายร้อยละ 47 ขณะที่รองลงมาร้อยละ 24.25 ระบุว่าไม่เสียค่าใช้จ่าย ร้อยละ 12.5 ระบุว่าเนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม ร้อยละ 9.25 ระบุว่ามีส่วนให้แสดงความคิดเห็น เว็บบอร์ดและห้องสนทนา ร้อยละ 4.25 ระบุว่าการอัปเดตข่าวตลอดเวลา และร้อยละ 2.75 ระบุว่ามีการให้บริการจัดหางาน

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากการศึกษาพบว่าองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ผู้อ่านพึงพอใจมากที่สุดคือเว็บบอร์ด/ฟอรัม ซึ่งเป็นส่วนที่ผู้อ่านสามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็น พูดคุย หรือสอบถามถึงปัญหาต่าง ๆ ได้ ซึ่งเป็นส่วนที่เป็นลักษณะเด่นของสื่อประเภทออนไลน์ รองลงมาคือการปรับเปลี่ยนและแทนที่เนื้อหา และข่าวด่วน

เช่นเดียวกับความพึงพอใจของผู้อ่านในส่วนของการปรับเปลี่ยนและแทนที่เนื้อหา รวมทั้งการนำเสนอข่าวด่วน(Breaking News)

ส่วนองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ที่กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์รู้สึกพึงพอใจน้อยถึงน้อยที่สุดคือ การใช้ภาพประกอบ การเล่นเกมหรือทายปัญหา การให้บริการฉบับย้อนหลัง การจัดเตรียมอีเมลติดต่อกับผู้ผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์

นอกจากนี้ยังมีประเด็นในเรื่องของการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์ เช่น ห้องสนทนา การเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์หรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการตอบกลับอีเมล ที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีความพึงพอใจน้อยที่สุด รวมทั้งในส่วนของการปรับเปลี่ยนและแก้ไขเนื้อหาจากฉบับเล่มเพื่อนำเสนอบนฉบับออนไลน์โดยเฉพาะนั้นก็เป็้องค์ประกอบหนึ่งที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ความต้องการของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากการสำรวจพบว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีความต้องการในส่วนของการให้บริการข่าวสารเฉพาะบุคคลและการเป็นชุมชนออนไลน์มากที่สุด

ส่วนความต้องการในส่วนที่ผู้อ่านมีความต้องการมาก คือ การตอบกลับอีเมล, การปรับเปลี่ยนและแก้ไขเนื้อหาจากฉบับเล่มเพื่อนำเสนอบนฉบับออนไลน์โดยเฉพาะ, การให้บริการห้อง

สนทนา และการสนทนากับบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือคอลัมนิสต์,ความเร็วในการดาวน์โหลดหน้าเว็บเพจ,การเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์หรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

ส่วนความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในส่วนอื่น ๆ นั้น ส่วนใหญ่ยังต้องการมากในส่วนของสื่อปฏิสัมพันธ์ เช่น เว็บบอร์ด,ข่าวด่วน,การจัดเตรียมอีเมลถึงคอลัมนิสต์,การแจ้งข่าวสารทางอีเมล เป็นต้น

โดยส่วนที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์มีความต้องการน้อยคือ ความสวยงามของการออกแบบหน้าเว็บเพจ, การให้บริการฟรีอีเมลและ การนำเสนอหลายภาษา

แนวโน้มในด้านต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

1.แนวโน้มกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดระบุว่า กลุ่มเป้าหมายหลักของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยคือ กลุ่มผู้อ่านที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศหรือกลุ่มผู้อ่านที่อยากจะเข้าถึงหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มได้ ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของผู้วิจัย ที่ผลปรากฏว่ามีผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศถึง ร้อยละ 40 และอาศัยอยู่ในต่างจังหวัดร้อยละ 22.5 ขณะที่ผู้อ่านที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑลร้อยละ 37.5

ส่วนแนวโน้มกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยในอนาคตนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่า น่าจะมีความหลากหลายมากกว่าในปัจจุบัน โดยการขยายฐานกลุ่มผู้อ่านในประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่ปัจจุบันถือว่าเป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด เช่น การเพิ่มเติมเนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม และการเพิ่มเติมในส่วนของอินเทอร์เน็ตออฟฟ์ให้มากขึ้น รวมทั้งการนำเสนอเนื้อหาในส่วนของข่าวด่วนหรือ Breaking News และการให้บริการแก่ผู้อ่านที่เข้ามาในเว็บไซต์

2.แนวโน้มคุณสมบัติของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์(ออนไลน์)ในอนาคต

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ระบุว่าปัจจุบันหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นการรับโอนหน้าที่เข้ามาในหน่วยงานที่มีหน้าที่ในส่วนอื่น ๆ อยู่แล้ว เช่น ฝ่ายคอมพิวเตอร์หรือศูนย์ข้อมูล แต่ก็ยังมีหนังสือพิมพ์บางฉบับที่มีการจัดตั้งแผนกเข้ามารับผิดชอบการทำงานในส่วนนี้โดยเฉพาะ

อย่างไรก็ตามผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่าคุณสมบัติที่สำคัญสำหรับบุคคลที่จะเข้ามาทำงานทางด้านนี้คือ ทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะการใช้เทคนิคในการเขียนโฮมเพจหรือการผลิตภาพกราฟิก เนื่องจากในปัจจุบันหน้าที่หลักของหน่วยงานที่รับผิดชอบการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์คือ การนำเสนอเนื้อหาจากฉบับเล่มขึ้นมาไว้บนเว็บไซต์โดยไม่มี การปรับเปลี่ยน ทำให้ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยทักษะทางด้านนิเทศศาสตร์มากนัก แต่ก็มีผู้ให้สัมภาษณ์บางคนที่ระบุว่า ควรที่จะมีทักษะทางด้านข่าวหรือนิเทศศาสตร์บ้าง เพราะการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต้องเน้นที่ความรวดเร็วในการนำเสนอทำให้อาจเกิดความผิดพลาดในรายละเอียดเนื้อหาข่าวได้ ถ้ามีผู้ดูแลที่มีความรู้ทางด้านข่าวก็จะสามารถช่วยลดข้อผิดพลาดในส่วนนี้ และยังสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรด้วย

เช่นเดียวกับทักษะทางด้านนิเทศศาสตร์ที่มีแนวโน้มจะเป็นทักษะที่จำเป็น เพราะผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ระบุว่าในอนาคตจะต้องมีการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างจากในฉบับเล่มทำให้จะต้องมีการผลิตเนื้อหาขึ้นมาเอง ความต้องการทักษะทางด้านนิเทศศาสตร์ เช่น การเขียนข่าว จึงเป็นสิ่งจำเป็นในอนาคต แต่ผู้ให้สัมภาษณ์ก็แนะนำว่านอกจากทักษะทางด้านนิเทศศาสตร์แล้วก็น่าที่จะเรียนรู้การเขียนโฮมเพจบ้าง รวมทั้งทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์ การใช้อินเทอร์เน็ตให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดผลดีต่อการทำงาน รวมทั้งติดตามความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีตลอดเวลา เพื่อที่จะสามารถปรับตัวให้พร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้ เป็นต้น

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ยังให้ข้อเสนอแนะแก่สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ว่า ควรจะมีหลักสูตรเกี่ยวกับสื่อออนไลน์โดยเฉพาะ เพื่อให้นักศึกษาได้เข้าใจถึงธรรมชาติของสื่อ การนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับสื่อออนไลน์ การปรับเปลี่ยนเนื้อหาจากสื่อหนึ่งไปยังอีกสื่อหนึ่ง การเขียนโฮมเพจ ทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้มีโอกาสในการผลิตทำงานกับสื่อออนไลน์จริง ๆ รวมทั้งมีการพัฒนาเนื้อหาการเรียนการสอนให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

3. แนวโน้มเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้เหตุผลของการที่ปัจจุบันเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มว่าเนื่องจาก ความขาดแคลนของเงินทุน ซึ่งส่งผลต่อการขยายตัวของบุคลากรที่จะเข้ามาทำงานทางด้านนี้ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มุ่งหวังต่อรายได้จากการโฆษณาที่เป็นตัวแปรที่สำคัญต่อการพัฒนาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต

แต่ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ก็มองว่าถ้าปัจจัยข้างต้นในอนาคตมีการเติบโตมากขึ้นก็จะส่งผลต่อการพัฒนาและการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ระบุว่า ใน

อนาคตเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ นอกเหนือจากการนำเสนอเนื้อหาจากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มแล้ว ยังจะต้องมีการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างจากฉบับเล่ม รวมทั้งมีการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์หรืออินเทอร์แอกทีฟมากขึ้นด้วย เช่นการเปิดห้องสนทนาให้คอลัมนิสต์ในองค์กรได้พูดคุยกับผู้อ่าน รวมทั้งมีการนำเสนอข่าวด่วนหรือ Breaking News ตลอด 24 ชั่วโมง และมีการเชื่อมโยงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกเว็บไซต์

นอกจากนั้นก็จะมีการให้บริการฐานข้อมูลแก่ผู้อ่านได้เข้ามาสืบค้น เช่นเดียวกับการนำเสนอเนื้อหาที่มีเดีย เช่นวิดีโอคลิปหรือเสียง ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์บางคนระบุว่า ในอนาคตควรมีการร่วมมือกับสถานีโทรทัศน์หรือวิทยุ เพื่อนำเสนอเนื้อหาในส่วนนี้ เป็นการสร้างสีสันการนำเสนอข่าวให้กับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ รวมทั้งในอนาคตก็จะมีบริการข่าวสารเฉพาะบุคคล ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์บางคนก็ระบุว่ามีการวางแผนงานที่จะให้บริการในส่วนนี้

แต่ก็มีผู้ให้สัมภาษณ์บางคนมีความกังวลต่อการนำเสนอเนื้อหาในส่วนของการมีปฏิสัมพันธ์ เพราะอาจจะมีผู้ไม่หวังดี นำข้อความที่ไม่เหมาะสมมาโพสต์ลงในเว็บบอร์ด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กรได้

4. แนวโน้มสภาพการแข่งขันของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ระบุว่าการแข่งขันในปัจจุบันยังมีไม่มากนัก เช่นเดียวกับในอนาคต เพราะในปัจจุบันหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่ยังมองการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นเพียงสื่อที่เข้าเสริมช่องว่างของสื่อหลักเท่านั้น นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ยังระบุว่าถ้าจะต้องมีการแข่งขันจริง ๆ คงจะต้องมีการปรับตัวในการแข่งขัน

โดยผู้ให้สัมภาษณ์ระบุว่าถ้าจะต้องแข่งขันกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์หรือสื่อออนไลน์ด้วยกันเองส่วนที่สำคัญที่สุดคือ ความน่าเชื่อถือของข่าวสารที่นำเสนอ เพราะถึงแม้จะมีการนำเสนอที่เร็วกว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับอื่น ๆ แต่ถ้าเนื้อหาตก ๆ หล่น ๆ ไม่ถูกต้อง ก็จะทำให้ผู้อ่านเกิดความไม่เชื่อถือและหันไปอ่านเว็บไซต์อื่น ๆ แทน

ส่วนการแข่งขันกับสื่อที่มีอยู่เดิมนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าการนำเสนอในส่วนของการมีปฏิสัมพันธ์หรืออินเทอร์แอกทีฟ เป็นส่วนสำคัญที่สุด เพราะเป็นข้อได้เปรียบเหนือสื่ออื่น ๆ เช่น การนำเสนอข่าวด่วนหรือ Breaking News ตลอด 24 ชั่วโมง การเป็นฐานข้อมูลในการสืบค้น และการเป็นชุมชนออนไลน์ เช่นการให้บริการเว็บบอร์ดหรือห้องสนทนา รวมทั้งการนำเสนอสื่อมัลติมีเดียและการให้บริการข่าวสารเฉพาะบุคคล

แต่อย่างไรก็ตามมีผู้ให้สัมภาษณ์บางคนมองว่า สื่อแต่ละสื่อจะเป็นตัวส่งเสริมซึ่งกันและกัน เพราะสื่อแต่ละสื่อมีลักษณะเด่นแตกต่างกัน ซึ่งจะส่งผลให้มีการบริโภคสื่อเพิ่มมากขึ้นมากกว่าจะเป็นการแข่งขันเพื่อการแย่งผู้บริโภค

ขณะเดียวกันก็มีผู้ให้สัมภาษณ์บางคนมองว่า สื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะเป็นสื่อที่ไปแย่งเวลาการใช้ของสื่ออื่น ๆ ให้ลดลง

5. แนวโน้มแหล่งรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

รูปแบบการหารายได้ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบันส่วนใหญ่จะมีรายได้จากการโฆษณาบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยเป็นในลักษณะของการนำแถบโฆษณาไปปรากฏในหน้าเว็บเพจต่าง ๆ นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ออนไลน์บางฉบับก็มีการหารายได้ในส่วนของการขายข่าว และการทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ต อย่างเช่น หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์ที่มีการให้บริการรับสมัครสมาชิกหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ฉบับเล่มบนเว็บไซต์ รวมทั้งการขายหนังสือในเครือของบางกอกโพสต์ โดยผู้ซื้อสามารถเลือกชำระเงินได้ทั้งบัตรเครดิต เช็ค ธนาณัติ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่กล่าวว่า รายได้จากการโฆษณาบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบันยังไม่ครอบคลุมกับค่าใช้จ่ายในการผลิต ส่วนแนวโน้มการหารายได้ในส่วนอื่น ๆ นั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่าในอนาคตการโฆษณาบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังคงเป็นรายได้หลักที่สำคัญที่สุด แต่ก็มีแหล่งรายได้อื่น ๆ ที่สามารถหาได้อย่างเช่น การขายข่าว หรือการให้บริการฐานข้อมูลให้ผู้อ่านได้เข้ามาสืบค้น ส่วนการหารายได้จากการรับสมัครสมาชิกรายนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่า เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะสามารถหารายได้ได้ แต่เนื้อหาที่นำเสนอจะต้องมีความแตกต่างจากในฉบับเล่ม และมีเนื้อหาที่พิเศษหรือข้อมูลที่ดี

นอกจากนั้นผู้ให้สัมภาษณ์บางคนยังระบุว่า การให้บริการการรายงานข่าวเฉพาะบุคคลก็เป็น การหารายได้อีกส่วนหนึ่งที่น่าสนใจ แต่จะสามารถเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อประสบความสำเร็จในการรับสมัครสมาชิก

แต่ก็มีผู้ให้สัมภาษณ์บางคนระบุว่า การค้าขายบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์จะเป็นส่วน ของรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต ในกรณีขององค์กรที่มีสินค้าอื่น ๆ ที่สามารถ ขายได้ เช่น การขายหนังสือหรือสิ่งพิมพ์ในเครือ เช่น หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์ที่ในปัจจุบันก็มีการหารายได้ในด้านนี้อยู่ แต่ก็ยังไม่จริงจังมากนัก

ขณะเดียวกันก็มีเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์บางฉบับที่ยังไม่มีการหารายได้เพื่อช่วย สนับสนุนการผลิตหนังสือพิมพ์ในองค์กร โดยให้เหตุผลว่ายังเป็นช่วงของการเริ่มต้น และเรียนรู้ การดำเนินงานของธุรกิจอินเทอร์เน็ต

6. แนวโน้มของปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

1. เศรษฐกิจ

ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาของเว็บไซต์ และการขยายบุคลากรในการผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย โดยผู้ให้สัมภาษณ์ระบุว่าเงินทุน โดยเฉพาะการหารายได้จากการโฆษณาบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดที่จะส่งผลกระทบต่อขยายตัวของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต รวมทั้งการพัฒนาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตด้วย

2. โครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสาร

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่าปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารจะเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต เพราะความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารโดยเฉพาะในต่างจังหวัด รวมทั้งค่าบริการอินเทอร์เน็ต ที่ยังมีราคาแพงเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งราคาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ยังมีราคาแพง ซึ่งหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะต้องอาศัยส่วนประกอบเหล่านี้เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้

3. รัฐบาล

ผู้ให้สัมภาษณ์ต่างเห็นพ้องต้องกันว่าปัจจัยทางด้านรัฐบาลเป็นปัจจัยที่เป็นส่วนสำคัญที่สุดต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต โดยเฉพาะในปัจจุบันซึ่งปัจจัยทางด้านรัฐบาลเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคที่สุดต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เนื่องจากการผูกขาดการให้บริการของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ทำให้ไม่เกิดการแข่งขันในการให้บริการอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตมีราคาแพง รวมทั้งกฎหมายที่ควบคุมการดำเนินงานหรือการทำธุรกรรมทางด้านอินเทอร์เน็ตก็ยังไม่เป็นรูปเป็นร่าง เช่นเดียวกับนโยบายในการเปิดเสรีโทรคมนาคมในประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการแข่งขัน และราคาอุปกรณ์ทางด้านคอมพิวเตอร์มีราคาถูกลงก็ยังคงต้องรอจนถึงปี 2006 ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงขององค์การการค้าโลก

*4. การศึกษา

ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย เนื่องจาก การใช้คอมพิวเตอร์ในปัจจุบันยังกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯ ทำให้กลุ่มผู้ใช้

อินเทอร์เน็ตไม่มีการขยายตัวมากนัก ประกอบกับการส่งเสริมของรัฐบาลในการกระจายคอมพิวเตอร์ให้กับโรงเรียนในต่างจังหวัด รวมทั้งการให้การศึกษาแก่ครูผู้สอนคอมพิวเตอร์ให้กับนักเรียนยังไม่ดีมากนัก รวมทั้งการใช้อินเทอร์เน็ตยังต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์และภาษาอังกฤษบ้าง ซึ่งในตอนนี้การศึกษาโดยเฉพาะในต่างจังหวัดยังไม่พร้อมในส่วนนี้มากนัก

อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 รูปแบบการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบันเป็นไปในลักษณะการนำเสนอจากฉบับเล่มขึ้นมาไว้บนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้สอดคล้องกับสื่ออินเทอร์เน็ต เช่นเดียวกับการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์ที่ยังไม่ได้รับการเอาใจใส่เท่าไรนัก

จากผลการสำรวจเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่ามีความสอดคล้องกับสมมติฐาน การจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ขององค์กรหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ยังมองเป็นเพียงสื่อเสริมให้กับสื่อหลัก ทำให้มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม และไม่มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้เหมาะสมกับการนำเสนอบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Baker & Gronne (1996) ที่กล่าวไว้ว่า ในยุคแรกที่มีมนุษย์ทำการสื่อสารด้วยสื่อชนิดต่าง ๆ พบว่าเนื้อหาสาระที่ใช้ในการสื่อสารไม่มีการปรุงแต่งให้เข้ากับสื่อแต่อย่างใด ก่อนที่จะส่งผ่านสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมาย เช่น เมื่อกล้องถ่ายภาพยนตร์ถูกประดิษฐ์ขึ้น ได้มีการนำไปถ่ายการแสดงละครเวทีทั้งเรื่อง เพื่อนำออกฉายให้ผู้ชมโดยไม่มีการตัดต่อ ภายหลังเมื่อเครื่องตัดต่อได้ถูกคิดค้นขึ้น เนื้อหาสาระของภาพยนตร์จึงมีรูปแบบเฉพาะตัว

เช่นเดียวกับกรณีของวิทยุในยุคแรกที่ขาดลักษณะเฉพาะของเนื้อหาที่นำเสนอ มีการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์รายวันเพื่อออกอากาศทางวิทยุ ซึ่งแตกต่างจากการนำเสนอข่าวสารทางวิทยุในปัจจุบันที่มีรูปแบบเฉพาะตัว เช่น กระชับ รวดเร็ว หรือภาษาที่ใช้ในการออกอากาศมีความเป็นทางการ ดังนั้นสำหรับอินเทอร์เน็ตก็เช่นเดียวกัน ซึ่งในปัจจุบันก็เริ่มที่จะมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้มีการสอดคล้องกับลักษณะการนำเสนอบนอินเทอร์เน็ตแล้วในเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ ที่มีการนำข่าวมาเรียบเรียงใหม่เพื่อนำเสนอบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์โดยเฉพาะ

นอกจากนั้นในส่วนของการใช้ภาพประกอบนั้น หนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่ยังไม่ให้ความสำคัญในส่วนนี้มากนัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Xigen Li ที่ทำการศึกษาการใช้ภาพกราฟิกของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในสหรัฐอเมริกาจำนวน 3 ฉบับ ซึ่งผลปรากฏว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่จะมีการนำเสนอภาพในหน้าโฮมเพจ ส่วนในหน้าเนื้อหาข่าว มีเพียงฉบับเดียวที่

มีการใช้แต่ก็เป็นภาพขนาดเล็ก ซึ่งคล้ายคลึงกับการใช้ประกอบในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

นอกจากนั้นการนำเสนอเนื้อหาภายในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย ยังพบว่าทุกฉบับมีการให้บริการเนื้อหาฉบับย้อนหลัง รวมทั้งในบางฉบับที่มีการนำเสนอข่าวด่วน Breaking News ก็มีการเก็บบันทึกไว้บนเว็บไซต์ และจัดเรียงตามลำดับเวลาการปรับข้อมูลเนื้อหาข่าว เพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้ามาดูข่าวด่วนย้อนหลัง รวมทั้งการสืบค้นหนังสือพิมพ์ฉบับย้อนหลังได้ตามเวลาที่ผู้ใช้ต้องการ

โดยการเก็บบันทึกข่าวหรือฉบับย้อนหลังไว้ให้บริการสามารถสืบค้นได้นั้น เป็นไปตามการศึกษาของ E.Rogers ที่ชี้ให้เห็นว่า คุณลักษณะสำคัญประการหนึ่งของสื่อแบบใหม่ที่จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงของสังคมคือ ลักษณะ Individual/Demassified ซึ่งแต่เดิมนั้นรูปแบบการสื่อสารมวลชน จะสร้างกลุ่มผู้รับสารแบบเป็นมวลชนขึ้นมา ทุกคนจะดูรายการทุกอย่างเหมือนกัน ๆ กัน ในช่วงเวลาเดียวกัน แต่ยิ่งนับวันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารจะทำให้ผู้ใช้สามารถเลือกใช้ตามกาลและเทศะที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น (Rogers อ้างถึงใน กาญจนมา แก้วเทพ, 2541)

ส่วนการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์ หรือ อินเทอร์เน็ตที่พบนั้นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่จะมีการจัดเตรียมที่อยู่อีเมลที่ติดต่อกับผู้ดูแลเว็บไซต์เพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ก็มีในส่วนของเว็บบอร์ด, เครื่องมือช่วยค้น, ส่งหน้าข่าวให้เพื่อน, Quick Vote, ตรวจสอบชื่อ, อิเล็กทรอนิกส์การ์ด, สมัครสมาชิกและขายหนังสือ โดยมีหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์เพียงฉบับเดียวที่มีการให้บริการห้องสนทนา ซึ่งการที่หนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้มีการนำคุณสมบัติทางการมีปฏิสัมพันธ์ของอินเทอร์เน็ตมาใช้ เป็นไปตามการศึกษาของ Donna L.Hoffmann, Thomas P.Novak และ Patrali Chatterjee (1995) ที่ทำการพิจารณาการสื่อสารแบบ World Wide Web ในฐานะของสื่อมวลชนว่า ผู้บริโภคสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับตัวสื่อได้โดยตรง อย่างเช่น การที่ผู้บริโภคสามารถเข้ามาสืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์ที่ตนเองสนใจ หรือใช้สร้างเนื้อหา โดยการเขียนอีเมลไปยังผู้สร้างเว็บไซต์นั้นซึ่งประการหลังนั้น ได้กลายเป็นการใช้สื่อเพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล

สำหรับในตัวสื่อมวลชนก็มีลักษณะการใช้งานในรูปแบบเดียวกัน นั่นคือสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตนในลักษณะของสื่อสารมวลชน โดยการมีปฏิสัมพันธ์กับตัวสื่อในรูปแบบของการสร้างเว็บเพจ หรือจะใช้เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลได้เมื่อต้องตอบอีเมลแก่ผู้รับสารที่เข้ามาในระบบ หรือการให้บริการเว็บบอร์ดหรือห้องสนทนา เป็นต้น

นอกจากนั้นยังเป็นไปตามการศึกษาของ E.Rogers ที่ชี้ให้เห็นว่า คุณลักษณะสำคัญของสื่อแบบใหม่ที่จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงของสังคมประการหนึ่งคือ ลักษณะการมีปฏิสัมพันธ์ของสื่อ แต่เดิมนั้นคุณสมบัติที่จะตอบโต้การสื่อสารระหว่างสองฝ่ายจะมีอยู่แต่เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น หาก

เริ่มมีการใช้สื่อกลางแบบใดเข้ามาเกี่ยวข้องกับลักษณะ “ตอบโต้อย่างฉับพลันทันที” จะสูญหายไป แต่ในสื่อสมัยใหม่ เช่น การใช้อีเมล หรือคอมพิวเตอร์คอนเฟอเรนซ์ จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการโต้ตอบได้อย่างฉับพลันทันที อันจะทำให้มิติด้านกาลและเทศะของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก

เช่นเดียวกับแนวคิดของ McLuhan ที่กล่าวว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นได้ขยายประสบการณ์ของมนุษย์อย่างมากมายาวกับว่าทำให้คนจำนวนมากสามารถจะรับรู้เรื่องที่ไหนก็ได้ภายในเวลาที่รวดเร็ว ยิ่งการเกิดขึ้นของการถ่ายทอดสดผ่านดาวเทียมทำให้คนที่อยู่ห่างไกลจากเหตุการณ์หนึ่งเป็นหมื่น ๆ ไมล์ได้เห็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาจริงอย่างแทบไม่น่าเชื่อ พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ทำให้อุปสรรคด้านระยะและกาลเวลากลายเป็นเรื่องไร้ความหมาย เพราะไม่อาจจะปิดกั้นประสบการณ์ของมนุษย์ได้อีกต่อไปแล้ว

แต่จากการศึกษาการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ กลับพบว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้งหมดกลับไม่เห็นความสำคัญของการตอบกลับอีเมลที่ผู้อ่านส่งเข้ามามากนัก ซึ่งจากการทดลองส่งอีเมลไปยังผู้ดูแลเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้ง 10 ฉบับ ฉบับละ 10 ครั้ง พบว่า มีหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์ที่มีการตอบกลับอีเมลมากที่สุดคือ 6 ครั้ง รองลงมาคือหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์ที่มีการตอบกลับอีเมล 4 ครั้ง หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ 3 ครั้ง และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์, หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์, หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์, หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์, หนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์, หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์ มีการตอบกลับอีเมล 2 ครั้ง

ส่วนค่าเฉลี่ยเวลาในการตอบกลับอีเมลแต่ละฉบับที่สูงที่สุดคือการตอบกลับอีเมลของหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์ที่ใช้เวลาในการตอบกลับเฉลี่ยต่อฉบับ 31 ชั่วโมง 53 นาที รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์ 26 ชั่วโมง 36 นาที และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์ 25 ชั่วโมง 51 นาที ซึ่งสิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย ยังไม่ได้รับความเอาใจใส่มากนัก และยังไม่ประสบความสำเร็จตามที่นักสื่อสารมวลชนคาดคิดว่า การปฏิสัมพันธ์จะเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของการสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเหตุผลหนึ่งอาจเป็นเพราะแผนกที่รับผิดชอบในการผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นส่วนที่มีงานประจำอยู่ก่อนแล้ว เช่น ศูนย์ข้อมูล หรือแผนกคอมพิวเตอร์ ซึ่งภาระการผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นภาระที่เพิ่มขึ้นเข้ามา ขณะเดียวกันก็ยังไม่มีการตั้งทีมงานขึ้นมาทำงานทางด้านนี้โดยเฉพาะมากนัก

นอกจากนี้การนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยในปัจจุบัน ยังมีการนำเสนอในลักษณะของข่าวด่วน หรือ Breaking News คือมีการรายงานข่าวที่เกิดขึ้นทันทีทันใดบนเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ออนไลน์อยู่ตลอดเวลา ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีลักษณะการนำเสนอในส่วนนี้เพียงไม่กี่ฉบับ แต่ในอนาคตก็มีแนวโน้มที่จะมีการนำเสนอในลักษณะนี้มากขึ้น

เช่นเดียวกับในส่วนของการปรับเปลี่ยนเนื้อหาเพื่อแทนที่เนื้อหาเก่า นั้น ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยจำนวน 11 ฉบับ พบว่า หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยส่วนใหญ่มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาเพื่อแทนที่ของเก่าได้ดีมาก โดยมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้ทันสมัย และเป็นเนื้อหาในฉบับวันปัจจุบัน โดยมีเพียงหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและเดลินิวส์เท่านั้น ที่การปรับเปลี่ยนเนื้อหาเพื่อแทนที่เนื้อหาเก่ายังไม่ดีนัก

ซึ่งก็สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Syrysko(1995) ที่กล่าวว่า กฎสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการนำเสนอข่าวบนอินเทอร์เน็ตคือ การปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้ทันสมัย มีการเพิ่มเติมข่าวสารอยู่ตลอดเวลา และลบสิ่งที่ไม่จำเป็นทิ้ง รวมทั้งแทนที่ของเก่า

ในส่วนของการเชื่อมโยงข้อมูลนั้น พบว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยส่วนใหญ่มีการเชื่อมโยงเนื้อหาที่ค่อนข้างดีมาก โดยเฉพาะในส่วนของข่าว และ ข่าวด่วน(Breaking News) ที่ใช้การคลิกเมาส์ที่ส่วนเชื่อมโยงเพียงครั้งเดียวก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้ แต่ก็มีในบางส่วนอย่างเช่น การเข้าถึงในส่วนเว็บบอร์ดของหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์ที่ต้องการใช้การคลิกเมาส์ที่ส่วนเชื่อมโยงถึง 4 ครั้งกว่าจะสามารถเข้าถึงรายละเอียดของประเด็นที่ต้องการเข้าถึงได้

ส่วนการเชื่อมโยงเนื้อหาไปยังภายนอกเว็บไซต์พบว่า หนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่มีการจัดเตรียมการเชื่อมโยงไว้โดยส่วนมากจะเป็นการเชื่อมโยงไปยังธนาคารแห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหน่วยงานของรัฐบาล

ส่วนการนำเสนอสื่อมัลติมีเดียมีเพียงหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์เพียงฉบับเดียวที่มี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Syrysko(1995) ที่พบว่า แม้หนังสือพิมพ์จะเป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ต แต่กลับมีข้อจำกัดในด้านการสร้างสรรค์หรือการนำเสนอ ซึ่งเป็นผลมาจากเหตุผล 2 ประการคือ

- 1.การยึดติดกับประเพณีด้านรูปแบบและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ เพราะหนังสือพิมพ์ไม่มีความจำเป็นต้องอยู่ในรูปแบบของมัลติมีเดีย ดังนั้นการนำเสนอข้อความและภาพนิ่งจึงเป็นสิ่งที่เพียงพอแล้ว

- 2.หนังสือพิมพ์ต้องนำเสนอข่าวสารประจำวันทำให้ไม่มีเวลามากพอที่จะนิกสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ

ขณะที่เมื่อมองถึงสถานะการเติบโตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เติบโตของความเร็วในการส่งผ่านข้อมูลของอินเทอร์เน็ต และสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบัน การลงทุนในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ หรือการนำเสนอในรูปแบบมัลติมีเดียของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

คงจะไม่ใช่เป็นเรื่องเร่งด่วนมากนัก เพราะจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจากการสำรวจล่าสุดในปี 2543 โดยศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์แห่งชาติหรือ เนคเทค ร่วมกับ พลเรือตรีประสาธ ตรีผดุง ที่ปรึกษาชมรมผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตไทย พบว่า

ปัญหาใหญ่ที่สุดที่พบในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตก็คือ ความล่าช้าของการสื่อสาร ซึ่งประเด็นความล่าช้าของการสื่อสารนี้เองที่จะเป็นอุปสรรคสำคัญในการกระจายข้อมูลในรูปแบบของมัลติมีเดีย เพราะการเชื่อมต่อของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตโดยส่วนใหญ่จะอาศัยสายโทรศัพท์ ซึ่งมีความสามารถในการส่งผ่านข้อมูลที่มีขนาดใหญ่แบบมัลติมีเดียต่ำหรือไม่สามารถใช้บริการได้เลย ขณะที่จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตก็ยังมีน้อยมากเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกไม่ว่าจะเป็นประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ผู้ใช้มีอยู่ รวมทั้งความคาดหวังของผู้ใช้ต่อความรวดเร็วในการเรียกข้อมูลซึ่งงานวิจัยของ Lynch และ Tilton (1995) ศึกษาถึงระยะเวลาที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถอดทนรอข้อมูลให้ปรากฏหลังจากการเรียกหาข้อมูลบนเว็บไซต์ พบว่าอยู่ในช่วงเวลาที่สั้นมากคือ ประมาณ 20 วินาที ถ้าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับนั้นยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่เปิดรับสารได้ในช่วงเวลาดังกล่าว จะมีแนวโน้มว่าผู้รับสารจะหยุดการเปิดรับสารจากเว็บไซต์นั้นและเข้าไปเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์อื่น ๆ แทน

เพราะฉะนั้นการลงทุนขององค์กรหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในการผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อนำเสนอบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์โดยเฉพาะในสภาวะการณ์ปัจจุบันคงไม่ใช่เรื่องที่จำเป็นมากนัก เนื่องจากองค์กรหนังสือพิมพ์ที่ผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์เพียงอย่างเดียว ทำให้ความคุ้มค่าในการลงทุนในด้านนี้คงเป็นไปได้ยาก

นอกจากนั้นด้วยลักษณะรูปแบบการนำเสนอของสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบันที่การอ่านข้อมูลจากหน้าจอคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานยังส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับสารทำให้ผู้อ่านเมื่อยล้าและปวดตา พร้อมกันนี้ผู้ที่ไม่คุ้นชินกับการใช้เทคโนโลยีอาจพบว่าการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นเรื่องยุ่งยากและเสียเวลา ประกอบกับการที่ผู้รับสารเป็นผู้เลือกเปิดรับสารจากสื่อออนไลน์เองอาจส่งผลต่อบทบาทของสื่อมวลชนในฐานะผู้กำหนดประเด็นข่าวสารของสังคม (Agenda setting) ได้

เนื่องจากลักษณะการเปิดรับสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะอยู่ในรูปแบบ Information Pull คือเป็นไปตามความต้องการของผู้รับสารซึ่งเป็นผู้กำหนดประเภทและปริมาณข่าวสารที่เปิดรับ ซึ่งตรงข้ามกับสื่ออื่น ๆ ที่ผู้ส่งสารจะเป็นผู้กำหนด ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบ Information Push หรือแบบผลักดันข่าวสารสู่ผู้รับสาร(Hoffman, 1995)

นอกจากนั้นลักษณะรูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็ทำให้ผู้อ่านไม่ตระหนักถึงข่าวเด่น(Headline News)ในแต่ละวัน เพราะจะนำเสนอเพียงเฉพาะหัวข้อข่าวในหน้าแรก เพื่อ

ให้ผู้อ่านได้เลือกเข้าไปอ่านเนื้อหาที่ต้องการ หรือนำเสนอเพียงข่าวเด่นในวันนั้นเพียงหนึ่งข่าวและตามด้วยพาดหัวข่าวต่าง ๆ ตามประเภทข่าวนั้น ๆ โดยมีขนาดพาดหัวข่าวเท่ากันหมด

การอ่านข่าวของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จึงเป็นลักษณะการเลือกอ่านตามความสนใจ จากปัจจัยดังกล่าวทำให้เว็บไซต์หลายแห่งเริ่มให้บริการการคัดเลือกประเภทข่าวสารและนำเสนอเฉพาะข่าวที่ผู้อ่านสนใจเท่านั้น เช่นเว็บไซต์ของ CNN.com ที่มีบริการ Personal page เช่นเดียวกับเว็บไซต์ Yahoo.com ที่มีบริการ My Yahoo ซึ่งลักษณะการให้บริการดังกล่าวของสื่อมวลชนบนอินเทอร์เน็ตอาจจะส่งผลกระทบต่อบทบาทของสื่อในด้านการกำหนดประเด็นข่าวสารของสังคมในอนาคตได้

สมมติฐานที่ 2 กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบันจะอยู่ในช่วงวัยทำงาน การศึกษาสูง อาศัยอยู่ในต่างประเทศ และสนใจเนื้อหาข่าวบันเทิง คอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต เศรษฐกิจ การเมือง และกีฬา โดยกลุ่มผู้อ่านจะมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุดในส่วนเนื้อหาที่นำเสนอบนเว็บไซต์ และมีความพึงพอใจน้อยในส่วนของสื่อปฏิสัมพันธ์ ส่วนความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะมีความต้องการในส่วนการรายงานข่าวเฉพาะบุคคล รวมทั้งในส่วนของการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์ และมีความต้องการน้อยในส่วนการให้บริการฟรีอีเมลล์ และนำเสนอเนื้อหาหลายภาษา

ในส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมกรอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย มีความสอดคล้องกับสมมติฐานในข้อนี้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์แห่งชาติหรือ เนคเทค ร่วมกับ พลเรือตรีประสาธ ศรีผดุง ที่ปรึกษามรมผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตไทยในปี 2543 พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในระหว่าง 20-29 ปีมากที่สุด และส่วนใหญ่กำลังศึกษาหรือสำเร็จการศึกษาอย่างต่ำระดับปริญญาตรี ขณะที่เนื้อหาที่ผู้อ่านนิยมอ่านคือเนื้อหาประเภทบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เศรษฐกิจ การเมือง และกีฬา ซึ่งค่อนข้างสอดคล้องกับผลวิจัยในส่วนแรกที่ทำการศึกษาการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่พบว่าจะเน้นการนำเสนอประเภทข่าวเศรษฐกิจ บันเทิง กีฬา และเทคโนโลยีเป็นหลัก นอกจากนั้นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยรัฐและกรุงเทพธุรกิจยังมีการเพิ่มเติมเนื้อหาในส่วนของเทคโนโลยีเพิ่มเติมนอกเหนือจากเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มด้วย เช่นเดียวกับเนื้อหาในด้านบันเทิงที่มีการใช้ภาพประกอบอย่างหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เป็นต้น รวมทั้งหนังสือพิมพ์ออนไลน์หลาย ๆ ฉบับยังมีการให้บริการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นธนาคารแห่งประเทศไทย หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นต้น รวมทั้งสอดคล้องกับงาน

วิจัยของ Gupta และ Pitkow(1996) และองอาจ(2539) ที่พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์พื้นฐานในการค้นหาข้อมูล และแสวงหาความบันเทิง

รวมทั้งงานวิจัยของ Arlen(1997) พบว่าผู้ที่มีความสามารถในการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตนี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่สนใจในเรื่องเทคโนโลยีและการเรียนรู้หรือใช้ของใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่คือผู้ที่มีอายุน้อย หรืออยู่ในช่วงวัยหนุ่มสาว มีฐานะทางสังคมดี

โดยส่วนใหญ่ผู้อ่านจะใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้งต่ำกว่า 30 นาที รองลงมาใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้ง 31-60 นาที โดยมีเพียงร้อยละ 6.5 ที่ใช้เวลาในการอ่าน 91-120 นาที และร้อยละ 0.25 ใช้เวลามากกว่า 120 นาทีในการอ่านแต่ละครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Muter ที่พบว่าผู้ใช้ชอบการอ่านหนังสือในรูปแบบเดิมมากกว่า โดยระบุว่าข้อได้เปรียบของหนังสือคือสามารถพลิกหน้ากลับไปมาได้ง่าย ซึ่งจะเห็นได้ว่าข้อจำกัดของคอมพิวเตอร์เป็นอุปสรรคต่อความชอบของบุคคล คุณภาพของกระดาษและคอมพิวเตอร์ยังเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อความชอบและความพึงพอใจของผู้อ่าน นอกจากนี้ยังมีข้อพิจารณาถึงความยืดหยุ่นของหนังสือหรือกระดาษที่เหนือกว่าคอมพิวเตอร์คือ หนังสือสามารถพกพาไปไหนมาไหนได้ ราคาถูก มีความคุ้นเคย มีความเป็นส่วนตัว และใช้งานง่าย

เช่นเดียวกับความคิดเห็นของ Katz ที่กล่าวว่า การอ่านหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ตยุ่งยาก ต้องใช้เวลาในการอ่านและยังส่งผลต่อสายตาเวลาอ่านนาน ๆ ขณะที่การอ่านหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิมมีความสะดวกสบาย ไม่เสียสายตา และสามารถพกพาไปอ่านตามที่ต่าง ๆ ได้

ขณะที่เมื่อมาดองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ผู้อ่านพึงพอใจมากที่สุดคือเว็บไซต์/ฟอรัม ซึ่งเป็นส่วนที่ผู้อ่านสามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็น พูดคุย หรือสอบถามถึงปัญหาต่าง ๆ ได้ ซึ่งเป็นส่วนที่เป็นลักษณะเด่นของสื่อประเภทออนไลน์ รองลงมาคือการปรับเปลี่ยนและแทนที่เนื้อหา และข่าวด่วน ซึ่งค่อนข้างสอดคล้องกับผลวิจัยในส่วนแรกๆ ที่ทำการสำรวจเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์โดยพบว่า ถึงแม้หนังสือพิมพ์ออนไลน์จะมีเว็บไซต์ไม่ครบทุกฉบับ แต่หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีเว็บไซต์ก็พยายามที่จะสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้อ่านไม่ว่าจะเป็นการตั้งเว็บไซต์ที่ให้บริการสอบถามปัญหาคอมพิวเตอร์ รวมทั้งการสอบถามราคาและเป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนอุปกรณ์ทางด้านคอมพิวเตอร์อย่างในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ เป็นต้น

เช่นเดียวกับความพึงพอใจของผู้อ่านในส่วนของการปรับเปลี่ยนและแทนที่เนื้อหา รวมทั้งการนำเสนอข่าวด่วน(Breaking News) ซึ่งถึงแม้จะมีไม่ครบทุกฉบับ และยังไม่มียุทธศาสตร์ที่มีการรายงานข่าวด่วนทั้ง 24 ชั่วโมงก็ตาม โดยในส่วนของความพึงพอใจต่อการปรับเปลี่ยนและแทนที่เนื้อหาของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะพบว่ามีความสอดคล้องกับผลการสำรวจการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เพราะหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่จะมีการปรับเปลี่ยนและแทนที่เนื้อหาที่ค่อนข้างดี รวมทั้งการนำเสนอข่าวด่วนที่มีการเก็บรวบรวมและเรียง

ตามลำดับเวลาให้ผู้อ่านสามารถย้อนกลับมาอ่านได้ตามความต้องการ ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามแนวคิดการแสวงหาข่าวสารของ Schramm(1973) ที่กล่าวว่า การแสวงหาข่าวสารขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก 2 ประการคือ หลักการใช้ความพยายามน้อยที่สุดแต่สามารถบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด ซึ่งปัจจัยในการเลือกประกอบไปด้วย

1. ความสะดวกในการเปิดรับ
2. การใช้งานง่าย
3. การอยู่ใกล้ตัวหรือหยิบมาใช้งานง่าย

$$\text{การเลือกข่าวสาร (Fraction of Selection)} = \frac{\text{สิ่งที่ตอบแทนที่คาดหวัง (Expectation of Reward)}}{\text{ความพยายามที่ต้องการใช้ (Effort Required)}}$$

เช่น การเลือกเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แทนการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือโทรทัศน์ เพราะสะดวกกว่าโดยเฉพาะผู้อ่านที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศที่สื่อในรูปแบบเดิมไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ เช่น หนังสือพิมพ์ที่ต้องการอ่านไม่มีจำหน่าย หรือถ้ามีก็มีราคาแพงเมื่อเทียบกับความง่ายในการเข้าถึงหนังสือพิมพ์ออนไลน์ รวมทั้งเนื้อหาที่น่าสนใจในสื่อปกติก็อาจจะไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ นอกจากนั้นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังมีข้อได้เปรียบที่สามารถเปิดรับได้ตลอดเวลา มีการปรับเปลี่ยนข้อมูลอยู่ตลอดเวลา มีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตเนื้อหากับผู้อ่าน หรือผู้อ่านด้วยกันเองผ่านทางอีเมล เว็บบอร์ด หรือห้องสนทนา นอกจากนั้นยังสามารถย้อนกลับไปอ่านเนื้อหาในฉบับย้อนหลังได้ด้วย

ส่วนองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ที่กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์รู้สึกพึงพอใจน้อยถึงน้อยที่สุดมีความสอดคล้องกับการสำรวจลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจ เช่น การใช้ภาพประกอบที่มีเพียงในหน้าแรกของเว็บไซต์ หรือในบางข่าวเท่านั้น การเล่นเกมสหรือทายปัญหาที่มีเพียงเว็บไซต์หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจเท่านั้นที่ผู้อ่านได้มีส่วนร่วมในการเล่นเกมนั้น การให้บริการฉบับย้อนหลัง ซึ่งถึงแม้ทุกฉบับจะมีการให้บริการในส่วนนี้ แต่ส่วนมากก็จะมีการนำเสนอย้อนหลังเพียง 1 เดือน หรือบางเว็บไซต์ก็มีฉบับย้อนหลังให้สืบค้นเพียง 7 วันเท่านั้น ส่วนฉบับที่มีการให้บริการฉบับย้อนหลังมากกว่า 1 เดือน เช่น เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในเครือมติชนที่มีการให้บริการฉบับย้อนหลังตั้งแต่เริ่มให้บริการฉบับออนไลน์ แต่ก็ประสบปัญหาในเรื่องของความล่าช้าของการเรียกข้อมูล ซึ่งก็เป็นส่วนที่ทำให้ผู้อ่านรู้สึกไม่ค่อยพึงพอใจในส่วนนี้ด้วย

เช่นเดียวกับการจัดเตรียมอีเมลที่ให้อ่านได้ทำการติดต่อกับผู้ผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ซึ่งหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่จะมีการจัดเตรียมที่อยู่อีเมลไปยังผู้ดูแลเว็บไซต์เท่านั้น ทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้อ่านและผู้ผลิตข่าวสารไม่ได้เป็นการติดต่อสื่อสารกันโดยตรง แต่เป็น

การติดต่อผ่านผู้ดูแลเว็บไซต์ซึ่งอาจจะไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านในเรื่องของข่าวสารได้ เพราะลักษณะการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย ยังเป็นการดำเนินงานที่อาศัยหน่วยงานที่มีอยู่ในองค์กร เช่น ศูนย์คอมพิวเตอร์ หรือศูนย์ข้อมูล ซึ่งไม่ได้เป็นหน่วยงานที่มีความใกล้ชิดกับข่าวสารมากนัก

นอกจากนั้นยังมีประเด็นในเรื่องของการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์ เช่น ห้องสนทนา การเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์หรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการตอบกลับอีเมล ที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีความพึงพอใจน้อยที่สุด เพราะจะพบว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพียงฉบับเดียวเท่านั้นที่มีการนำเสนอห้องสนทนา คือหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์ แต่ก็ห้องสนทนาที่ไม่ค่อยมีความเคลื่อนไหวมากนัก เช่นเดียวกับการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์หรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องที่ส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการเชื่อมโยงโดยมีการจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาแต่ละประเภท แต่การให้บริการเชื่อมโยงในเนื้อหาข่าวหรือบทความที่เป็นการเพิ่มเติมภูมิหลัง หรือการสร้างความเข้าใจในเนื้อหากลับไม่มีการให้บริการในส่วนนี้เลย รวมไปถึงการตอบกลับอีเมลซึ่งก็สอดคล้องกับผลการสำรวจของผู้วิจัยที่พบว่าเมื่ออัตราการตอบที่ต่ำมาก โดยมีเพียงถึง 5 ฉบับจาก 10 ฉบับที่ไม่มีการตอบกลับอีเมลเลย และมีเพียงฉบับเดียวที่มีการตอบกลับ 2 ฉบับ โดยค่าเฉลี่ยในการตอบกลับแต่ละฉบับใช้เวลาประมาณ 48 ชั่วโมงหรือ 2 วัน

นอกจากนี้ในส่วนของการปรับเปลี่ยนและแก้ไขเนื้อหาจากฉบับเล่มเพื่อนำเสนอบนฉบับออนไลน์โดยเฉพาะนั้นก็ก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีความพึงพอใจน้อยที่สุด เพราะจะเห็นได้ว่ามีเพียงหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์เท่านั้นที่มีการนำเนื้อหาที่จะนำเสนอบนฉบับออนไลน์มาเรียบเรียงใหม่เพื่อนำเสนอบนฉบับออนไลน์โดยเฉพาะ

ส่วนในด้านความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่ามีความต้องการในส่วนของการให้บริการข่าวสารเฉพาะบุคคลและการเป็นชุมชนออนไลน์มากที่สุด ซึ่งก็สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของผู้ดูแลเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่ที่ระบุว่ามีความคิดที่จะให้บริการข่าวสารเฉพาะบุคคลในอนาคต และตรงกับแนวความคิดของอัลวิน ทอฟเลอร์ที่ระบุว่า “เมื่อสารสนเทศได้กลายมาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการผลิตมากกว่าเดิมโครงสร้างทางการศึกษาของยุคใหม่จะต้องเปลี่ยนระบบไป งานวิจัยทางวิทยาศาสตร์ก็ต้องปรับความหมายใหม่ และยิ่งไปกว่านั้น สื่อสารมวลชนจะต้องถูกจัดระบบใหม่ สื่อมวลชนยุคปัจจุบันทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะไม่สามารถต้านทานกระแสหลากหลายของสารสนเทศและไม่อาจเสนอสนองวัฒนธรรมอันหลากหลายซึ่งจำเป็นสำหรับการยังชีพในบัดนี้ สื่อในอนาคตจะมุ่งมวลชนน้อยลงพยายามกระจายเข้าสู่บุคคลและความพอใจของบุคคลมากกว่าความพอใจของมวลชน”

ส่วนความต้องการในส่วนอื่น ๆ นั้นก็ค่อนข้างสอดคล้องกับผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ข้างต้น คือในส่วนที่ผู้อ่านมีความพึงพอใจน้อยถึงน้อยที่สุด เช่น การตอบกลับอีเมล, การปรับเปลี่ยนและแก้ไขเนื้อหาจากฉบับเล่มเพื่อนำเสนอบนฉบับออนไลน์

โดยเฉพาะ, การให้บริการห้องสนทนา และการสนทนากับบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือคอลัมนิสต์, ความเร็วในการดาวน์โหลดหน้าเว็บเพจ, การเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์หรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ผู้อ่านก็จะมีความต้องการมาก ซึ่งในส่วนการปรับเปลี่ยนและแก้ไขเนื้อหาจากฉบับเล่มเพื่อนำเสนอบนฉบับออนไลน์โดยเฉพาะนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจน กาญจนทวีที่พบว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่ต้องการให้หนังสือพิมพ์มีรูปแบบ และวิธีการนำเสนอเนื้อหาเฉพาะตัวที่แตกต่างจากการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเล่ม ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

- ธรรมชาติของสื่อต่างกันวิธีการนำเสนอควรแตกต่างกัน
- เพื่อให้เข้าถึงข้อมูลที่ต้องการเปิดรับได้รวดเร็วขึ้น
- เพื่อประหยัดเวลาในการเปิดรับข้อมูล

รวมทั้งยังต้องการให้สื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์นำเสนอข้อมูลที่สดใหม่ตลอดวัน, สามารถนำเสนอข่าวล่วงหน้าก่อนที่หนังสือพิมพ์จะตีพิมพ์, มีบริการนำเสนอจุดเชื่อมต่อสู่บทความที่เกี่ยวข้องกับข่าวที่นำเสนอ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถรับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างละเอียดและลึกซึ้งมากขึ้น

โดยกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยของกาญจน กาญจนทวียังเห็นพ้องต้องกันอีกด้วยว่าควรมีการนำเสนอโดยใช้ภาษาที่สุภาพ เนื่องจากผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง การใช้ภาษาโลดโผนหรือหยาบโหลนจึงไม่เป็นที่ยอมรับ ซึ่งก็สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของคุณชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี ผู้ดูแลเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ที่กล่าวว่าการนำเสนอของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยรัฐมีการปรับ และลดระดับความหวิอหาวของภาษาก่อนที่จะนำเสนอบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์

นอกจากนั้นกลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญกับความยาวของข่าวซึ่งส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการนำเสนอข่าวให้มีความยาวไม่เกิน 2 หน้าจอคอมพิวเตอร์ และสุดท้ายคือการนำเสนอเนื้อหาที่มีเฉพาะหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ส่วนความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในส่วนอื่น ๆ นั้น ส่วนใหญ่ยังต้องการมากในส่วนของสื่อปฏิสัมพันธ์ เช่น เว็บบอร์ด, ข่าวด่วน, การจัดเตรียมอีเมลถึงคอลัมนิสต์, การแจ้งข่าวสารทางอีเมล เป็นต้น

โดยส่วนที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์มีความต้องการน้อยคือ ความสวยงามของการออกแบบหน้าเว็บเพจ, การให้บริการฟรีอีเมลและ การนำเสนอหลายภาษา

สมมติฐานที่ 3 แนวโน้มหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

• สมมติฐานที่ 3.1 กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต จะมีความหลากหลายมากกว่าในปัจจุบัน เพราะการขยายตัวของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศ รวมทั้งมีการพัฒนาเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่จะช่วยดึงดูดผู้บริโภคให้หันมาอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้น

ในส่วนนี้ค่อนข้างสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ดูแลเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ระบุว่ามีความคิดที่จะพยายามขยายฐานของกลุ่มผู้อ่านให้มากขึ้น โดยการเพิ่มเติมเนื้อหาให้มีความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเล่ม อย่างเช่นในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ที่มีการเพิ่มเติมเนื้อหา IT Digest online และส่วนข่าว Breaking news เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจที่เพิ่มเติมเนื้อหาในส่วน เว็บไซต์สอบถามปัญหาคอมพิวเตอร์ และเว็บไซต์แจ้งราคาสินค้าอุปกรณ์ทางด้านคอมพิวเตอร์ รวมทั้งมีการเพิ่มเติมเนื้อหาบันเทิง รวมทั้งในส่วนของสื่อมัลติมีเดีย เช่น ตัวอย่างภาพยนตร์ และเพลงประกอบภาพยนตร์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในส่วนผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่นิยมอ่านเนื้อหาบันเทิง คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต

ขณะที่หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ก็มีการเพิ่มเติมเนื้อหาในส่วนท่องเที่ยว ที่พยายามเจาะกลุ่มเป้าหมายผู้อ่านจากต่างประเทศที่สนใจการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

นอกจากนี้กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ยังระบุว่าพยายามที่จะขยายฐานกลุ่มผู้อ่านที่อ่านหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิมให้หันมาอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ให้มากขึ้น โดยการเพิ่มเติมเนื้อหาและบริการต่าง ๆ ซึ่งตอนนี้กำลังอยู่ในช่วงของการศึกษา เช่นหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์ที่กำลังศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการเพิ่มเติมในส่วนของห้องสนทนา เพื่อดึงดูดกลุ่มวัยรุ่นที่เป็นกลุ่มประชากรที่เล่นอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์ต่าง ๆ ในการช่วยสนับสนุนการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ยังคาดหวังถึงการเติบโตของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในอนาคตด้วยว่าจะมีผลต่อการแนวโน้มกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีความหลากหลายมากกว่าในปัจจุบัน

สมมติฐานที่ 3.2 แนวโน้มคุณสมบัติของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต จะต้องมีความสามารถทางด้านวารสารศาสตร์ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต รวมทั้งสามารถจัดการและตัดแปลงข้อมูลต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับการนำเสนอกับสื่อแต่ละสื่อ

สมมติฐานข้อนี้มีความสอดคล้องกับผลสัมภาษณ์กลุ่มผู้ดูแลเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ระบุว่าทักษะทางด้านนิเทศศาสตร์มีแนวโน้มจะเป็นทักษะที่จำเป็นเพราะผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ระบุว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตจะต้องมีการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างจากในฉบับเล่มทำให้จะต้องมีการผลิตเนื้อหาขึ้นมาเอง รวมทั้งการแข่งขันกับสื่ออื่น ๆ ในอนาคตก็มีมากขึ้น ทำให้ต้องอาศัยความรวดเร็วในการรายงานข่าว ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อความถูกต้องของเนื้อหาข่าวได้ จึงต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านกรายงานข่าว และรอบรู้ทางด้านข่าวสารที่จะช่วยตรวจสอบ และแก้ไขข้อผิดพลาดก่อนที่จะนำออกเผยแพร่ต่อสาธารณชน เพราะฉะนั้นความต้องการทักษะทางด้านนิเทศศาสตร์ เช่น การเขียนข่าว จึงเป็นสิ่งจำเป็นในอนาคต

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ก็ให้ความเห็นอีกว่านอกจากทักษะทางด้านนิเทศศาสตร์แล้วก็น่าที่จะเรียนรู้การเขียนโฮมเพจบ้าง รวมทั้งทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์ การใช้อินเทอร์เน็ตให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดผลดีต่อการทำงาน รวมทั้งติดตามความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีตลอดเวลา เพื่อที่จะสามารถปรับตัวให้พร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้ ทำให้บุคคลที่จะก้าวเข้ามาสู่วิชาชีพทางด้านหนังสือพิมพ์ในอนาคตนั้น ควรจะต้องมีความรู้ในเรื่องการจัดการกับข่าวสารรวมทั้งสามารถตัดแปลงเนื้อหาที่มีอยู่ให้สามารถกระจายตามสื่อต่าง ๆ และสอดคล้องกับลักษณะของสื่อแต่ละประเภทได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกองทุนหนังสือพิมพ์ดาวนิงเจินส์ ที่ระบุว่าทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์เป็นสิ่งที่สำคัญในการประเมินคุณสมบัติของผู้สมัครงานในตำแหน่งผู้สื่อข่าว บรรณาธิการ และผู้ออกแบบจัดหน้า

“สื่ออินเทอร์เน็ตได้เปิดกว้างอย่างกว้างขวางที่สุดสำหรับนักข่าวอย่างไม่เคยมีมาก่อน เพราะประสบการณ์ของนักข่าวและบรรณาธิการก็คือ ประสบการณ์ที่มีอยู่ในสังคมอย่างสำคัญในการจัดการกับสาระในอินเทอร์เน็ตที่ดูเหมือนไม่มีประสบการณ์จากอาชีพอื่นที่สามารถนำมาใช้ได้ อย่างใกล้เคียงกับสื่ออินเทอร์เน็ตที่ว่าด้วยการจัดการกับสาระ ไม่เพียงกับข่าวสารในอินเทอร์เน็ตเท่านั้น หากรวมไปถึงเนื้อหาลักษณะอื่น ๆ ในอินเทอร์เน็ตก็ล้วนต้องใช้ประสบการณ์ของการเป็นนักข่าวและบรรณาธิการทั้งสิ้น” วิรัตน์ แสงทองคำ(อ้างถึง,ผู้จัดการรายเดือน มี.ค.43)

เช่นเดียวกับแนวความคิดของ Ruth Gerth บรรณาธิการของสำนักข่าว AP ที่กล่าวว่า “ในยุคของเทคโนโลยีที่เติบโตอย่างรวดเร็ว เราต้องการบุคคลที่มีความสามารถและทักษะความชำนาญในการทำงานในรูปแบบเก่า รวมทั้งทักษะที่จำเป็นในอนาคตข้างหน้า ซึ่งจะต้องสามารถทำงานในการจัดการกับวังวนของข่าวสารที่มีอยู่อย่างมากมาย ทั้งข้อความ รูปภาพ กราฟิก เสียง และวิดีโอซึ่งประกอบรวมกันเป็นมัลติมีเดียได้”

นอกจากนี้ในส่วนของสถาบันการศึกษาก็ควรที่จะมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วด้วย โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนในส่วนของทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันมีเพียงมหาวิทยาลัยรังสิตที่มีการเรียนการสอนในการให้นักศึกษาได้จัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ นอกจากนี้มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตก็มีโครงการที่จะเปิดสอนระดับปริญญาโททางด้านไอทีในภาควิชานิเทศศาสตร์ในภาคการศึกษา 2544 ด้วย โดยจะเน้นทั้งในด้านการปฏิบัติคือการเรียนรู้ทักษะต่าง ๆ ทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต รวมทั้งทางด้านทฤษฎีคือ ทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต เช่น การวางแผนธุรกิจอีคอมเมิร์ซ แนวคิดทางการตลาดบนอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ยังให้ข้อเสนอแนะแก่สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ว่า ควรจะมีหลักสูตรเกี่ยวกับสื่อออนไลน์โดยเฉพาะ เพื่อให้นักศึกษาได้เข้าใจถึงธรรมชาติของสื่อ การนำเสนอเนื้อ

หาที่เหมาะสมกับสื่อออนไลน์ การปรับเปลี่ยนเนื้อหาจากสื่อหนึ่งไปยังอีกสื่อหนึ่ง การเขียนโฮมเพจ ทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้มีโอกาสในการผลิตทำงานกับสื่อออนไลน์จริง ๆ รวมทั้งมีการพัฒนาเนื้อหาการเรียนการสอนให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 3.3 แนวโน้มเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตจะมีการเพิ่มเติมเนื้อหาที่ไม่มีในฉบับเล่ม รวมทั้งใช้ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตในการสนับสนุนการรายงานข่าวเพิ่มมากขึ้น

ในส่วนนี้มีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ระบุว่า ปัจจุบันก็มีการเพิ่มเติมเนื้อหาที่ไม่มีในฉบับเล่มบ้างแล้ว เช่น Breaking news, IT Digest online เป็นต้น และเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลการวิจัยของกิตติพงศ์ ไทยเจริญที่ทำการสำรวจลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของเว็บไซต์สื่อมวลชนในประเทศไทย พบว่า ผลการสำรวจในครั้งนี้มีความแตกต่างจากของกิตติพงศ์ เล็กน้อย โดยในส่วนของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ก็ได้มีการเพิ่มเติมเนื้อหาในส่วน Breaking news และ IT Digest online ส่วนหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ก็มีการเพิ่มเติมในส่วนของเว็บบอร์ดการสอบถามปัญหาคอมพิวเตอร์, เว็บบอร์ดแจ้งราคาสินค้าคอมพิวเตอร์, มัลติมีเดีย รวมทั้งในส่วนของการทำนายดวงชะตา เกมส่หุ่้น อันดับหนังสือขายดีและในส่วนกรุงเทพทีวีโกลด์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าลักษณะการพัฒนาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยยังมีลักษณะแบบค่อยเป็นค่อยไป ไม่เป็นไปในแบบก้าวกระโดดเหมือนในต่างประเทศ ซึ่งน่าจะเป็นสิ่งที่ถูกต้อง เพราะอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่องค์กรหนังสือพิมพ์ทั้งหลายก็ควรที่จะค่อย ๆ ศึกษารูปแบบความเป็นไปได้ในการให้บริการ และช่องทางการหารายได้เพื่อมาจุนเจือการดำเนินงานให้ได้เสียก่อนก็เป็นสิ่งที่ควรกระทำ มากกว่าที่จะกระโจนเข้าหาสื่อใหม่ โดยไม่คำนึงถึงความอยู่รอดของธุรกิจเหมือนกับตัวอย่างของสื่อออนไลน์ในต่างประเทศ

ขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนต่างเห็นพ้องต้องกันว่าลักษณะการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับอินเทอร์เน็ตคือ มีความสั้น กระชับ รวดเร็ว ทันสถานการณ์ เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านสายตาทำให้ไม่เหมาะที่จะนำเสนอเนื้อหาที่มีรายละเอียดมากเหมือนในหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mcknight และ Richardson ที่ศึกษาทดลองเปรียบเทียบการอ่านจากหน้าจอคอมพิวเตอร์และการอ่านจากกระดาษ พบว่าการอ่านจากหน้าจอคอมพิวเตอร์จะทำให้ลดประสิทธิภาพในด้านความเร็วของการอ่านลง 20-30%

นอกจากนั้น Muter ทำการศึกษา พบว่าผู้ใช้จะชอบการอ่านหนังสือมากกว่า โดยระบุว่าข้อได้เปรียบของหนังสือคือสามารถพลิกหน้ากลับไปกลับมาได้ง่าย ซึ่งจะเห็นได้ว่าข้อจำกัดของคอมพิวเตอร์เป็นอุปสรรคต่อความชอบของบุคคล คุณภาพของกระดาษและคอมพิวเตอร์ยังเป็น

ปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อความชอบและความพึงพอใจของผู้อ่าน นอกจากนี้ยังมีข้อพิจารณาถึงความยืดหยุ่นของหนังสือหรือกระดาษที่เหนือกว่าคอมพิวเตอร์คือ หนังสือสามารถพกพาไปไหนมาไหนได้ ราคาถูก มีความคุ้นเคย มีความเป็นส่วนตัว และใช้งานง่าย

และจากเหตุผลข้างต้นที่กล่าวมา ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนต่างเห็นพ้องกันว่า การนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตจะมีลักษณะสั้น กระชับ เพื่อให้สอดคล้องกับข้อจำกัดของทั้งตัวสื่อ และตัวผู้บริโภคสื่อ ขณะเดียวกันก็มุ่งที่จะตอบสนองทางด้านความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวมากขึ้น เนื่องจากเป็นจุดเด่นของสื่ออินเทอร์เน็ตที่สามารถนำเสนอได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยได้อยู่ตลอดเวลา เช่น Breaking news เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันก็เห็นแนวโน้มการนำเสนอในส่วนนี้มากขึ้นแล้ว

นอกจากนั้นในส่วนของ Interactive ก็เป็นส่วนสำคัญที่ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนเห็นว่าเป็นส่วนที่สำคัญของอินเทอร์เน็ต และมองว่าในอนาคตน่าจะมีการนำเสนอในส่วนนี้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของเว็บบอร์ด อีเมล หรือห้องสนทนา โดยผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อเสนอแนะว่า ควรมีการเชิญบุคคลที่มีชื่อเสียง ดารา นักร้อง หรือคอลัมนิสต์ในองค์กรของตนมาร่วมสร้างปฏิสัมพันธ์ พูดคุยกับผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ผ่านห้องสนทนา หรือการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ผ่านทางเว็บบอร์ด การเล่นเกมส์ รวมทั้งสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านอีเมลกับผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างใกล้ชิดมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาดบนอินเทอร์เน็ตในส่วนของ Interactive ที่ระบุว่าด้วยลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีจะทำให้เกิดความสัมพันธ์และก่อให้เกิดเป็นสังคมระหว่างผู้ใช้บนอินเทอร์เน็ต และองค์กรธุรกิจให้มีกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เป็นการเพิ่มความน่าสนใจ และกระตุ้นให้ผู้ใช้หวนกลับมาใช้บริการอีกครั้ง เช่น การเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถเข้ามาพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลสำคัญหรือผู้มีชื่อเสียงในองค์กรนั้น อย่างในเว็บไซต์ amazon.com ที่เปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถเข้าไปแสดงความคิดเห็นของลูกค้าต่อหนังสือแต่ละเล่มที่ได้อ่านมา รวมทั้งเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถพูดคุยกับผู้แต่งหนังสือแต่ละคนได้ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือการให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นต่อสินค้าและบริการผ่านทางเว็บไซต์ เป็นต้น

ขณะที่ในอนาคตความเร็วในการส่งผ่านข้อมูลของอินเทอร์เน็ตน่าจะมีมากขึ้น และสามารถรองรับกับลักษณะของข้อมูลที่มีขนาดใหญ่อย่างมัลติมีเดียได้ ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนมองว่าน่าที่จะมีการนำเสนอในส่วนของมัลติมีเดียมากขึ้น โดยระบุว่าควรที่จะมีการร่วมมือกับสถานีวิทยุหรือโทรทัศน์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน เพื่อที่จะช่วยพัฒนาการนำเสนอเนื้อหาบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ให้เป็นสื่อมัลติมีเดีย นำเสนอทั้งภาพ และเสียง เป็นต้น

เช่นเดียวกับในส่วนอื่น ๆ เช่น รูปภาพ ที่ในปัจจุบันมีการนำเสนออย่างมากและผู้ให้สัมภาษณ์ระบุว่าไม่สามารถใส่รูปภาพไว้บนเว็บไซต์จำนวนมากได้ เพราะอาจจะมีปัญหาในการเรียกดูข้อมูลได้ รวมทั้งในส่วนของห้องสนทนา และเว็บบอร์ด ซึ่งเป็นด้วยข้อจำกัดเดียวกัน เพราะถ้าจะ

ทำให้สามารถเรียกข้อมูลได้รวดเร็วแล้ว ทางองค์กรหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการลงทุนเพื่อเพิ่มขนาดความเร็วของเครื่องเซิร์ฟเวอร์ ซึ่งด้วยภาวะในปัจจุบันคงเป็นไปได้ยาก รวมทั้งผู้ให้สัมภาษณ์บางคนยังมีความกังวลกับเรื่องชื่อเสียงขององค์กร ด้วยเหตุที่ว่าอาจจะมีผู้ไม่หวังดีมาโพสต์ข้อความที่ไม่ดีบนเว็บบอร์ด หรือการใช้ถ้อยคำหยาบคาย หรือพูดคุยกันในหัวข้อที่ไม่ดีในห้องสนทนา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของรัตนาวิไล เกียรตินิยมศักดิ์ ในหัวข้อ “มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ : กรณีศึกษา www.pantip.com และ www.sanook.com พบว่าลักษณะการสื่อสารและความสัมพันธ์ในมณฑลสาธารณะหรือเว็บบอร์ดนั้นนอกจากจะมีลักษณะของการช่วยเหลือเกื้อกูลกันแล้ว ยังมีลักษณะของความก้าวร้าว การใช้คำหยาบคาย ลามก หรือย้ายไปในทางกามารมณ์ ละบลู่ดูหมิ่นศาสนา ใส่ร้ายผู้อื่น

ซึ่งในอนาคตเมื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถเพิ่มเติมบุคลากรเพื่อเข้ามาช่วยดูแลในส่วนเหล่านี้ได้ก็น่าที่จะมีการให้บริการในส่วนนี้เพิ่มมากขึ้นด้วย

ในขณะที่เมื่อเรามองถึงหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบัน จะเห็นว่าหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่คือ ศูนย์ข้อมูล ซึ่งในส่วนนี้น่าจะมีส่วนที่จะช่วยในการพัฒนาการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตได้ดียิ่งขึ้น เพราะหน่วยงานเหล่านี้มีความพร้อมทางด้านข้อมูลเป็นอย่างดี มีการจัดเก็บข้อมูล ข่าว ภาพ ต่าง ๆ มาเป็นเวลานาน และข้อมูลทุกอย่างก็น่าจะสามารถนำมาตัดแปลงเพื่อช่วยในการสนับสนุนการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ เช่น การจัดทำเป็นฐานข้อมูลขนาดใหญ่ให้ผู้อ่านสามารถเข้ามาสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ได้ หรือนำข้อมูลที่มีมาช่วยในการทำเป็นส่วนเชื่อมโยง เพิ่มเติมเนื้อหา ภูมิหลังของข่าว หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ ซึ่งด้วยลักษณะของสื่อที่มีการเชื่อมโยงแบบ Non Linear ทำให้ไม่มีข้อจำกัดในการเลือกเปิดรับข่าวสาร รวมทั้งสามารถควบคุมข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเปิดรับได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ

รวมทั้งในอนาคตการนำเสนอเนื้อหารายงานข่าวเฉพาะบุคคลก็มีความเป็นไปได้มากเช่นกัน เนื่องจากลักษณะของสื่อออนไลน์ที่ทำให้ผู้บริโภคสื่อสามารถแสวงหาข้อมูลตามความสนใจ ประกอบกับในปัจจุบันก็เริ่มที่จะมีการนำเสนอในส่วนนี้แล้ว อย่างเช่นในเว็บไซต์ CNN.com ที่มีหน้า My personal page ที่นำเสนอเนื้อหาตามความสนใจของผู้ใช้แต่ละคน โดยผู้ให้สัมภาษณ์บางคนระบุว่า มีความคิดที่จะนำเสนอในส่วนนี้ในอนาคต โดยกำลังอยู่ในขั้นตอนการศึกษา ซึ่งลักษณะการรายงานข่าวเฉพาะบุคคลนี้ สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดบนอินเทอร์เน็ตใน ส่วน Individual ที่กล่าวว่า นักการตลาดจะต้องสามารถสร้างบริการเฉพาะตัวของผู้ใช้บริการหรือกลุ่มลูกค้าให้ได้มากที่สุด เพราะเมื่อข้อมูลข่าวสารนั้นถูกจัดเตรียมไว้เฉพาะตัวผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเฉพาะรายนั้น จะทำให้ผู้ใช้บริการจะไม่เห็นความสำคัญในการจัดเก็บบันทึกข้อมูลนั้นไว้ แต่มีแนวโน้มที่จะกลับมาดูข้อมูลข่าวสารนั้นอีกครั้งถ้าต้องการดูซ้ำข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ

ซึ่งจากแนวความคิดข้างต้น องค์กรหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็สามารถที่จะนำมาปรับใช้ เป็นการเพิ่มในส่วนของการบริการให้กับผู้บริโภคได้อีก เช่น การให้บริการแจ้งข่าวสารผ่านทางอีเมล เมื่อมีข่าวใหม่ ๆ ที่ผู้บริโภคสนใจ หรือการเก็บข้อมูลสถิติการเข้าเยี่ยมชมเนื้อหาในส่วนต่าง ๆ ของผู้ใช้แต่ละคน แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อจัดการนำเสนอให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล รวมไปถึง การปรับปรุงการนำเสนอเนื้อหาภายในเว็บไซต์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยรวมได้ด้วย

สมมติฐานที่ 3.4 แนวโน้มสภาพการแข่งขันของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตจะต้องแข่งขันกับทั้งสื่อที่มีอยู่เดิม และสื่อออนไลน์ โดยหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะต้องมีการปรับตัวโดยการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร มัลติมีเดีย ฐานข้อมูล รวมทั้งความน่าเชื่อถือของข่าวสาร

ในส่วนนี้ค่อนข้างสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยในส่วนของการแข่งขันนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนระบุว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะเป็นตัวไปแย่งการใช้เวลาของสื่ออื่น ๆ ขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนมองว่าแต่ละสื่อจะเป็นตัวส่งเสริมซึ่งกันและกัน เนื่องจากลักษณะธรรมชาติของสื่อที่ต่างกัน ซึ่งเมื่อมาพิจารณาดูจะเห็นว่าลักษณะทั้ง 2 ส่วนที่ผู้ให้สัมภาษณ์ระบุมาก็มีแนวโน้มน่าจะเป็นไปได้ เนื่องจากเมื่อเรามองถึงพัฒนาการการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว จะเห็นว่ามัลติมีเดียแบบค่อยเป็นค่อยไป และส่วนใหญ่จะมองหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นเพียงสื่อเสริมเท่านั้น ทำให้แต่ละองค์กรไม่มีความกระตือรือร้นในการพัฒนาเนื้อหาเพื่อแข่งขันกันมากนัก แต่จะเป็นไปในลักษณะของการค่อย ๆ เรียนรู้ และเกาะไปให้ทันกับเทคโนโลยีเท่านั้น ส่วนการแข่งขันกับสื่อในรูปแบบเดิมนั้น ด้วยลักษณะการนำเสนอในปัจจุบันคงยากที่จะไปแข่งขันได้ เพราะหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบันไม่ได้ใช้ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตมากนัก แต่ในอนาคตเมื่อมีการพัฒนาเนื้อหาให้ใช้ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตมากขึ้นก็น่าที่จะเป็นคู่แข่งที่สำคัญของสื่อในรูปแบบเดิมได้

ส่วนที่ผู้ให้สัมภาษณ์ระบุว่าธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิดต่างกัน ทำให้เป็นตัวส่งเสริมการบริโภคสื่อมากขึ้นก็น่าที่จะเป็นไปได้เช่นกัน เนื่องจากลักษณะของสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์เหมาะที่จะเป็นการอ่านแบบเช็กข่าว เนื่องจากข้อจำกัดของสายตา ขณะที่หนังสือพิมพ์จะเหมาะกับผู้ที่ใช้เวลาอ่านมากพอสมควร และต้องการรายละเอียด ส่วนวิทยุก็เหมาะกับลักษณะของผู้ที่ต้องการความรวดเร็ว สั้น กระชับของข่าว และไม่จำเป็นต้องมีสมาธิในการฟังมากนัก ขณะที่โทรทัศน์ก็เหมาะกับผู้ที่ต้องการชมทั้งภาพและเสียง ซึ่งสื่อออนไลน์ยังไม่สามารถตอบสนองในส่วนนี้ได้ เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านสายตาตามที่ได้กล่าวมาแล้วที่สื่อออนไลน์ไม่เหมาะที่จะนำเสนอเนื้อหาที่มีรายละเอียดมากนัก รวมทั้งไม่สามารถพกพาไปอ่านตามสถานที่ต่าง ๆ ได้ ซึ่งด้วยลักษณะที่

กล่าวมาก็แสดงให้เห็นว่าสื่อแต่ละชนิดมีลักษณะของตลาดที่มุ่งจะตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกัน และน่าที่จะทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการบริโภคสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้มากขึ้น

ส่วนการที่หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไปแย่งเวลาของสื่ออื่น ๆ ก็เป็นสิ่งที่น่าจะเป็นไปได้เช่นกัน เนื่องจากลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลแบบใยแมงมุม รวมทั้งลักษณะของสื่อที่สามารถมีปฏิสัมพันธ์ได้ทันทีทันใด รวมทั้งลักษณะการเข้าถึงข้อมูลยังเป็นในลักษณะการแสวงหาข้อมูลตามความต้องการของผู้ใช้ ทำให้ผู้ใช้อาจมีความรู้สึกผูกพันกับการใช้สื่อมากกว่าสื่ออื่น ๆ ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Linda Kleber Trevino และ Jane Webster ที่ระบุว่าตัวแปรที่เป็นสิ่งกระตุ้นให้คนนิยมใช้การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ได้แก่

- ความสามารถในการควบคุมการมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้การติดต่อผ่านคอมพิวเตอร์ แนวคิดนี้เป็นแนวคิดสำคัญในทฤษฎีแรงจูงใจตามสัญชาตญาณ ซึ่งกล่าวว่ามนุษย์เป็นผู้แสวงหาการควบคุมการกระทำและทางเลือกของตนเอง

- ความสนใจของผู้ใช้ที่มุ่งไปสู่การมีปฏิสัมพันธ์ในการติดต่อผ่านคอมพิวเตอร์นั้น ผู้ใช้จะมีสมาธิจดจ่ออยู่กับการกระทำที่ปรากฏอยู่เฉพาะหน้าจอคอมพิวเตอร์ ดังนั้นการติดต่อสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์จึงสามารถดึงดูดความสนใจในการสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารระหว่างผู้ใช้ได้ดี

- ความอยากรู้อยากเห็นของผู้ใช้จะถูกกระตุ้นในระหว่างที่มีการสื่อสารกัน ซึ่งการกระตุ้นเหล่านี้เกิดขึ้นโดยลักษณะของสื่อคอมพิวเตอร์ เช่น สี เสียง หรือข้อความที่เป็นรายการให้เลือก นอกจากนี้ยังถูกกระตุ้นจากการได้รับความรู้เพิ่มเติมในระหว่างการใช้คอมพิวเตอร์ด้วย

- ผู้ใช้การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ พบว่า การมีปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารเป็นสิ่งที่น่าสนใจโดยตัวของมันเอง ซึ่งหมายถึงผู้ใช้รู้สึกพึงพอใจและรู้สึกสนุกกับการใช้การสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์

เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ Dahlin&Associates Research ที่ทำการสำรวจผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 48 ได้ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ลดลง และใช้เวลาดังกล่าวไปกับการใช้บริการต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต และการศึกษาในครั้งนี้ได้คาดการณ์อีกว่าแนวโน้มของการแข่งขันระหว่างสื่อต่าง ๆ นี้จะมีมากขึ้น ทั้งนี้เพราะบุคคลเริ่มหันมาใช้เวลากับอินเทอร์เน็ต และเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้น

ขณะที่เมื่อมามองถึงการปรับตัวเพื่อแข่งขันกับสื่ออื่น ๆ นั้น ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่า ถ้าเป็นลักษณะของสื่อออนไลน์เหมือนกัน ก็ควรที่จะคำนึงถึงความน่าเชื่อถือของข่าวเป็นสำคัญ ส่วนถ้าจะแข่งขันกับสื่อที่มีอยู่เดิม ก็ควรที่จะใช้ศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น การมีปฏิสัมพันธ์อย่างทันทีทันใด ฐานข้อมูลที่กว้างใหญ่ การเชื่อมโยงเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง หรือมัลติมีเดีย ในการช่วยสร้างข้อได้เปรียบเหนือสื่ออื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hsiang Iris และ George Sylvie ที่ระบุว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ควรจะสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งในตลาด โดยการสร้างความน่าเชื่อถือ

ถือของข่าวเมื่อต้องแข่งขันกับสื่อออนไลน์เหมือนกัน ตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์ออนไลน์ The China Time ถึงแม้ว่าจะนำเสนอข้อมูลข่าวสารในลักษณะของข้อความเพียงอย่างเดียวระหว่างปีแรกที่ดำเนินงาน แต่กลับได้รับความนิยม เพราะความน่าเชื่อถือและคุณภาพของข่าว รวมทั้งการรายงานข่าวในทางลึกซึ่งนำไปสู่การประสบความสำเร็จในตลาดต่างประเทศ และระหว่างการเลือกตั้งประธานาธิบดีของไต้หวัน รวมทั้งสถานการณ์ “War Game” ในเดือนมีนาคม 1996 เว็บไซต์นี้เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้รับคามนิยมมากที่สุดในชุมชนของชาวจีนทั่วโลก เพราะฉะนั้นการแข่งขันในระหว่างสื่อเดียวกันสิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือคุณภาพของข้อมูลข่าวสาร

ขณะที่จะต้องใช้ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตในการสร้างข้อได้เปรียบเหนือสื่อในรูปแบบเดิม โดยเฉพาะเมื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะแข่งขันกับหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิมสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยงมากที่สุดก็คือ การนำเสนอข่าวที่ลงในหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิมโดยไม่มีการปรับเปลี่ยน

สมมติฐานที่ 3.5 แนวโน้มแหล่งรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะมาจากการโฆษณา ขณะที่รายได้จากการให้บริการฐานข้อมูล การให้บริการข่าวสารเฉพาะบุคคล การรับสมัครสมาชิก จะเป็นรายได้ที่เป็นส่วนเสริม

ในส่วนนี้สอดคล้องกับสมมติฐาน โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่คาดหวังรายได้จากการโฆษณาเป็นหลัก เนื่องจากรูปแบบการหารายได้ในส่วนอื่น ๆ มีความเป็นไปได้ยาก รวมทั้งมีบทเรียนจากการให้บริการข้อมูลในอดีตของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ และเดอะเนชั่นที่ไม่ประสบความสำเร็จ ขณะที่รูปแบบการให้บริการในอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ก็เป็นการให้บริการแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย รวมทั้งผู้ใช้มีทางเลือกในการเข้าถึงบริการข้อมูลข่าวสารในช่องทางอื่น ๆ ได้อีกมากมาย ดังนั้นจึงยากที่ผู้ใช้จะหันมาเสียค่าบริการหรือค่าสมาชิกทั้ง ๆ ที่สามารถจะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ จากช่องทางอื่น ๆ และหากจะมีการเสียค่าบริการหรือค่าสมาชิก ผู้บริโภคย่อมจะต้องคาดหวังต่อเนื้อหา ข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ สูง และมีความพิเศษ ไม่สามารถหาจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ได้

ขณะที่เมื่อมามองหน่วยงานที่จัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ขององค์กรส่วนใหญ่จะเป็นศูนย์ข้อมูล ซึ่งทำให้แนวโน้มในการสร้างมูลค่าของเนื้อหาที่เก็บรวบรวมไว้อย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ ข่าว ข้อความต่าง ๆ สามารถที่จะเป็นไปได้ขององค์กรหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ดังที่คุณชวรงค์ ลิ้มปัทมปาณี ให้สัมภาษณ์ว่ากำลังที่จะรวบรวมข้อมูลทั้งหมดของศูนย์ข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบของฐานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งถ้าสามารถทำได้ตามที่ให้สัมภาษณ์ บวกกับความสามารถในการจัดการข้อมูลมานำเสนอได้อย่างเหมาะสมก็มีโอกาสที่จะสามารถสร้างรายได้จากส่วนนี้ได้ เช่น Yahoo ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมรายชื่อของเว็บไซต์ต่าง ๆ มาจัดเป็นหมวดหมู่ แล้วมีบริการสืบค้นตามที่ผู้ใช้ต้องการ ทำให้มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก ส่งผลให้ Yahoo ได้รับความนิยมและสามารถจะขาย

พื้นที่โฆษณาได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ John Naisbitt ที่ได้กล่าวไว้ในหนังสือ Megatrend ของเขาว่า “เทคโนโลยีด้านข้อมูลข่าวสาร ได้ทำให้ข้อมูลข่าวสารอันสับสนวุ่นวายจนเป็นพิษนั้น กลายเป็นสิ่งที่เป็นระเบียบเรียบร้อย และทำให้ข้อมูลที่ไร้ประโยชน์นั้นมีค่าขึ้นมา ถ้าผู้ใช้ข้อมูลสามารถเลือกพบข้อมูลข่าวสารที่ตนต้องการ (ด้วยเครื่องมือการใช้ข้อมูลข่าวสาร) เขาก็พร้อมที่จะจ่ายเงินซื้อ”

เช่นเดียวกับในส่วนของการรับสมัครสมาชิก ที่ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าสามารถที่จะทำได้ แต่จะต้องมีเนื้อหาที่พิเศษแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม และจะต้องเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถจะหาจากที่อื่นได้ ขณะเดียวกันจากผลการสำรวจกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่า ร้อยละ 40 ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มาจากต่างประเทศ ทำให้กลุ่มผู้อ่านส่วนนี้น่าจะเป็นกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายที่สามารถใช้เป็นกลุ่มที่หารายได้จากค่าสมาชิกในการเปิดรับข่าวสารได้ รวมไปถึงหนังสือพิมพ์ออนไลน์ภาษาอังกฤษของไทยที่จะต้องมองไปถึงตลาดโลก เนื่องจากด้วยลักษณะของสารที่มีความเป็นสากล ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศที่ต้องการข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้ รวมทั้งด้วยลักษณะที่ภูมิภาคนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยว การนำเสนอเนื้อหาในส่วนของการท่องเที่ยว รวมทั้งการสอดแทรกเนื้อหาการให้บริการต่าง ๆ เข้าไปอย่างในเว็บไซต์บางกอกโพสต์ออนไลน์ ที่มีการนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวแล้วยังมีการให้บริการส่วนเชื่อมโยงไปยังโรงแรม สายการบิน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่สนใจที่จะมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งในส่วนนี้ในอนาคตสามารถพัฒนาไปเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เสียค่าใช้จ่ายในการให้บริการได้ นอกเหนือจากการหารายได้จากค่าโฆษณา

รวมไปถึงการรายงานเฉพาะบุคคลที่ตามผลการสำรวจพบว่าเป็นส่วนที่ผู้อ่านต้องการมากที่สุด ซึ่งถ้าหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถตอบสนองในความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างดีแล้ว แนวโน้มที่ผู้อ่านจะยินดีที่จะเสียค่าบริการเพื่อติดตามข่าวสารที่ตนเองสนใจก็มีมากขึ้น ขณะเดียวกันยังสามารถหารายได้จากค่าโฆษณาที่แฝงไปกับเนื้อหาที่ผู้อ่านต้องการได้ เช่น ผู้อ่านสนใจในข่าวกีฬา เมื่อผู้อ่านเข้าไปดูเนื้อหาที่ถูกจัดเตรียมไว้สำหรับผู้อ่านโดยเฉพาะ ในหน้านั้น ๆ ก็จะมีโฆษณาสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับกีฬา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดบนอินเทอร์เน็ตในส่วน Information ที่ระบุว่านักการตลาดจะต้องรู้ว่าข้อมูลข่าวสารที่ลูกค้าของเราต้องการนั้นคืออะไร และสามารถนำเสนอและตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดประโยชน์ในแง่ของธุรกิจ โดยที่ข้อมูลข่าวสารนั้นเป็นได้ทั้งข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดสินค้าหรือบริการขององค์กรธุรกิจโดยตรง เพื่อสร้างให้เกิดรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการนั้นโดยตรง หรืออาจจะเป็นข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกันกับสินค้าขององค์กรธุรกิจ แต่เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า และสามารถสร้างรายได้จากการโฆษณาที่นำเสนอไปพร้อมกับข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ

เช่นเดียวกับการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคต อาจจะมีองค์กรที่เป็นผู้รวบรวมข่าวสารและข้อมูลจากสื่อมวลชนต่าง ๆ มาไว้ในที่เดียวกัน แล้วมีเครื่องมือสืบค้น เพื่อให้ผู้ใช้

สามารถเลือกดูข่าวได้ตามความพอใจของแต่ละคน และอาจจะมีการสร้างรายได้จากการเก็บค่าสมาชิกหรือการขายพื้นที่โฆษณา ตัวอย่างเช่นเว็บไซต์ Thaicast ของ Ksc และเว็บไซต์ InterCast ของ Loxinfo ในขณะที่องค์กรสื่อมวลชนแต่ละแห่งยังมีการจัดทำเว็บไซต์ของตัวเองเช่นเดียวกัน

รวมไปถึงการหารายได้จากการให้บริการจัดหางาน ซึ่งจะเห็นว่าปัจจุบันหนังสือพิมพ์ออนไลน์หลายฉบับได้มีส่วนให้บริการจัดหางาน ซึ่งในส่วนนี้ก็จะเป็นส่วนหนึ่งหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถหารายได้เพิ่มเติมได้ นอกจากนี้การหารายได้จากการขายสินค้าในองค์กร เช่น หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ออนไลน์มีการขายหนังสือ เช่นเดียวกับในเครือมติชนที่มีสิ่งพิมพ์ในเครือต่าง ๆ ที่สามารถนำมาเสนอขายบนเว็บไซต์ของตนเองได้

นอกจากนี้แนวโน้มในอนาคตอาจมีการรวมตัวของสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อหารายได้ทั้งจากการขายข้อมูลหรือโฆษณาเหมือนในต่างประเทศที่มีการรวมตัวกันของหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ในการสร้างเป็นเครือข่ายการโฆษณาเพื่อเจาะให้ถึงกลุ่มเป้าหมายที่เจาะจงและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้ง่ายขึ้น เช่นเดียวกับการร่วมมือของหนังสือพิมพ์ออนไลน์หลาย ๆ ฉบับที่สร้างเครือข่ายโฆษณาการสมัครงานขึ้น อย่างในสหรัฐอเมริกาที่มีการรวมตัวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จัดตั้ง Careerpath และ AdOne Classified Network ขึ้นมาเพื่อเป็นแหล่งเชื่อมโยงระหว่างผู้จ้างงานและผู้ที่กำลังหางานให้มาพบกัน

สมมติฐานที่ 3.6 ปัจจัยที่มีแนวโน้มเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยมากที่สุดคือ รัฐบาล เนื่องจากนโยบาย และการผูกขาดการให้บริการอินเทอร์เน็ต ทำให้ส่งผลกระทบต่อเติบโตของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศ

ในส่วนนี้ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นสอดคล้องกับสมมติฐาน เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์มองว่า รัฐบาลไม่มีนโยบายที่จะช่วยสนับสนุนการเติบโตของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเลย ไม่ว่าจะเป็นการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงการผูกขาดการให้บริการอินเทอร์เน็ต การไปถือหุ้นลมในบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ทำให้ไม่เกิดการแข่งขัน ส่งผลไปต่อราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่มีราคาแพง รวมทั้งอุปกรณ์ต่อพ่วง เช่น คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ก็ยังมีราคาแพง เพราะรัฐบาลยังไม่ยกเว้นภาษีสินค้าทางด้านเทคโนโลยี รวมไปถึงการขยายตัวของสาธารณูปโภค เช่น สายโทรศัพท์ที่ปัจจุบันเป็นเหมือนถนนสายหลักของการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ในต่างจังหวัดก็ไม่ได้รับการเอาใจใส่จากรัฐบาลมากนัก เช่นเดียวกับนโยบายทางการศึกษา ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการเติบโตของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รวมทั้งการเข้าถึงคอมพิวเตอร์ของนักเรียนในต่างจังหวัดก็เป็นไปได้ยาก เนื่องจากการขาดแคลนงบประมาณ ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจของนักเรียนในเรื่องคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต รวมทั้งสาธารณูปโภคทางด้านไฟฟ้า รวมไปถึงปัญหาเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อทุก ๆ หน่วยของสังคม และผู้ให้สัมภาษณ์ส่วน

ใหญ่มองว่าเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคตรงลงมาต่อการเติบโตของอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเงินทุนที่จะพัฒนาเนื้อหา หรือการเพิ่มเติมบุคลากรมาช่วยในการดำเนินงานการผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ให้มีการใช้ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เพื่อช่วยดึงดูดผู้บริโภคให้หันมาอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์กันมากขึ้น

จากปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมาจะเห็นว่า ทั้งปัจจัยทางการศึกษา เศรษฐกิจ และสาธารณูปโภค ต่างเป็นปัจจัยที่จะต้องอาศัยพื้นฐานของนโยบายของรัฐบาลในการกำหนดความเป็นไปของแต่ละส่วน เมื่อนโยบายของรัฐบาลไม่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานที่จะช่วยส่งเสริมการเติบโตของอินเทอร์เน็ตในแต่ละปัจจัยได้ แนวโน้มการพัฒนาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็เป็นไปได้ยากยิ่งขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสมคิด เลิศไพฑูริยประเสริฐ ที่ทำการวิจัยศึกษาความคิดเห็นเรื่อง “ปัจจัยด้านโครงสร้างสังคม และทัศนคติของคนไทย ที่สัมพันธ์กับพัฒนาการของอินเทอร์เน็ต” พบว่าโครงสร้างการเมือง การปกครองหรือรัฐ กลับเป็นข้อที่ตอบสนองอินเทอร์เน็ตได้อย่างเชิงซ้ำ และเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ทั้ง ๆ ที่เป็นปัจจัยส่วนสำคัญในการกำกับดูแลในเรื่องนี้โดยตรง ประกอบกับปัจจัยอื่น ๆ เช่น ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ต การศึกษา โครงสร้างทางด้านคมนาคม ก็ยังเป็นปัญหาต่อพัฒนาการของอินเทอร์เน็ต โดยทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอแนะประเด็นหลัก ๆ ว่า ควรปรับปรุงในเรื่องการศึกษา และวิถีคิดของคนไทย รวมทั้งพื้นฐานระบบโทรคมนาคม และลดราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตให้เหมาะสมกว่าที่เป็นอยู่ จึงจะทำให้ทิศทางการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นไปได้ในทิศทางที่ดีและชัดเจนมากขึ้น

ขณะที่เมื่อเรามองถึงแนวคิด “ทฤษฎีเป็นตัวกำหนดแห่งสำนักโทรอนโต”(Communication Technology Determinism) ที่กล่าวว่าความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นสาเหตุหลักในการสร้างความเปลี่ยนแปลงของสังคม ซึ่งเมื่อมาพิจารณาถึงสภาพโดยรวมของสังคมไทย จะเห็นว่าไม่มีความพร้อม หรือความเหมาะสมที่จะนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้เลย เนื่องจากลักษณะการนำเทคโนโลยีมาใช้ของสังคมในประเทศไทยจะเป็นในลักษณะของการข้ามขั้นตอนมาสู่การนำมาใช้โดยไม่ผ่านขั้นตอนการคิดค้น ทำให้ความเหมาะสม และสภาพบริบททางสังคมไม่มีความพร้อมในการที่จะรับเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างสูงสุด

ประกอบกับปัจจัยต่าง ๆ ในสังคมก็เป็นอุปสรรคในการพัฒนาของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาล เศรษฐกิจ การศึกษา และสาธารณูปโภค ทำให้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตไม่สามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับสังคมไทยได้เด่นชัดมากนัก เพราะฉะนั้นสิ่งที่สังคมจะต้องพิจารณา และนำมาแก้ไขก็คือสภาพปัจจัยความพร้อมทางสังคมต่าง ๆ ที่เป็นปัญหาดังที่กล่าวมาข้างต้น นำมาปรับให้เหมาะสม และเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาของเทคโนโลยี ผลของการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตก็จะเด่นชัดขึ้น และจะสามารถใช้ศักยภาพของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้อย่างเต็มที่

ข้อจำกัดในการวิจัย

1. ในส่วนการสำรวจกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เนื่องจากการใช้กลุ่มเป้าหมายจากการสุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้งานบอร์ดในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์และเดอะเนชั่นออนไลน์ ทำให้ผลที่ได้อาจมีความแตกต่างจากความเป็นจริงได้

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการทำวิจัยในทางลึกในส่วนของทีมงานที่ทำหน้าที่ในการผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ว่ามีการศึกษาทางด้านใด และจะต้องอาศัยความรู้ ความสามารถหรือทักษะทางด้านใดบ้าง เพื่อที่จะสามารถนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับหลักสูตรการเรียนการสอนทางด้านนิเทศศาสตร์

2. ควรมีการทำวิจัยในส่วนความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริหารองค์กรหนังสือพิมพ์ที่มีต่อการขยายตัวเข้าสู่หนังสือพิมพ์ออนไลน์ เพื่อที่จะทราบถึงแนวโน้มการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

3. ควรมีการทำวิจัยเพื่อศึกษาถึงลักษณะการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะมีผลต่อการเป็นผู้กำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนหรือไม่ อย่างไร

4. ควรมีการทำวิจัยเพื่อศึกษาถึงความพร้อม ความต้องการ และลักษณะของข่าวสารทางสื่อออนไลน์ที่ผู้บริโภคยินดีที่จะเสียค่าใช้จ่ายเพื่อเข้ามาใช้บริการ เพื่อเป็นกรอบแนวทางการหารายได้ขององค์กรที่ผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์

5. ควรมีการทำวิจัยศึกษาเปรียบเทียบถึงลักษณะการนำเสนอข้อมูลของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์, เว็บไซต์ทางด้านสื่อมวลชนอื่น ๆ และเว็บไซต์ทางด้านข่าวสารที่นำเสนอบนอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร รวมทั้งมีกลยุทธ์ในการดึงผู้บริโภคให้เข้ามาในเว็บไซค์อย่างไร และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเว็บไซค์เหล่านี้เป็นอย่างไรบ้าง

6. ควรมีการทำวิจัยศึกษาถึงการตอบกลับของอีเมลล์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีการเตรียมอีเมลล์ที่เจาะจงผู้รับว่ามีความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ที่มีเพียงอีเมลล์ไปยังผู้ดูแลเว็บไซค์เพียงอย่างเดียวอย่างไรบ้าง