

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการศึกษารื่อง “การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์กับการปรับตัวขององค์กร” ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จะแสดงการอธิบายเชิงพรรณนาโดยใช้ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอธิบาย โดยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ตอนคือ

- ตอนที่ 1                    วิเคราะห์สถานการณ์
- 1.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์โลก
  - 1.2 ผลกระทบอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทย
  - 1.3 ปัญหาด้านต้นทุน
  - 1.4 พัฒนาด้านเทคโนโลยี
  - 1.5 เพิ่มช่องทางและความสามารถในการแข่งขัน
- ตอนที่ 2                    วิเคราะห์กระบวนการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของกลุ่มคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์
- 2.1 กระบวนการรับเข้ามาในองค์กร
  - 2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม
    - ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของงาน
    - ปัจจัยด้านธุรกิจ
    - คุณลักษณะของอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการรับนวัตกรรม
  - 2.3 อัตราการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์
  - 2.4 ระดับการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์
- ตอนที่ 3                    วิเคราะห์ผลกระทบของการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตต่ออุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ เปรียบเทียบหนังสือพิมพ์ 7 ฉบับ
- 3.1 ผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร
    - ผู้สื่อข่าว
    - ฝ่ายโฆษณา
    - ฝ่ายศิลป์

### 3.2 ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร

- การเปลี่ยนแปลงหน่วยงาน
- การเปลี่ยนแปลงขนาดองค์กร

#### ตอนที่ 4      วิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์

ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์จะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือกลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์ 25 คน และพนักงานปฏิบัติการซึ่งประกอบไปด้วย ผู้สื่อข่าว เจ้าหน้าที่ฝ่ายโฆษณา และเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ จำนวน 35 คน และกลุ่มบุคคลในวงการหนังสือพิมพ์ จำนวน 5 คน

#### ตอนที่ 1 วิเคราะห์สถานการณ์

##### 1.1 สถานการณ์หนังสือพิมพ์โลก

จากรายงานสถานการณ์สื่อมวลชนโลกจากรายงานสถานการณ์สื่อมวลชนโลก (World Press Trend 1996-1997) จัดทำขึ้นโดยสมาพันธ์หนังสือพิมพ์โลก (World Association of Newspaper : WAN) ระบุว่ายอดพิมพ์จำหน่ายของหนังสือพิมพ์ทั่วโลกนั้นกำลังเสื่อมถอยลงอย่างมากในปี 2539 โดยในประเทศที่พัฒนาแล้ว มียอดพิมพ์จำหน่ายลดลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสหรัฐอเมริกาและยุโรป สำหรับในเอเชียและละตินอเมริกานั้น ยอดพิมพ์จำหน่ายขยายตัวเพิ่มขึ้น แต่กระนั้นก็ตาม ก็เป็นการขยายตัวที่น้อยมาก เทียบกับในปีที่ผ่านมา<sup>1</sup>

ในทวีปยุโรป จากการสำรวจพบว่ายอดพิมพ์จำหน่ายลดลง ร้อยละ 1.6 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา คิดเป็นจำนวน 1,297,000 ฉบับต่อวัน เป็นการลดลงในอัตราที่สูงมากที่สุดในรอบหลายปีที่ผ่านมา ในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2535-2540) ยอดขายหนังสือพิมพ์ในยุโรปนั้นลดลงร้อยละ 4.2 หรือประมาณ 3,551,000 ฉบับ

---

<sup>1</sup> ดร.ดรุณี หิรัญรักษ์ ,รายงานสถานการณ์สิ่งพิมพ์โลก ,เอกสารประกอบวิชาสัมมนาหนังสือพิมพ์ , คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

จากการสำรวจเป็นรายประเทศพบว่า ในยุโรปนั้น เชค รีพับลิก มียอดพิมพ์จำหน่ายลดลง ร้อยละ 36.1 สโลวัก รีพับลิก ยอดพิมพ์จำหน่ายลดลงร้อยละ 23.4 ฮังการีลดลงร้อยละ 16.9 เอสโตเนีย ลดลง ร้อยละ 14.7 โปแลนด์ ร้อยละ 9.3 ซึ่งทั้งหมดเป็นประเทศที่เพิ่งเปิดเสรี มีสื่อใหม่เข้าไปเป็นจำนวนมาก จึงมีผลกระทบต่อสื่อสิ่งพิมพ์ที่เดิมเป็นของรัฐ โดยเฉพาะในเชค รีพับลิกนั้น ปัจจุบันเป็นแหล่งดีไซน์คอมพิวเตอร์กราฟิกที่มีชื่อเสียง คอมพิวเตอร์เป็นที่นิยมมากในหมู่คนหนุ่มสาว พอ ๆ กับโทรทัศน์ที่มีรายการน่าสนใจมากขึ้น

ยอดพิมพ์จำหน่ายหนังสือพิมพ์ในสหรัฐนั้นลดลง ร้อยละ 2.1 ในญี่ปุ่นกลับเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.9 ตั้งแต่ปี 1986 ยอดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ในสหรัฐลดลงร้อยละ 8.8 หรือประมาณ 5,512,000 ฉบับต่อวัน มีจำนวนคนที่ซื้อหนังสือพิมพ์ลดลงมากในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา

สำหรับประเทศญี่ปุ่น ยังคงเป็นประเทศที่มีตลาดหนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่ที่สุด ด้วยจำนวนการพิมพ์ 72,705,000 ฉบับต่อวัน โดยมีสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับสอง ด้วยยอดการพิมพ์ 56,990,000 ฉบับต่อวัน ส่วนหนังสือพิมพ์ภาษาจีน 10 อันดับแรกของโลกมียอดจำหน่าย 29,594,0000 ฉบับต่อวัน หนังสือพิมพ์อินเดียพิมพ์ 29,480,000 ฉบับต่อวัน หนังสือพิมพ์เยอรมันมาเป็นอันดับที่ 5 ด้วยการพิมพ์ 25,217,000 ฉบับต่อวัน

จากการสำรวจของสมาพันธ์หนังสือพิมพ์โลก พบว่าชาวออร์เวย์ และชาวญี่ปุ่นนั้น เป็นคนที่ซื้อหนังสือพิมพ์มากที่สุดในโลก จำนวน 592 คนและ 582 คนในหนึ่งพันคน จะซื้อหนังสือพิมพ์ทุกวัน ฟินแลนด์อยู่ในอันดับ 3 ด้วยอัตรา 456 คนในหนึ่งพันคน สวีเดน 438 คนในหนึ่งพันคน สวิสเซอร์แลนด์ 357 คนในหนึ่งพันคน ซื้อหนังสือพิมพ์ทุกวัน ในส่วนของผู้อ่านร้อยละ 87 ของคนฟินด์แลนด์ อ่านหนังสือพิมพ์ทุกวัน คนสวีเดนร้อยละ 85 นอร์เวย์ ร้อยละ 84 ส่วนสหรัฐมีเพียงร้อยละ 58

ทั้งนี้จากการสำรวจพบว่าไม่มีที่ไหนในโลกที่ผู้หญิงและผู้ชายอ่านหนังสือพิมพ์เท่ากัน โดยในฟินด์แลนด์ มีอัตราผู้หญิงที่อ่านหนังสือพิมพ์ร้อยละ 88 ส่วนผู้ชายมีสัดส่วนร้อยละ 87 ในบราซิล ร้อยละ 51 ต่อ 49 และนอร์เวย์ ร้อยละ 85 ต่อ 83 ในโปรตุเกส ต่างกันมากที่สุด ร้อยละ 56 ต่อ 24 สเปน ร้อยละ 49 ต่อ 28 อิตาลี ร้อยละ 52 ต่อ 32.3

สำหรับการสำรวจรายได้จากการโฆษณาของหนังสือพิมพ์พบว่าในประเทศจีนมีอัตราเพิ่มขึ้น ร้อยละ 35.6 โปรตุเกส ร้อยละ 18.8 ไอร์แลนด์ร้อยละ 15.6 มาเลเซีย ร้อยละ 11.8

เนเธอร์แลนด์ ร้อยละ 9.9 ญี่ปุ่น เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.5 สหรัฐอเมริกา เพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.9 สำหรับในประเทศที่พัฒนาและรายได้โฆษณามีอัตราส่วนเพิ่มขึ้นที่ลดลงหากเทียบปีที่ผ่านมา

### ปัจจัยสำคัญที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชน นั้นส่วนมาก เป็นผลจากปัจจัยที่เกิดขึ้น ภายในแต่ละประเทศเอง แต่เหตุผลของปัจจัยต่างๆที่เกิดขึ้นนั้นจะคล้ายกัน โดยทั่วไป ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในทุกประเทศในเอเชียมีรายได้ค่าโฆษณาเป็นปัจจัยสำคัญในการหล่อเลี้ยงธุรกิจ ซึ่งรายได้จากค่าโฆษณาส่วนนั้นขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจ โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค-อุปโภค การลงทุนในประเทศและการใช้ชีวิตประจำวันของประชาชนทั่วไป

ในส่วนโครงสร้างด้านรายจ่ายของธุรกิจสิ่งพิมพ์ก็คล้ายกัน โดยต้นทุนหลักๆจะประกอบด้วย ต้นทุนกระดาษและวัตถุดิบการพิมพ์อื่น ๆรวมทั้งค่าจ้างพนักงาน ซึ่งแตกต่างกันในรายละเอียดของแต่ละประเทศ ต้นทุนเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างสูงต่อการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะค่าจ้างบุคลากร เพราะในธุรกิจสิ่งพิมพ์นั้น บุคลากรนั้นถือว่าเป็นสินทรัพย์ สำคัญที่สุดค่ามากกว่าหัวหนังสือด้วยซ้ำ ส่วนต้นทุนการดำเนินงานด้านอื่น เป็นเรื่องที่มีอิทธิพลในลำดับถัดมา

อย่างไรก็ตามมีการวิเคราะห์ในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ว่า ต้นทุนวัตถุดิบการพิมพ์ ที่หมายถึงกระดาษและหมึกพิมพ์ กำลังจะเพิ่มขึ้นอีกในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2540 บริษัท เมอร์ริลลินซ์ ซึ่งเป็นบริษัทวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการลงทุนขนาดใหญ่อันดับหนึ่งใน 4 ของสหรัฐอเมริกา คาดว่าในปี 2540 -2542 การขยายตัวทางเศรษฐกิจของทั้ง 4 ประเทศ คือ ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ และฮ่องกง มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ลดลง ส่งผลให้ยอดการใช้จ่ายของประเทศ โดยเฉพาะการใช้จ่ายของธุรกิจเพื่อการโฆษณาลดลง มีเพียงฮ่องกงเท่านั้น ที่ยังจะพอรักษาระดับยอดโฆษณาได้ในระดับสูง ซึ่งหมายความว่า ธุรกิจสิ่งพิมพ์ในทั้ง 4 ประเทศ กำลังเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่ลำบาก ทั้งนี้ จะได้พิจารณาในรายปัจจัยดังต่อไปนี้

#### - การใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในประเทศ (consumer spending)

จากการวิเคราะห์ ของสถาบันวิจัยโนมูระ บริษัทวิจัยข้อมูลใหญ่ที่สุดของญี่ปุ่น ระบุว่าค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค ซึ่งหมายถึงการใช้จ่ายเพื่อการลงทุนของรัฐบาล และเอกชน รวมทั้งการใช้จ่ายในครัวเรือน เป็นตัวกำหนดการใช้จ่ายเพื่อการโฆษณานั้น จะเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับการขยายตัวของเศรษฐกิจในประเทศ หากว่าเศรษฐกิจขยายตัวสูง จะเป็นผลให้อัตราการใช้จ่ายเพื่อ

การบริโภคของประชาชนในประเทศนั้นเพิ่มสูงขึ้น และจะเป็นปัจจัยสำคัญทำให้การใช้จ่ายเพื่อการโฆษณาสูงขึ้นตามไปด้วย

- การใช้จ่ายเพื่อการโฆษณา (advertisement expenditure)

อัตราการขยายตัวการใช้จ่ายเพื่อการโฆษณาของแต่ละประเทศ นั้นมีแนวโน้มลดลงในทั้ง 4 ประเทศ ทั้งนี้เป็นไปตามภาวะเศรษฐกิจภายใน โดยเฉพาะในประเทศไทยและมาเลเซีย นั้นลดลงอย่างมาก

หากพิจารณาย้อนหลังในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา นั้น ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อการโฆษณามากที่สุด ทั้งนี้เป็นผลมาจากการเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ รองมาเป็น มาเลเซีย ฮองกง และสิงคโปร์ตามลำดับ จากสัดส่วนการลงโฆษณาในจำนวนที่สูงมากในประเทศไทย เป็นเหตุผลสำคัญทำให้ธุรกิจสิ่งพิมพ์มีการขยายตัวอย่างรุนแรง มีหนังสือพิมพ์โดยเฉพาะ หนังสือพิมพ์ธุรกิจเกิดขึ้นจำนวนมาก ในระหว่างปี 2533-2537

ในปัจจุบัน ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในประเทศไทยได้ล่มสลายลงทำให้เกิดปัญหาหนี้ของสถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์ ลูกกลมเป็นการล่มสลายของเศรษฐกิจ ในประเทศ ส่งผลให้ปัญหาทางการเงินของธุรกิจสิ่งพิมพ์ที่เกิดขึ้นและขยายตัวอย่างรุนแรง

- ต้นทุน (cost)

ต้นทุนธุรกิจสิ่งพิมพ์แทบทุกแห่งทุกประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นต้นทุนวัตถุดิบการพิมพ์ โดยเฉพาะกระดาษ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับวัฏจักรของราคากระดาษ ทั้งนี้ เมอร์ริล ลินซ์ ประมาณว่า ต้นทุนส่วนนี้คิดเป็นร้อยละ 40 ของต้นทุนทั้งหมด อย่างไรก็ตาม บางบริษัทสิ่งพิมพ์ในบางประเทศ เช่นในฮ่องกงนั้น กิจการหนังสือพิมพ์ South China Morning Post : SCMP เป็นบริษัทที่บริหารต้นทุนการพิมพ์ได้ดีที่สุดในโลก โดยมีต้นทุนกระดาษคิดเป็นเพียงร้อยละ 20 ของต้นทุนทั้งหมด เป็นผลให้ SCMP เป็นหนึ่งในหนังสือพิมพ์ไม่กี่เล่มในโลกที่มีกำไรในอัตราสูงมาก

นอกจากนี้ในประเทศที่รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมการอ่าน เช่น ในสิงคโปร์ มีการลดอัตราภาษีนำเข้ากระดาษ เป็นผลให้บริษัทสิ่งพิมพ์มีกำไรเพิ่มขึ้นมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ

#### - กระดาษ

จากรายงานการวิเคราะห์ของเมอร์ริล ลินซ์ คาดการณ์ราคากระดาษในตลาดโลก จะเพิ่มขึ้นอีก 10 ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน ในครึ่งปีหลัง 2540 ทำให้ราคาในตลาดโลกเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 550 ดอลลาร์ ต่อตัน และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีก ร้อยละ 18 ในปี 2541 มาอยู่ในระดับ 650 ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน

ปัญหาต้นทุนราคากระดาษที่เพิ่มขึ้น จะส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจอย่างรุนแรง อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในเอเชีย ยกเว้นจีน เพราะไม่มีประเทศใดสามารถผลิตกระดาษได้เพียงพอต่อการบริโภคในประเทศ หรือมีเยื่อกระดาษที่มีคุณภาพสำหรับธุรกิจสิ่งพิมพ์ เกือบทุกประเทศพึ่งเยื่อกระดาษจากสหรัฐอเมริกา จีน และฟินแลนด์

ทั้งนี้ไทยและมาเลเซีย จะได้รับผลกระทบหนักมากที่สุด เพราะนอกจากราคาเยื่อกระดาษจะเพิ่มขึ้นจากปัจจัยภายนอกประเทศแล้ว การประกาศลดค่าเงินบาทและการเพิ่มช่วงการขึ้นลง ของเงินริงกิตมาเลเซีย นั้น จะทำให้ต้นทุนราคากระดาษเพิ่มสูงขึ้นไปอีกเนื่องจากผลของค่าเงินที่ลดลง

#### - อัตราการรู้หนังสือ (Literacy)

จากข้อมูลของยูเนสโก อัตราการรู้หนังสือนั้นมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอินเดีย จีน และมาเลเซีย ทั้งนี้จะเป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนจำนวนยอดพิมพ์และยอดผู้อ่านที่เพิ่มในหลายประเทศ อย่างเช่นในมาเลเซีย นั้น ยอดคนรู้หนังสือเพิ่มขึ้น ในจังหวะเดียวกันกับยอดผู้อ่านหนังสือพิมพ์ก็เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน แม้อัตราการรู้หนังสือใน 4 ประเทศที่กล่าวถึงในรายฉบับจะอยู่ในอัตราค่อนข้างสูง แต่ในแง่คุณภาพการรู้หนังสือไม่มีข้อมูลในการวัดที่ชัดเจน ซึ่งเป็นปัจจัยที่น่าสนใจ เพราะแม้สัดส่วนการรู้หนังสือจะมาก แต่สัดส่วนของการอ่านหนังสือ ไม่ได้สอดคล้องในทางเดียวกันเช่นในประเทศไทยและมาเลเซีย

#### - ยอดผู้อ่านและยอดพิมพ์ (readership & circulation)

เป็นเรื่องยากที่จะบอกว่าตัวเลขยอดพิมพ์และยอดผู้อ่านที่แท้จริงของแต่ละประเทศในเอเชียเป็นอย่างไร เพราะในแต่ละประเทศไม่มีหน่วยงานที่เป็นกลางมากพอที่จะบอกว่าตัวเลขที่แท้จริงเป็นอย่างไร ดังนั้นยอดที่รวมในรายฉบับจึงเป็นยอดที่แต่ละฝ่าย แต่ละฉบับใช้ในการอ้างอิง

ในขณะที่เดียวกัน มีตัวเลขหลายตัวที่น่าสงสัยและน่าจะมีการศึกษาเพิ่มเติมในวันข้างหน้า ยกตัวอย่างเช่น ในฮ่องกงยอดผู้อ่านหนังสือพิมพ์นั้นมียอดที่เพิ่มขึ้น แต่ยอดพิมพ์จำหน่ายของหนังสือกลับมียอดการขยายตัวที่ลดลง และเป็นผลให้ราคาขายของหนังสือพิมพ์หลายฉบับลดลง โดยทั่วไปจากการสังเกตพบว่า ผู้อ่านนั้นจะมีความอ่อนไหวมากกับราคาขาย และสะท้อนออกชัดเจนเมื่อราคาขายเพิ่มขึ้น ยอดพิมพ์จำหน่ายของหนังสือพิมพ์จะลดลงในทันที นี่เป็นอุปสรรคสำคัญในการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ในฮ่องกง และเชื่อว่าทุกประเทศก็เจอสภาพเช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตามจากการรายงานตัวเลข ABC Audit Bureau of Circulation และการวิเคราะห์ของเมอร์ลีน ลินซ์ เชื่อว่าในปี 2540 ยอดพิมพ์จำหน่ายของหนังสือพิมพ์ในเอเชียจะขยายตัวสูงกว่าการพิมพ์จำหน่ายในสหรัฐอเมริกา และจะเป็นอย่างต่อเนื่องไปอีก 6 เดือนถึง 1 ปี ทั้งนี้เพราะการพัฒนาสังคมในเอเชียทำให้แรงงานกลุ่มใหม่ คนหนุ่มสาวที่เคลื่อนจากการผลิตในสังคมเกษตร ข้ามเข้ามาในอุตสาหกรรมและธุรกิจ ทำให้มีความต้องการข่าวสารประกอบการทำงานแบบใหม่ และพัฒนาตัวเองมากขึ้น

จากการรายงานของ เอบีซี ระบุว่า ในรอบ 6 เดือนแรกของปี 2540 ยอดพิมพ์จำหน่ายของหนังสือพิมพ์ในสหรัฐอเมริกานั้นลดลงในอัตราร้อยละ 1.3 ยอดพิมพ์ในวันอาทิตย์ลดลง ร้อยละ 2.6 การลดลงนี้เกิดขึ้นเพราะการเพิ่มราคาปกที่จำหน่าย ทั้งนี้เป็นผลต่อเนื่องจากราคาเยื่อกระดาษโลกที่เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ นักวิเคราะห์คือ ลอเรนซ์ ไฟน์ จากเมอร์ลีน ลินซ์ระบุว่า สภาพชีวิตเป็นปัญหาอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้ยอดพิมพ์หนังสือในอเมริกาลดลงนั้น เป็นเพราะสภาพการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป ในขณะที่เดียวกันหนังสือพิมพ์ก็ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเด็กหนุ่ม คนรุ่นใหม่ในอเมริกาที่ปัจจุบันอ่านหนังสือน้อยส่วนใหญ่ไปให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีใหม่ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทมากในสังคมอเมริกา ในเอเชียส่วนใหญ่ สิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของคนมากกว่าโทรทัศน์ เหตุผลหนึ่งเพราะโทรทัศน์อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาลเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นเมื่อหนังสือพิมพ์มีอิทธิพลมากกว่า ยอดการลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์จึงสูงกว่าเป็นส่วนใหญ่

สรุปสถานการณ์ หนังสือพิมพ์โลก จากรายงานที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า ปัญหาด้านรายได้ของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่เริ่มลดลง โดยเฉพาะรายได้จากการขายพื้นที่ลงโฆษณาต่ำลง ขณะเดียวกันต้นทุนการผลิตหนังสือพิมพ์มีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากกระดาษซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตราคาขยับสูงขึ้น นอกจากนั้นในสังคมใหญ่อย่างยุโรปและอเมริกามียอดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ลดลงอย่างเห็นได้ชัดเจน ทั้งนี้ก็วิเคราะห์จากเมอร์ลีน ลินซ์ ชี้ว่าสาเหตุส่วนหนึ่งเป็นเพราะ

สังคมอเมริกาเริ่มเปลี่ยนไป คนรุ่นใหม่ไม่นิยมอ่านหนังสือพิมพ์ และหันไปเล่นอินเทอร์เน็ตแทน และยอดจำนวนคนเข้าไปเล่นอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นสูงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจุดนี้เองทำให้หนังสือพิมพ์ในอเมริกาและยุโรปจึงจำเป็นที่จะต้องหันมาทบทวนบทบาทตัวเองใหม่ โดยมุ่งเน้นที่จะขยายธุรกิจเข้าสู่สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

## 1.2 สถานการณ์อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทย

สำหรับสถานการณ์อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย<sup>2</sup> เมื่อประมาณ 5 ปีที่แล้ว (พ.ศ.2536) เศรษฐกิจไทยยังคงมีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 8-9 ของรายได้ประชาชาติหรือ จีดีพี โดยมีรายได้ประชากรเฉลี่ยต่อหัวประมาณ 7 หมื่นบาทต่อปี ซึ่งถือว่าเป็นรายได้ที่สูงขณะที่อัตราเงินเฟ้อของประเทศชะลอตัวลงอย่างเห็นได้ชัด กล่าวคือเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 3.2 เมื่อเทียบกับร้อยละ 4.1 ในปี 2535 ส่วนการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดอยู่ในระดับใกล้เคียงกับปีก่อนๆ นั่นคือมียอดขาดดุล 192,00 ล้านบาท เงินสำรองระหว่างประเทศอยู่ในระดับสูงกว่า 25 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนฐานะการคลังยังคงเกินดุลเงินสดต่อเนื่องเป็นปีที่ 6

สถานการณ์ดังกล่าวคือเครื่องชี้ให้เห็นว่า เมื่อประมาณ 5 ปีที่ผ่านมา นั้น แนวโน้มโดยรวมของเศรษฐกิจยังอยู่ในช่วงขยายตัวแบบตัวเนื้อ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมต่างๆ โดยเฉพาะในส่วนของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ มีการขยายตัวอย่างมาก เมื่อประมาณปีพ.ศ. 2536 เป็นช่วงการลงทุนของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ ซึ่งหลายบริษัทมีการลงทุนเพิ่มขึ้นในด้านเครื่องจักรและอาคารสำนักงาน ทำให้บริษัทเหล่านั้นต้องรับภาระดอกเบี้ยจ่ายค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้น ประกอบกับ การที่หลายบริษัทมีการเพิ่มทุนทำให้บางบริษัทมีกำไรสุทธิต่อหุ้นลดลง

อย่างไรก็ตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดีมีส่วนช่วยให้ความต้องการสื่อทางด้านสิ่งพิมพ์มีการเติบโตอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเช่นเดียวกัน โดยกำลังซื้อของผู้บริโภคและรายได้โฆษณาจะเป็นส่วนช่วยให้บริษัทสามารถทำการขยายธุรกิจออกไปได้มาก ในขณะที่แนวโน้มการขยายตัวกำไรสุทธิต่อหุ้นโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.3 ในปี 2536

<sup>2</sup> รายงานประจำปี บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์วอลสตรีท จำกัด (มหาชน) ,2536)



นั่นคือภาพในอดีตซึ่งสามารถตอบคำถามได้ดีว่า ทำไมอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์หรือหนังสือพิมพ์จึงมีการขยายตัวกันมากขึ้น นอกจากนั้นบางบริษัทอย่างเช่น กลุ่มเนชั่น, กลุ่มวิบูลย์, กลุ่มผู้จัดการ, กลุ่มคู่แข่ง ฯลฯ ก็มีการลงทุนขยายเข้าสู่ธุรกิจสื่ออื่น ๆ ในการนำเสนอข่าวสาร เช่นวิทยุและโทรทัศน์ เพื่อเป็นการเสริมสร้างฐานธุรกิจเดิมของบริษัทให้มั่นคงขึ้น ลดความเสี่ยงและเพิ่มกลยุทธ์ในการแข่งขัน

จากที่มีการคาดการณ์ถึงเศรษฐกิจของประเทศว่ายังมีแนวโน้มที่ขยายตัวที่สูง ซึ่งรวมถึงความต้องการใช้สื่อต่าง ๆ ทำให้ที่ผ่านมอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์มีการขยายตัวในอัตราสูง โดยรายได้หลักของผู้ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์จะมาจากค่าโฆษณา แต่ในส่วนของรายได้สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์จะเริ่มชะลอตัวเนื่องจากการแข่งขันสูง

ในส่วนของหนังสือพิมพ์รายวันทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษนั้น จากที่เคยมีอยู่เพียงไม่กี่ฉบับก็เพิ่มขึ้นอีกหลายฉบับด้วยกัน เช่น หนังสือพิมพ์สื่อธุรกิจ, พิมพ์ไทย, โฟแนนซ์เซี่ยล เดย์, ไทยธุรกิจโฟแนนซ์ ,ข่าวหุ้น, ไทยโฟแนนซ์เซี่ยล ส่วนภาคภาษาอังกฤษนั้น จากที่เคยมีเพียง หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์และเดอะเนชั่น เพียงสองฉบับ ก็มีหนังสือพิมพ์ใหม่ๆมาให้เลือกมากมาย เช่นไทยแลนด์ไทม์ บิสซิเนส เดย์ และเอเชียไทม์

สำหรับสถานการณ์ในปัจจุบัน (พ.ศ.2541) ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างตรงกันข้าม จากอดีตเมื่อ 5 ปีที่ผ่านมา ทั้งนี้เศรษฐกิจของประเทศอยู่ในภาวะที่บอบช้ำมาก ถึงขนาดมีการประเมินกันว่าอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งวัดด้วยอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์ประชาชาติมวลรวม(จีดีพี) น่าจะติดลบประมาณ ร้อยละ 3 ในปีพ.ศ. 2541 ทั้งนี้สืบเนื่องมาจาก ภาวะที่มีเงินทุนไหลออกจากประเทศอย่างต่อเนื่อง ทำให้ภายในประเทศขาดสภาพคล่องทางการเงินสูง นอกจากนั้นในสมัยรัฐบาลของ พล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ได้ประกาศค่าเงินบาทลอยตัว ส่งผลให้ค่าเงินอ่อนค่าจากระดับเฉลี่ยประมาณ 27 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ลดลงต่ำสุดถึง 45-49 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นเหตุให้ต้นทุนทางการเงินของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอีกเท่าตัวโดยเฉพาะผู้ที่กู้ยืมเงินจากต่างประเทศ และผู้ผลิตที่ต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ

ผลจากการที่เงินบาทอ่อนค่าลงกว่าเท่าตัว ทำให้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจภายในประเทศเปลี่ยนแปลงไปแบบหน้ามือเป็นหลังมือ จากที่คาดว่าแนวโน้มอุตสาหกรรมต่าง ๆ จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง หลายบริษัทเริ่มพบปัญหาขาดสภาพคล่องทางการเงิน จนกระทั่งนำไปสู่การชะลอกิจการหรือมีการปิดกิจการไปหลายบริษัท รวมถึงบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์เช่นกัน

ทั้งนี้ผลกระทบที่เกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่มีผลต่อการหดตัวในกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ประกอบไปด้วย

- ปัญหาด้านต้นทุน

ในปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2540) นับว่าเป็นช่วงที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ต่างตกอยู่ในสภาพตกต่ำมาก เพราะผลพวงจากสภาวะเศรษฐกิจโดยรวมส่งผลให้ต้นทุนทางการเงินของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอย่างมาก ขณะที่วัตถุดิบในการผลิตหลัก ๆ คือกระดาษพิมพ์นั้น ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งประเด็นนี้บรรดาผู้ประกอบการได้พยายามงัดกลยุทธ์ต่าง ๆ ใช้เพื่อแก้ไข ปัญหา โดยเฉพาะกลุ่มที่มีการกู้ยืมเงินจากภายนอกประเทศนอกจากนั้นปัญหาใหญ่ที่ตามมาคือ การปรับราคาเยื่อกระดาษในตลาดโลก จึงทำให้ต้นทุนการผลิตหนังสือพิมพ์เพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม ปัญหาด้านต้นทุนของผู้ผลิตหนังสือพิมพ์ เริ่มก่อตัวขึ้นตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2538 เนื่องจากว่าอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์มีการขยายตัวกันมาก ทำให้รายส่วนแบ่งการตลาดหายไป ขณะที่ต้นทุนเริ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ อันเนื่องมาจากค่ากระดาษและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ขณะที่รายได้จากค่าโฆษณาเริ่มลดลง ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถแบกรับภาระต้นทุนได้อีกต่อไป ซึ่งสุดท้ายนำไปสู่การประกาศขึ้นราคาหนังสือพิมพ์ โดยเมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2538 หนังสือพิมพ์ บางกอกโพสต์ ปรับราคาจาก 12 บาท เป็น 15 บาท วันที่ 1 สิงหาคม 2538 หนังสือพิมพ์มติชนและข่าวสด ปรับราคาจาก 5 บาท เป็น 7 บาท และขยับขึ้นมาเป็น 8 บาท วันที่ 7 สิงหาคม 2538 สยามโพสต์ ปรับราคา จาก 5 บาท เป็น 7 บาท วันที่ 1 กันยายน 2538 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์กับสยามรัฐปรับราคาจาก 5 บาทเป็น 7 บาท วันที่ 1 ตุลาคม 2538 หนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวันปรับจาก 5 บาทเป็น 10 บาท ขณะที่หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจทั้งกรุงเทพฯ ธุรกิจรายวัน, ผู้จัดการรายวัน, วัฏจักรรายวัน มีการปรับราคา จาก 10 บาท เป็น 15 บาท

อย่างไรก็ตามแม้ว่าหลายฉบับที่มีการปรับราคาขึ้นเพื่อความอยู่รอด แต่ก็ยังมีหลายฉบับที่ทนกับทนสภาพภาวะต้นทุนสูงไม่ไหวก็ต้องปิดตัวไป เช่น เดลิมีเลออร์, ดาวสยาม, สปอร์ตเอ็กซ์เพรส, ไทยธุรกิจไฟแนนซ์ ,ไทยไฟแนนซ์เซียล ,ไฟแนนซ์เซียล เดย์ และไทยแลนด์ไทม์ นอกจากนี้ยังมีหลายบริษัทเริ่มที่จะมีปัญหาด้านต้นทุน

อย่างไรก็ตามแม้ว่าหนังสือพิมพ์หลายฉบับได้พยายามปรับตัวเองเพื่อรับมือสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป แต่ปัญหาใหญ่ที่อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์พบก็คือปัญหาด้านต้นทุนที่สูง ยิ่งปัจจุบัน(2541)ปัญหาด้านเศรษฐกิจจะล่อตัวอย่างรุนแรงกระทั่งส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ

หนังสือพิมพ์ขาดทุนและปิดตัวเองไปหลายฉบับ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ที่เกิดขึ้นใหม่ในช่วงปี 2536 ดังนั้นเพื่อการอยู่รอดผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์จึงพยายามทำทุกวิถีทางเพื่อให้หัวหนังสือไม่ถูกปิด ซึ่งวิธีการที่พบเห็นมากที่สุดคือ การลดเงินเดือนพนักงานลงร้อยละ 10-50 การลดจำนวนพนักงานลงร้อยละ 20-30 บางแห่งมากกว่าร้อยละ 50 เช่นหนังสือพิมพ์คู่แข่ง หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ หนังสือพิมพ์วัฏจักร ส่วนที่เหลือแม้ไม่ลดพนักงานแต่ก็ประกาศไม่มีการรับเพิ่ม จนกว่าเศรษฐกิจจะฟื้นตัว ซึ่งก็ยังไม่ใครยืนยันได้เศรษฐกิจไทยจะฟื้นเมื่อไหร่ นอกจากนี้บางฉบับยังจำเป็นต้องลดต้นทุนการผลิตซึ่งนอกจากลดจำนวนหน้าลงแล้ว ยังมีการตัดงบประมาณที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ที่ไม่จำเป็นเพื่อช่วยลดค่าใช้จ่าย

#### - การพัฒนาด้านเทคโนโลยี

หลังจากที่อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทยเริ่มได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี 2538 อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่มีความพยายามพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมากขึ้น ดังนั้นแนวโน้มการเพิ่มศักยภาพหรือการก้าวเข้าไปสู่การใช้เทคโนโลยีการจัดการใหม่ๆ เข้ามา เพื่อช่วยเวลาการทำงานให้สั้นลง แทนที่จะใช้เทคโนโลยีเดิมก็มีการนำเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์มาใช้มากขึ้น

หนังสือพิมพ์ได้ชื่อว่าเป็นสื่อสำคัญประเภทหนึ่งที่ให้ข้อมูลข่าวสารต่อชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังมีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติของคนในสังคมค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในประเทศไทย หนังสือพิมพ์อาจถือได้ว่าเป็นผู้นำทางความคิดของสังคมเลยทีเดียว เนื่องจากการกระจายไปทั่วประเทศสามารถเจาะเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม เพราะในปัจจุบันปัญหาเรื่องของการอ่านหนังสือไม่ออกได้ถูกแก้ไขอย่างจริงจังจากรัฐบาล ซึ่งการพัฒนาองค์กรหนังสือพิมพ์ของไทยสามารถพัฒนามาถึงระดับการมีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ และมีเครือข่ายในต่างประเทศด้วย ทำให้การนำเสนอเนื้อหาต่างๆ ขยายวงกว้างมากขึ้น

แม้ว่าการเกิดขึ้นของวิทยุและโทรทัศน์จะเป็นคู่แข่งสำคัญของหนังสือพิมพ์ในด้านการเสนอข่าวสารซึ่งมีความได้เปรียบในเรื่องของความเร็วและความดึงดูดผู้ชมที่สามารถนำเสนอทั้งรูปแบบของเสียงและภาพได้แต่หนังสือพิมพ์ก็ไม่ได้ลดความสำคัญลงไป เนื่องจากสามารถนำเสนอข่าวในด้านที่ละเอียดและลึกกว่า จึงทำให้ส่วนหนึ่งหนังสือพิมพ์มีความสำคัญในการเก็บเป็นฐานข้อมูลสำหรับการค้นคว้าวิจัยได้

อย่างไรก็ตามในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา ได้มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศขึ้นมามาก โดยเฉพาะการเกิดสื่อชนิดใหม่ คือ “เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต” ซึ่งมีคุณสมบัติความเป็น “หลายสื่อ” คือสามารถนำเสนอได้ทั้งลักษณะของภาพ เสียง และข้อความ โดยสามารถเชื่อมโยงแหล่งข้อมูลได้ทั่วโลกผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ สายโทรศัพท์ และเทคโนโลยีโทรคมนาคม ทำให้อินเทอร์เน็ตกลายเป็นฐานข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดของโลก ในขณะนี้ ซึ่งนอกจากการค้นหาข้อมูลต่างๆแล้ว ยังมีกิจกรรมการสื่อสารต่างๆที่กระทำบนอินเทอร์เน็ตซึ่งสามารถเอื้อประโยชน์แก่ผู้ใช้อย่างมาก ซึ่งกิจกรรมเหล่านั้นประกอบไปด้วย<sup>3</sup>

1. การรับส่งจดหมาย ที่เรียกกันว่า Electronic Mail หรือ E-mail ซึ่งได้รับความนิยมใช้กันมาก เนื่องจากผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาอันสั้น ไม่ว่าจะอยู่ในที่ทำงานเดียวกันหรืออยู่ห่างกันคนละมุมโลกก็ตาม นอกจากนั้นยังสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายน้อยมาก เพียงเท่ากับค่าโทรศัพท์เท่านั้น ซึ่งในปัจจุบันนอกจากจะเป็นการติดต่อสื่อสารกันธรรมดาแล้ว ยังมีการใช้ E-mail เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆเพราะใช้เวลารวดเร็วและค่าใช้จ่ายต่ำ

2. การสืบค้นข้อมูลแบบเครือข่ายใยแมงมุม หรือ World Wide Web ก็เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากอีกกิจกรรมหนึ่ง ด้วยลักษณะเฉพาะที่เหมือนกับการเข้าไปอ่านหนังสือในห้องสมุด โดยหนังสือที่มีให้อ่านจะสมบูรณ์มากกว่าหนังสือทั่วไป เพราะสามารถฟังเสียงและดูภาพเคลื่อนไหวประกอบได้ นอกจากนั้นยังสามารถโต้ตอบกับผู้อ่านได้ ลักษณะเด่นอีกประการหนึ่งคือ ข้อมูลต่างๆจะมีการเชื่อมโยงถึงกันได้ด้วยคุณสมบัติของ hypertext Link คือจะมีเทคโนโลยีการแปลงข้อมูลให้เป็นภาษาที่ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้

3. การโอนย้ายข้อมูล (File Transfer Protocol : FTP) คือผู้ใช้สามารถโอนย้ายข้อมูลที่ต้องการมาเก็บไว้ใช้ได้ ขณะเดียวกันก็สามารถโอนย้ายข้อมูลของตนเองไปยังสถานที่ที่ต้องการได้ ซึ่งการโอนย้ายข้อมูลมักทำเมื่อข้อมูลมีจำนวนมาก หรือขนาดใหญ่มาก

4. การแลกเปลี่ยนข่าวสาร (USENET) เป็นกิจกรรมที่คล้ายกับการติดประกาศบนกระดานข่าวหรือ Bulletin Board ซึ่งเป็นการรวมตัวของกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันมารวมกันแล้วตั้งเป็นกลุ่มข่าวของแต่ละประเภท เมื่อมีข้อมูลใหม่ที่จะเป็นประโยชน์ต่อสมาชิกผู้อื่น

---

<sup>3</sup> เอกสารประกอบการสอน วิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ ศธ504 , สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ , หน้า 5-10 .

หรือมีปัญหาหรือคำถามที่ต้องการความช่วยเหลือหรือคำตอบ ผู้นั้นก็ส่งข้อความ(massage) ของตนเข้าไปติดประกาศไว้ในอินเทอร์เน็ต เมื่อสมาชิกอื่นๆอ่านพบ ถ้ามีข้อมูลเพิ่มเติมหรือบางอย่างไม่ถูกต้อง หรือมีคำตอบที่ช่วยแก้ปัญหาได้ สมาชิกเหล่านั้นก็จะส่งข้อมูลตอบกลับไปติดประกาศไว้เช่นกัน

5. การเข้าใช้เครื่องระยะไกล (Telnet) เป็นการขอใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องไปนั่งหน้าเครื่องนั้น เครื่องคอมพิวเตอร์ดังกล่าวนั้นอาจอยู่ภายในสถานที่เดียวกับผู้ใช้ หรืออยู่ห่างกันคนละทวีปก็ได้ แต่ทั้งนี้ผู้ใช้ต้องมีเลขที่บัญชี (Account) และรหัสผ่าน (Password) จึงจะสามารถเข้าใช้เครื่องดังกล่าวได้ ส่วนคำสั่งในการทำงานนั้นขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีปฏิบัติการของเครื่องที่เข้าไปขอใช้

6. การสนทนาผ่านเครือข่าย (Talk หรือ Chat) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง (two way communication) คือสามารถสื่อสารโต้ตอบกันได้ทันทีเหมือนการใช้โทรศัพท์ จะเห็นได้ว่า กิจกรรมทั้ง 6 ประเภทที่สามารถทำได้บนเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตนั้น ล้วนเอื้ออำนวยความสะดวกแก่การสืบค้นข้อมูลของผู้ใช้ด้วยความรวดเร็วและมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างต่ำ ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ นับว่า อินเทอร์เน็ต ดูเหมือนจะกลายเป็นคู่แข่งสำคัญของหนังสือพิมพ์

ศาสตราจารย์ ดร.ไพรัช ธัชยพงษ์ ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ หรือเนคเทค กล่าวถึงการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศว่า “การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็วในขณะนี้ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและธุรกิจ อาทิเช่นเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนในการนำเทคโนโลยีต่างๆเข้ามาสำหรับประเทศไทยจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับนั้นหมายความว่า ธุรกิจต่างๆจะต้องมีการเตรียมตัวการพัฒนาบุคลากรที่ดี เพื่อให้สอดคล้องกับการนำเทคโนโลยีหรือไอทีมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ”<sup>4</sup>

คุณชาญชัย จารุวัตร กรรมการผู้จัดการใหญ่บริษัทสามารถ คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) กล่าวถึงกรณีเดียวกันว่า “หากมีคู่แข่งชั้นที่เกิดขึ้นในศตวรรษหน้า ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้เป็นล้านคน สามารถลดต้นทุนการจำหน่ายผ่านช่องทางจำหน่ายใหม่ๆได้

<sup>4</sup> กรุงเทพธุรกิจ , วันที่ 1 พ.ค. 2539 , หน้า 1- 6.

ตลอดจนสามารถใช้ฐานข้อมูลได้จากทั่วโลก และสามารถเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานได้ร้อยละ 50 ถึง ร้อยละ 100 สามารถออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆได้ ตลอดจนสามารถทำงานได้ตลอดเวลา ดังนั้นหากเราไม่ศึกษาถึงความเปลี่ยนแปลงให้เข้าใจ และรู้ข้อดีข้อเสีย ตลอดจนศักยภาพของเทคโนโลยี ดังนั้นองค์กรแต่ละแห่งจะมีการฝึกทีมงาน เพื่อจะให้ทีมที่เรียนรู้สิ่งใหม่ๆนำมาถ่ายทอดแก่บุคคลในองค์กร”<sup>5</sup>

#### - เพิ่มช่องทางและความสามารถด้านการแข่งขัน

อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ปรากฏว่า ผู้บริหารหนังสือพิมพ์และผู้ปฏิบัติงานกลับมองว่าอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสิ่งใหม่ที่เอื้อประโยชน์ต่อการทำหนังสือพิมพ์มากกว่าที่จะเป็นคู่แข่งทางธุรกิจ โดยคุณสมบัติของอินเทอร์เน็ตก็สามารถนำมาใช้ประโยชน์ให้กับอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ได้ โดยเฉพาะคุณสมบัติในการเป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลขนาดใหญ่ที่ครอบคลุมไปทั่วโลก ช่วยให้การสืบค้นข้อมูลข่าวสารทำได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันก็ทำให้แหล่งข่าวมีกว้างขวางมากขึ้น โดยการสื่อสารผ่านทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตช่วยจัดสิ่งกีดขวางเกี่ยวกับระยะทางไปได้

ต่อกรณีดังกล่าว คุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ได้ให้ความเห็นว่า “หลายๆคนอาจเห็นว่าการแพร่กระจายของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตจะกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญของหนังสือพิมพ์ เพราะสามารถเสนอข้อมูลที่เหมือนกัน แต่มีความน่าสนใจกว่า และทำได้ในระยะเวลาที่รวดเร็วกว่า จะทำให้ผู้อ่านหันไปใช้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมากกว่าจะอ่านหนังสือพิมพ์ ซึ่งความคิดเห็นดังกล่าวเป็นจริงในสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีการแพร่หลายของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้าถึงผู้รับเกือบทุกครัวเรือน เพราะเทคโนโลยีในสหรัฐฯ เอื้ออำนวยทั้งค่าบริการที่ถูก ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ก็ต่ำกว่าในเมืองไทย ขณะที่คนอเมริกันเองก็ใช้คอมพิวเตอร์ในอัตราที่สูงมากในแต่ละวัน คอมพิวเตอร์จึงเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของชาวอเมริกัน ซึ่งต่างกับคนไทยเพราะผู้ที่จะมีเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้นั้นต้องมีฐานะพอสมควร ขณะเดียวกันคนที่จะเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตก็ต้องมีกำลังซื้อสูงขึ้นอีก เพราะค่าติดตั้ง ค่าบริการ ค่าโทรศัพท์ ในประเทศไทยค่อนข้างสูงหากเทียบกับสหรัฐอเมริกา

<sup>5</sup> กรุงเทพธุรกิจ , วันที่ 1 พ.ค. 2539 , หน้า 6.

จะเห็นได้ว่าการเข้าถึงผู้รับของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังไม่กว้างขวางเท่าที่ควร ขณะเดียวกันสำหรับผู้ที่อยู่ในวงการหนังสือพิมพ์ของไทยแล้วไม่ได้มองว่าอินเทอร์เน็ตเป็นคู่แข่ง แต่กลับมองว่าเป็นตัวช่วยเสริมในการทำงาน ทำข่าวให้สมบูรณ์ขึ้น เพราะจะเห็นได้ว่าแหล่งข้อมูลในประเทศไทยยังไม่สมบูรณ์เพียงพอสำหรับการสืบค้นข้อมูลข่าวสาร เมื่อมีอินเทอร์เน็ตเข้ามา ก็จะช่วยสร้างความกว้างขวางของแหล่งข้อมูลให้มากขึ้น ขณะเดียวกันการที่สำนักข่าวต่างประเทศเปิดเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต และมีการรายงานสถานการณ์ตลอด 24 ชั่วโมง ก็ช่วยให้การทำข่าวต่างประเทศของหนังสือพิมพ์ไทยทำได้ง่ายขึ้น เพราะไม่ต้องรอโทรสาร หรือเทเลคส์ จากสำนักข่าวต่างประเทศ และการดึงข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตก็ไม่ต้องจ่ายค่าข่าว เหมือนการซื้อจากสำนักข่าว ถือว่าประหยัดค่าใช้จ่ายได้อีกแง่หนึ่ง นอกจากนี้การเปิดโฮมเพจของหนังสือพิมพ์ยังเป็นช่องทางสร้างรายได้ในการขายโฆษณา เพิ่มอีกทางหนึ่งด้วย” (สัมภาษณ์ : วันที่ 19 มกราคม 2541)

เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจช่วงปี 2538 ที่ราคาเยื่อกระดาษโลกพุ่งสูงขึ้น ธุรกิจสิ่งพิมพ์ได้ชื่อว่าเป็นธุรกิจที่ย่างก้าวเข้าสู่ขาลงอย่างเต็มตัว ดร.อัจฉนา ไวความดี ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการสายวิจัย บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ จี.เอฟ. จำกัด(มหาชน) กล่าวว่า “หากพิจารณาจากราคากระดาษที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นและรายได้จากยอดโฆษณาที่ส่วนใหญ่จะมีจากธุรกิจจอสังหาริมทรัพย์ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทที่พัฒนาอสังหาริมทรัพย์มีผลประกอบการที่ไม่ดีนัก และมีค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้นบริษัทเหล่านี้จึงพยายามลดค่าใช้จ่ายทางด้านโฆษณาลง ซึ่งส่งผลให้ผลประกอบการของหุ้นในหมวดสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบตามไปด้วย”<sup>7</sup>

อย่างไรก็ตามในความเห็นของดร.อัจฉนา มองว่า จุดเด่นที่สำคัญของธุรกิจสิ่งพิมพ์ก็คือ การแตกแขนงธุรกิจเพื่อก้าวเข้าสู่การทำธุรกิจสื่อสารแบบครบวงจร ซึ่งถือว่าเป็นแรงหนุนต่อปัจจัยพื้นฐานในระยะยาว และที่ผ่านมายุทธศาสตร์หนังสือพิมพ์ก็มีการปรับตัวเข้าสู่สื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยมีหนังสือพิมพ์รายวันอีกหลายฉบับที่เริ่มหันมาให้ความสนใจในเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์รายวันฉบับใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าทุกแห่งมีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรแล้ว โดยส่วนใหญ่จะนำมาใช้เป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลเป็นหลักแล้ว ยังสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสารเรียกว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นทางเลือกในการแข่งขันในอนาคตเนื่องจากสื่อบนอินเทอร์เน็ตสามารถเดินทางได้ทั่วโลกและใช้ต้นทุนที่ต่ำ

<sup>7</sup> “หุ้นสิ่งพิมพ์ : อนาคตที่ยังแปรปรวน” , กรุงเทพธุรกิจ, 9 มิ.ย. 2539, หน้า พ.2.

กล่าวโดยสรุป ในช่วงปี 2536 อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทยเชื่อแน่วโน้ม เศรษฐกิจยังสามารถขยายตัวได้อีกมาก อีกทั้งยังเชื่อว่าการบริโภคข้อมูลข่าวสารจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามกระแสเศรษฐกิจ นอกจากนี้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ยังมองว่าการเกิดขึ้นของสื่อจำนวนมากมายเริ่มส่งผลต่อการแข่งขัน และมีผลกระทบต่อรายได้ ดังนั้นผู้ประกอบการเองจึงพยายามมองหาช่องทางเพื่อรักษาฐานและสัดส่วนการตลาดไว้ ช่วงนั้นเราจะเห็นได้ว่ามีหนังสือพิมพ์บางฉบับได้เพิ่มจำนวนหน้า และมีหนังสือฉบับพิเศษแทรกในฉบับรายวันเพื่อเป็นของแถมแก่ผู้อ่าน

ประกอบกับสภาพคล่องด้านเงินทุนยังมีอยู่สามารถขยายการลงทุนได้ง่าย ทำให้มีการคิดค้นมองหาสื่อรูปแบบใหม่ที่จะเข้าถึงผู้รับสารได้มากที่สุด โดยจะเห็นได้จากผู้ประกอบการที่มีความพร้อมด้านเงินทุนหลายราย ต่างพยายามขยายเครือข่ายครอบคลุมสื่อทุกประเภทให้ครบวงจรเพื่อหวังช่องทางหารายได้ใหม่ๆ เข้ามา กลุ่มผู้ผลิตหนังสือพิมพ์ให้ความสนใจมากที่สุดคือการขยายสื่อเข้าไปสู่สื่อวิทยุเป็นอันดับต้นๆ เพราะเชื่อว่าสื่อวิทยุสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับได้ง่ายและรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีต้นทุนที่ถูกกว่า

นอกจากการขยายตัวของสื่อแล้ว ผู้บริหารยังมองหาช่องทางเพิ่มศักยภาพขององค์กร เพื่อขีดความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้ในยุคปัจจุบันเครื่องมือการสื่อสารใหม่เริ่มเข้ามาบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ เพจเจอร์ ทำให้การติดต่อสื่อสารในองค์กรมีความคล่องตัวมากขึ้น แม้ว่าอุปกรณ์เหล่านี้จะมีต้นทุนที่สูงแต่ก็ถือว่าคุ้มกับการลงทุน ดังนั้นในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ช่วงปี 2536 จึงถือว่าเป็นช่วงที่สื่อกำลังอยู่ระหว่างการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เริ่มจะเปลี่ยนไป

ผู้บริหารหนังสือพิมพ์บางฉบับ ที่มีทุนสูงจึงไม่รีรอที่จะเปลี่ยนแปลง บางแห่งมองไกลไปถึงการเข้าไปทำสื่อทั้งวิทยุและโทรทัศน์ และพร้อมที่จะรับเทคโนโลยีใหม่เข้ามา ซึ่งช่วงนั้นคอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมาก มีการวางเทคโนโลยีการทำงานของคอมพิวเตอร์ เชื่อมต่อการทำงานของหนังสือพิมพ์อย่างสมบูรณ์แบบ ทำให้การรายงานข่าวสารและการผลิตเป็นไปอย่างรวดเร็ว พุดง่ายหนังสือพิมพ์ค่ายใหญ่โดยเฉพาะที่อยู่ในต่างหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในองค์กรแทบทั้งนั้น ขณะที่หนังสือพิมพ์อื่นๆ ก็ทยอยใช้เช่นกัน

และเมื่อประมาณปีพ.ศ. 2537 รัฐบาลได้เปิดให้มีการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ บรรดาหนังสือพิมพ์หลายฉบับต่างก็ให้ความสนใจ เพราะมองว่าอินเทอร์เน็ตนั้นมีคุณลักษณะที่น่าสนใจ และเชื่อมั่นว่าเป็นฐานข้อมูลได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้โดยความสามารถของอินเทอร์เน็ตยังใช้เป็นช่องทางสื่อสารได้ด้วย ผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์หลายฉบับจะมี



การนำเครื่องมือดังกล่าวเข้ามาทดลองใช้ จนกระทั่งในปัจจุบันมีการนำเข้ามาใช้อย่างแพร่หลาย แม้แต่หนังสือพิมพ์ขนาดเล็กบางฉบับก็จำเป็นต้องมีอินเทอร์เน็ต

แน่นอนสำหรับการใช้อินเทอร์เน็ตในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ แม้ทุกคนจะมองว่าเป็นสิ่งจำเป็นแต่ลักษณะการนำเข้ามาใช้ของแต่ละองค์กรก็ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง บางฉบับรับอินเทอร์เน็ตใช้ติดตั้งเพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสาร บางฉบับนอกจากค้นหาข้อมูลข่าวสารแล้วยังพัฒนาไปถึงขั้นใช้เป็นช่องทางการสื่อสาร เปิดโฮมเพจเป็นของตัวเอง นอกจากนี้บางบริษัทยังได้มองไกลไปถึงขั้นร่วมกับบริษัทที่ทำธุรกิจสื่อสารเพื่อเป็นผู้ให้บริการเอง

จะเห็นได้ว่าในช่วงที่ผ่านมา มีหลายสิ่งหลายอย่างที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะแนวโน้มที่เกิดจากการขยายตัวของสื่อที่มีจำนวนมากขึ้น นำไปสู่การแข่งขัน ซึ่งแต่ละองค์กรต่างก็มีการปรับเปลี่ยนตัวเองเพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับสื่อเดียวกันและสื่ออื่นๆ นอกจากนั้นสิ่งที่ค้นพบคืออุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ได้พยายามนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ในองค์กร เช่นคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ รวมไปถึงเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เพราะเชื่อว่าสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะช่วยให้องค์กรมีความสามารถด้านการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น

## ตอนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต ของกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์

### 2.1 กระบวนการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะลึกในผู้บริหารหนังสือพิมพ์ 7 ฉบับ จำนวน 25 คน ปรากฏว่า ทั้งหมดรับรู้ (awareness) ว่ามีการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตจากหนังสือพิมพ์ และสำนักข่าวต่างประเทศ ซึ่งมีการรายงานความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ รวมไปถึงการใช้งาน และคุณประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต ที่สามารถติดต่อเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกผ่านทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ขณะเดียวกันผู้บริหารบางคนก็ได้รับความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตจากแหล่งข่าวของตน ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่รับมาได้กระตุ้นให้กลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์เกิดความสนใจเนื่องจากมองว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตจะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในองค์กรได้

ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารกลุ่มหนังสือพิมพ์คู่แข่ง ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ธุรกิจฉบับภาษาไทยที่มียอดจำหน่ายติดอันดับ 4 รองจากกรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการรายวัน และผู้จัดการจากการสำรวจของบริษัทตีมาร์ท ประเทศไทย จำกัด เมื่อปี 2540

คุณพิชัย คิริจันทนนท์ บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์คู่แข่ง กล่าวถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตว่า “เราได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตจากการอ่านนิตยสารต่างประเทศมาตั้งแต่ช่วงปี 2530 ซึ่งตอนนั้นเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในสหรัฐอเมริกาเริ่มมีการนำมาใช้อย่างแพร่หลาย และมีกระแสความนิยมเกิดขึ้น แต่ในประเทศไทยนั้นยังไม่มีมีการนำมาใช้มากนัก โดยจากการสอบถาม ทราบว่ามีการใช้เฉพาะการติดต่อเกี่ยวกับเทคโนโลยีการศึกษาเท่านั้น แต่ก็มี ความสนใจในเทคโนโลยีตัวนี้มาโดยตลอด เพราะคิดว่าจะสามารถนำมาใช้ประโยชน์กับการทำงานข่าวได้” (สัมภาษณ์ :วันที่ 20 มกราคม 2541)

ในขณะที่ คุณธวัช พลังเทพินทร์ บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์คู่แข่ง กล่าวถึงการติดตามกระแสความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นต่อเทคโนโลยีสารสนเทศว่า “สถานการณ์โลกเปลี่ยนไป เนื่องจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีซึ่งผู้บริหารจะต้องติดตามกระแสดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง สำหรับหนังสือพิมพ์ถือเป็นธุรกิจหนึ่ง ซึ่งต้องมองหาหนทางในการสร้างกำไรและประโยชน์ให้องค์กร จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องนี้จากหนังสือและนิตยสารต่างประเทศทำให้เรามองเห็นช่องทางใหม่ในการทำธุรกิจเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ซึ่งนอกจากจะทำในฐานะสื่อมวลชนที่ต้องติดตามความเคลื่อนไหวแล้ว ขณะเดียวกันในเชิงธุรกิจเราจำเป็นต้องมองหาช่องทางใหม่เพื่อการขยายโอกาสและรายได้ซึ่งเราได้เริ่มสนใจศึกษาเรื่องเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตมาตั้งแต่ยังไม่เข้ามาในเมืองไทย”(สัมภาษณ์ 10 กุมภาพันธ์ 2540)

ขณะที่ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ ก็แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับทราบความเป็นมาของอินเทอร์เน็ตคล้ายๆกัน โดย คุณวิภาค วิจิตวาทการ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์ กล่าวว่า “ในต่างประเทศอินเทอร์เน็ตเข้ามาบทบาทมาเมื่อหลายปีก่อน เราเองก็พยายามติดตามข่าวสารอย่างต่อเนื่อง เพราะในต่างประเทศเช่นสหรัฐอเมริกาหนังสือพิมพ์ ได้รับผลกระทบจากการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ต ทำให้ยอดขายลดลง ดังนั้นเราจึงต้องศึกษารายละเอียดทั้งคุณและโทษของอินเทอร์เน็ตโดยศึกษาจากนิตยสารต่างๆ” (สัมภาษณ์ : วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2541)

คุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ให้สัมภาษณ์ว่าถึงการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตว่า “ตัวเองในฐานะบรรณาธิการบริหารซึ่งต้องมีหน้าที่ติดตามข้อมูลความเคลื่อนไหวของข่าวอยู่เป็นประจำ ไม่ว่าจะเป็นข่าวในประเทศและข่าวต่างประเทศ หัวข่าวต้องรายงานให้ทราบโดยเฉพาะข่าวใหญ่ที่มีผลต่อผู้อ่านซึ่งพอเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นเราก็มีการติดตามข่าวนี้เช่นกัน เพราะการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ตในต่างประเทศ

เป็นที่ฮือฮามาก เราในฐานะสื่อก็ต้องหาแหล่งข่าวเพื่อรายงาน ซึ่งความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตบางครั้งก็ได้จากแหล่งข่าว” (สัมภาษณ์ :วันที่ 19 มกราคม 2541)

สำหรับกลุ่มวิจักร คุณประพันธ์ บุญเกียรติ กรรมการผู้จัดการ บริษัทวิจักร จำกัด(มหาชน) ให้สัมภาษณ์ว่า “ กลุ่มวิจักรมีการรับทราบอินเทอร์เน็ตมานานก่อนนำเข้ามาใช้ในประเทศไทย จะเห็นได้ว่าทางผู้บริหารบริษัทได้วางแผนเกี่ยวกับการขยายสื่อและให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาก ซึ่งมีการบรรจุแผนการใช้จ่ายไว้ในแผนการเพิ่มทุนด้วยว่าจะต้องใช้เงินลงทุนบางส่วนในการลงทุนด้านอินเทอร์เน็ต คุณประพันธ์ บุญเกียรติ กรรมการผู้จัดการ กล่าวว่า เราเพิ่มทุนครั้งใหญ่เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2537 ครั้งนั้นบริษัทมีแผนซื้อหุ้นบริษัทไอที อินเทอร์เน็ตเอเจนซี และเพื่อลงทุนในหุ้นสามัญสยามบรอดแคสต์ติ้ง แอนด์คอมมิวนิเคชั่น ซึ่งแผนการดังกล่าวได้มีการวางแผนมาอย่างดีในการขยายสื่อ”<sup>8</sup>

ขณะที่คุณภัทรารวรรณ พูลทวีเกียรติ บรรณาธิการบริหารผู้จัดการรายวัน กล่าวว่ากลุ่มผู้จัดการให้ความสำคัญด้านการพัฒนาเทคโนโลยีค่อนข้างมาก และให้ความสำคัญด้านข้อมูลข่าวสาร จะเห็นได้ว่าเรามีศูนย์บริการข้อมูลผู้จัดการ หรือบริษัทเอ็มไอเอส จำกัด ซึ่งจัดตั้งขึ้นมาดูแลด้านข้อมูลสารสนเทศเพื่อขายข้อมูลและให้บริการความสะดวกของกลุ่มเอ็มกรุ๊ป ซึ่งในจุดนี้เราก็ได้ให้ความสนใจกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตพอสมควร ซึ่งก่อนหน้าที่จะมีเทคโนโลยีดังกล่าวในประเทศไทยกลุ่มผู้จัดการก็มีการศึกษาวางแผนเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญมาบรรยายให้ผู้บริหารรับทราบประโยชน์และคุณสมบัติของอินเทอร์เน็ต (สัมภาษณ์ :วันที่ 1 เมษายน 2541)

ขณะที่คุณเล็ก นนทนาพันธ์ บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจกล่าวว่า “เราเป็นหนังสือพิมพ์ธุรกิจฉบับแรกที่เข้าไปบนอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เพราะเรามีการศึกษามาก่อนว่าอินเทอร์เน็ตมีประโยชน์มากมายและต้นทุนต่ำ ซึ่งเมื่อประเทศไทยได้เปิดให้บริการเชิงพาณิชย์ผู้บริหารจึงตัดสินใจนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรทันที “เราทราบความเคลื่อนไหวอินเทอร์เน็ตจากหนังสือวิทยุสารรวมไปถึงได้รับข้อมูลประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตมาจากแหล่งข่าว”สัมภาษณ์ :วันที่ 11 มกราคม 2541)

<sup>8</sup> กลุ่มวิจักรเปิดแผนธุรกิจอินเทอร์เน็ต,ผู้จัดการรายวัน, 12 สิงหาคม 2537 ,หน้า

ในส่วนของกลุ่มเนชั่น นั้นผู้บริหารเริ่มรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต ในลักษณะที่ไม่แตกต่างกัน โดยคุณอดิศักดิ์ ลิ้มปัฐพัฒนกิจ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ในเครือเนชั่น กล่าวว่า “กลุ่มเนชั่นมีแนวคิดเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่โดยมีแผนขยายสื่อมานานแล้ว จะเห็นได้ว่าเราให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตพอสมควร โดยมีการเปิดเว็บไซต์ ซึ่งก่อนหน้านี้เราก็มีการศึกษาประโยชน์และผลกระทบที่มีต่อหนังสือพิมพ์ก่อนที่จะนำเข้ามาใช้ โดยเรามีทีมผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์ซึ่งคอยให้ข้อมูลอยู่ตลอดเวลา” (สัมภาษณ์ :วันที่ 8 เมษายน 2541)

ทั้งนี้สำนักข่าวต่างประเทศได้มีการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับความคืบหน้าของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อธุรกิจมากขึ้นเรื่อยๆ ในต่างประเทศ ทำให้กลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์ยังสนใจ และหลายคนได้รับความรู้ด้านอินเทอร์เน็ตจากการสัมภาษณ์หรือพูดคุยกับแหล่งข่าวทำให้เกิดความสนใจและต้องการศึกษาเทคโนโลยีชนิดใหม่นี้อย่างใกล้ชิดมากขึ้น เนื่องจากมองเห็นช่องทางด้านธุรกิจที่จะนำมาสร้างประโยชน์ และความได้เปรียบคู่แข่ง

จะเห็นได้ว่า การแพร่เข้ามาของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตนั้น กลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์ ได้รับรู้ (awareness) ข้อมูลข่าวสารต่างจากแหล่งข้อมูลข่าวสาร (source) คือสำนักข่าวของต่างประเทศโดยเฉพาะจากแหล่งของสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีการรายงานความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีช่องทางการสื่อสาร (communication channel) ผ่านมาทางสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่ออกมาและส่งต่อมาให้ผู้รับ (receiver) คือกลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย และในระหว่างนั้นก็เกิดความสนใจ (interest) ที่จะนำเข้ามาใช้ในองค์กร เนื่องจากเล็งเห็นประโยชน์ต่างๆ ที่สามารถนำมาใช้ได้

ทั้งนี้ในระหว่างที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากต่างประเทศอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับพัฒนาการของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ก็มีการศึกษาหาข้อมูลเพื่อประเมิน (evaluation) และตัดสินใจว่าควรจะนำเข้ามาใช้ในองค์กรดีหรือไม่

โดยคุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ กล่าวถึงการประเมินผลที่เกิดขึ้นว่า “เมื่อได้รับทราบข่าวความเป็นมาของอินเทอร์เน็ต และประโยชน์ที่จะได้จากการใช้งาน ก็ทำให้ผู้บริหารบริษัทกระตือรือร้นต่อกระแสการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ตพอสมควร โดยมีการนำเรื่องดังกล่าวเข้าเสนอต่อที่ประชุมคณะผู้บริหารบริษัท เพื่อพิจารณาว่าควรจะมีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้งานในองค์กรหรือไม่ โดยมีการประเมินถึงสถานการณ์ต่างๆ เพื่อที่จะเตรียมนำมาใช้ในองค์กร” (สัมภาษณ์ : วันที่ 19 มกราคม 2541)

ด้านหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ นั้นผู้บริหารได้ให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตพอสมควรเนื่องจากกระแสอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมอย่างสูง แม้ช่วงแรกยังไม่เกิดขึ้นในประเทศไทย แต่คุณเล็ก นนทนาพันธ์ กล่าวถึงการวางแผนไว้ล่วงหน้าว่า “เราวางแผนไว้ล่วงหน้าหากอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นก็จะทดลองนำเข้ามาใช้ในองค์กร ซึ่งช่วงแรกที่คิดกันแค่นำมาใช้เป็นฐานข้อมูลเท่านั้น แน่ในระยะหลัง ๆ เราเห็นว่าการเปิดโฮมเพจก็อาจจะเป็นช่องทางขยายธุรกิจเกี่ยวกับการขายข้อมูลได้อีกทางหนึ่ง ” (สัมภาษณ์ : วันที่ 11 มกราคม 2541)

ขณะที่หนังสือพิมพ์บางฉบับไม่ได้มองการณ์ไกลขนาดนั้น เช่นกลุ่มเนชั่นและกลุ่มบิสซิเนสเดย์ ให้ความเห็นว่า ชั้นแรกยังไม่มั่นใจว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตจะเกิดขึ้นในเมืองไทยเมื่อไหร่จึงไม่มีการวางแผนอะไรไว้ล่วงหน้า แต่ผู้บริหารก็มีการประเมินผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์เหมือนกัน เพราะในต่างประเทศนั้นอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมมากและส่งผลกระทบต่อสื่อต่าง ๆ สังคมประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างยิ่ง เช่น ยอดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ในอเมริกาตกลง เพราะคนหันไปสนใจอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

คุณสันติ บุตรไชย อดีตบรรณาธิการข่าวอาวุโส หนังสือพิมพ์เนชั่นกล่าวว่า เป็นไปไม่ได้ที่ผู้บริหารหนังสือพิมพ์จะไม่ให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ต เพราะทุกคนรู้ว่าอนาคตอินเทอร์เน็ตจะต้องเข้ามาในเมืองไทย ซึ่งต้องประเมินสถานการณ์แล้วว่าจะทำอย่างไรรับหรือไม่รับอินเทอร์เน็ต “ในช่วงประเมินผลกระทบอินเทอร์เน็ตนั้น เราเชื่อว่าเมืองไทยยังพึ่งหนังสือพิมพ์ก็ไม่กระทบ เพราะสังคมไทยไม่ใช่อเมริกา คนไทยส่วนใหญ่คุ้นเคยกับหนังสือพิมพ์ แต่อีกแง่มุมหนึ่งเราก็ปฏิเสธอินเทอร์เน็ตไม่ได้ เราต้องรักษาโอกาสนี้ไว้เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์อื่น ๆ ในต่างประเทศ”(สัมภาษณ์ : วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2541)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มบุคคลในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ได้เตรียมความพร้อมที่จะนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ แม้ว่าจะยังไม่มีการเปิดให้บริการในประเทศไทยก็ตาม ซึ่งคุณวิภาค วิจิตวาทการ บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์ กล่าวว่า “เราจำเป็นต้องเดินตามกระแสอินเทอร์เน็ต ด้วยเหตุผลที่ว่าเรายังไม่รู้ว่าการเปลี่ยนแปลงสังคมสารสนเทศในบ้านเราจะเกิดขึ้นเมื่อไหร่ แต่เชื่อว่าต้องมีคนกลุ่มหนึ่งที่เข้าไปสู่สังคมสารสนเทศเหมือนกับคนอเมริกา ซึ่งคนกลุ่มนี้ก็เป็นเป้าหมายหนึ่งของเรา นอกจากนั้นเชื่อว่าอินเทอร์เน็ตน่าจะมีประโยชน์ด้านงานข่าวซึ่งจำเป็นต้องทดลองใช้”(สัมภาษณ์: 25 กุมภาพันธ์ 2541)

ขณะที่ หนังสือพิมพ์หนังสือพิมพ์ อีก 3 ฉบับ ได้ แก่หนังสือพิมพ์ ผู้จัดการ หนังสือพิมพ์วิญญูจักร์ และหนังสือพิมพ์คู่แข่ง ผู้บริหารได้กล่าวถึงระบบอินเทอร์เน็ตว่า มีสนใจเกี่ยวกับอิน

เทอร์เน็ตมากซึ่งในระดับผู้บริหารเองก็เริ่มมองหาช่องทางธุรกิจใหม่ทันทีและมีการศึกษาความเป็นไปได้ แม้ว่าในช่วงแรกอินเทอร์เน็ตยังไม่เกิดขึ้นในประเทศไทย

จะเห็นได้ว่าหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับ ให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตมาก ซึ่งจากการสัมภาษณ์ พบว่า สาเหตุที่เนื่องจากทั้ง 3 กลุ่มให้ความสำคัญระบบฐานข้อมูลและมีการเก็บข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ เพราะผู้บริหารการมองเป็นองค์ประกอบสำคัญในอนาคต และบริษัทเองอยู่ระหว่างขยายฐานข้อมูล โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ผู้จัดการมีฐานข้อมูลขนาดใหญ่มีเครือข่ายหนังสือพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศ การกำหนดเป้าหมายธุรกิจจึงเป็นเรื่องสำคัญมาก เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์คู่แข่งและหนังสือพิมพ์วิจักรที่เริ่มขยายฐานข้อมูลด้านการตลาด โดยแต่ละแห่งมีการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลซึ่งกำลังเป็นที่ต้องการมากในขณะนั้นมีการวางแผนการใช้อย่างเป็นระบบมากที่สุด

คุณวิรัตน์ แสงทองคำ บรรณาธิการอาวุโสหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ กล่าวถึงแนวคิดในการนำหนังสือพิมพ์ในเครือผู้จัดการเข้าไปเผยแพร่ในอินเทอร์เน็ต ว่า “ผู้จัดการมีการเตรียมการนานถึง 5 ปี เรามีการวางแผนขยายข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเวลานี้บริษัทในเครือคือเอ็มไอเอสมีข้อมูลจำนวนมากมายที่พร้อมบริการลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ”<sup>9</sup>

คุณธรรมศักดิ์ ละมัยพันธ์ อดีตบรรณาธิการหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน ให้ความเห็นว่า เป็นธรรมดาที่ผู้บริหารหนังสือพิมพ์จะต้องมองหาช่องทางสร้างรายได้ให้กับองค์กร จากกระแสข่าวในต่างประเทศที่ปลูกให้ผู้คนรู้ว่าถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต นับว่าเป็นจุดหนึ่งที่ทำให้เกิดความสนใจที่จะทดลองนำมาใช้ ในส่วนของคู่แข่งนั้นเรามีทีมคอมพิวเตอร์ ซึ่งรับผิดชอบหน้าประสานงานติดตั้งเทคโนโลยีต่างๆ ซึ่งในช่วงแรกบริษัทได้วางแผนนำอินเทอร์เน็ตมาทดลองใช้กับองค์กรเหมือนกัน “บริษัทเองก็ประเมินประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากอินเทอร์เน็ตหากเราติดตั้งให้กับบรรณาธิการข่าว และกองบรรณาธิการ ซึ่งผู้บริหารยังมีการประเมินการใช้งานไว้บางจุดเท่านั้น เช่นกองบรรณาธิการสามารถเข้าไปดูได้จุดหนึ่ง ทั้งนี้ในระยะแรกเตรียมไว้ใช้กับฝ่ายข่าวข่าวบันเทิงและเช็กชั้น อินเทลลิเจน ซึ่งจะใช้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมาก (สัมภาษณ์ : 12 กุมภาพันธ์ 2541)

<sup>9</sup> “เค็มกรุป วางรากฐานทางด่วนข้อมูลสายเอเชีย”, ไฟแนนซ์เชียลเดย์, 19 มิ.ย. 2539, หน้า 11.

คุณประพันธ์ บุญเกียรติ กรรมการผู้จัดการ บริษัทวัฏจักร กล่าวว่า การได้รับข้อมูลความเคลื่อนไหวของอินเทอร์เน็ต ทำให้บริษัทมีการวางแผนให้บริการทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะเป็นการรวบรวมข้อมูลจากสิ่งพิมพ์ในเครือข่ายทั้งหมด ในระยะเริ่มต้นเพียงสรุปข่าวสำคัญเสนอผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อทดลองและหาตลาดใหม่<sup>10</sup>

จะเห็นได้ว่า ขั้นตอนของการประเมินผล ในการตัดสินใจที่จะนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เข้ามาใช้ในองค์กรของกลุ่มผู้บริหารของหนังสือพิมพ์รายวันนั้น เกิดขึ้นพร้อมๆกับการรับรู้ข้อมูล เนื่องจากในช่วงนั้น (ประมาณปี 2530-2535) ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เข้ามาใช้ในประเทศไทยอย่างแพร่หลาย จึงเป็นการประเมินสถานการณ์โดยใช้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ รวมทั้งการสอบถามจากแหล่งข่าวเท่านั้น ยังไม่ได้มีการทดลองใช้ (trial)

ทั้งนี้กระบวนการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทย ถูกสกัดกั้นไว้ระยะหนึ่งเนื่องจากในช่วงที่สหรัฐอเมริกาการพัฒนาเทคโนโลยีชนิดนี้ และมีการใช้แพร่หลายอย่างมาก แต่ในประเทศไทยยังไม่มีการเปิดให้ใช้อย่างกว้างขวาง ทำให้กระบวนการรับนวัตกรรมยังไม่ก้าวไปสู่ขั้นทดลองใช้ (trial)

สำหรับการเข้ามาของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยนั้น เริ่มมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารโดยใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็นครั้งแรกเมื่อประมาณปี 2530<sup>11</sup> ในลักษณะของการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอินเทอร์เน็ต เริ่มต้นที่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ หลังจากนั้น สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) ก็ได้ติดต่อกับอินเทอร์เน็ตในช่วงปลายปีเดียวกัน และได้แพร่หลายไปยังสถาบันการศึกษาอื่นๆในประเทศ ในช่วงเวลา .7 ปีที่ประเทศไทยเริ่มมีการติดต่อกับอินเทอร์เน็ตนั้น ล้วนเป็นการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา วิจัย และพัฒนามาโดยตลอด

ถึงแม้ว่าในต่างประเทศจะเริ่มมีการให้บริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์กันไปบ้างแล้วก็ตาม แต่การให้บริการในรูปแบบเชิงพาณิชย์ในประเทศไทยยังไม่สามารถดำเนินการได้ เพราะติดขัดในเรื่องของตัวบทกฎหมายของไทย โดยเฉพาะพระราชบัญญัติการสื่อสารแห่งประเทศไทย

<sup>10</sup> “วัฏจักร เปิดแผนธุรกิจอินเทอร์เน็ต” ,หนังสือพิมพ์ สยามโพสต์ 25 มกราคม 2539 หน้า 18)

<sup>11</sup> สมนึก ศรีโน ,สุรศักดิ์ สงวนพงษ์ และสมชาย นำประเสริฐชัย , เปิดโลกอินเทอร์เน็ต ,กรุงเทพฯ,บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด(มหาชน),2538.

พ.ศ. 2475 ที่ไม่อนุญาตให้บริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ได้โดยพลการในประเทศไทย จำเป็นต้องผ่านการพิจารณาอนุมัติจากการสื่อสารแห่งประเทศไทยก่อน

จนกระทั่งในปี 2537 การสื่อสารแห่งประเทศไทยจึงเริ่มมีนโยบายผ่อนปรนเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์มากขึ้น โดยเริ่มมีการพิจารณาข้อเสนอที่ทางหน่วยงานที่สนใจจะให้บริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้ก็เป็นผลสืบเนื่องมาจากผลการบังคับของสนธิสัญญาการค้าเสรีระหว่างประเทศในกลุ่มอาเซียน หรือ AFTA ที่ระบุให้เปิดเสรีในธุรกิจด้านบริการภายในระยะเวลาอันใกล้ ประกอบกับแนวนโยบายของภาครัฐที่จะมีการแปรรูปหน่วยงานดังกล่าวให้เป็นบริษัทเอกชนแทนที่จะเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจเหมือนที่ผ่านมา ทำให้มีการอนุมัติให้เปิดบริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ได้ในประเทศไทย โดยมีผู้ได้รับอนุญาตให้บริการอินเทอร์เน็ต จากการสื่อสารแห่งประเทศไทยในช่วงปีแรกๆ อยู่ 3 ราย คือบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด , บริษัทเคเอสซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต จำกัด , ไอคอมเน็ต และบริษัทล็อกซเลย์ อินฟอร์เมชั่น จำกัด

จนถึงปัจจุบันมีบริษัทที่ได้รับอนุญาตให้เปิดบริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยทั้งหมด 11 ราย แต่มีเพียง 7-8 รายเท่านั้นที่ดำเนินการไปแล้ว ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ประเทศไทย, เคเอสซี , อินโฟนิวส์ , เอเนทท์ , ล็อกซ์อินโฟร์ , เอเชียแอ็คเชส สามารถโซเบอร์เน็ต และดีไอเดีย โดยผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ยังคงเป็นผู้ที่มีความรู้และคุ้นเคยกับคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี

เมื่อทางรัฐบาลเปิดกว้างให้เอกชน เข้ามาเป็นผู้ร่วมให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ กลุ่มหนังสือพิมพ์ก็ได้มีโอกาสที่จะทำการทดลองใช้ (Trial) เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต อย่างจริงจัง หลังจากที่มีการศึกษาข้อมูลและเตรียมความพร้อมด้านต่าง ๆ มาก่อนหน้านี้ ซึ่งก็นับว่ากระบวนการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทยถูกยัดระยะเวลาออกไปอีกกว่า 7 ปีเพราะอุปสรรคด้านกฎหมาย

สำหรับการทดลองใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทย ในช่วงแรก ๆ จะเป็นการทดลองใช้ของกลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์ในระดับตั้งแต่หัวหน้าข่าว ขึ้นไป เนื่องจากการติดตั้งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตยังคงมีค่าใช้จ่ายสูง ซึ่งยังคงต้องมีการประเมินอีกด้วยว่าประโยชน์ที่ได้รับจะคุ้มต่อการลงทุนหรือไม่

ต่อเรื่องดังกล่าว คุณไชยยง รัตนอังกูร บรรณาธิการเช็กชั้นเปอร์สเปคทีฟ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ เปิดเผยว่า “ในช่วงแรกๆของการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาทดลองใช้



ในองค์กร ค่อนข้างระมัดระวังในด้านต้นทุนค่าใช้จ่าย เพราะทางผู้บริหารเองก็ยังไม่แน่ใจว่าประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตนั้นจะคุ้มกับค่าใช้จ่าย ดังนั้นจึงมีการนำมาใช้ในบางจุดเท่านั้น โดยใช้อินเทอร์เน็ตจะมีตำแหน่งตั้งแต่ระดับหัวหน้าข่าวขึ้นไป” (สัมภาษณ์ : 17 เมษายน 2541 )

คุณสันติ บุตรไชย อดีตบรรณาธิการอาวุโส หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ในเครือเดอะเนชั่น กล่าวถึงการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรว่า “กรุงเทพธุรกิจมีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาในองค์กรเมื่อประมาณปี 2537 ซึ่งขณะนั้นพนักงานที่สามารถเข้าไปใช้จะเป็นระดับบริหารส่วนใหญ่จะเป็นผู้นำด้านความคิดในองค์กร เริ่มตั้งแต่หัวหน้าข่าว ไรท์เตอร์ บรรณาธิการข่าว บรรณาธิการบริหาร ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีหน้าที่ติดตามข่าวสารและสั่งการให้ผู้สื่อข่าวภาคสนามไปแสวงหาข่าว และเพื่อให้โอกาสด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างสมบูรณ์ ทางบริษัทจึงติดตั้งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยด้านงานข่าวโดยเฉพาะการค้นหาข้อมูลที่ไม่มีในประเทศไทย” (สัมภาษณ์ : 7 กุมภาพันธ์ 2541 )

ในทางกลับกัน ขณะที่กลุ่มหนังสือพิมพ์ไทยค่อนข้างระมัดระวังในการควบคุมค่าใช้จ่ายสำหรับการทดลองใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต แต่หนังสือพิมพ์ไทยภาษาต่างประเทศอย่างบางกอกโพสต์ กลับมีนโยบายอย่างชัดเจนที่จะสนับสนุนให้มีการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในองค์กรอย่างทั่วถึง เพราะเล็งเห็นว่าจะสร้างผลประโยชน์และประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรได้ ซึ่งคุณประไพ ไกรสรโกวิท บรรณาธิการ เซ็กชั่น (section) “เรียลไทม์” หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ กล่าวถึงการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาใช้ในองค์กรของบางกอกโพสต์ ว่า “ในส่วนของบางกอกโพสต์มีความจำเป็นค่อนข้างมากในการที่ต้องนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ โดยผู้บริหารระดับสูงมองเห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยีนี้และพร้อมจะสนับสนุนด้านค่าใช้จ่ายซึ่งมีงบประมาณให้กับการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในองค์กรประมาณปีละ 3 ล้านบาท เพื่อที่จะให้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีการกระจายเข้าไปในส่วนต่างๆขององค์กรอย่างทั่วถึง โดยมุ่งหวังให้มีการนำไปใช้และเพิ่มศักยภาพในการทำงานอย่างเต็มที่ ทำให้ระดับของบุคคลที่ใช้อินเทอร์เน็ตไม่มีการจำกัดว่าจะต้องเป็นผู้บริหารระดับสูงขึ้นไป แต่พนักงานปฏิบัติการทั่วไปก็สามารถเข้ามาใช้ได้ทุกเมื่อ” (สัมภาษณ์: วันที่ 20 เมษายน 2541 )

ทางด้านคุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ให้ความเห็นต่อการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรว่า “บางกอกโพสต์ เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ ซึ่งเราได้เปรียบตรงที่ใช้ภาษาสากลดังนั้นหากเราใช้อินเทอร์เน็ตจะเป็นการเปิดโอกาสให้คนอ่านได้ทั่วโลก เราสามารถขยายฐานลูกค้าที่เป็นคนต่างประเทศหรือคนไทยในต่างประเทศ ดังนั้นเราไม่จำเป็นที่จะต้องทดลองใช้ เมื่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นในประเทศ

ไทยเราไม่รอช้าที่จะเข้าไปใช้ประโยชน์ทันที ขณะเดียวกันเราก็ส่งเสริมให้บุคลากรของเราเรียนรู้ที่จะใช้อินเทอร์เน็ตให้ชำนาญ เพราะเล็งเห็นว่ากระแสความเปลี่ยนแปลงของสื่อในประเทศไทยจะต้องผันทิศทางไปสู่สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต” (สัมภาษณ์ : วันที่ 19 มกราคม 2541)

จะเห็นได้ว่าการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรของกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ ในประเทศไทยนั้น มีลักษณะที่แตกต่างกันอย่างเด่นชัดในกลุ่มหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ กับหนังสือพิมพ์ภาษาไทย ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของหนังสือพิมพ์ภาษาไทยพบว่า สาเหตุหลักที่ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ภาษาไทยให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตไม่มากเท่าที่ควร เป็นเพราะว่า ความแตกต่างด้านภาษาของสื่อ โดยผู้บริหารหนังสือพิมพ์ภาษาไทยยังคงค่อนข้างเชื่อมั่นว่าคนอ่านส่วนใหญ่ที่เป็นคนไทยยังไม่ได้เข้าถึงสังคมสารสนเทศ จึงให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตไม่มาก โดยการใช้ในองค์กรก็ยังคงไม่มีการส่งเสริมอย่างเต็มที่ และค่อนข้างระมัดระวังในเรื่องค่าใช้จ่าย ขณะที่หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษนั้นกลับเห็นว่าเป็นโอกาสที่ดีที่จะเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพราะหากใช้อินเทอร์เน็ตนั้นหมายความว่าคนทั่วโลกสามารถเปิดอ่านได้ทันทีภาษาสากล และเป็นการเปิดทางขยายฐานลูกค้าในต่างประเทศ ขณะเดียวกันก็ส่งเสริมให้มีการนำมาใช้ในองค์กรอย่างเต็มที่โดยมีการจัดสรรงบประมาณในการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้อย่างชัดเจน เพราะผู้บริหารมีความเห็นว่าในอนาคตสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะเข้ามามีบทบาทในประเทศไทยมากขึ้นเช่นเดียวกับต่างประเทศ

## 2.2 ปัจจัยในการยอมรับนวัตกรรม

ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ของกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยนั้นมีหลายประการ ซึ่งประกอบไปด้วย

### -ปัจจัยด้านเพิ่มประสิทธิภาพในงาน

สำหรับสาเหตุที่เป็นแรงจูงใจให้ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ยอมรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรนั้น จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้บริหารหนังสือพิมพ์มีแรงจูงใจที่คล้ายกัน โดยส่วนหนึ่งต้องการนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้เพื่อนำมาเสริมประสิทธิภาพการทำงานซึ่งเป็นการตอบสนองต่อนโยบายของบริษัท อีกส่วนหนึ่งคือต้องการหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจในแง่ของการขายโฆษณา และการขายข้อมูลผ่านทางเทคโนโลยีสมาชิก

คุณสุทธิชัย หยุ่น กรรมการและบรรณาธิการอำนวยการ หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น กล่าวถึงเป้าหมายและนโยบายของบริษัท ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นแรงผลักดันในบริษัทนำเทคโนโลยี

อินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร เนื่องจากมีการคาดการณ์ว่าในอนาคตผู้บริโภคข่าวสารจะสามารถได้รับข่าวสารอย่างเท่าเทียมกัน อีกทั้งเทคโนโลยีมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วตั้งนั้นทางกลุ่มเนชั่นจึงต้องมีการปรับตัว โดยเขากล่าวว่า “จะเห็นได้ว่ากลุ่มเนชั่นได้เปลี่ยนชื่อจาก เนชั่น กรุ๊ป มาเป็นเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของกลุ่มที่จะขยายขอบเขตธุรกิจสิ่งพิมพ์เข้าไปสู่การให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านเทคโนโลยีมัลติมีเดีย ซึ่งเวลานี้เราได้เปิดโฮมเพจของตัวเองในเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตภายใต้ชื่อ <http://www.nationmutimedia.com>”<sup>12</sup>

นอกจากนี้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตแล้ว เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตยังเข้ามาเสริมสร้างการพัฒนาฐานข้อมูล โดยคุณวิรัตน์ แสงทองคำ บรรณาธิการอาวุโส หนังสือพิมพ์ผู้จัดการกล่าวว่า “ในยุคที่ทุกคนต้องแข่งขันด้านข้อมูลข่าวสาร สื่อมวลชนในฐานะมีหน้าที่เป็นผู้นำเสนอและให้ข้อมูลแก่คนอ่านหนังสือพิมพ์ ดังนั้นเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพจะต้องอาศัยฐานข้อมูลที่ดีเพียงพอ ปัจจุบันแม้ว่าเราจะมีฐานข้อมูลขนาดใหญ่อยู่แล้ว แต่ข้อมูลบางอย่างก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการเช่นข้อมูลข่าวสารต่างประเทศ โดยเฉพาะในอินเทอร์เน็ตนั้นมีข้อมูลมากมายซึ่งเราสามารถเลือกมาใช้ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลด้านการเงิน การตลาดข้อมูลบริษัททั่วไป พุดง่าย ๆ ว่าในอินเทอร์เน็ตมีให้เราทุกอย่าง” (สัมภาษณ์ : วันที่ 22 เมษายน 2541)

ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ 7 ฉบับ จำนวน 25 คน พบว่าในจำนวนผู้บริหาร จำนวน 20 คน ระบุว่า การนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามามีขึ้นเพื่อตอบสนองนโยบายด้านการปฏิบัติงานเป็นเหตุผลสำคัญและมาก่อนเหตุผลอื่น เพราะผู้บริหารมองว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีส่วนสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักข่าว ซึ่งนโยบายหลักของทุกสำนักพิมพ์คือต้องทำข่าวให้ได้ดีที่สุด โดยคุณเล็ก นนทนาพันธ์ บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจกล่าวว่า “ในส่วนของเนื้อหาของข่าวถือว่าเป็นหัวใจสำคัญที่สุดของการดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจ การเงินการคลังรวมถึงความเคลื่อนไหวในแวดวงธุรกิจถือว่าเป็นจุดสำคัญที่จะต้องติดตามอย่างใกล้ชิดเพื่อให้ข่าวที่ออกมามีความชัดเจน ถูกต้อง รวมไปถึงข่าวสารต่างประเทศ ที่จะต้องมีความแม่นยำผิดพลาดไม่ได้ ซึ่งเป็นแรงผลักดันที่ทำให้เราต้องนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาใช้คือต้องการนำมาเสริมสร้างประสิทธิภาพของข่าวให้ดีขึ้นกว่าเดิม นำมาสนับสนุนการปฏิบัติงานข่าว ส่วนการที่จะหวังผลตอบแทน หรือผลกำไรจากการที่จะเปิดเว็บไซต์ เพื่อขายข้อมูลหรือหาสมาชิก เป็นรายได้ นั้น เรายังไม่ได้คิด”(สัมภาษณ์ : วันที่ 11 มกราคม 2541 )

<sup>12</sup> สิทธิชัย หยุ่น ,คอลัมน์ “กาแฟดำ” ,กรุงเทพธุรกิจ, วันที่ 17 สิงหาคม 2540

### -ปัจจัยด้านธุรกิจ

อย่างไรก็ตามในจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนกลับมองว่า ผลตอบแทนด้านธุรกิจที่จะแสวงหารายได้จากเครือข่ายของอินเทอร์เน็ตนั้นมีความสำคัญพอ ๆ กับการนำมาใช้เสริมประสิทธิภาพงานข่าว โดยมีผู้บริหารหนังสือพิมพ์จำนวน 5 คน ให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นลำดับแรก ซึ่งเป็นผู้บริหารของกลุ่มหนังสือพิมพ์คู่แข่ง และกลุ่มวิญจักร์ โดยคุณธวัชพลังเทพินทร์ กรรมการและบรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์คู่แข่ง กล่าวถึงเหตุผลจูงใจด้านธุรกิจในการนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้องค์กรว่า “เนื่องจากเราเล็งเห็นว่าสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางเพื่อขยายฐานลูกค้าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่อยู่ในอินเทอร์เน็ตได้ คู่แข่งมีข้อมูลข่าวสารทางด้านการตลาดจำนวนมากที่เราสามารถนำมาเสนอข่าวฝ่ายเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้ ดังนั้นคู่แข่งจึงได้วางแผนที่ผลิตสื่อผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต” (สัมภาษณ์ :วันที่ 20 ธันวาคม 2540)

ในทำนองเดียวกัน คุณประพันธ์ บุญเกียรติ กรรมการผู้จัดการ บริษัทวิญจักร์ จำกัด(มหาชน) กล่าวว่า “บริษัทมีความพร้อมที่จะเข้าสู่การแข่งขันทำตลาดสื่อข้อมูลผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เพราะในโลกแห่งอนาคต กลุ่มวิญจักร์จะอาศัยความพร้อมด้านข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่แล้วเป็นจำนวนมาก เราจะเปิดให้บริการผ่านเทคโนโลยีดังกล่าว ซึ่งทางกลุ่มวิญจักร์ก็ได้จัดตั้งบริษัทอินโฟนิวส์ เพื่อดำเนินกิจการด้านการบริการอินเทอร์เน็ต โดยมุ่งหวังให้เป็นอินเทอร์เน็ตโพรไวเดอร์รายที่ 3 ของกลุ่ม ซึ่งแต่เดิมมีอยู่ 2 ราย คือ อินเทอร์เน็ตประเทศไทยและเคเอสซี อินเทอร์เน็ต ซึ่งบริษัทอินโฟนิวส์ได้ผ่านความเห็นชอบจากอนุกรรมการของการสื่อสารแห่งประเทศไทยแล้ว”(สัมภาษณ์ :วันที่ 8 ธันวาคม 2540)

ทั้งนี้กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่ทำให้ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ยอมรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตนั้น เพราะเชื่อมั่นว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตจะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของข่าว ซึ่งผู้บริหารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับข่าวมาก ส่วนแรงจูงใจด้านรายได้นั้น ไม่ใช่วัตถุประสงค์หลักเนื่องจากว่าปัจจุบันคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตน้อยมาก การหารายได้จากอินเทอร์เน็ตจึงยังไม่ประสบความสำเร็จ ขณะที่ผู้บริหารบางคนยังมองถึงรายได้จากการขายข้อมูลผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

### -ปัจจัยการยอมรับอันเกิดจากลักษณะของนวัตกรรม

ภายหลังจากที่มีการเปิดกว้างให้เอกชนเข้ามาดำเนินการเป็นผู้ให้บริการในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ปรากฏว่าเกิดการแพร่หลายและความนิยมในเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตอย่างรวดเร็วโดยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา (2538-2540) ซึ่งเป็นยุคที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในสังคมไทย

มากขึ้น ในสถาบันการศึกษาต่างรวมไปถึงศูนย์การเรียนการสอนเกี่ยวกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง กระทั่งมีการผลิตหนังสือคู่มือการใช้อินเทอร์เน็ตออกมากมาย ทำให้ผู้ที่สนใจ มีความรู้ความเข้าใจเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ซึ่งในส่วนของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์หลายฉบับ ได้มีการจัดอบรมพนักงานด้านคอมพิวเตอร์เพิ่มเติม เนื่องจากเป็นนโยบายส่งเสริมความรู้ความสามารถแก่พนักงานในองค์กร

จากการสัมภาษณ์บุคคลในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ ในปัจจุบันนี้ทุกคนรู้จักเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี แม้พนักงานระดับปฏิบัติงานบางคนจะไม่รู้จักการใช้งานแต่แทบทุกหน่วยงานของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์จะมีการติดตั้งเทคโนโลยีนี้ไว้เพื่อการใช้งาน ซึ่งผู้ที่รับผิดชอบส่วนใหญ่จะเป็นระดับหัวหน้างาน แสดงให้เห็นความยอมรับอินเทอร์เน็ตเป็นที่ยอมรับของคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ค่อนข้างมาก

ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารหนังสือพิมพ์ 25 คน และพนักงานปฏิบัติการ 35 เพื่อศึกษาถึงการยอมรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต ของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ พบว่า นอกจากเหตุผลด้านนโยบายและเหตุผลด้านธุรกิจแล้ว ปัจจัยหลักที่มีผลทำให้กลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์มีการยอมรับและนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร ก็คือคุณลักษณะของตัวอินเทอร์เน็ตเอง ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการยอมรับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตว่า เป็นเพราะคุณลักษณะของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้ใช้ ในหลายด้าน อันประกอบไปด้วย

### 1. ความได้เปรียบของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ต่างเห็นด้วยว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ คือดีกว่าเทคโนโลยีเดิมที่ใช้อยู่ในการสืบค้นข้อมูล โดยทำให้เทคโนโลยีการทำงานภายในองค์กรรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะสามารถค้นหาข้อมูลได้กว้างขวางทั่วโลกภายในระยะเวลาสั้น ๆ และเสียค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าเทคโนโลยีการทำงานเดิมที่มีอยู่ในกระบวนการยอมรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่ให้เหตุผล ดังนี้

1.1 เป็นฐานข้อมูลขนาดใหญ่ที่สามารถดึงมาใช้ได้ในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นในการใช้เพื่อหาข่าวหรือดึงรูปภาพมาประกอบข่าว นอกจากนั้นยังสามารถดึงข้อมูลของบนอินเทอร์เน็ตได้รวดเร็วและประหยัดเวลาเพียงแต่ผู้ใช้รู้เว็บไซต์ที่ต้องการ

คุณพิชัย ศิริจันทร์นนท์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์คู่แข่ง รายสัปดาห์ กล่าวถึงข้อได้เปรียบของการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้งานว่า “ การทำงานของหนังสือพิมพ์นั้นแตกต่างจากการทำงานในธุรกิจอื่น ๆ หน้าที่ของเราคือสุนัขเฝ้าบ้าน คอยรายงานความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ดังนั้นแหล่งข้อมูลจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก บางครั้งข้อมูลที่เรามีในห้องสมุดนั้นไม่เพียงพอ หรืออาจจะเป็นข้อมูลเก่า ซึ่งข้อจำกัดเหล่านี้ถือว่าเป็นปัญหาใหญ่ของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ เพราะเป็นอุปสรรคในการทำข่าวที่ดี ดังนั้นเราจึงต้องแก้ไขโดยติดตั้งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเนื่องจากว่าเทคโนโลยีดังกล่าวเทียบเท่ากับห้องสมุดขนาดใหญ่ที่ใหญ่กว่าศูนย์ข้อมูลที่เรามีอยู่หลายเท่า ซึ่งสมัยก่อนเราไม่มีอินเทอร์เน็ต ข้อมูลบางอย่างหาไม่ได้ ก็ทำให้ขาดความสมบูรณ์ในข่าว” (สัมภาษณ์ : 20 ม.ค.2541)

คุณกรรณิการ์ วิริยะกุล อดีตหัวหน้ากองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ สยามโพสต์ ในเครือบางกอกโพสต์ ให้ความเห็นในเรื่องนี้ว่า “สื่อมวลชนมีลักษณะการทำงานแบบเฉพาะ ซึ่งเนื้อหาข่าวสื่อก็ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญ ถ้าหากขาดความเชื่อถือหนังสือพิมพ์ก็ไม่ใช่ที่ยอมรับของผู้อ่าน ดังนั้นทุกสำนักพิมพ์จึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับประเด็นนี้ ทำให้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากขึ้น”(สัมภาษณ์: 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2541)

1.2 ความรวดเร็วและทันต่อสถานการณ์ ซึ่งการทำงานในองค์กรหนังสือพิมพ์ที่ต้องการความรวดเร็วและแม่นยำ ยิ่งในปัจจุบันหนังสือพิมพ์มีความจำเป็นที่ต้องแข่งขันกับเวลา กระบวนการรับและปิดข่าวจึงต้องอาศัยความรวดเร็วมากขึ้น ขณะที่ข่าวบางข่าวเกิดขึ้นในต่างประเทศบางครั้งต้องเสียเวลารอ แต่เมื่อมีเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถรับข่าวสารได้ทันที

จะเห็นได้ว่าความรวดเร็วในการส่งผ่านข้อมูลทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตก็ยังคงเป็นข้อได้เปรียบอีกประการหนึ่งที่ทำให้คนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ยอมรับเทคโนโลยีนี้มากขึ้น โดยคุณ กรรณิการ์ วิริยะกุล ให้ความเห็นในเรื่องนี้ว่า “อุปสรรคอย่างหนึ่งของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์คือเรื่องของความล่าช้า เช่นข้อจำกัดการรายงานข่าวสารที่เดิมมีข้อจำกัดด้านเวลา เช่นนักข่าวไปต่างประเทศหรืออยู่ในสนาม นอกจากจะรายงานทางโทรศัพท์หรือส่งโทรสารแล้วในการผลิตหนังสือพิมพ์ข่าวทุกข่าวจะถูกกำหนดระยะเวลาปิดไว้ล่วงหน้า เมื่อถึงเวลาจะต้องผลิตให้ได้ซึ่งจุดนี้สร้างแรงกดดันให้แก่นักข่าวหรือหัวหน้าข่าวมาก หากว่าข่าวบางข่าวยังไม่ถูกส่งเข้ามาในห้องข่าว หัวหน้าข่าวจะต้องเตรียมข่าวสำรองไว้ล่วงหน้าหรือหากไม่มีต้องวางแผนแก้ไขเฉพาะหน้าได้ บางครั้งมีข่าวสำคัญเกิดขึ้นในต่างประเทศนักข่าวไม่ได้ไปทำเราก็อาศัยดูข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งทำได้รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์พอกับต่างประเทศ ”(สัมภาษณ์: 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2541)

1.3 การตอบโต้หรือแลกเปลี่ยนข่าวสารกับแหล่งข่าวผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เป็นกระบวนการทำงานที่สะดวกอีกประการหนึ่งคือการติดต่อระหว่างนักข่าวกับแหล่งข่าวซึ่งเวลานี้ บรรดานักข่าวได้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการติดต่อกับแหล่งข่าว หรือติดต่อกับสถานที่ต่าง ๆ ที่ต้องการไม่ว่าจะเป็นเอกชนหรือรัฐบาลที่มีเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต

คุณวิภาค วิจิตรวาทการ บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์ กล่าวว่า “บางครั้งผู้บริหารมีความจำเป็นที่ต้องรับรู้ข้อมูลจากผู้อ่าน จึงได้เปิดเว็บไซต์พิเศษขึ้นมาเพื่อรับข้อเสนอแนะจากผู้อ่าน รวมไปถึงการใช้ส่ง E-mail เพื่อติดต่อแหล่งข่าวซึ่งสามารถทำได้ง่ายและสะดวกมาก ทุกครั้งก่อนเริ่มทำงานผมจะเปิด E-mail เพื่อดูว่ามีใครส่งอะไรเข้ามาหรือมีผู้อ่านส่งสารหรือคำแนะนำเข้ามาไหม ซึ่งเราจะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือเพื่อรับข้อความหรือส่งข้อความถึงแหล่งข่าวได้” (สัมภาษณ์ : วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2541)

1.4 ความสามารถใช้ส่งข่าวหรือรับข่าวได้ในตัว ประโยชน์อีกประการที่เป็นคุณลักษณะของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต คือถูกพัฒนาขึ้นเพื่อรับข่าวสารหรือส่งข่าวสารได้ ซึ่งแทนที่ผู้สื่อข่าวจะใช้วิธีโทรศัพท์หรือส่งโทรสารก็ไม่จำเป็นอีกต่อไปสามารถส่งผ่านข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตได้ไม่ว่าจะอยู่ในหรือต่างประเทศ

ในขณะนี้ปรากฏว่ากลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ หลายฉบับต่างก็อาศัยอินเทอร์เน็ตเพื่อรับข่าวจากบรรดานักข่าวที่ออกภาคสนามหรือเดินทางไปทำข่าวต่างประเทศ ซึ่งคุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ กล่าวว่า “ในส่วนของบางกอกโพสต์ เวลานี้มีนักเขียนประจำที่ทำงานอยู่ต่างประเทศหลายประเทศ อดีตเราอาจจะให้นักเขียนส่งโทรสารมาให้ แต่ปัจจุบันเราใช้วิธีส่งผ่านอินเทอร์เน็ต เพราะสะดวกสบายง่ายและประหยัดต้นทุนและประหยัดขั้นตอนเพราะหากส่งเป็นโทรสารเราก็จะต้องนำมาพิมพ์ใหม่ แต่ส่งผ่านอินเทอร์เน็ตเราดึงออกมาหรือส่งผ่านเข้าไปสู่เทคโนโลยีจัดหน้าเพื่อยิงเพลทได้ทันที” (สัมภาษณ์ : วันที่ 19 มกราคม 2541)

1.5 สามารถดึงกราฟฟิกหรือรูปภาพมาประกอบข่าวได้ เนื่องจากว่าข้อมูลหรือข่าวสารบนอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นเทคโนโลยีมัลติมีเดีย และมีทั้งเสียง รูปภาพ และการเคลื่อนไหว และมีโปรแกรมที่อำนวยความสะดวกในการดึงภาพประกอบออกมา ซึ่งจุดนี้เป็นประโยชน์ต่อการทำงานของหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะขั้นตอนการผลิต ที่บางข่าวจำเป็นต้องใช้ข้อมูลประเภทรูปภาพเข้ามาประกอบ ไม่ว่าจะเป็นข่าวภายในหรือข่าวต่างประเทศ แต่ในบางครั้งไม่สามารถหากภาพประกอบได้ การค้นหาภาพจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะมีบทบาทเข้ามาช่วยแก้ไขสถานการณ์ ใน

ขณะที่หนังสือพิมพ์บางฉบับหันมาใช้รูปภาพประกอบข่าวที่ได้จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแทนระบบเดิม เพราะประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายกว่าการที่ต้องให้ช่างภาพไปถ่ายรูปจากสถานการณ์ แล้วนำมาล้าง และสแกนเข้าโปรแกรม ซึ่งเสียเวลาและค่าใช้จ่าย ในขณะที่การดึงภาพจากอินเทอร์เน็ตนั้น ไม่มีค่าใช้จ่ายและสะดวกกว่ามาก

คุณสมบุรณ์ อิชยาวรกุล บรรณาธิการหนังสือพิมพ์วิญจักร์ กล่าวว่า “ข่าวนั้น อาจจะได้ไม่ถึงหมายถึงเนื้อหาข่าวสารเพียงอย่างเดียว แต่รูปภาพก็สามารถเป็นข่าวได้ จะสังเกตได้ว่า เราจะเรียกรูปว่าภาพข่าว ซึ่งรูปภาพเด็ด ๆ นั้นสามารถขายได้และภาพบางภาพได้รับความสนใจมากกว่าเนื้อข่าวก็มี ดังนั้นรูปภาพจึงเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญมากในการนำเสนอต่อผู้อ่าน โดยเฉพาะข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬาและข่าวบันเทิง จะมีการนำเสนอค่อนข้างมาก ซึ่งหนังสือพิมพ์เองก็ได้อาศัยภาพบนอินเทอร์เน็ตมาประกอบข่าวหลายข่าว โดยเฉพาะข่าวที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ และได้รับความนิยมทั่วโลก ซึ่งหัวหน้ากองบรรณาธิการข่าวก็จะสั่งให้ดึงข้อมูลดังกล่าวออกมาตีพิมพ์” (สัมภาษณ์ :วันที่ 7 ธันวาคม 2540)

1.6 การประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่าย โดยหลังจากนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ แล้วบุคคลในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ต่างยอมรับว่าสามารถช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้ หลายเรื่องไม่ว่าจะเป็นค่าโทรศัพท์ทางไกล ค่าส่งโทรสาร รวมถึงการลดต้นทุนที่ต้องส่งนักข่าวไปทำข่าวยังต่างประเทศ เพราะข่าวบางข่าวนั้นมีการรายงานผ่านอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้หนังสือพิมพ์บางแห่งได้ยกเลิกข่าวที่ซื้อจากสำนักข่าวต่างประเทศเช่นสำนักข่าวรอยเตอร์ และสำนักข่าวเอพี เป็นต้น

คุณแสงไชย คำภูไท บรรณาธิการหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน กล่าวว่า “ในยุคเศรษฐกิจอย่างนี้หนังสือพิมพ์หลายฉบับต้องดูแลต้นทุน ดังนั้นจึงมีการวางแผนหาช่องทางการประหยัดทุกรูปแบบ ซึ่งเวลานี้บางบริษัทพยายามลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ลงเช่นงดจ่ายค่าเช่าเวรของนักข่าว ค่าพาหนะหรือค่าน้ำมันรถ ค่าล่วงเวลา ในกองบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์คู่แข่งก็มีการตัดงบประมาณหลายจุด เช่นงดการเดินทางไปทำข่าวต่างประเทศหรือต่างจังหวัด โดยจะไปเฉพาะที่จำเป็น การโทรทางไกลไปต่างประเทศ ยกเลิกการรับเรื่องหรือข่าวจากนักเขียนนอก รวมทั้งรับซื้อข่าวจากสำนักข่าวต่างประเทศ แต่เราก็แก้ไขปัญหาโดยเราหันไปใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตช่วยในการหาข่าวต่างประเทศ ซึ่งอินเทอร์เน็ตมีข้อมูลมากมายและสามารถช่วยด้านงานข่าวได้เป็นอย่างดีไม่แพ้กัน ดังนั้นการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเพียงจุดเดียวทำให้บริษัทประหยัดเงินได้หลายจุดแม้ว่าข่าวอาจจะได้ไม่เต็มที่ได้ก็ช่วยให้ไม่ตกข่าว”(สัมภาษณ์ :วันที่ 2 มกราคม 2541)

จะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ เล็งเห็นว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตทำให้การทำงานข่าวมีประสิทธิภาพมากขึ้นกว่าเทคโนโลยีเดิม โดยอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วย



ในการสืบค้นข้อมูลที่สามารถทำได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว และได้ข้อมูลที่กว้างขวาง กว่าเทคโนโลยีสืบค้นข้อมูลเดิมที่ได้มาโดยการสัมภาษณ์แหล่งข่าวโดยตรง หรือการค้นข้อมูลตามห้องสมุดหน่วยงานต่าง ๆ ที่เสียเวลา ที่สำคัญช่วยให้เกิดการประหยัดได้ด้วย ซึ่งข้อได้เปรียบต่างๆทำให้เกิดการการยอมรับในเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

สำหรับความคิดเห็นของคุณจรัลวัลย์ วงศ์คำจันทร์ อดีตผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ กล่าวถึงเหตุผลในการยอมรับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตว่า “อินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยให้การทำงานนั้นมีประสิทธิภาพขึ้นมาก โดยเฉพาะในเรื่องของการค้นข้อมูล เพราะฐานข้อมูลมีกว้างขวาง ครอบคลุมทั่วโลก อีกทั้งยังง่ายต่อการใช้งาน เพราะเป็นโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งแต่เดิมในองค์กรของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการก็จะมีฐานข้อมูลอยู่แล้ว เวลาเราจะออกไปทำข่าวที่ไหนก็จะค้นข้อมูล

ทั้งนี้ถ้าเป็นบริษัทเราก็จะสามารถระบุชื่อบริษัทลงในโปรแกรม ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับบริษัทเหล่านั้นก็จะปรากฏขึ้นมา โดยส่วนใหญ่ข้อมูลที่ได้จะเป็นข่าวที่เคยลงในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ที่มีการเก็บไว้ในฐานข้อมูลตลอด

อย่างไรก็ตามระบบฐานข้อมูลเดิมยังมีข้อจำกัด คือข้อมูลที่ได้มาจากการค้นข้อมูลจะเป็นข่าวซึ่งในบางครั้งเราไม่ได้ต้องการข่าว แต่ต้องการข้อมูลอื่นๆของบริษัทไม่ว่าจะเป็นลักษณะกิจการ ผู้บริหาร หรือผลประกอบการ ซึ่งข้อมูลที่เก็บไว้ไม่ได้แยกออกมาเป็นหมวดหมู่อย่างที่เรากำลังต้องการ แต่อินเทอร์เน็ตจะให้ข้อมูลที่กว้างกว่ามาก เนื่องจากมีการเชื่อมโยงหน่วยงานต่างๆ ทั้งกระทรวงพาณิชย์ ตลาดหลักทรัพย์ และธนาคารแห่งประเทศไทย ทำให้ข้อมูลที่ได้มานั้นตรงกับการใช้งาน และน่าเชื่อถือมากกว่าข้อมูลที่ได้จากข่าว เพราะสามารถอ้างอิงที่มาได้ ขณะที่ข้อมูลจากข่าวนั้นบางทีตัวเลขไม่ถูกต้อง จึงอ้างอิงไม่ได้

ขณะเดียวกันการดึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตก็ประหยัดค่าใช้จ่ายในการหาข้อมูลลงมากทีเดียว เพราะแต่เดิมนั้นเวลาอยากจะได้ข้อมูลที่เป็นตัวเลข อย่างธนาคารชาติ เราต้องออกไปที่ห้องสมุดธนาคารแห่งประเทศไทย แล้วถ่ายเอกสารออกมา ซึ่งเสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย แต่การดึงจากอินเทอร์เน็ตปัจจุบันทำได้ง่ายมาก และประหยัดเวลาด้วย” (สัมภาษณ์ : วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2541)

## 2. ความสอดคล้องเหมาะสมกับงานหนังสือพิมพ์

สำหรับความสอดคล้องระหว่างการทำงานข่าวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตนั้น นับว่าเป็นจุดหนึ่งที่บุคคลในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญ และมองว่าการนำเทคโนโลยีใหม่ๆนี้เข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาคือได้หลายด้าน ซึ่งผู้บริหารหนังสือพิมพ์รายวันที่ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด (25 คน) เห็นพ้องกันว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีความสอดคล้องกับอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ โดยระบุถึงเหตุผลประกอบดังนี้

2.1 ธุรกิจหนังสือพิมพ์จะต้องอาศัยข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแม่นยำ รวมถึงความลึกของข่าวสาร เนื่องจากต้องแข่งขันกับสื่อโทรทัศน์และวิทยุ ดังนั้นจึงต้องอาศัยความได้เปรียบด้วยการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ความลึกกว่าและล้ำหน้ากว่า ซึ่งบางครั้งการค้นคว้าด้วยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว และหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับข่าวสร้างความลึกให้กับข่าวสารได้ เป็นการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้านการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์รายวัน

คุณ อติศักดิ์ คุ่มจอหอ บรรณาธิการข่าวหน้าหนึ่ง หนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน ให้เหตุผลต่อกรณีดังกล่าวว่า “อาชีพนักข่าวต้องติดต่อกับผู้คน แทนที่จะส่งนักข่าวไป เราอาจจะใช้อินเทอร์เน็ตส่ง E-mail แทนในบางกรณี ซึ่งเราไม่สามารถติดต่อกับเขาได้โดยวิธีโทรศัพท์ เราจำเป็นต้องใช้ข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา ดังนั้น อินเทอร์เน็ตจึงมีความสอดคล้องกับงานหนังสือพิมพ์” (สัมภาษณ์ : 15 ม.ค.2541)

2.2 การที่อินเทอร์เน็ตมีเครือข่ายเชื่อมโยงข้อมูลทั่วโลก ก็เป็นอีกคุณสมบัติหนึ่งที่มีความสอดคล้องต่อความต้องการของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของข้อมูลข่าวสารโดยตรง ซึ่งคุณเล็ก นนทนาพันธ์ บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ ให้เหตุผลว่า “อินเทอร์เน็ตสอดคล้องกับงานหนังสือพิมพ์ เพราะบางครั้งแหล่งข่าวพูดไปอย่าง อีกคนพูดไปอย่าง แต่ในฐานะที่เป็นสื่อ จะต้องเสนอข่าวที่เป็นข้อเท็จจริง

ดังนั้นจึงจำเป็นต้องหาข้อมูลเพื่อให้เกิดความสมดุล หรือเพื่อตรวจสอบที่มาของข่าวว่าถูกต้องหรือไม่ เช่นแหล่งข่าวให้ข้อมูลตัวเลขทางเศรษฐกิจจากธนาคารแห่งประเทศไทยมาไม่ตรงกัน เราก็จะเข้าเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อตรวจสอบตัวเลข ซึ่งข้อมูลบางอย่างธนาคารแห่งประเทศไทยจะมีการรายงานบนอินเทอร์เน็ต หรือถ้าหากไม่มีเราก็สามารถสอบถามผ่านทาง E-mail ได้” (สัมภาษณ์ : 25 ก.พ.2541)

2.3 นอกจากความสอดคล้องเกี่ยวกับข้อมูลแล้ว อินเทอร์เน็ตยังมีความสอดคล้องต่องานหนังสือพิมพ์ในแง่ของการเป็นสื่อกลางส่งผ่านข้อมูลที่รวดเร็ว และสามารถส่งผ่านข้อมูลได้เป็นจำนวนมากอีกด้วย โดยคุณธรรมศักดิ์ ลมัยพันธุ์ อดีตผู้สื่อข่าวอาวุโส หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นชี้แจงว่า “สมัยก่อนที่เรายังไม่มีอินเทอร์เน็ตช่วยในการรับข่าว บางกรณียกตัวอย่างเรามีนักข่าวพิเศษอยู่ต่างประเทศเช่นสิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม สมัยก่อนเราต้องส่งโทรสาร ซึ่งจะมีปัญหาเวลาข้อมูลมีจำนวนมาก แต่ปัจจุบันสามารถส่งเข้าอินเทอร์เน็ตได้เลย แล้วใช้วิธีดึงข้อมูล (download) ได้ทันที” (สัมภาษณ์ : 12 ก.พ.2541)

### 3.ปัญหาด้านความสลับซับซ้อนของเทคโนโลยี

ในเรื่องของความยุ่งยากและความซับซ้อนในการใช้งานนั้น จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารหนังสือพิมพ์รายวันจำนวน 25 คนปรากฏว่าร้อยละ 73 เห็นว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตไม่มีความยุ่งยากซับซ้อนต่อการนำมาใช้งาน เนื่องจากเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปและมีการว่าจ้างผู้มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตโดยตรงเข้ามาอบรมพัฒนาความรู้ให้กับพนักงานและตัวผู้บริหารเอง จนสามารถใช้งานได้ แต่ก็มีอีกร้อยละ 25 ที่เห็นว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีความยุ่งยากต่อการนำไปใช้ โดยเกิดจากจากอุปสรรคด้านภาษาเป็นหลัก

ต่อกรณีดังกล่าว คุณเล็ก นนทนาพันธ์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ ให้ความเห็นว่า“เราสามารถแก้ไขปัญหาความยุ่งยากของอินเทอร์เน็ตได้ โดยใช้ทีมงานที่มีความรู้และความสามารถด้านอินเทอร์เน็ต ทำหน้าที่ค้นข้อมูลและส่งให้กองบรรณาธิการ ซึ่งสามารถทำได้ง่ายมากและไม่ต้องใช้บุคลากรมาก เราใช้คนแค่ 2-3 คน เปิดข้อมูลดูความเคลื่อนไหวต่างๆที่เกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ต หรือผู้บริหารระดับหัวหน้าข่าวระบุข้อมูลที่กองบรรณาธิการต้องการ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญด้านอินเทอร์เน็ตก็จะทำหน้าที่หาข้อมูลดังกล่าวให้ เราสามารถทำได้ตลอดเวลาไม่ว่าข่าวจะเกิดขึ้นเมื่อไหร่” (สัมภาษณ์ : 25 ก.พ.2541 )

ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์พบว่า เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้ถูกสร้างให้อยู่บนโปรแกรมสำเร็จรูป ทำให้งานต่อการใช้งาน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน หลังจากที่บุคคลในวงการหนังสือพิมพ์ได้ทดลองใช้ จึงทำให้การยอมรับอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นได้ง่าย ประกอบกับประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน โดยทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น พร้อมทั้งประหยัดต้นทุน ทำให้การยอมรับอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งจากการ

สัมภาษณ์บุคคลในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ พบว่า เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตแม้ว่ามีความสลับซับซ้อน แต่เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด สำนักพิมพ์หรือองค์กรต่าง ๆ จึงพยายามหาแนวทางแก้ไขปัญหาข้อจำกัดต่างๆของอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องภาษาหรือความชำนาญเฉพาะด้าน(คอมพิวเตอร์) โดยบริษัทได้ลงทุนตั้งหน่วยงานหรือบุคคลรับผิดชอบ ซึ่งมีความรู้ด้านภาษาและรูปโปรแกรมคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดีเข้ามาดูแล ซึ่งเจ้าหน้าที่ซึ่งถูกตั้งขึ้นจะรับผิดชอบเจาะความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ตทุกเรื่อง หากน่าสนใจกองบรรณาธิการก็จะนำมาตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์ต่อไป

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ พบว่า การใช้งานอินเทอร์เน็ตในเบื้องต้นเพื่อประโยชน์ด้านการปฏิบัติงานมีอุปสรรคและปัญหามากมาย แต่ก็มี การแก้ไขปัญหามาได้ ซึ่งสามารถสรุปเปรียบเทียบได้ดังแสดงไว้ในตารางที่ 1

ตาราง 1  
แสดงอุปสรรคและปัญหาในการใช้อินเทอร์เน็ต และแนวทางแก้ไข

| อุปสรรคและปัญหา                | แนวทางแก้ไข                                |
|--------------------------------|--|
| 1.ปัญหาด้านภาษา                | 1.ใช้บุคลากรที่มีความชำนาญด้านภาษา         |
| 2.ปัญหาด้านการสืบค้นข้อมูล     | 2.ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อง่ายต่อการค้นหา  |
| 3.ปัญหาความชำนาญเฉพาะด้าน      | 3.จัดเจ้าหน้าที่ด้านคอมพิวเตอร์มาช่วยเสริม |
| 4.ปัญหาด้านเทคโนโลยีไม่ทันสมัย | 4.ลงทุนเพิ่มพัฒนาโปรแกรมใหม่               |

ในความเห็นของพนักงานปฏิบัติการต่อความซับซ้อนในการใช้งานเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตนั้น กลุ่มพนักงานปฏิบัติการของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ผู้ให้สัมภาษณ์ ร้อยละ 71 ไม่รู้สึกว่าการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีความยุ่งยากซับซ้อน หรือยากต่อความเข้าใจ เพราะเป็นโปรแกรมสำเร็จรูป

ซึ่งในการปฏิบัติงานส่วนใหญ่ก็ใช้คอมพิวเตอร์ในโปรแกรมสำเร็จรูปกันอยู่แล้ว แต่ก็มีพนักงาน ร้อยละ 29 ที่เห็นว่า เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีความยุ่งยากซับซ้อน เพราะการค้นหาข้อมูลต้องรู้ เว็บไซต์ที่แน่นอน ซึ่งหากไม่รู้ก็ต้องใช้เวลานานกว่าจะค้นหาข้อมูลพบ ขณะเดียวกันการดึงข้อมูล ในบางครั้งก็เสียเวลามากเกินไป

#### 4. ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

สำหรับในการยอมรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ นั้น จากการสัมภาษณ์พบว่าประโยชน์โดยรวมที่กล่าวมาข้างต้นนั้น นั้นผู้บริหารหนังสือพิมพ์ จำนวน 23 คน (จาก 25 คน) หรือประมาณ ร้อยละ 92 เห็นด้วยว่า การนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและการปฏิบัติงานอย่างเห็นได้ชัดโดยทำให้เทคโนโลยีการทำข่าวมี ประสิทธิภาพมากขึ้น และการติดต่อแหล่งข้อมูลข่าวสารทำได้กว้างขวาง และรวดเร็วมากขึ้น

ทั้งนี้ คุณศิริพงษ์ วิริยะวิโรจน์ ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าว หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ให้ความเห็นถึงประโยชน์ของการนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรว่า “เราสามารถสังเกตเห็นได้ชัดเจนเช่นเวลานี้ข่าวมีวิวัฒนาการการหาข่าวสูงขึ้น จากเดิมที่ต้องคอยटकพบหรือเฝ้าแหล่งข่าว ปัจจุบันไม่ต้องนั่งข่าวบางคนอาศัยประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต โดยส่ง E-mail ถึงแหล่งข่าวเพื่อขอข้อมูลข่าวสารได้ และเราจะพบว่าวิธีการหาข่าวบนอินเทอร์เน็ตมีมากขึ้นในอนาคต และคนที่ได้ใช้งานจริงๆจะรู้ว่าอินเทอร์เน็ตมีประโยชน์มาก ต่อไปเราอาจจะไม่เห็นภาพที่นักข่าววิ่งตามแหล่งข่าว บางครั้งกว่าจะสัมภาษณ์แหล่งข่าวได้ต้องเสียเวลานานนับเดือน ซึ่งอินเทอร์เน็ตช่วยให้ทำข่าวได้เร็วขึ้น และดีขึ้นกว่าเดิมมากทีเดียว โดยเฉพาะในสังคมไทยที่ไม่ชอบการเผชิญหน้า หรือการยิงคำถามตรงๆ การถามผ่านทางอินเทอร์เน็ตจะทำให้แหล่งข่าวให้ข้อมูลที่ดีขึ้น ” (สัมภาษณ์ : 15 ก.พ.2541)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มพนักงานปฏิบัติ การเกี่ยวกับความได้เปรียบของอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 91 เห็นด้วยว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตทำให้การทำงานรวดเร็วและมี ประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีเพียงร้อยละ 9 ที่ไม่เห็นด้วยโดยให้เหตุผลว่า ข้อมูลที่ได้จากอินเทอร์เน็ตสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้มีน้อยและเสียเวลาในการค้นหา

คุณสันติ บุตรไชย ผู้สื่อข่าวอาวุโส หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ในเครือเดอะเนชั่น ให้เหตุผลถึงการยอมรับอินเทอร์เน็ตว่า “อินเทอร์เน็ตมีประโยชน์มากในการทำข่าว เพราะสามารถทำอะไรได้หลายอย่างที่เกี่ยวข้องกับงานของเรา เช่นค้นหาข้อมูล ดูผลการตัดสินฟุตบอล

ประกวดรางวัลแกรมมี่ เป็นต้น โดยเฉพาะผู้สื่อข่าวด้าน บันเทิง ข่าวกีฬา ของหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น รวมถึงกรุงเทพมหานคร จะใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตค่อนข้างมาก” (สัมภาษณ์ : 7 ก.พ.2541)

นอกจากนั้นพบว่ามีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลเพื่อสร้างความสมบูรณ์ของข่าว โดยคุณประดิษฐ์ ศรีโนนยาม ผู้สื่อข่าวอาวุโส หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ ได้เปิดเผยว่า “อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่ลงทุนน้อย แต่การกระจายข่าวมีประสิทธิภาพได้ทั่วโลก บางครั้งข้อมูลขาดในบางส่วน เราสามารถค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมาเสริม ทำให้ข่าวสมบูรณ์มากขึ้น” (สัมภาษณ์ : 16 ก.พ.2541)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มพนักงานปฏิบัติการมีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน ร้อยละ 60 ที่เห็นด้วยว่าการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาใช้ในองค์กรก่อให้เกิดประโยชน์อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตสืบค้นข้อมูลด้านข่าวเป็นประจำ เช่น ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวกีฬา ข่าวต่างประเทศ ข่าวบันเทิง แต่ก็มีพนักงานปฏิบัติการร้อยละ 40 ที่เห็นว่าการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาใช้ไม่ก่อประโยชน์ต่อองค์กรอย่างชัดเจน เนื่องจากการใช้งานทำได้ไม่ทั่วถึง และส่วนใหญ่จะเข้าไปในทางที่ไม่เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน เช่น เล่นเกมส์ ดูภาพโป๊ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามมีผู้บริหารร้อยละ 8 ที่ไม่เห็นด้วยว่าการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรสามารถก่อให้เกิดประโยชน์อย่างชัดเจน เนื่องจากข้อมูลไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ที่จะนำไปใช้ และอุปสรรคด้านภาษาทำให้การแปลความหมายเบี่ยงเบนไป และลักษณะการทำงานข่าว ซึ่งในปัจจุบันนี้การได้มาซึ่งข่าวส่วนใหญ่ยังคงอาศัยแหล่งข่าวที่ได้มาจากการที่ส่งนักข่าวออกไปหาจากภาคสนาม น้อยครั้งที่จะได้ข่าวมาจากอินเทอร์เน็ต และหากไม่มีอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ก็ยังคงผลิตออกมาโดยอาศัยข้อมูลและประสบการณ์ของหัวหน้าข่าวในการแก้ไข ปัญหาหรือเพื่อผลิตหนังสือพิมพ์ให้ตีพิมพ์ได้

คุณอดิศักดิ์ คุ้มจอหอ หัวหน้าข่าวหน้าหนึ่ง หนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน กล่าวว่า “เนื้อข่าวที่นักข่าวส่งมาถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ ซึ่งกองบรรณาธิการให้ความสำคัญกับข่าวที่ได้จากเจาะข่าวหรือข่าวที่ได้มาเดี่ยวๆ หมายความว่าข่าวที่นักข่าวฉบับอื่นไม่ได้ ซึ่งวิธีการหาข่าวอย่างนี้จะต้องอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างนักข่าวกับตัวแหล่งเป็นกรณีพิเศษจึงจะได้ข่าวเดี่ยวมา ขณะนี้ยังไม่มีใครตอบได้ว่าการเข้าไปหาข่าวในอินเทอร์เน็ต จะได้ข่าวแบบเจาะลึกหรือไม่ แต่ที่ผ่านมายังไม่มีนอกจากได้ข่าวทั่วไปที่ทุกฉบับสามารถเข้าไปค้นหาได้จากอินเทอร์เน็ต”(สัมภาษณ์ วันที่ 10 มกราคม 2541)

นอกจากนั้นจากการสัมภาษณ์ยังพบว่า ปัญหาทางด้านความรู้ความเข้าใจด้านภาษาอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นอุปสรรคอีกอย่างหนึ่งในการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต เพราะมีนักข่าวน้อยคนที่จะเข้าใจภาษาอังกฤษอย่างถ่องแท้ ซึ่งข้อมูลส่วนใหญ่บนอินเทอร์เน็ตจะเป็นภาษาอังกฤษซึ่งต้องอาศัยคนที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน ในขณะที่นักข่าวส่วนใหญ่ก็มีความเข้าใจด้านภาษาไม่แตกฉานจึงเป็นอุปสรรคในการค้นหาข่าบบนอินเทอร์เน็ต

คุณประไพ ไกรสรโกวิท บรรณาธิการเรียล ไทม์ ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ให้ความเห็นถึงอุปสรรคด้านภาษาว่า “ความเข้าใจด้านภาษาเป็นอุปสรรคสำคัญในการเข้าถึงข้อมูลในอินเทอร์เน็ต นอกจากนั้นต้องรู้ภาษาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีต่าง ๆ ซึ่งหากไม่เคยเรียนมาก่อนอยากที่จะเข้าใจ บางคนเข้าใจภาษาอังกฤษแต่ไม่เข้าใจเครื่องมือคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตก็ไม่มีประโยชน์ ขณะที่หัวหน้าข่าวหรือนักข่าวหลายคนขาดความเข้าใจด้านภาษาโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ภาคภาษาไทย ซึ่งไม่ได้เก็บบุคคลที่มีความชำนาญด้านภาษาเฉพาะ ดังนั้นเมื่อหัวหน้าข่าวหรือคนที่เข้าใจข่าวไม่สามารถเข้าไปค้นหาข่าวในอินเทอร์เน็ต ขณะที่หนังสือพิมพ์หลายฉบับให้คนที่เข้าใจภาษาหรือนักคอมพิวเตอร์ทำหน้าที่แทนซึ่งคนเหล่านี้มีปัญหาไม่เข้าใจประเด็นข่าว ทำให้ต้องเสียเวลามาทำความเข้าใจ” (สัมภาษณ์ : วันที่ 20 เมษายน 2541)

นอกจากนั้นยังมีปัญหาที่เกิดจากตัวเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเอง ซึ่งบางครั้งการค้นหาข้อมูลข่าวสารต้องอาศัยเวลานาน เนื่องจากในประเทศไทยเทคโนโลยีสาธารณูปโภคพื้นฐานยังไม่ได้มีการพัฒนาเต็มที่เหมือนต่างประเทศ ทำให้มีขีดจำกัด

คุณสหัสยา เจริญฤทธิ หัวหน้าข่าวสายอสังหาริมทรัพย์ หนังสือพิมพ์คู่แข่งเปิดเผยถึงปัญหาในการใช้อินเทอร์เน็ตว่า “เคยทดลองใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อไปดูข้อมูลข่าวสารบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งคนที่จะต้องรู้เว็บไซต์ของบริษัทนั้น ๆ ซึ่งหากไม่ทราบก็ต้องค้นหาซึ่งอินเทอร์เน็ตก็ช่วยได้แต่กว่าจะค้นพบต้องเสียเวลานาน ขณะที่เดียวกันบางครั้งค้นพบแล้วต้องรอให้เครื่องดึงข้อมูลมาซึ่งบางครั้งเสียเวลารอนานกว่าข้อมูลจะปรากฏให้เห็น ปัญหาคือเทคโนโลยีสาธารณูปโภคพื้นฐานในบ้านเรายังไม่สมบูรณ์แบบ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตยังไม่พัฒนาเต็มรูปแบบ บางเครื่องที่เป็นรุ่นเก่าก็มีความจำเป็นต้องมีการปรับปรุงเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลาทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณ”(สัมภาษณ์ วันที่ 5 เมษายน 2541)

ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารหนังสือพิมพ์ 25 คน และพนักงานปฏิบัติการ 35 คน ถึงเหตุผลในการยอมรับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของผู้บริหารหนังสือพิมพ์และพนักงานปฏิบัติการ ซึ่งสามารถนำมาประมวลผลได้เป็นตารางดังนี้

ตารางที่ 2  
แสดงเหตุผลในการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรม

| ลักษณะของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต  | ผู้บริหาร         |                  | พนักงานปฏิบัติการ |                   |
|---|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|
|   | เห็นด้วย          | ไม่เห็นด้วย      | เห็นด้วย          | ไม่เห็นด้วย       |
| -การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากขึ้น       | 25<br>(ร้อยละ100) | -                | 32<br>(ร้อยละ91)  | 3<br>(ร้อยละ 9)   |
| -เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีความสอดคล้องเหมาะสมกับธุรกิจหนังสือพิมพ์              | 25<br>(ร้อยละ100) | -                | 35<br>(ร้อยละ100) | -                 |
| -เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าใจง่ายและนำไปใช้งานได้สะดวกไม่ยุ่งยาก         | 20<br>(ร้อยละ80)  | 5<br>(ร้อยละ 20) | 25<br>(ร้อยละ 71) | 10<br>(ร้อยละ29)  |
| -การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีประโยชน์ต่อองค์กรและการทำงานอย่างเห็นได้ ชัดเจน | 23<br>(ร้อยละ92)  | 2<br>(ร้อยละ 8)  | 21<br>(ร้อยละ 60) | 14<br>(ร้อยละ 40) |

กล่าวโดยสรุป คุณลักษณะของอินเทอร์เน็ต มีส่วนสำคัญมากที่ทำให้การยอมรับนวัตกรรมเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ คือประสิทธิภาพการทำงานที่รวดเร็ว ครอบคลุมข้อมูลข่าวสารทั่วโลก ซึ่งช่วยให้การทำงานของกลุ่มคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น หากเทียบกับเทคโนโลยีเดิม โดยเฉพาะเทคโนโลยีการสืบค้นข้อมูล



ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและฝ่ายปฏิบัติการของกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ พบว่า โดยปกติแล้วการทำงานหนังสือพิมพ์จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลข่าวสาร ขณะเดียวกันธรรมชาติของหนังสือพิมพ์จะต้องนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ลึกกว่าสื่อประเภทอื่นเช่นวิทยุและโทรทัศน์ ดังนั้นปัจจุบันนี้หนังสือพิมพ์หลายฉบับจึงอาศัยข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถค้นคว้าได้รวดเร็วและดึงข้อมูลได้ทันที(download) โดยลักษณะของอินเทอร์เน็ตนั้นทำได้รวดเร็วและประหยัด นอกจากนั้นยังสามารถค้นหาข้อมูลได้ทั่วโลก ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าหนังสือพิมพ์นั้นต้องการข้อมูลประเภทไหน และจากการสอบถามผู้บริหารหนังสือพิมพ์พบว่า โดยส่วนใหญ่ จะใช้ข้อมูลหลายด้าน เช่นด้านงานข่าว ซึ่งจะมีการดึงข้อมูลข่าวกีฬา, ข่าวต่างประเทศ, ข่าวเศรษฐกิจ, งานวิจัยต่าง ๆ ที่หนังสือพิมพ์คิดว่ามีประโยชน์และต้องการนำเสนอต่อผู้อ่าน

นอกจากนั้นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ อินเทอร์เน็ตมีความสอดคล้องกับการทำงานของกลุ่มคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ เพราะงานหนังสือพิมพ์ต้องการความคล่องตัว ความรวดเร็ว และมีการบริโภคข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลา ซึ่งอินเทอร์เน็ตสามารถเข้ามาช่วยได้มากในแง่ของการเป็นแหล่งสืบค้นข้อมูล และเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสาร รวมทั้งเป็นสื่อกระจายข้อมูลข่าวสารของหนังสือพิมพ์ได้อีกรูปแบบหนึ่ง

ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้บริหารหนังสือพิมพ์และผู้ปฏิบัติงาน เราจะทราบว่าการทำงานขององค์กรหนังสือพิมพ์นั้นมีลักษณะเฉพาะ คือ หน้าที่หลักคือการติดตามความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและนำมารายงานให้สาธารณะชนทราบ นอกจากนั้นกระบวนการผลิตก็ต้องอาศัยองค์ประกอบมากมาย ซึ่งนอกจากเนื้อหาข่าวแล้วยังมีองค์ประกอบอื่นเช่นรูปภาพ กราฟฟิก มาประกอบข่าวอีกด้วย

ทั้งนี้สิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้นผู้บริหารหนังสือพิมพ์ยอมรับว่าอินเทอร์เน็ตมีส่วนช่วยมาก เช่นช่วยในการหาข่าว ช่วยในการส่งข่าวหรือรายงานข่าว รวมไปถึงการหากราฟฟิกและรูปภาพมาประกอบในข่าวได้อย่างสมบูรณ์ นั่นคือองค์ประกอบสำคัญที่อินเทอร์เน็ตมีส่วนสอดคล้องกับการทำงานในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์

## ตารางที่ 3

## ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตกับอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์

| ลักษณะงาน  | ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต   |
|--|---|
| <p><u>งานข่าว</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การหาข่าว</li> <li>2. ช่องทางติดต่อแหล่งข่าว</li> <li>3. ด้านส่งข่าว , รับข่าว</li> <li>4. ขอข้อมูลจากแหล่งข่าว</li> <li>5. จำเป็นต้องส่งข่าวทางไกล</li> <li>6. นักสัมภาษณ์สนทนา</li> <li>7. หาข้อมูลประกอบข่าว</li> <li>8. รูปภาพประกอบข่าว</li> <li>9. จำเป็นต้องใช้นักข่าวต่างประเทศ</li> </ol> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นช่องทางหาข่าวได้</li> <li>- อาศัยเทคโนโลยี E-mail</li> <li>- เทคโนโลยีโอน, ย้ายข้อมูล</li> <li>- เทคโนโลยีแลกเปลี่ยนข่าวสาร</li> <li>- เทคโนโลยีเครื่องระยะไกล</li> <li>- มีเทคโนโลยีสนทนาผ่านเครือข่าย</li> <li>- ดึงข้อมูลที่ต้องการจากอินเทอร์เน็ต</li> <li>- ค้นหารูปภาพที่ต้องการประกอบข่าวได้</li> <li>- บนอินเทอร์เน็ตมีรายงานข่าวต่างประเทศ</li> </ul> |
| <p><u>งานของฝ่ายโฆษณา</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ติดต่อลูกค้าลงโฆษณา</li> <li>2. ส่งข้อมูลสินค้าแนะนำลูกค้า</li> <li>3. หาข้อมูลลูกค้า</li> </ol>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นช่องทางติดต่อลูกค้าได้</li> <li>- ส่งข้อมูลได้รวดเร็วไม่จำกัด</li> <li>- อินเทอร์เน็ตมีเว็บไซต์ข้อมูลบริษัท</li> </ul>   |
| <p><u>งานฝ่ายศิลป์</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดหน้าหนังสือพิมพ์(Layout)</li> <li>2. จัดภาพกราฟฟิก</li> <li>3. จัดหาภาพประกอบข่าว</li> </ol>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- แก้ปัญหาข่าวขาด หรือข้อมูลไม่เพียงพอ</li> <li>- ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตมีให้เลือกมากขึ้น</li> <li>- ดึงรูปจากอินเทอร์เน็ตได้ทันที</li> </ul>  |

### 2.3 อัตราการรับนวัตกรรมของกลุ่มคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์

จากการศึกษาพบว่า การแพร่ของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามายังอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ ในแต่ละองค์กร จะมีความช้า-เร็ว ไม่เท่ากัน ขณะเดียวกันการรับนวัตกรรมของกลุ่มคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์รายวัน ก็ใช้ระยะเวลาแตกต่างกันด้วย

ทั้งนี้ในแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเผยแพร่และการรับนวัตกรรม<sup>13</sup> ได้แบ่งกลุ่มของการรับนวัตกรรมไว้ 5 กลุ่มตามอัตราการรับนวัตกรรม หรือความเร็วโดยเปรียบเทียบในการยอมรับนวัตกรรม ซึ่งประกอบไปด้วย

1. พวกชอบของใหม่ (Innovators) หรือ กลุ่มล้ำสมัย ซึ่งจะมีลักษณะที่ชอบความเสี่ยงและชอบลองของใหม่ๆ โดยพร้อมที่จะยอมรับความเสียหายหรืออันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่พอใจจะมีชีวิตความเป็นอยู่ในชุมชนเมืองมากกว่าชนบท
2. พวกรับเร็วส่วนแรก (Early adopters) หรือ กลุ่มนำสมัย จะมีลักษณะเฉพาะคือเป็นกลุ่มบุคคลที่เป็นที่เคารพนับถือ มีหน้ามีตาในสังคมที่ตนสังกัด และมักจะเป็นผู้นำทางความคิดให้กับผู้อื่นที่อยู่ในชุมชน เป็นบุคคลที่พร้อมจะยอมรับความคิดใหม่ๆ หลังจากที่ได้ทำการพิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว
3. พวกรับเร็วส่วนมาก (Early majority) หรือ กลุ่มทันสมัย มีลักษณะที่ค่อนข้างจะพิถีพิถันในการตัดสินใจ มักจะพอใจที่ได้มีโอกาสใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ก่อนผู้บริโภคคนอื่น แต่ก็ไม่ค่อยจะเป็นผู้นำในการนำมาใช้ก่อน
4. พวกรับช้าส่วนมาก (Late majority) หรือ กลุ่มตามสมัย จะไม่พร้อมที่จะรับนวัตกรรม จนกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่นได้ลองใช้ไปแล้ว เพื่อใช้เป็นเครื่องพิสูจน์และยืนยันว่าสิ่งประดิษฐ์ใหม่นั้น มีคุณค่า เป็นของดีจริง

<sup>13</sup> ปทุมพร ศิริรั้งคมานนท์ , “การนำนวัตกรรมทางสื่อสารเข้าสู่การธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีโทรศัพท์เคลื่อนที่” , สถาบันบัณฑิตศึกษา , จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2532.

5. พวกล่าหลัง (Laggards) หรือ กลุ่มล่าสมัย จะมีลักษณะ “อนุรักษ์นิยม” และจารีตนิยม โดยมีความสงสัยต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จะยอมรับนวัตกรรมก็ต่อเมื่อสิ่งใหม่นั้นได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งวัดความเป็นจารีตนิยมของบุคคลแล้ว

จากแนวความคิดดังกล่าว สามารถนำมาเป็นหลักในการใช้แบ่งกลุ่มการรับนวัตกรรมของคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ได้ โดยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตแพร่เข้ามาในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ.2530 ในลักษณะของการใช้งานเพื่อการศึกษา ก่อน ส่วนการแพร่หลายในเชิงพาณิชย์นั้นเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2537 เป็นต้นมา จึงจัดให้ผู้ที่เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงปีพ.ศ. 2530-2536 อยู่ในกลุ่มล่าสมัย (Innovators) ส่วนผู้ที่เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงปี 2537 จัดได้ว่าอยู่ในกลุ่มนำสมัย (Early adopters) สำหรับผู้ที่เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงปี 2538 ซึ่งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเริ่มได้รับความนิยมจัดให้อยู่ในกลุ่มทันสมัย (Early majority) ส่วนผู้ที่เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงปี 2539 จัดได้ว่าอยู่ในกลุ่มตามสมัย (Late majority) และผู้ที่เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตหลังปี 2539 ถือว่าอยู่ในกลุ่มล่าสมัย (Laggards)

ดังนั้นเมื่อเกิดการเปิดให้ใช้ในเชิงพาณิชย์ กลุ่มธุรกิจหนังสือพิมพ์จึงสามารถนำมาใช้ในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว เพราะถือว่าความล้าหน้าด้านข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งในเรื่องนี้ คุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ให้เหตุผลว่า “หนังสือพิมพ์จะต้อง

เกาะติดสถานการณ์ความเคลื่อนไหวตลอดเวลา รวมถึงความเคลื่อนไหวของอินเทอร์เน็ตก็เช่นเดียวกัน ดังนั้นเราจึงมองเห็นคุณประโยชน์ของมัน และพยายามนำเข้ามาใช้ในองค์กร โดยมีการศึกษาตั้งแต่ปี 2536 ก่อนที่จะนำมาใช้อย่างเต็มรูปแบบ” (สัมภาษณ์ : 19 ม.ค.2541)

จะเห็นได้ว่าการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ต ได้รับความสนใจจากกลุ่มคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์มาตั้งแต่ต้น ประกอบกับการเป็นลู่ทางธุรกิจใหม่ การศึกษาเกี่ยวกับตัวอินเทอร์เน็ตจึงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยคุณแสงไชย คำภูไทย บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน กล่าวถึงแรงผลักดันในเรื่องนี้ว่า “รายได้ของหนังสือพิมพ์ลดต่ำลง เพราะภาวะการแข่งขันสูง และการประหยัดงบประมาณโฆษณาต่างๆในช่วงครึ่งแรกของปี 2539 เปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2538 ที่ทุกสื่อมีโฆษณาเพิ่มขึ้น คือโทรทัศน์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.6 วิทยุเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ภาพยนตร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 แต่สื่อโฆษณาหนังสือพิมพ์กลับลดลงร้อยละ 10 ทำให้ธุรกิจหนังสือพิมพ์ต้องมีการปรับตัวมองหาช่องทางใหม่ โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งอินเทอร์เน็ตก็เป็นตัวหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจ ซึ่งผู้บริหารหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่สนใจความเป็นมาของอินเทอร์เน็ตที่จะนำมาใช้ในบ้านเราเสียอีก” (สัมภาษณ์ : 2 ม.ค.2541)

สำหรับอัตราการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต ของกลุ่มพนักงานปฏิบัติการนั้น จะมีความช้ากว่ากลุ่มผู้บริหาร เพราะการติดตั้งเทคโนโลยีใช้ต้นทุนสูง การนำเข้ามาใช้ในองค์กรจึงทำได้เพียงบางส่วน และผ่านมาจากความต้องการของผู้บริหารเป็นหลัก โดยคุณวิภาค วิจิตรวาทการ บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์บิสิเนสเดย์ กล่าวว่า “เราไม่สามารถให้อินเทอร์เน็ตแก่นักข่าวทุกคนได้เพราะเป็นต้นทุนที่สูงขึ้น ดังนั้นจึงต้องพิจารณาถึงความจำเป็น และเลือกใช้กับบางส่วนขององค์กร เช่นกองบรรณาธิการ เป็นต้น” (สัมภาษณ์ : 25 ก.พ.2541)

อย่างไรก็ตามมีพนักงานปฏิบัติงาน ที่จัดอยู่ในกลุ่มล้าสมัยร้อยละ 17 โดยเป็นผู้ที่มีความสนใจติดตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นส่วนตัวอยู่แล้ว ทำให้บางรายมีการเรียนรู้และใช้งานก่อนที่จะนำมาใช้ในองค์กร ซึ่งในเรื่องนี้ คุณจรีวัลย์ วงศ์คำจันทร์ อดีตผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ผู้จัดการชี้แจงว่า “อาชีพนักข่าวต้องพัฒนาตัวเอง และพัฒนาตามสภาพแวดล้อมเสมอ เมื่อคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาท สำนักพิมพ์จะต้องมีการอบรมพนักงานให้เรียนรู้ เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นกับองค์กร ประกอบกับคนหนังสือพิมพ์ชอบคิดอะไรล่วงหน้า ใครที่ช้ากว่าก็จะถือว่าด้อยกว่า สำหรับอินเทอร์เน็ตก็เช่นเดียวกัน นักข่าวหลายคนมีการเรียนรู้ และใช้เป็นที่ตั้งแต่ยังไม่มีการนำเข้ามาใช้ในองค์กร” (สัมภาษณ์ : 14 ก.พ.2541)

ส่วนพนักงานปฏิบัติการที่อยู่ในกลุ่มนำสมัย มีอยู่ร้อยละ 40 จะเป็นกลุ่มที่มีความจำเป็นต้องนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน จึงเข้าไปทดสอบทดลองใช้ก่อนพนักงานในส่วนอื่นๆ เช่น ฝ่ายข่าวต่างประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ กีฬา และบันเทิง ซึ่งในเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีการรายงานสด ทำให้สามารถได้ข้อมูลทันทีที่เกิดเหตุการณ์ไม่ต้องรอการถ่ายทอดผ่านดาวเทียมซึ่งบางครั้งมีไม่ทั่วถึง

คุณสหัสยา เจริญฤทธิ์ หัวหน้าข่าวอสังหาริมทรัพย์ หนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน กล่าวว่า “การให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตของนักข่าวนั้นไม่เท่ากัน ชาวบางครั้งไม่จำเป็นต้องอาศัยอินเทอร์เน็ต แต่พอมีการติดตั้งในหน่วยงานเมื่อประมาณปี 2537 พนักงานส่วนใหญ่ก็จะมาทดลองใช้กัน โดยเฉพาะฝ่ายข่าวต่างประเทศใช้มากที่สุดในช่วงแรก เราพบว่าอินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลจากต่างประเทศไทย และนักข่าวหลายคนก็จะให้ความสนใจและเริ่มดึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตออกมาใช้มากขึ้นโดยเฉพาะข่าวบันเทิง ข่าวกีฬาและข่าวเศรษฐกิจ” (สัมภาษณ์ 18 มกราคม 2541)

พนักงานที่จัดอยู่ในกลุ่มทันสมัย มีร้อยละ 23 โดยจะเป็นกลุ่มที่เริ่มเล็งเห็นความสำคัญของอินเทอร์เน็ตที่จะมีมากขึ้นในอนาคต จึงหันมาเรียนรู้และนำมาใช้เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการทำงาน สำหรับพนักงานปฏิบัติการที่อยู่ในกลุ่มตามสมัย มีร้อยละ 20 ซึ่งกลุ่มนี้เหตุผลในการเริ่มใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเพราะเห็นคนอื่น ๆ ในองค์กรใช้ และเริ่มมีความสำคัญในการทำงานมาก

ขึ้น ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าในกลุ่มตัวอย่างของพนักงานปฏิบัติการของหนังสือพิมพ์ ไม่มีรายใดจัดอยู่ในกลุ่มล่าหลัง เพราะการทำงานต้องอยู่กับข้อมูลข่าวสารตลอด ขณะที่องค์กรก็มีการปรับเปลี่ยนให้ทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

คุณประดิษฐ์ ศรีโนนยาม บรรณาธิการข่าวต่างประเทศหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ กล่าวว่า “สำหรับเซ็กชั่น(section)หน้าข่าวก็พานั้น ข่าวต่างประเทศนั้นว่ามีความสำคัญ การติดตามข่าวด้านนี้เดิมเราอาศัยจากสำนักข่าวรอยเตอร์หรือเอพี ซึ่งถือว่ารายงานข่าวได้ทันสถานการณ์ แม้จะเข้าไปบางแต่ก็ถือว่าเข้าสำหรับหนังสือพิมพ์ แต่ปัจจุบันเรายกเลิกการรับข่าวรอยเตอร์และเอพี โดยข่าวกีฬาต่างประเทศจะดูจากอินเทอร์เน็ตซึ่งมีการรายงานข้อมูลมากกว่า ซึ่งรายการกีฬาสำคัญ ๆ ของต่างประเทศเขาจะลงทุนเปิดเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลผู้ชมและรายงานผลหรือวิเคราะห์เกมล่วงหน้า ซึ่งนับว่ามีประโยชน์มากสำหรับนักข่าวในบ้านเรา”(สัมภาษณ์ 9 มกราคม 2541)

#### ตารางที่ 4

แสดงอัตราการยอมรับนวัตกรรมของกลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์และพนักงานปฏิบัติการ

| อัตราการรับนวัตกรรม      | กลุ่มผู้บริหาร |        | พนักงานปฏิบัติการ |        |
|--------------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
|                          | จำนวน          | ร้อยละ | จำนวน             | ร้อยละ |
| ล้ำสมัย (Innovator)      | 6              | 24     | 6                 | 17     |
| นำสมัย (Early adopters)  | 19             | 76     | 14                | 40     |
| ทันสมัย (Early majority) | 0              | 0      | 8                 | 23     |
| ตามสมัย (Late Majority)  | 0              | 0      | 7                 | 20     |
| ล่าหลัง (Laggards)       | 0              | 0      | 0                 | 0      |
| รวม                      | 25             | 100    | 35                | 100    |

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ จะเห็นได้ว่าอัตราการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของ กลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 76 จัดอยู่ในกลุ่มนำสมัย (Early adopters) และร้อยละ 24 จัดอยู่ในกลุ่มล่าสมัย ซึ่งถือว่ามีอัตราการรับนวัตกรรมที่รวดเร็วมาก โดยผลของการสัมภาษณ์พบว่าในกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีผู้บริหารหนังสือพิมพ์คนใดเลยที่ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในช่วงหลังจากปี พ.ศ.2537 เนื่องจากช่วงนั้นในต่างประเทศเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีความแพร่หลายและได้รับความนิยมมากแล้ว ซึ่งบรรดาผู้บริหารหนังสือพิมพ์ต่างได้รับรู้ข่าวสารความเคลื่อนไหวมาก่อนหน้านี้ และเตรียมความพร้อมที่จะนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในองค์กรอยู่แล้ว เพราะเห็นว่า มีประโยชน์ต่อองค์กร และเป็นประโยชน์ทางด้านธุรกิจ แต่ติดอยู่ที่ระเบียบของรัฐยังไม่เอื้ออำนวย

กล่าวโดยสรุป หากโดยอาศัยแนวความคิดและทฤษฎีการเผยแพร่และการรับนวัตกรรมมาช่วยในการวิเคราะห์การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของกลุ่มคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ พบว่าลักษณะของการทำงานและหน้าที่ที่รับผิดชอบมีผลทำให้พฤติกรรมของคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์นั้นเป็นกลุ่มคนที่มีความกระตือรือร้นต่อสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยคนส่วนใหญ่ที่ก้าวเข้ามาสู่อาชีพนี้ถูกบ่มเพาะให้กล้าคิดกล้าทำ และมีความมั่นใจในตัวเองสูง ทำให้กล้าที่จะลองสิ่งใหม่ๆ อย่างไม่ลังเล โดยเฉพาะในกลุ่มของผู้บริหารหนังสือพิมพ์ จะมีลักษณะของการเป็นผู้นำทางความคิด ซึ่งคนที่มีลักษณะเช่นนี้จะสามารถยอมรับนวัตกรรมใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว เพราะมีความกล้าทำ กล้าลอง

ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของกลุ่มคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์มีอัตราการรับที่รวดเร็ว ซึ่งเมื่อนำมาจัดแบ่งอัตราการรับนวัตกรรมจะเห็นได้ชัดเจนว่า กลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์จะมีอัตราการรับนวัตกรรมที่จัดอยู่ในกลุ่ม นำสมัย - ล่าสมัย ส่วนกลุ่มพนักงานปฏิบัติการ แม้ว่าอัตราการรับจะช้ากว่ากลุ่มผู้บริหาร แต่ก็ถือว่ามีอัตราการรับที่ค่อนข้างรวดเร็ว โดยพนักงานที่ให้สัมภาษณ์มากกว่าครึ่งอยู่ในกลุ่ม นำสมัย - ล่าสมัย

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษาที่ออกมาสอดคล้องกับแนวความคิดและทฤษฎีการรับนวัตกรรม ที่กลุ่มคนซึ่งมีลักษณะเป็นผู้นำทางความคิด กล้าลองสิ่งใหม่ๆ และมีความมั่นใจสูงจะมีการรับนวัตกรรมในอัตราที่เร็ว และอยู่ในกลุ่มแรกๆ ที่รับนวัตกรรม อย่างไรก็ตามในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ เราจึงพบว่าอัตราการรับอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างและไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งานเข้ามามีส่วนประกอบ ซึ่งกลุ่มที่ใช้งานมากจะมองเห็นความสำคัญของอินเทอร์เน็ตว่ามีประสิทธิภาพสูง ขณะที่ฝ่ายข่าวอื่นๆ อาจจะให้ความสำคัญน้อยลงไป

## 2.4 ระดับการรับนวัตกรรมของคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์

กระบวนการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต ในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์นั้น เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นต่อเนื่องกันโดยใช้ระยะเวลาานพอสมควร ซึ่งในการจากการศึกษาสามารถแบ่งระดับการรับนวัตกรรมได้ โดยอาศัยแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการรับนวัตกรรมของ E.M.Roger and F.F.Shoemaker<sup>14</sup> มาเป็นหลักเกณฑ์ในการแบ่งระดับการรับนวัตกรรมของกลุ่มคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ โดย Roger ได้แบ่งระดับของการยอมรับนวัตกรรมไว้ 5 ขั้นตอนด้วยกันซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ ประกอบไปด้วย

### 1. ชั้นความรู้ (Knowledge)

คือขั้นที่บุคคลได้รู้จักกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็นครั้งแรก และได้แสวงหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตว่ามีเทคโนโลยีการทำงานอย่างไร มีประโยชน์ในแง่ใดบ้าง เป็นต้น โดยความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตในขั้นนี้จะแบ่งเป็น 3 ลักษณะคือ

- มีความรู้ หรือตระหนักว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตนั้นมีอยู่
- มีความรู้ว่าจะใช้อินเทอร์เน็ตอย่างไรจึงจะเหมาะสม หรือสามารถนำอินเทอร์เน็ตไปใช้ประโยชน์ได้อย่างไรบ้าง
- รู้ว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตคืออะไร มีการใช้งานอย่างไร และก่อให้เกิดประโยชน์อย่างไร

### 2. ชั้นการจูงใจ (Persuasion)

เป็นช่วงต่อมาหลังจากที่เกิดความรู้ว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีประโยชน์อย่างไรบ้าง และจะมีการทดลองใช้งาน ซึ่งจะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ นวัตกรรมใหม่นี้ และจะนำไปสู่ขั้นของการตัดสินใจต่อไป

---

<sup>14</sup> ศิริลักษณ์ ศรีมณฑล “ บทบาทของนวัตกรรมด้านคอมพิวเตอร์ : เทคโนโลยี Digital Nonlinear Editing ในการผลิตสื่อวีดิทัศน์ ” , บัณฑิตวิทยาลัย , จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539, หน้า 64-73.



### 3. ขั้นตอนการตัดสินใจ (Decision)

จะเป็นช่วงที่ผู้รับพิจารณาข้อดี ข้อเสีย ของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต รวมถึงองค์ประกอบในส่วนอื่น ๆ ขององค์กร ว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ มีค่าใช้จ่ายมาน้อยเพียงใดในการติดตั้ง และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในองค์กรมากน้อยเพียงใด เป็นต้น แล้วจะเกิดการตัดสินใจที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธ เทคโนโลยีนี้

### 4. ขั้นตอนการนำไปปฏิบัติ (Implementation)

เกิดขึ้นเมื่อผู้รับมีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตไปใช้ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายนอก จะมีการค้นข้อมูลในขั้นตอนของการนำไปปฏิบัติ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะมีการให้ความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ทางด้านเทคนิคสำหรับผู้เริ่มใช้งานใหม่ๆ

### 5. ขั้นตอนการยืนยัน (Confirmation)

จะเกิดขึ้นหลังจากการตัดสินใจระยะเวลาหนึ่ง โดยบุคคลจะทำการค้นคว้า แสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพิ่มเติม เพื่อสนับสนุนหรือยืนยันการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่กระทำไปแล้ว ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจไปในทางตรงกันข้ามได้ หากเขาได้รับข้อมูลที่ขัดแย้งกับข้อมูลที่ได้รับมาก่อนหน้านี้ โดยในขั้นนี้คำแนะนำจากเพื่อน หรือบุคคลใกล้ชิดจะมีบทบาทมาก

จากการสัมภาษณ์ หนังสือพิมพ์ 7 ฉบับ พบว่า มีหนังสือพิมพ์ 3 ฉบับ คือ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ และหนังสือพิมพ์เนชั่น มีการติดตั้งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตกระจายไปตามจุดต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อให้พนักงานได้ปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ ส่วนอีก 4 ฉบับ ได้แก่หนังสือพิมพ์คู่แข่ง หนังสือพิมพ์วิญจกร หนังสือพิมพ์บิสมายล์และหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ มีการติดตั้งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นส่วนกลางจุดหนึ่ง และมีการเสริมในส่วนสำคัญๆ ได้แก่ฝ่ายต่างประเทศและฝ่ายกีฬา-บันเทิงอีกอย่างละจุด ทั้งนี้เนื่องจากว่าฝ่ายดังกล่าวมีการปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตมาก

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์จะผ่านกระบวนการยอมรับนวัตกรรมใน 4 ขั้นตอนแรกมาอย่างค่อนข้างรวดเร็วโดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์

นอกจากจะเกิดจากหน้าที่การงานที่ต้องค้นหาข้อมูลหรือข่าวใหม่ๆนำเสนอแล้ว เรื่องของแรงจูงใจด้านธุรกิจก็มีส่วนผลักดันโดยเฉพาะในส่วนของผู้บริหารในการยอมรับนวัตกรรมไปได้อย่างรวดเร็ว

สำหรับการวัดระดับการรับนวัตกรรมของกลุ่มบุคคลในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์นั้น ก็เพื่อต้องการทราบถึงบทบาทของอินเทอร์เน็ตในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ ซึ่งจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกสามารถแบ่งระดับการรับนวัตกรรมของกลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์และพนักงานปฏิบัติการตามเกณฑ์การแบ่งระดับการรับนวัตกรรมเป็น 5 ขั้นตอนดังกล่าว สามารถนำมาประมวลผลสรุปเป็นตารางดังต่อไปนี้

#### ตารางที่ 5

แสดงระดับการรับนวัตกรรมของกลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์รายวันและพนักงานปฏิบัติการ

| ระดับการรับนวัตกรรม                 | ผู้บริหาร |        | พนักงานปฏิบัติการ |        |
|-------------------------------------|-----------|--------|-------------------|--------|
|                                     | จำนวน     | ร้อยละ | จำนวน             | ร้อยละ |
| ชั้นความรู้ (Knowledge)             | -         | -      | -                 | -      |
| ชั้นการจูงใจ (Persuasion)           | -         | -      | 5                 | 14     |
| ชั้นการตัดสินใจ (Decision)          | -         | -      | 8                 | 23     |
| ชั้นการนำไปปฏิบัติ (Implementation) | 10        | 40     | 10                | 29     |
| ชั้นการยืนยัน (Confirmation)        | 15        | 60     | 12                | 34     |
| รวม                                 | 25        | 100    | 35                | 100    |

ตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าจากการสัมภาษณ์เพื่อวัดระดับการรับนวัตกรรมของกลุ่มคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์นั้น กลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์ มีระดับการรับนวัตกรรมในชั้น การ

นำไปปฏิบัติงาน ร้อยละ 40 และ อยู่ในชั้นของการยืนยันร้อยละ 60 สำหรับกลุ่มพนักงานปฏิบัติการนั้น มีระดับการรับนวัตกรรมอยู่ในชั้นการจูงใจร้อยละ 20 ชั้นการตัดสินใจร้อยละ 28 ชั้นการนำไปปฏิบัติร้อยละ 52 และชั้นการยืนยันร้อยละ 40

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ในการขั้นตอนการปฏิบัติ บุคคลในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ภาคภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ ลักษณะการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการดึงข้อมูลเพื่อนำมาใช้ประกอบข่าว แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ

(1) การดึงข้อมูลทั่วไปเพื่อเป็นวัตถุดิบในการเขียนรายงาน เช่น สารคดี ,งานวิจัย,เทคโนโลยี,วิทยาศาสตร์ ฯลฯ โดยนำข้อมูลที่ได้นำมาแปลเป็นภาษาไทยแล้วรายงานให้ผู้อ่านรับทราบตามคอลัมน์ต่างๆในหน้าหนังสือพิมพ์ ซึ่งการทำงานในลักษณะนี้ภาษาข่าวเรียกว่า “ข่าวแห้ง”

(2) การดึงข้อมูลที่เกิดขึ้นในขณะนั้น เช่น รายการถ่ายทอดสดเหตุการณ์ต่าง ๆ ข่าวกีฬา,ข่าวบันเทิง,ข่าวต่างประเทศ,รวมทั้งข่าวจากสำนักข่าวต่างประเทศ ทั้งนี้ข่าวจะนำข้อมูลที่ได้จากอินเทอร์เน็ตมาขยายผลและนำเสนอเป็นข่าวสารต่อไป ซึ่งปัจจุบันสำนักพิมพ์ทุกแห่งนำวิธีนี้มาใช้

คุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ระบุว่า “สำหรับบางกอกโพสต์ข้อมูลถือเป็นเรื่องสำคัญ ดังนั้นแทบทุกส่วนงานจะต้องมีฐานข้อมูลไว้รองรับ สำหรับกองบรรณาธิการทุกเช็กชั้นหรือทุกฝ่ายจะมีการติดตั้งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตไว้เพื่อปฏิบัติงาน เพื่อช่วยให้นักข่าวทำหน้าที่ของตัวเองได้ดีขึ้น และหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละบุคคลหากเกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตเขาก็จะเปิดดู ที่ให้ใช้งานมาก ๆ คือข่าวต่างประเทศ ข่าวบันเทิง-กีฬา ส่วนข่าวอื่น ๆ ก็ใช้บางแต่ทุกฝ่ายก็มีการใช้งาน ”(สัมภาษณ์ : วันที่ 19 มกราคม 2541)

ขณะที่หนังสือพิมพ์ฉบับภาษาไทย ทุกฉบับจากการสัมภาษณ์ ก็ยืนยันการใช้งานว่าได้นำเข้ามาใช้ในชั้นของการนำไปปฏิบัติงานแล้ว ซึ่ง คุณเล็ก นนทนาพันธ์ บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ ยอมรับว่าการปฏิบัติงานข่าวมีการประสานกันได้ดีกับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเสริมงานข่าว โดยกล่าวว่า “งบประมาณด้านอินเทอร์เน็ตของบริษัทมีจำกัด จึงติดตั้งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตขึ้นมาเป็นส่วนกลาง ซึ่งพนักงานของบริษัทสามารถเข้ามาใช้งานได้ ซึ่งส่วนใหญ่คนที่ใช้คือระดับหัวหน้าข่าวและนักข่าวต่างประเทศการติดตามข่าวในอินเทอร์เน็ต สมัยนี้มีเว็บไซต์ภาษาไทยต้องการข้อมูลหน่วยงานรัฐหรือเอกชน หรือในตลาดหุ้นค้นหาได้ นักข่าวจึงหันมาใช้ปฏิบัติงานกันมากขึ้น”(สัมภาษณ์ 11 มกราคม 2541)

คุณอดิศักดิ์ คุ้มจอหอ บรรณาธิการข่าวหน้าหนึ่ง หนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน กล่าว  
ว่า “การทำหนังสือพิมพ์รายวันจะมีทั้งข่าวแห้งและข่าวสด ดังนั้นบรรณาธิการข่าวแต่ละเช็กรู้กัน  
จะว่าแผนการปิดข่าวไว้ล่วงหน้า เช่นกองบรรณาธิการฝ่ายบันเทิงไม่จำเป็นต้องใช้ข่าวสดมากนัก  
ส่วนใหญ่เป็นข่าวที่เก็บไว้ได้นานหรือข่าวแห้ง ผู้สื่อข่าวจึงไม่จำเป็นต้องออกไปหาข่าวที่เกิดขึ้น  
ทุกวัน เดิมเวลาส่วนใหญ่ก็จะมีข่าวที่เปลี่ยนจากหนังสือบันเทิงต่างประเทศ แต่เมื่อมีอินเทอร์เน็ตเข้า  
มาในองค์กรปรากฏว่างานหลักที่ฝ่ายบันเทิงต้องปฏิบัติคือเข้าไปเปิดเว็บไซต์หาข้อมูลในอิน  
เทอร์เน็ตทุกวัน และที่ผ่านมาก็เห็นได้ว่าฝ่ายบันเทิงยืนยันว่าการใช้งานจากอินเทอร์เน็ตดีมี  
ประโยชน์” (สัมภาษณ์ : วันที่ 10 มกราคม 2541)

จะเห็นได้ว่าแม้ว่าอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ตัดสินใจรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตมาใช้  
แล้ว แต่จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ในช่วงเริ่มแรกของการรับนวัตกรรมเข้ามาจะมีการทดลองใช้  
ระยะหนึ่งก่อน เพื่อประเมินผลให้ชัดเจนว่าเทคโนโลยีนี้เกิดประโยชน์ต่อการทำงานจริง ๆ แล้วจึง  
จะมีการนำเข้ามาใช้งานอย่างเต็มรูปแบบ ทั้งนี้ในส่วนของบริษัทที่ปฏิบัติงานนั้นจะทำการทดลอง  
ใช้ก่อน เมื่อเห็นว่าเกิดประโยชน์ต่อการทำงานอย่างแท้จริงแล้วจึงติดตั้งเทคโนโลยีอย่างสมบูรณ์  
แบบ

### ตอนที่ 3 วิเคราะห์ผลของการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตต่อการปรับตัวขององค์กรหนังสือพิมพ์

ในการศึกษาถึงอิทธิพลของนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตต่อการเปลี่ยนแปลงภายใน  
องค์กรหนังสือพิมพ์ จะแบ่งการศึกษาออกเป็นสองส่วนใหญ่ ๆ คือ ส่วนที่หนึ่ง ศึกษาถึงผล  
กระทบที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับ และส่วนที่สอง ศึกษาถึงผลกระทบที่มีต่อการ  
เปลี่ยนแปลงขององค์กร

#### 3.1 การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตกับการปรับตัวในการปฏิบัติงาน

เป็นการศึกษาถึงรูปแบบการปฏิบัติงานของคนในองค์กรหนังสือพิมพ์ ว่าอิน  
เทอร์เน็ตทำให้การทำงานเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร โดยกลุ่มเป้าหมายที่สนใจมี 3 กลุ่มด้วยกัน

กลุ่มแรกคือ ผู้สื่อข่าว หรือนักข่าว

เป็นผู้ที่ต้องนำเสนอข้อมูลข่าวสารออกสู่สาธารณะชน ซึ่งในปัจจุบันมีการแข่งขัน  
กันสูงในกลุ่มของนักข่าว ในแง่มุมของการเสนอข่าวว่าใครจะสามารถนำเสนอได้อย่างน่าสนใจและ  
มีความละเอียดลึกซึ้งของข้อมูลมากกว่ากัน และเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตก็เข้ามามีบทบาทในฐานะ  
ที่เป็นแหล่งสืบค้นข้อมูล ขณะเดียวกันก็เป็นสื่อกลางในการติดต่อแหล่งข่าวที่เป็นบุคคลด้วย

กลุ่มที่สองคือฝ่ายโฆษณา

เป็นผู้ที่ต้องติดต่อหาโฆษณามาลงในหนังสือพิมพ์ และสื่อต่างๆของบริษัท ซึ่งในปัจจุบันหนังสือพิมพ์หลายฉบับมีการเปิดเว็บไซต์ เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้อ่านผ่านทางอินเทอร์เน็ตอีกช่องทางหนึ่ง และส่วนหนึ่งบนพื้นที่ของเว็บไซต์ก็สามารถลงโฆษณาได้เช่นกัน

กลุ่มที่สาม คือเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์

ทำหน้าที่จัดหน้า(layout) และวางรูปแบบหนังสือพิมพ์ให้ออกมาดูน่าสนใจ นอกจากนั้นยังต้องจัดการเรื่องรูปภาพที่นำมาประกอบข่าว ซึ่งอาจจะต้องใช้เครื่องคอมพิวเตอร์สแกนภาพจากหนังสือ นิตยสาร หรือรูปภาพทั่วไป และในส่วนของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเองก็สามารถคัดลอก (Copy) รูปภาพทุกรูปได้ มาใช้ในการจัดหน้าด้วย

ทั้งนี้ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เข้ามาใช้ในองค์กร หนังสือพิมพ์ในแต่ละฉบับนั้นจะมีความแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับขนาดการจัดการและนโยบายของบริษัทซึ่งอาจจะมีการจัดการแตกต่างกัน การศึกษาจึงได้แยกลักษณะความเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรที่เกิดขึ้นเป็นรายฉบับไป เพื่อให้เห็นในเชิงเปรียบเทียบ

## 1. หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ ที่เน้นการเสนอข่าวคุณภาพ ที่เสนอความเป็นไปทั้ง ข่าวเศรษฐกิจ-สังคม-การเมืองในและต่างประเทศ โดยกลุ่มผู้อ่านจะเป็นนักธุรกิจและผู้มีความรู้ การนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้จะมี 2 ลักษณะ คือ

1) การใช้เวลา เปิดโฮมเพจของตัวเอง เมื่อปี พ.ศ.2539 โดยใช้เครือข่ายของสามารทไซเบอร์เน็ต และมีการตั้งหน่วยงานขึ้นมาดูแลภายใต้การควบคุมของชาวต่างชาติที่ว่าจ้างมาโดยเฉพาะ เพื่อควบคุมเทคโนโลยีที่เชื่อมโยงสู่อินเทอร์เน็ตโดยตรง และข้อมูลข่าวสารที่ลงในโฮมเพจส่วนใหญ่คือข่าวในหน้าต่างๆของหนังสือพิมพ์ ที่มีการคัดเลือกมาลง

2) ใช้อินเทอร์เน็ตในองค์กรนั้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงาน จะมีการติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตไว้ตามจุดต่างๆซึ่งประกอบไปด้วย กองบรรณาธิการข่าวภูมิภาค ข่าวธุรกิจ เอาท์ลुक ข่าวกีฬา ฝ่ายข้อมูล โดยคุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ บรรณาธิการบริหารกล่าวว่า “พนักงานทุกคนมีสิทธิใช้อินเทอร์เน็ต โดยในปัจจุบัน (ปีพ.ศ. 2541)

บริษัทค่อนข้างระมัดระวังในค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต เนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจที่ทำให้รายได้ของบริษัทลดลง โดยตั้งงบประมาณค่าบริการในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไว้ปีละ 3 ล้านบาท จึงมีการขอร้องผู้ปฏิบัติบางระดับเท่านั้นที่จะมีสิทธิใช้ และต้องใช้เพื่อประโยชน์ในงานเท่านั้น” (สัมภาษณ์ : วันที่ 19 มกราคม 2541)

### 1.1 การปรับตัวของบุคลากร

ในส่วนของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์นั้น ถือว่าเป็นองค์กรใหญ่ที่มีการแบ่งหน่วยงานออกเป็นหลายส่วน ซึ่งการจัดองค์กรก็ไม่แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ มากนัก คุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ กล่าวว่า “หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับส่วนใหญ่จะมีความคล้ายคลึงกันในด้านจัดการองค์กร ทั้งนี้หน้าที่ส่วนใหญ่จะแบ่งองค์กรออกเป็นหลายฝ่าย เช่น ฝ่ายกองบรรณาธิการ ฝ่ายโฆษณา ฝ่ายจัดพิมพ์ และฝ่ายจัดจำหน่าย ซึ่งในแต่ละฝ่ายก็จะทำหน้าที่แตกต่างกันไป” (สัมภาษณ์ : วันที่ 19 มกราคม 2541)

จากการสัมภาษณ์พบว่าในหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ นั้น ฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตโดยตรงจะมีทุกฝ่ายแต่ฝ่ายหลักๆที่ใช้กันมากคือ ฝ่ายกองบรรณาธิการ ฝ่ายโฆษณา และฝ่ายผลิต ซึ่งในพนักงานในส่วนนี้จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับอินเทอร์เน็ตมาก ซึ่งในช่วงแรกก็นำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรนั้นจะมีการอบรมพนักงานเพื่อให้สามารถใช้งานได้ถูกวิธี และทราบถึงระบบการทำงานของอินเทอร์เน็ต

#### - การปรับตัวของผู้สื่อข่าว

การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตนั้น ได้ส่งผลต่อผู้ปฏิบัติงานโดยเฉพาะฝ่ายข่าว ซึ่งผู้บริหารหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์กล่าวว่า ในเรื่องของบุคลากรจำเป็นต้องมีการปรับตัว เพื่อตอบสนองต่อเทคโนโลยีใหม่ๆหรือนวัตกรรมใหม่ที่เข้ามา โดยบุคลากรจะต้องมีความพร้อมอย่างน้อยต้องสามารถใช้งานเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็น ซึ่งพนักงานจึงได้มีการปรับตัวพอสมควร ซึ่งในการปรับตัวของพนักงานบางส่วนบริษัทจัดอบรมให้ และมีบางส่วนที่มีความรู้พื้นฐานด้านเทคโนโลยีอยู่แล้วจะทำหน้าที่ช่วยคนที่ไม่รู้

คุณประไพ ไกรสรโกวิทย์ บรรณาธิการ เช็กซัน เรียวไทม์ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์กล่าวถึงการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรว่า “ภายหลังจากการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ก็มีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงของ

บุคลากรภายในองค์กร โดยในเบื้องต้นก่อนที่จะใช้เทคโนโลยีเป็น ทางบริษัทได้จัดการอบรมเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีให้กับพนักงาน ซึ่งสิ่งที่เกิดขึ้นก็คือพนักงานจะมีความรู้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีตัวใหม่นี้ และส่วนใหญ่แล้วจะเกิดความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ ก็ถือเป็นลักษณะพิเศษอย่างหนึ่งขององค์กรหนังสือพิมพ์ ที่กลุ่มคนที่อยู่ในองค์กรแบบนี้มักจะมีความต้องการจะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ และเขาก็จะต้องการเป็นผู้นำในเรื่องต่างๆ ด้วย โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต นั้นมีความเป็นสากลอยู่ในตัวอย่างเต็มเปี่ยม และเป็นเหมือนสื่อที่จะมาเปิดโลกทัศน์ของพวกเขาให้กว้างขึ้น ขณะเดียวกัน ก็มีการมองถึงความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ในอนาคตว่า ในที่สุดแล้วสื่อที่เป็นมัลติมีเดียจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ซึ่งคนในวงการหนังสือพิมพ์เองก็ต้องเรียนรู้ที่จะเข้าใจ และสามารถใช้สื่อเหล่านี้เป็นเครื่องมือช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ นั่นหมายความว่า นักหนังสือพิมพ์ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จึงเป็นคล้ายๆ กับจิตสำนึกที่มีอยู่ตลอดเวลา ซึ่งในส่วนของพนักงานบางกอกโพสต์เอง ก็พร้อมที่จะรับเทคโนโลยีนี้ เมื่อทางบริษัทเปิดอบรมก็ได้รับความสนใจจากพนักงานเป็นจำนวนมาก” (สัมภาษณ์ : วันที่ 20 เมษายน 2541)

ในมุมมองของผู้บริหารหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ต่อการปรับตัวของผู้สื่อข่าวในการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ คือพบว่าผู้สื่อข่าวจะมีการสืบค้นข้อมูลมากขึ้น ทำให้การทำข่าวได้ข้อมูลความลึกของข่าวสูงขึ้น โดยคุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ กล่าวว่า “ปกติแล้ว นักข่าวของเราก็ออกไปหาข่าว แต่สายข่าวก็ทำหน้าที่นี้ อยู่เป็นประจำ แต่ผู้สื่อข่าวจะใช้อินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการหาข้อมูลที่ลึกกว่า หลากหลายกว่า และสามารถส่งคำถามไปยังแหล่งข่าวได้ เช่นเราต้องการข้อมูลจากเวิร์ลแบงก์ หรือไอเอ็มเอฟ ถ้าเราส่งโทรสารไปที่สำนักงานแต่เขาไม่อยู่ เราก็จะไม่ได้ข้อมูล แต่ถ้าใช้อีเมลล์ เราก็จะได้คำตอบกลับมาทันที ซึ่งปัจจุบันแม้แต่เด็กข่าวในประเทศก็ใช้อินเทอร์เน็ต เพราะช่วยในการเสริมข้อมูลของนักข่าวมากที่สุดแล้ว แล้วทางบริษัทก็ส่งเสริมให้ผู้สื่อข่าวใช้อินเทอร์เน็ตเพราะคิดว่าจะเป็นประโยชน์สำหรับหนังสือพิมพ์ เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านด้วย เราอาจจะบอกว่าข่าวที่เราได้มาเขียนนั้น ส่วนหนึ่งได้มาจากการค้นมาจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งหมายความว่าบางครั้งสิ่งที่เกิดขึ้นไม่ได้มีข้อมูลจากแหล่งข่าว แต่เราได้จากอินเทอร์เน็ต” (สัมภาษณ์ : วันที่ 19 มกราคม 2541)

อย่างไรก็ตามจากการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์บรรดาผู้สื่อข่าวบางกอกโพสต์ โดยเฉพาะหน่วยงานที่ใกล้ชิดกับคือผู้สื่อข่าวต่างประเทศพบว่า เป็นกลุ่มที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานอย่างเห็นได้ชัด โดยคุณศศิวิมล บุญเรือง ผู้สื่อข่าวอาวุโส หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ กล่าวว่า “เดิมเราจะแปลข่าวจากเทเลคซ์ ที่ถูกส่งมาจากสำนักข่าวต่างประเทศ มีทั้งข่าวเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ข่าวกีฬา บ้านเทิงส่วนใหญ่เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ นี้อือ

งานปกติที่ต้องแปล บางครั้งข่าวที่มาจากน้อยแต่เมื่อมีอินเทอร์เน็ตซึ่งจะมีโฮมเพจมากมายทั้งสำนักข่าวต่างประเทศทั่วโลก จุดนี้ทำให้เราเปิดดูได้และมีข่าวให้เลือกมากขึ้น พฤติกรรมการทำงานข่าวเราเริ่มปรับตัว เพื่อพยายามที่จะหาวิธีเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ต อาจจะต้องพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ฝ่ายคอมพิวเตอร์เพื่อเรียนรู้วิธีค้นหาเว็บไซต์ต่างๆ เวลานี้จะสังเกตเห็นได้ชัดในหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ คือผู้สื่อข่าวที่รับผิดชอบข่าวต่างประเทศ ข่าวบันเทิง และข่าวกีฬา ซึ่งแต่เดิมจะใช้เวลาในการลงทำข่าวภาคสนาม ติดตามการถ่ายทอดสด หรือคอยตรวจสอบข่าวจากสำนักข่าวต่างประเทศ แต่เมื่อมีอินเทอร์เน็ตเข้ามา ผู้สื่อข่าวจะหันมาใช้เวลาสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก เพราะได้ขอบข่ายที่กว้างขวางจากสำนักข่าวทั่วโลก เป็นการเปลี่ยนจากบทบาทของการเป็นผู้รอรับข้อมูลข่าวสาร มาเป็นการรุกเข้าไปในแหล่งข้อมูลต่างๆบนอินเทอร์เน็ตเพื่อหาข่าว” (สัมภาษณ์ : วันที่ 12 มกราคม 2541)

คุณประไพ ไกรสรโกวิทย์ บรรณาธิการ เช็กชั้นเรียลไทม์ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ กล่าวว่า “ผู้สื่อข่าวในกลุ่มที่ทำข่าวบันเทิง ข่าวต่างประเทศ และข่าวกีฬา จะหันมาให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตค่อนข้างมาก และมีพฤติกรรมการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปมากที่สุด เพราะอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอสำหรับการทำงานข่าว ที่เกี่ยวข้องกับต่างประเทศ แต่จุดสำคัญที่จะทำให้การทำข่าวประสบความสำเร็จก็คือ ผู้สื่อข่าวจะต้องรู้จักการสืบค้นข้อมูลให้ตรงกับเนื้อหาข่าวที่ตนเองรับผิดชอบ และให้ข่าวที่ออกมามีคุณภาพ” (สัมภาษณ์ : วันที่ 20 เมษายน 2541)

ทางด้านคุณศศิวิมล บุญเรือง ผู้สื่อข่าวอาวุโสหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ กล่าวถึงการปรับตัวของผู้สื่อข่าวเมื่อมีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ว่า “การปรับตัวให้เข้ากับอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งถ้าหากเราไม่เรียนรู้จะไม่สามารถใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตได้เลย และนำไปสู่การปรับตัวด้านวิถีปฏิบัติ เช่นมีหน้าที่ค้นข้อมูลหรือหาข่าวใหม่ผ่านอินเทอร์เน็ตส่งผลไปยังหน้าที่บางอย่างต้องเพิ่มมากขึ้นจากเดิม”(สัมภาษณ์ :วันที่ 6 เมษายน 2541)

กล่าวโดยสรุปแล้ว การปรับตัวของผู้สื่อข่าวในหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ นั้น มีอยู่ 2 ลักษณะด้วยกันคือ

1) การปรับตัวเพื่อเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ที่กำลังเข้ามา ซึ่งการปรับตัวเช่นนี้ผู้สื่อข่าวจะต้องแสวงหาความรู้เพิ่มเติมและเรียนรู้การใช้งาน แบบใหม่ที่เกิดขึ้น ซึ่งการเรียนรู้ดังกล่าวอาศัยวิธีอบรมและเรียนรู้จากเพื่อนร่วมงาน



2) การปรับตัวในวิธีปฏิบัติงาน ซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการปฏิบัติงานของผู้สื่อข่าวเพื่อให้รับกับเทคโนโลยีใหม่ๆที่เข้ามา และปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อย่างไรก็ตามในองค์กรบางกอกโพสต์นั้น ใช้นักข่าวทุกคนจะมีการปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต แต่ก็มีบางส่วนที่ทำงานข่าวปกติในระบบเดิมทั้งนี้เป็นเพราะว่าจะต้องมีการเกาะติดสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน นักข่าวบางส่วนจะต้องออกไปติดตามแหล่งข่าว โดยเฉพาะข่าวในประเทศจะทำให้ความสัมพันธ์ในการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตมาน้อย คุณศศิวิมล บุญเรือง นักข่าวอาวุโสกล่าวว่า “เวลานี้หน่วยงานต่างๆในประเทศไทยได้เปิดโฮมเพจแล้วก็จริง แต่ก็เป็นส่วนน้อยซึ่งแต่ละหน่วยงานก็มีข้อจำกัดด้านงบประมาณ จึงทำให้ต้องประหยัดและรายงานเฉพาะสิ่งที่จำเป็นเท่านั้น เดิมเราก็หวังว่าจะได้ข้อมูลจากหน่วยงานที่เปิดโฮมเพจ เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย หรือกระทรวงต่างๆ แต่เท่าที่เปิดเข้าไปดูโฮมเพจ ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงอะไรความคืบหน้าน้อยมาก ดังนั้นนักข่าวจึงต้องลงพื้นที่เจาะข่าวใหม่ๆตลอดเวลา นี่คือข้อจำกัดที่ทำให้เราใช้อินเทอร์เน็ตน้อยลง แต่บางส่วนที่ต้องอาศัยข่าวต่างประเทศหรือข่าวสารคดีต่างประเทศซึ่งไม่จำเป็นต้องลงพื้นที่หาข่าวส่วนใหญ่จะมีการปรับตัวใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น” (สัมภาษณ์ : วันที่ 6 เมษายน 2541)

#### - การปรับตัวของฝ่ายโฆษณา

ในปัจจุบันการโฆษณาของหนังสือพิมพ์มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของหนังสือพิมพ์เป็นอันมาก เพราะโฆษณายเป็นรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ จึงเป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้หนังสือพิมพ์อยู่รอดได้ มีกำไรหรือขาดทุน หรือขยายกิจการของหนังสือพิมพ์ให้เติบโตไปได้

คุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์กล่าวถึงความสำคัญของฝ่ายโฆษณาว่า “โฆษณาในหนังสือพิมพ์คือเครื่องชี้ความมั่นคงและฐานะของหนังสือพิมพ์ การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตคือช่องทางหนึ่งที่ทำให้หนังสือพิมพ์มองเห็นช่องทางธุรกิจ บางกอกโพสต์ก็ได้มีความพยายามศึกษาถึงเรื่องขายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต โดยที่ผ่านมามีปี 2540 เราขายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตได้ 7 ล้านบาท เทียบกับรายจ่ายที่ต้องจ่ายไปประมาณปีละ 3 ล้านบาทอาจจะดูไม่คุ้ม แต่จุดมุ่งหมายของบางกอกโพสต์ไม่ได้เน้นการขายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต แต่การเปิดโฮมเพจเป็นตัวจูงใจอย่างหนึ่งในการขายโฆษณา เพราะทำให้ภาพพจน์ที่ออกไปดูเป็นสากลมากขึ้น ” (สัมภาษณ์ : วันที่ 19 มกราคม 2541)

อย่างไรก็ตามผู้บริหารหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ยอมรับว่า ภายหลังจากที่มีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรปรากฏว่า โดยหน้าที่หลักของฝ่ายโฆษณาของหนังสือ

พิมพ์บางกอกโพสต์นั้นมีการปรับตัวน้อยมาก คือยังคงเน้นที่การขายตรงต่อลูกค้าที่จะลงโฆษณา เพียงแต่สิ่งที่เปลี่ยนไปก็คือ เมื่อหนังสือพิมพ์เปิดโฮมเพจบนอินเทอร์เน็ตแล้ว จะมีหน้าที่บางอย่างที่ถูกเพิ่มขึ้นมา คือการเสนอขายโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ และแนะนำการลงโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต เข้าไปด้วยกันกับการขายโฆษณาของหนังสือพิมพ์

คุณประไพ ไกรสรโกวิท บรรณาธิการเรียลไทม์ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ กล่าวว่า “การปรับตัวของฝ่ายโฆษณาไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนักเพราะว่านโยบายหลักยังคงเน้นขายโฆษณาหนังสือพิมพ์เป็นหลัก ขณะเดียวกันการขายโฆษณาจะเป็นลักษณะแพคเกจ (package) คือเสนอขายโฆษณารวมทั้ง 2 อย่างหรือทั้งหนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต หรือซื้อ 1 แกรม 1 เช่นเสนอขายโฆษณาหนังสือพิมพ์ และแกรมลงโฆษณาฟรีบนอินเทอร์เน็ต” (สัมภาษณ์ : วันที่ 20 เมษายน 2541)

ขณะที่ฝ่ายโฆษณาหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ให้ความเห็นว่า การขายโฆษณา ‘อินเทอร์เน็ตนั้นยังเป็นสิ่งใหม่ ซึ่งปกติหนังสือพิมพ์มีเป้าหมายหลักขายโฆษณาผ่านเอเจนซีหรือขายตรงก็มีบ้าง ขณะที่กลุ่มเอเจนซีเองก็ยังไม่มีความชัดเจน ว่าโฆษณาที่เกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ตจะแสดงผลหรือไม่เพราะยังไม่มีการศึกษาอย่างชัดเจน ขณะที่การโฆษณาบนหน้าหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ นั้นมีความชัดเจนในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ดังนั้นความสำคัญหรือบทบาทของโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตจึงมีน้อย

แต่อย่างไรก็ตามภายหลังจากหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์รับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตเข้ามา ผู้ปฏิบัติงานด้านฝ่ายโฆษณา ก็มีการปรับตัวบ้างเหมือนกัน แต่ไม่มาก เพราะนโยบายหลักของหนังสือพิมพ์ไม่ได้เปลี่ยนแปลง คือผ่านเอเจนซี แต่เนื่องจากเศรษฐกิจฝืดเคืองฝ่ายโฆษณาจึงต้องเร่งหารายได้ การขายโฆษณาแบบเข้าถึงตัวลูกค้าคือเป้าหมายใหม่ ซึ่งบางครั้งต้องอาศัยอินเทอร์เน็ตในการค้นข้อมูลลูกค้าใหม่ ซึ่งคุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ กล่าวว่า “อย่างไรก็ตาม อนาคตบางกอกโพสต์จะต้องเน้นการขายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น เพื่อเสริมการราคาได้แต่การขายพื้นที่โฆษณาของหนังสือพิมพ์ ยังคงเป็นตัวหลัก” (สัมภาษณ์ : วันที่ 19 มกราคม 2541)

#### -การปรับตัวของฝ่ายศิลป์

ปัจจุบันฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ คือส่วนหนึ่งของกองบรรณาธิการ ซึ่งทำหน้าที่ในการจัดหน้าหนังสือพิมพ์ ซึ่งหน่วยงานนี้ได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต เช่นกัน เพราะคุณสมบัติของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสามารถดึงเอารูปภาพประกอบบนเว็บไซต์ต่างๆออกมาได้ ซึ่งคุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ กล่าวว่า “สำหรับการปรับตัวของบุคลากรฝ่ายศิลป์ของบางกอกโพสต์ที่เนื่องมาจากการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร ถือว่ามีส่วนน้อย

เนื่องจากว่าไม่ได้มีหน้าสัมผัสกันโดยตรงไม่เหมือนนิกขาว ซึ่งฝ่ายศิลป์ไม่จำเป็นต้องใช้ข้อมูลมาก แต่ก็มีการใช้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตในบางครั้งเช่น การหารูปภาพมาประกอบข่าว เช่นภาพข่าวกีฬา ภาพข่าวต่างประเทศ เป็นต้น ดังนั้นฝ่ายศิลป์เองก็ต้องมีการปรับตัวเพื่อศึกษาเทคโนโลยีการใช้อินเทอร์เน็ตเช่นกัน” (สัมภาษณ์ : วันที่ 19 มกราคม 2541)

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ก็ค่อนข้างสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้บริหาร โดยมีการระบุว่า การนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรนั้น มีผลทำให้เกิดการปรับตัวในการทำงานน้อยมาก เพราะงานรับผิดชอบไม่ได้เน้นหนักไปด้านข้อมูล จึงจะใช้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเฉพาะรูปภาพเท่านั้น ซึ่งก็มีข้อจำกัดมาก เพราะว่ารูปที่ออกมาจากอินเทอร์เน็ตนั้นคุณภาพไม่ดี หากต้องการขยายให้ใหญ่ขึ้นรูปที่ออกมาไม่คมชัดสีของรูปแตก ดังนั้นส่วนใหญ่ฝ่ายศิลป์จะไม่นิยมใช้รูปจากอินเทอร์เน็ต แต่จะใช้วิธีสแกนภาพด้วยเครื่องสแกนมากกว่า ซึ่ง คุณศศิวิมล บุญเรือง เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ กล่าวว่า “การสร้างรูปภาพประกอบข่าว จะยังคงยึดเอาวิธีเดิม คือการสร้างจากโปรแกรมสร้างภาพ หรือสแกนภาพด้วยเครื่องสแกน เพราะให้ความคมชัดของภาพมากกว่าที่จะใช้วิธีดึงภาพจากอินเทอร์เน็ต เว้นแต่จำเป็นต้องลงรูปให้ได้หรือหารูปอื่นมาแทนไม่ได้จริงๆเท่านั้น จึงจะใช้วิธีดึงจากอินเทอร์เน็ตซึ่งนานๆจึงจะทำสักครั้ง และหากไม่จำเป็นก็จะไม่ใช้รูปจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งข้อจำกัดดังกล่าวเป็นเหตุให้ฝ่ายศิลป์ ไม่จำเป็นต้องใช้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต” (สัมภาษณ์ : วันที่ 4 เมษายน 2541)

จะเห็นได้ว่าผลของการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ต่อการปรับตัวของเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์นั้น มีค่อนข้างน้อย เพราะงานหลักของฝ่ายศิลป์คือการสร้างภาพประกอบข่าว จึงมีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องของข้อมูลน้อย ทำให้ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการทำงาน ขณะเดียวกันการสร้างภาพประกอบข่าวนั้นมีโปรแกรมคอมพิวเตอร์เฉพาะซึ่งสามารถทำงานได้คุณภาพดีอยู่แล้ว และมีแหล่งที่จะหาภาพประกอบได้มากอยู่แล้ว ประกอบกับคุณภาพของรูปภาพต่างๆที่ดึงออกมาจากเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตนั้น สู้เทคโนโลยีที่มีอยู่เดิมไม่ได้ เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์จึงรู้สึกว่าจะไม่มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนลักษณะงานที่ทำอยู่ในปัจจุบัน แต่การปรับตัวก็จะมีบ้างในส่วนของการที่ต้องเรียนรู้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เพื่อจะสามารถแก้ไขสถานการณ์ได้หากรูปภาพที่ต้องการหาไม่ได้ และมีความจำเป็นต้องดึงรูปภาพจากเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

## 1.2 การปรับโครงสร้างองค์กร

บริษัทบางกอกโพสต์ จำกัด(มหาชน) ดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัทมหาชน และเป็นบริษัทที่เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีการจัดโครงสร้างองค์กรที่แบ่งแยกหน่วยงานรับผิดชอบ แยกกันอย่างชัดเจนสำหรับพิมพ์หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์และหนังสือพิมพ์ในเครือหลายฉบับ โดยมีกองบรรณาธิการแยกเฉพาะแต่ละฉบับ ทั้งนี้โครงสร้างต่างๆจะถูกเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อม

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ พบว่า โดยปกติโครงสร้างหนังสือแต่ละฉบับในเครือของบางกอกโพสต์จะแยกกัน มีฝ่ายโฆษณา ฝ่ายการเงิน ฝ่ายผลิต ฝ่ายจัดจำหน่าย และฝ่ายกองบรรณาธิการ ซึ่งจะเป็นกองใหญ่สุด ทั้งนี้แต่ละฝ่ายก็จะมีหน้าที่แตกต่างกันไป

สำหรับโครงสร้างองค์กรที่เพิ่งขึ้นมาใหม่ จากการที่นำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้คือส่วนของหน่วยงานคอมพิวเตอร์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับงานการวางเทคโนโลยีทั้งหมดรวมทั้งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เป็นเพราะว่าบางกอกโพสต์ให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีมาก และมีการลงทุนด้านนี้สูงจึงจำเป็นต้องมีการดูแลเป็นพิเศษ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาซึ่งระยะแรกเคยจ้างคนนอกดูแลแต่ต้นทุนสูง ผู้บริหารจึงหันมาทบทวนตั้งหน่วยงานขึ้นมารับผิดโดยตรงซึ่งทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายลงไปมาก

คุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ กล่าวว่า “การนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ ไม่ได้ทำให้โครงสร้างส่วนใหญ่ของบริษัทเปลี่ยนแปลงมากนัก แต่ก็มีความเปลี่ยนแปลงไปโดยเรามองว่าการนำเทคโนโลยีเข้ามาใหม่ เพื่อการทำให้เกิดประสิทธิภาพจะต้องลงทุนสูงซึ่งเราต้องมีหน่วยงานดูแลรับผิดชอบโดยเฉพาะ ซึ่งเราลงทุนเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เป็นเงินหลายสิบล้านบาท ซึ่งเทคโนโลยีดังกล่าวเสียหายไม่ได้เพราะจะส่งผลกระทบต่อภาพพจน์องค์กร ดังนั้นจึงต้องตั้งหน่วยงานเข้ามาควบคุมดูแล ซึ่งหน่วยงานนี้จะดูแลเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตด้วย มีการติดตั้งควบคุมการทำงานซ่อมแซมเวลาเครื่องมีปัญหา ซึ่งควบคุมโดยชาวต่างชาติและผู้ช่วยอีกจำนวน 12 คน ซึ่งในการลงทุนเฉพาะระบบอินเทอร์เน็ตปีละ 3 ล้านบาท”(สัมภาษณ์ :วันที่ 19 มกราคม 2541)

สำหรับหน้าที่ของหน่วยงานดังกล่าว จะมีหน้าที่ตั้งแต่การวางแผนติดตั้ง จัดซื้อดูแล และซ่อมบำรุง โดยในส่วนของอินเทอร์เน็ตนั้น หน่วยงานดังกล่าวจะรับผิดชอบ อัปเดตข้อมูลใหม่ เพื่อความสะดวกในการใช้งานของนักข่าว นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ออกแบบรูปถ่ายหน้า

ดาหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ฉบับที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต รวมทั้งทำหน้าที่รับข้อมูลจากกองบรรณาธิการ และแปลสัญญาณส่งข้อมูลเข้าสู่เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตด้วย

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ที่เกิดขึ้นก็คือ จะมีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาใหม่ เพื่อดูแลเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะ เพื่อป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้น เพราะการนำเทคโนโลยีเข้ามานั้นต้องลงทุนสูง จึงต้องได้รับการดูแลรักษาอย่างถูกวิธี แต่สำหรับหน่วยงานหลักอื่นๆไม่ว่าจะเป็น กองบรรณาธิการ ฝ่ายโฆษณา ฝ่ายผลิต ก็ยังคงไม่มีการปรับเปลี่ยน

#### -การเปลี่ยนแปลงขนาดขององค์กร

ในเบื้องต้นของการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรนั้น บริษัทบางกอกโพสต์มีขนาดองค์กรที่ใหญ่ขึ้น เนื่องจากมีการขยายหน่วยงานที่จะเข้ามารับผิดชอบเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ ซึ่งมีพนักงานใหม่เข้ามาประมาณ 13 คน แต่ในส่วนของพนักงานอื่นๆโดยเฉพาะกองบรรณาธิการนั้น ไม่มีการเปลี่ยนแปลงจำนวนพนักงาน แม้ว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตจะเข้ามาช่วยให้การทำงานสะดวกสบายมากขึ้น แต่ทางบริษัทก็ไม่มีความตั้งใจที่จะลดจำนวนพนักงาน

อย่างไรก็ตามในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน(พ.ศ.2541)ที่อยู่ในภาวะหดตัวอย่างมาก ได้ส่งผลกระทบต่อรายได้ของบางกอกโพสต์ให้ลดลง ทำให้ผู้บริหารบริษัทมีความจำเป็นต้องลดจำนวนพนักงานเพื่อลดค่าใช้จ่าย โดยให้ฝ่ายข่าวหันมาใช้ในการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

## 2.หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น

หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นเริ่มนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรเมื่อประมาณเดือนสิงหาคม 2539 และเช่าพื้นที่ของบริษัทอินเทอร์เน็ต เคเอสซี จำกัด เพื่อลงโฮมเพจ <http://www.nationmultimedia.com/> จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร พบว่า จุดประสงค์ในการนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร เนื่องมาจาก

- 1) ต้องการส่งเสริมศักยภาพการทำงานของกองบรรณาธิการเดอะเนชั่น
- 2) ต้องการมองหาแนวทางการทำธุรกิจข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต

3) ต้องการเผยแพร่ธุรกิจของสิ่งพิมพ์ในเครือเนชั่น

4) การปรับตัวตามกระแสนิยม

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารกลุ่มเนชั่น พบว่า เป้าหมายใหญ่ของทางเดอะเนชั่น ผู้บริหารมองเห็นศักยภาพและอิทธิพลของอินเทอร์เน็ต และเชื่อว่าการอาศัยศักยภาพของอินเทอร์เน็ตจะทำให้พนักงานได้ดีขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ทางผู้บริหารเนชั่น มองว่าในบริษัทใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคมไทย อินเทอร์เน็ตจะเป็นแหล่งข่าวสารข้อมูลใหญ่ที่สุด ราคาถูก และประหยัดเวลา ทำให้ผู้คนที่อยู่อาศัยทั่วทุกมุมโลกจะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูล ดังนั้นการทำธุรกิจข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตจึงเป็นช่องทางในการทำธุรกิจในอนาคต

คุณสุทธิชัย หยุ่น บรรณาธิการอำนวยการ หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น กล่าวว่าถึงวัตถุประสงค์ของการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาใช้ในองคค์ว่า “แผนการนำสิ่งพิมพ์ในเครือเนชั่น เข้าสู่อินเทอร์เน็ต เป็นการมุ่งหวังที่จะบริการข่าวสารโดยผู้ที่รู้ภาษาไทยที่อาศัยอยู่ต่างประเทศทั่วโลก รวมทั้งขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มนักศึกษา เนื้อหาที่เสนอผ่านอินเทอร์เน็ตมุ่งเน้นข่าวหน้าหนึ่ง บทนำ การเมือง หุ่น การเงิน และจุดประกาย โดยไม่ได้คิดค่าบริการแต่อย่างใด ในแต่ละวันนักข่าวประจำกองบรรณาธิการเดอะเนชั่น จะเป็นคนคัดเลือกข่าว โดยพิจารณาประเด็นความสำคัญของเนื้อหาเป็นหลัก โดยจะคัดลอกออกมาให้เหมือนกับฉบับหนังสือพิมพ์ที่วางแผงทุกประการ ซึ่งผู้อ่านข่าวจากอินเทอร์เน็ตจะได้อ่านข่าวเหมือนกับอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับที่เป็นกระดาษ”<sup>15</sup>

แผนการในอนาคตของเดอะเนชั่น วางไว้ค่อนข้างชัดเจนว่า นอกจากบทบาทในการเป็นสื่อมวลชนในลักษณะของหนังสือพิมพ์แล้ว ยังต้องการสร้างบทบาทขยายครอบคลุมไปถึงสื่อประเภทอื่น ๆ อีกอย่างครบถ้วน ดังจะเห็นได้จากการเปลี่ยนชื่อบริษัท จากเดอะเนชั่น กรุ๊ป มาเป็น เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป

## 2.1 การปรับตัวของบุคลากร

ในการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรของเดอะเนชั่นนั้น มีการอบรมพนักงานเพื่อให้สามารถใช้งานได้ ซึ่งนโยบายของผู้บริหารต้องการให้มีการใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

<sup>15</sup> สุทธิชัย หยุ่น ,คอลัมน์ “กาแฟดำ”, กรุงเทพธุรกิจ, 10 ธ.ค. 2539.

## - การปรับตัวของผู้สื่อข่าว

การทำงานของผู้สื่อข่าว หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นโดยปกติจะเป็นการส่งผู้สื่อข่าวไปยังสถานที่ต่างๆ และเป็นการสัมภาษณ์จากแหล่งข่าว เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ทั่วไป โดยผู้สื่อข่าวส่วนใหญ่จะเป็นคนไทย และมีการส่งรายงานข่าวกลับมายังสำนักงานใหญ่ทั้งในลักษณะเป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ แล้วแต่ว่าผู้สื่อข่าวแต่ละคนจะถนัดภาษาใด โดยจะมีฝ่ายงานที่คอยแปลจากภาษาไทย(รีไรท์เตอร์)เป็นภาษาอังกฤษ รวมทั้งดูแลด้านไวยากรณ์ให้ถูกต้อง ก่อนที่จะนำส่งไปยังบรรณาธิการข่าว ซึ่งส่วนใหญ่จะมีความเชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษอยู่แล้ว

ในการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรนั้น จะมีการเตรียมความพร้อมของผู้สื่อข่าวโดยการมีผู้สอนการใช้ และมีการอบรม ให้ความรู้ก่อนที่จะใช้งาน โดยวัตถุประสงค์ของผู้บริหารค่อนข้างชัดเจน ที่จะสนับสนุนให้ผู้สื่อข่าวใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งเป็นเสมือนแรงผลักดันอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้ ผู้สื่อข่าวทุกคนของเดอะเนชั่น มีการปรับตัวที่จะเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และรู้ช่องทางการใช้ประโยชน์

คุณสันติ บุตรไชย ผู้สื่อข่าวอาวุโส หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น กล่าวถึงการปรับตัวของผู้สื่อข่าวของเดอะเนชั่นว่า “เมื่อเทคโนโลยีใหม่เข้ามาคนทำงานจะต้องพร้อมรับมือซึ่งสำหรับพนักงานมีการปรับตัวค่อนข้างมาก นับตั้งแต่การเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีจนถึงการปรับให้เข้ากับการทำงาน”(สัมภาษณ์ : วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2541)

ภายหลังจากที่สามารถเรียนรู้และใช้งานอินเทอร์เน็ตได้อย่างชำนาญแล้ว ความเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเจนจากการนำเทคโนโลยีชนิดนี้เข้ามาในองค์กรของเดอะเนชั่นก็คือ อินเทอร์เน็ตกลายเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานของผู้สื่อข่าว โดยสิ่งที่เกิดขึ้นจะเห็นได้ว่ารูปแบบการทำงานของผู้สื่อข่าวจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือผู้สื่อข่าวจะพยายามหาเวลาที่จะทำการสืบค้นข้อมูลต่างๆก่อนที่จะไปยังสถานที่ทำข่าว ซึ่งสิ่งที่เกิดขึ้นก็คือการป้อนประเด็นคำถามของผู้สื่อข่าวมีความละเอียดคมมากขึ้น เพราะมีการเตรียมตัวมาก่อน ขณะเดียวกันบรรณาธิการข่าวที่อยู่ในสำนักงาน ก็สามารถที่จะป้อนข้อมูลให้กับนักข่าวได้อย่างทันท่วงที

ขณะเดียวกันสำหรับพนักงานบางคนของหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น นั้นยังมีงบประมาณสำหรับเปิด Account เพื่อสะดวกในการใช้งานซึ่งระดับหัวหน้าข่าวขึ้นไปสามารถเปิดได้นอกจากนั้นนักข่าวบางคนที่สนใจก็ไปเปิด Account จำนวนไม่น้อย ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการทำงานหาข้อมูลหาข้อมูล

คุณสันติ บุตรชัย กล่าวถึงการปรับตัวในการทำงานว่า “ผมเองก็ลงทุนเปิด Account เอง เพราะคุณจะรู้สึกสะดวกมากในการทำงาน เพราะการเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตได้จะต้องอาศัย Account หากเราใช้ Account ของส่วนกลางหรือของบริษัทเวลาจำเป็นคนอื่นใช้อยู่เราก็ทำอะไรไม่ได้ หลายครั้งที่ผมจำเป็นแต่เครื่องไม่ว่างเพราะมีคนใช้อยู่ ดังนั้นหลายคนจึงเปิดเว็บของตัวเอง ซึ่งบางคนบริษัทก็ออกให้บางคนก็ออกเงินเองเดินทางไปทำข่าวต่างจังหวัด จะเห็นได้ว่าการปฏิบัติงานของเราเริ่มปรับตัวเข้ากับระบบอินเทอร์เน็ตแล้ว ไม่ว่าจะเป็นการหาข่าวหรือส่งข่าว นอกจากนั้นเรายังสามารถเช็คข่าวสารความเคลื่อนไหวจากการรายงานข่าวสำนักพิมพ์หรือหนังสือพิมพ์ อื่นๆได้เพื่อไม่ให้ตกข่าว” (สัมภาษณ์ : วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2541)

จะเห็นได้ว่า การปรับตัวของผู้สื่อข่าว ในหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น ค่อนข้างที่จะคล้ายคลึงกันกับ ผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ คือจะมีการปรับตัวที่จะเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆก่อน เมื่อสามารถใช้งานได้ชำนาญแล้วและเห็น ว่าสามารถเอื้อประโยชน์ต่อการทำงานก็จะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน โดยมีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาใช้ ประกอบการทำงานมากขึ้น ซึ่งสิ่งหนึ่งที่เห็นได้ชัดจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้สื่อข่าวก็คือ แนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงานนั้นจะมีเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ

#### - การปรับตัวของฝ่ายโฆษณา

แม้ว่าวัตถุประสงค์ของ เดอะเนชั่น จะมีความชัดเจนว่าต้องการเข้ามาจับตลาดอย่างสูงในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แต่ในแง่ของการขายโฆษณานั้น ยังคงเน้นหนักไปที่การขายพื้นที่โฆษณาบนหนังสือพิมพ์เป็นหลัก ซึ่งรูปแบบการทำงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายโฆษณาก็ยังคงไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากนัก เพียงแต่จะต้องเสริมเข้ามาในแง่ของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อจะนำไปเสนอขายให้กับลูกค้า ประกอบกับการขายโฆษณานบนหนังสือพิมพ์ โดยเดอะเนชั่น มีการขายโฆษณาลงในอินเทอร์เน็ตในลักษณะของการขายรวมกับสื่ออื่น (package) โดยใช้ข้อเสนอกับลูกค้าว่า หากลูกค้าซื้อโฆษณาจากเดอะเนชั่น ทางบริษัทจะนำโฆษณาลงบนอินเทอร์เน็ตให้ด้วย

ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของเดอะเนชั่น ถึงแผนการในอนาคตเกี่ยวกับการขายโฆษณาพบว่า บริษัทมีแผนที่จะแยกขายโฆษณาในส่วนของหนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ตออกจากกัน

อย่างไรก็ตามจนกระทั่งปัจจุบัน การโฆษณานบนอินเทอร์เน็ตของเดอะเนชั่น ยังไม่สามารถพัฒนาให้เป็นธุรกิจที่สร้างกำไรจำนวนมากได้ เพราะจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังมีจำนวน



น้อยมาก ซึ่งคุณธรรมศักดิ์ ละมัยพันธ์ อดีตผู้สื่อข่าวฝ่ายการตลาดหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ กล่าวว่า “แม้ว่าความสามารถของอินเทอร์เน็ตจะเผยแพร่ข่าวสารได้ทั่วโลก แต่ในประเทศไทย จำนวนผู้ใช้อังไม่มากเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ ดังนั้นเมื่อกลุ่มผู้ใช้ในขอบเขตจำกัดการขาย โฆษณาจึงลำบาก เนื่องจากลูกค้าที่ซื้อโฆษณาจะมีกลุ่มหมายที่ชัดเจน ในขณะที่อินเทอร์เน็ตไม่สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนได้ สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจอินเทอร์เน็ตรออยู่ขณะนี้คือ รอให้เป็นสื่อที่ใช้กันเป็นประจำวันในทุกๆบ้าน เหมือนกับหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ เมื่อนั้นเชื่อว่าการสร้างผลตอบแทนของโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตย่อมมีกำไรคุ้มค่าแน่นอน แต่สังคมไทยยังไม่ถึงจุดนั้น ทำให้การทำงานของฝ่ายโฆษณาเกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตไม่ค่อยมี” (สัมภาษณ์ : วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2541 )

แต่อย่างไรก็ตาม คุณสุทธิชัย หยุ่น กรรมการบริหาร หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น กล่าวชัดเจนว่าทางกลุ่มเนชั่น ได้เปลี่ยนชื่อจาก “Nation Group” เป็น “Nation Multimedia Group” เพื่อเป็นการสอดคล้องกับเป้าหมายของกลุ่มที่จะขยายขอบเขตธุรกิจสิ่งพิมพ์เข้าไปสู่ธุรกิจให้บริการข้อมูลข่าวสาร ดังนั้นในส่วนของพนักงานและคนทำข่าวจะต้องมีการปรับตัวในรูปแบบใหม่<sup>16</sup>

กล่าวโดยสรุป การปรับตัวของเจ้าหน้าที่ฝ่ายโฆษณา ของหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น หลังจากที่มีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ก็คือ จะมีการเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ระบบ เพื่อให้สามารถนำไปอธิบายข้อดีข้อด้อยให้กับลูกค้าผู้ซื้อโฆษณาได้ แต่ในแง่ของการขายโฆษณานั้นยังใช้วิธีการขายตรง โดยการเข้าพบลูกค้า และเสนอขายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตเป็นตัวประกอบ ส่วนตัวหลักๆนั้นก็คือการขายพื้นที่โฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์

อย่างไรก็ตามในอนาคต คาดว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายโฆษณาของเดอะเนชั่น คงต้องมีการปรับตัวในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เพราะแผนงานของบริษัทนั้นมีชัดเจนว่าจะมีการแยกขายโฆษณาระหว่างหนังสือพิมพ์ กับอินเทอร์เน็ต ให้เป็นอิสระออกจากกัน การเรียนรู้ระบบการทำงานของอินเทอร์เน็ตจึงเป็นเรื่องจำเป็น เพราะผู้ขายโฆษณาจะต้องสามารถอธิบายถึงรายละเอียดปลีกย่อยเพื่อชักจูงลูกค้าได้

<sup>16</sup> สิทธิชัย หยุ่น ,คอลัมน์ “กาแฟดำ” , กรุงเทพธุรกิจ , 10 ธันวาคม 2539.

## - การปรับตัวของฝ่ายศิลป์

งานของเจ้าหน้าที่ ฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น มีลักษณะเมื่อกับหนังสือพิมพ์ทั่วไปคือจัดหน้า เตรียมการจัดวางข่าว และหารูปภาพประกอบข่าว ซึ่งงานส่วนใหญ่จะทำบนโปรแกรมแมคอินทอช ซึ่งจากการสัมภาษณ์ฝ่ายศิลป์ในองค์กรเนชั่นส่วนใหญ่รู้ว่าอินเทอร์เน็ตเข้ามาในองค์กร และค่อนข้างจะให้ความสำคัญมีการนำรูปภาพข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตออกมาใช้

คุณสันติ บุตรไชย อดีตบรรณาธิการข่าวอาวุโส ยอมรับว่าทุกฝ่ายมีการปรับตัวเช่นเดียวกับฝ่ายข่าว และมีการเรียนรู้การใช้งานระบบอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะในแต่ละวันหนังสือพิมพ์จะต้องมีการรายงานข่าวต่างประเทศข่าวกีฬารวมทั้งข่าวอื่น ๆ ซึ่งข่าวต่างประเทศเองก็ต้องอาศัยรูปภาพประกอบ ยิ่งข่าวกีฬารูปภาพมีความสำคัญมาก ซึ่งเขากล่าวว่า “บางครั้งรูปภาพคือสีสันของหนังสือพิมพ์ที่ทำให้คนอ่านพักสายตาและทำให้หนังสือพิมพ์มีสีสัน ดังนั้นหน้าที่ของฝ่ายศิลป์จะต้องออกแบบวางแผนจัดหน้า(Layout ) ดังนั้นในแต่ละวันเจ้าหน้าที่ต้องหารูปภาพประกอบข่าวจำนวนมาก บางทีหาไม่ทันก็ต้องดึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตถึงในยามที่เศรษฐกิจไม่ดีเราจะต้องประหยัดงบประมาณ ซึ่งสมัยก่อนการใช้งานงบประมาณด้านรูปภาพเปลืองมาก ก่อนหน้านี้เราจะซื้อรูปจากสำนักข่าวรอยเตอร์ สำนักข่าวต่างประเทศหลายแห่ง แต่เวลานี้เราอาศัยรูปภาพจากอินเทอร์เน็ต แม้บางครั้งจะมีปัญหารูปไม่คมชัด แต่เราก็แก้ปัญหาโดยไม่ขยายรูปใหญ่เกินไปหรือเลือกรูปที่เหมาะสมดึงออกมาจากอินเทอร์เน็ตได้” (สัมภาษณ์ : วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2541)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าเมื่อมีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ การทำงานของพนักงานฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์เนชั่นได้มีการปรับตัวในลักษณะที่ต้องเรียนรู้ถึงการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เพราะต้องมีการคัดภาพประกอบข่าวจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะช่วยประหยัดงบประมาณให้กับบริษัทได้ ในขณะที่เดียวกันก็มีการเปลี่ยนแปลงการทำงานจากเดิมที่ใช้วิธีสแกนภาพจากรูปถ่าย และใช้โปรแกรมแมคอินทอช แต่เนื่องจาก บริษัทต้องประหยัดค่าใช้จ่ายโดยเฉพาะเรื่องจากรูปถ่าย ที่ต้องเสียทั้งค่าฟิล์มและค่าล้างอัดภาพ ซึ่งการดึงรูปภาพจากอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้รวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่า เพราะได้มาฟรี

## 2.2 การปรับโครงสร้างองค์กร

สำหรับในองค์กรหนังสือพิมพ์เนชั่น ผู้บริหารให้เหตุผลว่า เมื่อปี 2539 บริษัทได้ลงทุนให้การติดตั้งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตโดยมีวัตถุประสงค์หลัก ๆ 2 ประการคือ

- 1) เพื่อประโยชน์ด้านข้อมูลข่าวสารในองค์กร
- 2) เพื่อการทำหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นโครงสร้างองค์กรในส่วนที่เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตจึงเกิดขึ้น อีกส่วนหนึ่งซึ่งทำหน้าที่ดูแลด้านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตโดยตรง โดยในจุดนี้บริษัทได้มีการลงทุนติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เป็นเทคโนโลยียูนิกส์ที่ใช้เป็น เว็บ เซอร์เวอร์ (Web Server) ซึ่งเป็นเครื่องสำหรับเก็บข้อมูล การลงทุนซื้อโปรแกรมซอฟต์แวร์ (Soft Ware) ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ใช้จัดหน้าหรือวางเลย์เอาท์

นอกจากนั้นยังลงทุนด้านเจ้าหน้าที่ทางเทคนิค ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นบุคคลากรของเนชั่น ซึ่งเดิมคือคนดูแลด้านคอมพิวเตอร์ ซึ่งใช้เจ้าหน้าที่ประมาณ 3 คน ยังมีค่าใช้จ่ายค่าเช่าพื้นที่เปิดโฮมเพจ โดยเสียค่าสมาชิกแรกเข้า 120,000 บาท และเสียค่าสมาชิกอีกเดือนละ 100,000 บาท สรุปแล้วค่าใช้จ่ายต่อปี ประมาณเกือบ 2 ล้านบาท

คุณจรเกียรติ ธรรมบุตร เจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคนิคหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น กล่าวเปรียบเทียบถึงลักษณะการผลิตหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์กับหนังสือพิมพ์ปกติว่า “โครงสร้างการผลิตหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์มีลักษณะคล้าย ๆ กับการผลิตหนังสือพิมพ์ทั่วไป โดยเริ่มจากการคัดเลือกข่าวจากกองบรรณาธิการเพื่อให้ได้ข่าวที่เหมาะสมสำหรับลงเผยแพร่ในอินเทอร์เน็ต เพียงแต่เป็นกระบวนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน ใช้เจ้าหน้าที่น้อย และต้นทุนการผลิตที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับการผลิตด้วยกระดาษแบบเดิม ๆ เมื่อทางกองบรรณาธิการได้เลือกข่าวต่าง ๆ ที่จะลงในอินเทอร์เน็ตแล้ว ข่าวก็จะเดินทางจากกองบรรณาธิการไปสู่การจัดหน้า (layout) เจ้าหน้าที่จัดหน้าจะใช้เวลาส่วนหนึ่งที่จัดหน้าหนังสือพิมพ์มาเปลี่ยนรหัส (decoding) จากข่าวต้นฉบับตามรูปแบบปรกติให้เป็นภาษาคอมพิวเตอร์ (hopt text markup หรือ HTML) เพื่อที่จะได้ Update สู่ เครือข่ายเวิลด์ไวด์เว็บ (world wide web) ที่เป็นเครือข่ายของอินเทอร์เน็ต การเปลี่ยนรหัสสามารถทำได้ง่าย ๆ และใช้เวลาเพียงเล็กน้อยด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งใช้จัดหน้าหนังสือพิมพ์นั่นเอง ในขั้นตอนนี้ ปกติจะใช้เจ้าหน้าที่ประมาณ 4 คนรับผิดชอบในการเปลี่ยนรหัส

ข่าวที่ได้รับการคัดเลือกและเปลี่ยนรหัสเรียบร้อยแล้ว จะถูกส่งไปเก็บไว้ที่คอมพิวเตอร์ (web server) เพื่อรอการป้อนข้อมูลไปสู่คอมพิวเตอร์แม่ข่าย ที่แต่ละบริษัทเช่าพื้นที่อิเล็กทรอนิกส์เอาไว้ เพื่อที่จะส่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์เข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ต้นฉบับที่เป็นหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์จะถูกเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์ จนกระทั่งถึงเวลาประมาณ 10.00 น. เมื่อหนังสือพิมพ์ฉบับปกติวางตลาดแล้ว เจ้าหน้าที่อีก 2 คนจะทำการป้อนข้อมูลต้นฉบับหนังสือพิมพ์ฉบับอิเล็กทรอนิกส์สู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เมื่อเปรียบเทียบการทำหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์กับหนังสือพิมพ์ปกติ จะพบว่าการทำฉบับอิเล็กทรอนิกส์จะใช้เวลาน้อยกว่า คือต้นฉบับพร้อมและจะ Update ตั้งแต่เที่ยงคืน ใช้คนน้อยกว่า คือเพียง 6 คนเท่านั้น และต้นทุนการผลิตที่เป็นคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป หรือแม้แต่เจ้าหน้าที่เป็นส่วนที่มีอยู่ในองค์กรอยู่แล้ว” (สัมภาษณ์ : วันที่ 25 เมษายน 2541)

#### - การเปลี่ยนแปลงหน่วยงานในองค์กร

จะเห็นได้ว่าการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร ทำให้โครงสร้างองค์กรของหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น มีการเปลี่ยนแปลงไปโดยจะมีการจัดตั้งหน่วยงานใหม่มารับผิดชอบในการที่จะเชื่อมโยงเทคโนโลยีข้อมูล และการทำงานข่าว ให้มีการส่งผ่านข้อมูลเข้าสู่เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้บุคลากรประมาณ 6 คน รวมทั้งมีการดึงบุคลากรที่มีงานประจำอยู่แล้วเข้ามาช่วยในการป้อนข้อมูลเข้าอินเทอร์เน็ต

#### - การเปลี่ยนแปลงขนาดองค์กร

เนื่องจากการจัดตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นมาดูแลเกี่ยวกับการติดตั้ง และการผลิตข้อมูลลงบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นต้องมีการจ้างพนักงานเพิ่มขึ้น องค์กรจึงมีขนาดใหญ่ขึ้น

### 3. หนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์

หนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์ เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษขนาดเล็กที่มีลักษณะเป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่เน้นการเสนอข่าวเกี่ยวกับเศรษฐกิจ และธุรกิจ โดยมีกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายเป็นนักธุรกิจต่างประเทศที่เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย

ในการเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตของหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์นั้น ได้เปิดโฮมเพจโดยการร่วมมือกับผู้ให้บริการ (service provider) คือเคเอสซีคอมเน็ตในช่วงแรก แต่ภายหลังเคเอสซีมีฐานลูกค้าจำนวนเพิ่มขึ้น ทำให้สัญญาณติดขัดบางขณะ การเปิดเข้าสู่เว็บไซต์ของบิสซิเนส

เคยทำไม่ได้ จึงหันมาทำการขยายเครือข่ายสายและร่วมมือกับบริษัท ล็อกซ์อินโฟร์ เพิ่มขึ้นอีกรายหนึ่ง ขณะเดียวกันบิสซิเนสเดย์ก็มีเว็บไซต์ที่สหรัฐอเมริกา และมีการส่งข้อมูลผ่านทางซิมเน็ตไปยังประเทศสิงคโปร์ด้วย

สำหรับการตัดสินใจที่จะเข้าสู่ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์นอกจากจะนำมาใช้ประโยชน์เพียงเพื่อค้นข้อมูลเท่านั้น เนื่องจากผู้บริหารของหนังสือพิมพ์มองว่าจะเป็นอีกตัวหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้อ่านหันมาสนใจสื่อของบริษัทมากขึ้น โดยคุณการ์ณ ธรรมศิริ ผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติงานหนังสือพิมพ์ บิสซิเนสเดย์ กล่าวว่า “แม้อินเทอร์เน็ตจะไม่สามารถเข้ามาแทนที่การผลิตหนังสือพิมพ์ได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ แต่ก็เป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้อ่าน ซึ่งจะเสริมการตลาดซึ่งกันและกัน ซึ่งก็คิดว่าแนวโน้มของสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย น่าจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการส่งข่าวสารให้ไปอยู่บนหน้าจอคอมพิวเตอร์เสียเป็นส่วนใหญ่ในอนาคต และจากกระแสความนิยมอินเทอร์เน็ตที่ล้นหลามเข้าสู่ประเทศไทยอย่างรวดเร็ว ได้ส่งผลให้ความเคลื่อนไหวของคนทำหนังสือพิมพ์คึกคักมากขึ้น การผลักดันเนื้อหาข่าวและโฉมหน้าของหนังสือพิมพ์เข้าไปไว้ในอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน” ( สัมภาษณ์ : วันที่ 20 มีนาคม 2541 )

การรับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์นั้น มีรูปแบบ 2 ลักษณะด้วยกันคือ การเปิดโฮมเพจ เพื่อนำเสนอเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ และการติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงระบบอินเทอร์เน็ตไว้ในองค์กรเพื่อให้บุคลากรได้ใช้งาน

ทั้งนี้สำหรับหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์นั้น ถือว่าเป็นหนังสือพิมพ์ไทยภาษาอังกฤษฉบับแรกที่เข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตเมื่อประมาณปลายปี 2538 ซึ่งขณะนั้นถือว่าเป็นที่ตื่นเต้นมากพอสมควรจากนั้นหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นจึงเดินตาม

### 3.1 การปรับตัวของบุคลากร

ก่อนที่จะมีการติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตอย่างเต็มรูปแบบ หนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์ได้มีการอบรมพนักงาน เพื่อให้รู้จักวิธีการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ต โดยการจัดวางเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงระบบอินเทอร์เน็ตนั้น จะอยู่ในจุดหลักๆคือกองบรรณาธิการ และห้องผู้บริหาร ส่วนหน่วยงานอื่น ๆ นั้นไม่มีการติดตั้งเนื่องจากองค์กรมีขนาดเล็ก ที่ให้ความสำคัญต่อกองบรรณาธิการสูงสุด

ในการปรับตัวนั้นผู้บริหารของบริษัทเนสเดย์จะมีการปรับตัวก่อน ในการหันมาใช้ อินเทอร์เน็ตก่อนพนักงาน โดยเฉพาะบริษัทมีนโยบายให้ผู้บริหารใช้มากกว่าให้พนักงาน จนกระทั่งเมื่อประมาณ ปี 2539 บริษัทได้ขยายการติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตลงไปยังจุดต่างๆ ในกองบรรณาธิการ ให้ระดับหัวหน้าข่าวและนักข่าวได้ใช้งาน

คุณวิภาค วิจิตราวาทกร บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์ กล่าวว่า ช่วงแรกบางหน่วยงานที่มีการติดตั้งอินเทอร์เน็ตนั้นพนักงานจะมีการปรับตัวที่เล็กน้อย เพราะยังมองว่าอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือใหม่ และยังไม่เข้าใจระบบต่างๆ ดีเท่าที่ควร ซึ่งบริษัทจึงมีการ จัดโปรแกรมเพื่อให้มีการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ใช้งานได้

#### - การปรับตัวของผู้สื่อข่าว

ผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์จะเป็นชาวต่างชาติ กับคนไทยครึ่งต่อครึ่ง การทำงานของผู้สื่อข่าวจะเป็นการออกไปทำข่าวในภาคสนาม ซึ่งจะมีการจับคู่ระหว่างผู้สื่อข่าวคนไทยกับผู้สื่อข่าวต่างชาติ เพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการทำงานข่าว เพราะส่วนใหญ่การให้ ข่าวจะเป็นภาษาไทย ซึ่งชาวต่างชาติฟังไม่รู้เรื่อง จึงต้องมีผู้สื่อข่าวคนไทยคอยแปลให้ ในขณะ เดียวกัน กรณีที่มีการแถลงข่าวเป็นภาษาอังกฤษ ผู้สื่อข่าวต่างชาติก็จะอธิบายให้ผู้สื่อข่าวไทยฟัง ได้เช่นกัน ซึ่งเป็นการจัดอุปสรรคด้านภาษาออกไป

สิ่งหนึ่งที่โดดเด่นมากในองค์กรของหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์ก็คือ เงินเดือนของ ผู้สื่อข่าวจะอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ เพราะบริษัทใช้มาตรฐานเงินเดือน แบบต่างประเทศ ดังนั้นค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ของบริษัทก็คือเงินเดือน ซึ่งการคัดเลือกบุคลากรที่จะ เข้ามาทำงานเป็นนักข่าวนั้น จะเน้นที่ความชำนาญในการใช้ภาษาเป็นหลัก เพราะไม่มีหน่วยงานที่ คอยแปลเหมือนกับหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษฉบับอื่นๆ เช่นบางกอกโพสต์ หรือเดอะเนชั่น ที่มี ฝายแปลข่าวและตรวจไวยากรณ์ขึ้นมาโดยเฉพาะ แต่สำหรับหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์นั้น ผู้สื่อ ข่าวนั้นจะส่งข่าวเป็นภาษาอังกฤษ และบรรณาธิการจะเป็นผู้ตรวจสอบดูแลด้านไวยากรณ์ไปด้วยใน ตัว

คุณวิภาค วิจิตราวาทกร บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์ กล่าวถึง การทำงานของผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์ ว่า ช่วงแรกบางหน่วยงานที่มีการติดตั้งอินเทอร์เน็ตนั้นพนักงานจะมีการปรับตัวที่เล็กน้อย เพราะยังมองว่าอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือใหม่ และยังไม่เข้าใจระบบต่างๆ ดีเท่าที่ควร ซึ่งบริษัทจึงมีการจัดโปรแกรมเพื่อให้มีการเรียนรู้เกี่ยวกับ ระบบอินเทอร์เน็ต “เรามองแล้วว่าอนาคตแนวโน้มอินเทอร์เน็ตจะต้องขยายตัวมาก เราจึงมีการ

วางแผนให้พนักงานรู้จักการใช้ประโยชน์ในเทคโนโลยี ขณะนี้ระยะเวลาผ่านมาพอสมควร นักข่าวเองก็มีการใช้เครื่องมือดังกล่าวโดยรู้จักการหาข่าวการคัดเลือกข่าวที่ดึงออกมาใช้ซึ่งทำให้การทำงานข่าวง่ายขึ้นกว่าเดิม มีข่าวสารให้เลือกมาตีพิมพ์ โดยนักข่าวต่างประเทศทุกวันนี้ใช้ข่าวจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุดใช้ทุกวัน และดึงมาวันละหลาย ๆ ข่าว ภายหลังจากที่บริษัทนำระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร ผู้สื่อข่าวจะมีการปรับตัวในเบื้องต้นคือการเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีชนิดใหม่ แต่ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการปรับตัวเฉพาะในส่วนของผู้สื่อข่าวที่เป็นคนไทยเท่านั้น เพราะผู้สื่อข่าวชาวต่างประเทศนั้นค่อนข้างคุ้นเคยกับการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ก่อนแล้ว” (สัมภาษณ์ : วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2541)

สำหรับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานของผู้สื่อข่าวที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน คือ ผู้สื่อข่าวที่รับผิดชอบข่าวต่างประเทศ และข่าวกีฬา เนื่องจากข้อมูลต่างๆมีอยู่ในเครือข่ายของอินเทอร์เน็ตอย่างเพียงพออยู่แล้ว ทำให้มีการปรับเปลี่ยนการทำงานโดยอาศัยการค้นหาข่าวจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้น แต่สำหรับข่าวในประเทศนั้น ส่วนใหญ่ยังไม่มีการนำเสนอข่าวระบบข้อมูลแบบเรียลไทม์ (real time) อย่างเช่นที่ทำกันในสำนักข่าวต่างประเทศ ทำให้มีความจำเป็นที่ผู้สื่อข่าวจะต้องทำข่าวภาคสนามจากสถานการณ์จริง การนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรจึงไม่ค่อยจะส่งผลกระทบต่อรูปแบบการทำงานของผู้สื่อข่าว ในประเทศมากนัก

จากการสัมภาษณ์พบว่าการทำข่าวของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์ ข่าวส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องข่าวต่างประเทศประมาณร้อยละ 90 เป็นการค้นคว้าข้อมูล และดึงออกมาจากระบบอินเทอร์เน็ต ยิ่งเวลานี้บริษัทมีนโยบายลดต้นทุนและลดจำนวนพนักงานไม่รับนักข่าวเพิ่ม ทำให้การหาข่าวนอกสถานที่มีน้อย เพราะถูกลดค่าเบี้ยเดินทางและค่าน้ำมันรถ นักข่าวจึงหันมาใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

#### - การปรับตัวของฝ่ายโฆษณา

การทำงานของเจ้าหน้าที่โฆษณาของหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์ นอกจากการขายพื้นที่โฆษณาบนหน้าหนังสือพิมพ์แล้ว ยังต้องทำหน้าที่ขายสมาชิกด้วย โดยวิธีการทำงานจะเป็นการขายตรง ในลักษณะที่เจ้าหน้าที่ฝ่ายโฆษณาจะเดินทางไปพบลูกค้าและเสนอขายโดยตรง ซึ่งภายหลังจากที่มีการนำระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร และบริษัทเปิดโฮมเพจ วิธีการทำงานของฝ่ายโฆษณาก็ไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยการขายโฆษณาก็ยังจะเป็นการขายตรงเช่นเดิม แต่จะมีสินค้าที่เพิ่มขึ้นมาคือโฆษณาบนโฮมเพจของบริษัทบนอินเทอร์เน็ต ที่จะนำมาเป็นของแถมสำหรับลูกค้าที่ซื้อพื้นที่โฆษณาบนหนังสือพิมพ์เท่านั้น

อย่างไรก็ตามเนื่องจากบริษัทได้รับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจค่อนข้างมาก ทำให้มีความจำเป็นต้องลดค่าใช้จ่ายลงเป็นจำนวนมาก ในที่สุดแล้วจึงมีการยุบฝ่ายโฆษณาไป โดยให้บริษัทเอกชนที่มีความชำนาญในด้านการขายโฆษณาเข้ามาทำหน้าที่ขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์แทน

#### - การปรับตัวของเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์

รูปแบบการทำหนังสือพิมพ์ของหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์นั้น จะไม่เน้นที่การสร้างภาพกราฟฟิกประกอบข่าวที่หวือหวาเกินความจำเป็น ซึ่งเป็นลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของหนังสือพิมพ์ต่างประเทศ ดังนั้นหน้าที่หลักของเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์จึงเป็นการจัดวางข่าว(layout)ให้ออกมาเหมาะสม ดูเรียบร้อย ส่วนการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรนั้น เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์จะไม่ได้เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในการใช้งาน เพราะการจัดวางอยู่ในส่วนงานของกองบรรณาธิการซึ่งเป็นส่วนงานกลางและห้องผู้บริหารเท่านั้น ในขณะที่การเปิดโฮมเพจของหนังสือพิมพ์นั้น เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ที่รับผิดชอบในขั้นตอนการผลิตงานพิมพ์ ก็ไม่ได้มีส่วนที่ต้องเข้าไปรับผิดชอบในการออกแบบ เพราะมีการจ้างบริษัทออกแบบโฮมเพจให้รับหน้าที่นี้ไปแทน ดังนั้นรูปแบบการทำงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์จึงไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จากการนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร

### 3.2 การปรับโครงสร้างองค์กร

องค์กรของหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์ จัดว่าเป็นองค์กรที่มีขนาดเล็กหากเทียบกับองค์กรของหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษที่มีอยู่ในประเทศไทย อย่างเช่นบางกอกโพสต์หรือเดอะเนชั่น ที่มีหนังสือในเครือมากมาย และมีการจัดโครงสร้างแยกออกจากกันอย่างเป็นอิสระเฉพาะแต่ละฉบับ แต่สำหรับหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์แล้ว มีเฉพาะการผลิตหนังสือพิมพ์เท่านั้น ไม่มีสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น ๆ โดยโครงสร้างองค์กรประกอบไปด้วยหน่วยงานหลัก คือ กองบรรณาธิการ และ ฝ่ายผลิต เท่านั้น เพราะฝ่ายโฆษณาได้ยุบไปแล้ว

#### - การเปลี่ยนแปลงหน่วยงานในองค์กร

การนำระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรไม่ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหน่วยงานในองค์กรของหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์ โดยมีหน่วยงานหลัก ๆ คือกองบรรณาธิการ และฝ่าย



ผลิต ส่วนการติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตและการบำรุงรักษานั้น บริษัทได้ทำการว่าจ้างผู้ให้บริการเข้ามาทำการติดตั้งให้ ซึ่งรวมไปถึงการบำรุงรักษาด้วย

อย่างไรก็ตามในการส่งข้อมูลไปยังโฮมเพจของบริษัทนั้น ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาดูแลเฉพาะสำหรับการส่งออนไลน์ข้อมูลไปยังผู้ให้บริการที่ร่วมมือกับบริษัททั้งสองราย คือ เคเอสซีคอมเน็ต และล็อกซ์อินโพร โดยมีการว่าจ้างเจ้าหน้าที่เทคนิคมาดูแล ส่วนเจ้าหน้าที่ป้อนข้อมูลนั้นเป็นการดึงตัวมาจากฝ่ายผลิตและกองบรรณาธิการเข้ามาช่วยงาน

#### - การเปลี่ยนแปลงขนาดองค์กร

ในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจของประเทศยังไม่ประสบปัญหา การนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาในองค์กรนั้นไม่ค่อยมีผลทำให้ขนาดขององค์กรขยายมากนัก เพราะมีการเพิ่มพนักงานเฉพาะเจ้าหน้าที่เทคนิคที่จะเข้ามาดูแลการส่งข้อมูลไปบนโฮมเพจของบริษัทเพียง 2-3 คนเท่านั้น ส่วนพนักงานป้อนข้อมูลก็อาศัยดึงคนจากกองบรรณาธิการและฝ่ายผลิตเข้ามาช่วย ซึ่งถือว่าขนาดองค์กรไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

อย่างไรก็ตามภายหลังจากที่ภาวะเศรษฐกิจของประเทศซบเซา ทำให้รายได้จากการขายโฆษณาและขายสมาชิกของหนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์ลดลงมาก จึงมีความจำเป็นต้องลดค่าใช้จ่ายต่างๆลง โดยเฉพาะการลดพนักงานซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายหลักๆของบริษัท ทำให้ขนาดขององค์กรหดเล็กลง และมีการประหยัดต้นทุนหลายๆจุดไม่ว่าจะเป็น ค่าเดินทาง ค่าโทรสาร ค่าโทรศัพท์ ทำให้บริษัทหันมาใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลเพื่อทดแทนข้อมูลที่ได้จากผู้สื่อข่าวมากขึ้น

#### 4. หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทย ในเครือ “เดอะเอ็มกรุ๊ป” ที่มุ่งเน้นเนื้อหาที่เกี่ยวกับธุรกิจ และเศรษฐกิจ โดยช่วงหลังมีการหันมาให้ความสำคัญต่อข่าวการเมือง จนอยู่ในระดับเดียวกันกับข่าวด้านเศรษฐกิจ ซึ่งการเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตนั้น มีการเปิดตัวการเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต ไปเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2539 โดยมีการนำหนังสือที่อยู่ในเครือ “เดอะเอ็มกรุ๊ป” ทั้งหมด 6 ฉบับเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต อันประกอบไปด้วย หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน นิตยสารผู้จัดการรายเดือน หนังสือพิมพ์ไฟแนนเชียลเดย์ (ปัจจุบันปิดไปแล้ว) หนังสือพิมพ์เอเชียโทม์ และนิตยสารไอบิส

การประกาศตัวนำหนังสือในเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ตทั้งหมดของ “เดอะเอ็มกรุ๊ป” นับว่าเป็นผู้ประกอบการสิ่งพิมพ์รายแรกที่เข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตหลายฉบับพร้อม ๆ กัน โดยมีบริษัท เอเชียออนไลน์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือเดอะเอ็มกรุ๊ป เป็นผู้ให้บริการเครือข่ายภายใต้ชื่อ เอเชียแอดเซส ซึ่งเป็นการสร้างอินเทอร์เน็ตให้สามารถเข้าใจง่ายและสะดวกในการใช้งาน โดยการสร้างเครือข่ายข้อมูลออนไลน์จะวางอยู่บนเครือข่ายสื่อสารอินเทอร์เน็ตพื้นฐาน เพื่อให้คนในภูมิภาคเอเชีย สามารถใช้เครือข่ายออนไลน์แข่งขันทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วงแรกจะให้บริการในประเทศไทย และจะขยายบริการไปยังต่างประเทศ ซึ่งสิ่งพิมพ์ในเครือของเดอะเอ็มกรุ๊ป มีสถานที่ปรากฏข้อมูลอยู่บนโฮมเพจ <http://www.managemet.co.th>

คุณวิรัตน์ แสงทองคำ บรรณาธิการอาวุโสหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ กล่าวว่า “ผู้จัดการได้วางแผนพัฒนาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำสู่ทุกชนิดในเครือผู้จัดการหรือเอ็มกรุ๊ปเผยแพร่สู่อินเทอร์เน็ตในเวลาเตรียมการประมาณ 5 ปี ซึ่งนอกจากต้องพัฒนาเนื้อหาแล้วยังต้องมีการปรับปรุงข้อมูลให้มีคุณค่าเพื่อออนไลน์ (online) โดยกระบวนการหลังผลิตเนื้อหาแล้วจะถูกส่งไปยังเครื่องเซิร์ฟเวอร์ เพื่อเก็บเป็นฐานข้อมูลและส่งออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยอัตโนมัติ ขณะเดียวกันก็ส่งไปสู่ระบบการจัดหน้าและระบบการพิมพ์ด้วย ทำให้ขั้นตอนการผลิตข้อมูลทั้งลงหนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ตสามารถทำงานได้พร้อมกัน” (สัมภาษณ์ :วันที่ 22 เมษายน 2541 )

การเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตของ เดอะเอ็มกรุ๊ปนั้น ทำในลักษณะครบวงจร คือ เป็นมีบริษัทในเครือเป็นผู้ให้บริการ หรือเซอวิสโพรไวเดอร์ และมีการนำสินค้าต่างๆที่เป็นสิ่งพิมพ์เข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต นอกจากนั้นก่อนที่ระบบอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจะมีการเปิดกว้างในเชิงพาณิชย์ ในกลุ่มของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการมีระบบเก็บข้อมูลต่างๆจากข่าวที่เสนอไปในหนังสือพิมพ์แล้วนำมาจัดหมวดหมู่ โดยมีการวางระบบคอมพิวเตอร์ไว้ตั้งแต่ต้น และมีการตั้งบริษัทขายข้อมูลในชื่อของ แมเนเจอร์ อินฟอร์เมชั่นเซอวิส หรือ เอ็มไอเอส

#### 4.1 การปรับตัวของบุคลากร

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการจัดได้ว่าเป็นองค์กรที่ทุ่มเทให้กับการพัฒนาด้านบุคลากรบริษัทหนึ่ง โดยในช่วงที่บริษัทยังไม่ประสบปัญหาด้านการเงินนั้น มีการจัดตั้งศูนย์อบรมพนักงาน โดยการจ้างวิทยากรที่มีความรู้ด้านการทำข่าวหนังสือพิมพ์ มาอบรมให้ก่อนที่จะออกทำข่าวภาคสนามจริง ๆ

อย่างไรก็ตามภายหลังที่บริษัทมีปัญหาทางการเงิน ทำให้ต้องตัดลดงบประมาณทุกส่วน รวมถึงงบประมาณในการอบรมพนักงาน แม้กระทั่งการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรก็ไม่มีงบอบรมให้ความรู้ โดยให้พนักงานเรียนรู้การใช้งานเอง

#### - การปรับตัวของผู้สื่อข่าว

ในการทำงานของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ โดยปกติจะเป็นการออกข่าวภาคสนามเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ แต่จะแตกต่างตรงที่งานข่าวของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการจะมีการป้อนข้อมูลเข้าไปในระบบข้อมูล เพื่อเก็บไว้แยกประเภทและส่งต่อไปยังบริษัทศูนย์ข้อมูลผู้จัดการ ซึ่งส่วนหนึ่งผู้สื่อข่าวจะสามารถสืบค้นข้อมูลทางระบบคอมพิวเตอร์ของบริษัทได้ ทำให้ผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการมีแหล่งข้อมูลสนับสนุนในเบื้องต้นเพื่อเตรียมประเด็นข่าว ทำให้ผู้สื่อข่าวมีความคุ้นเคยกับการสืบค้นข้อมูลอยู่พอสมควร เมื่อมีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาในองค์กรเกิดขึ้น การปรับตัวของผู้สื่อข่าวก็就会有การเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ชนิดนี้ เพื่อให้สามารถใช้งานได้ประสิทธิภาพสูงสุด เพราะทางบริษัทไม่มีการอบรมการใช้งานให้

คุณไชยยง วิริยะกุลชัย บรรณาธิการข่าวเช็กชั้นเปอร์สเปคทริฟ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันกล่าวถึง การปรับตัวของนักข่าวภายหลังอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในองค์กรว่า “มีความเป็นไปได้สูงที่ผู้สื่อข่าวจะมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานแต่ขึ้นอยู่กับคนใช้เช่นกัน บางคนหาข่าวได้จากอินเทอร์เน็ต เพราะรู้ว่าจะสามารถนำมาใช้อย่างไร สำหรับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ นั้นเป็นหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ ซึ่งข้อมูลข่าวสารมีความสำคัญมาก เมื่อมีการติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตช่วงแรกยังมีปัญหาด้านการใช้งาน ปัญหาส่วนใหญ่คือเราไม่รู้ว่าเว็บไซต์แหล่งข่าวใช้คืออะไรจะเสียเวลาในการค้นหา แต่อย่างไรก็ตามระยะหลังมีการใช้กันมากขึ้น โดยเฉพาะบทวิจารณ์ทางเศรษฐกิจของนักวิเคราะห์ต่างประเทศ และรายงานเศรษฐกิจต่างประเทศ นักข่าวระดับหน้าข่าวจะคัดเลือกจากอินเทอร์เน็ตนำมาตีพิมพ์มากขึ้น โดยเฉพาะช่วงประเทศไทยได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจไทย เราก็อาศัยข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตได้มาก” (สัมภาษณ์ :วันที่ 17 เมษายน 2541)

คุณวิรัตน์ แสงทองคำ บรรณาธิการอาวุโสหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ยอมรับว่าการที่บริษัทเปิดตัวที่จะเป็นผู้นำด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้สื่อข่าวต้องมีการปรับตัวเพื่อที่จะก้าวให้ทันกับเทคโนโลยีชนิดใหม่ที่จะเข้ามา เพราะถือว่าเป็นภาพพจน์ของบริษัทเองด้วย การปรับตัวเข้าสู่อินเทอร์เน็ตคือสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

จากการสัมภาษณ์พบว่า ในแง่ของการทำข่าวแล้ว ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ขึ้นอยู่กับตัวบุคคลมาก ซึ่งผู้สื่อข่าวบางคนก็ไม่ยอมรับอินเทอร์เน็ตแต่ก็มีบางคนที่ยอมรับมาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะงานเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งคุณพลภุด เรืองจรัส ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ผู้จัดการกล่าวว่า “การนำระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรนั้นก็แหล่งข้อมูลอีกอย่างหนึ่งของผู้สื่อข่าว ซึ่งเพิ่มเข้ามานอกเหนือจากระบบข้อมูลเดิมที่มีอยู่แล้วภายในองค์กร แต่ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับการทำงานอย่างเห็นได้ชัด คือในส่วนของผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจต่างประเทศต่างประเทศ บทความและบทวิจัย รวมถึงเช็ทซ์ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี เนื่องจากไม่ต้องการความสดของข่าว แต่ต้องการมุมมองใหม่ของนักวิเคราะห์ต่างประเทศ นักข่าวเหล่านี้เดิมจะอาศัยข้อมูลจากหนังสือพิมพ์นิตยสารต่างประเทศมาแปล แต่ก็เริ่มมีการปรับตัวหลังจากอินเทอร์เน็ตเข้ามาคือหันไปดึงข้อมูลมาใช้ค่อนข้างถี่ อาจจะเป็นเพราะว่าข้อมูลที่ต้องการในอินเทอร์เน็ตมากมายมหาศาล ทำให้สะดวกมากขึ้นนักข่าวกลุ่มนี้จึงนิยมใช้อินเทอร์เน็ตทำงานกัน”(สัมภาษณ์ :วันที่ 16 เมษายน 2541)

นอกจากนั้นยังมีนักข่าวอีกบางส่วน ที่อาจจะหันมาใช้อินเทอร์เน็ตเป็นบางครั้ง บางคราว เช่นเวลาเกิดเหตุการณ์สำคัญๆในต่างประเทศเกิดขึ้น เช่น การประกาศผลแกรมมี่อวอร์ด หรือการประชุมระดับโลก ซึ่งต่างประเทศจะมีการเปิดโฮมเพจเป็นกรณีพิเศษเพื่อให้ผู้ที่สนใจทั่วโลกได้ติดตามอย่างใกล้ชิด และการรายงานผ่านโฮมเพจนั้นจะมีข้อมูลต่างๆมากมายที่เป็นประโยชน์ต่อนักข่าวที่ต้องนำไปเขียน ดังนั้นเมื่อมีเหตุการณ์นักข่าวก็จะเข้ามาใช้ข้อมูลทันทีซึ่งก็คือว่าเป็นการปรับตัวในการหาข่าวแบบใหม่จากอินเทอร์เน็ต ซึ่งคุณพลภุด เรืองจรัส ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ผู้จัดการกล่าวว่า “เดิมเราอาจจะต้องรอผลการถ่ายทอดผ่านดาวเทียม หรือไม่ก็ต้องรอการรายงานข่าวจากนักข่าวที่ส่งไปทำข่าว แต่ปัจจุบันเราอาจจะไม่จำเป็นต้องส่งนักข่าวไปทำข่าว อาศัยข้อมูลได้โดยการเปิดโฮมเพจบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้บริษัทประหยัดเงินและเวลา ซึ่งหนังสือพิมพ์ผู้จัดการก็ทำอยู่” (สัมภาษณ์ :วันที่ 16 เมษายน 2541)

สรุปได้ว่าในการปรับตัวของนักข่าวหนังสือพิมพ์ผู้จัดการนั้น มีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับหน้าความรับผิดชอบ โดยบางครั้งผู้ที่รับผิดชอบงานข่าวที่เกี่ยวกับข่าวต่างประเทศ อาจจะมีการปรับตัวที่เร็วกว่าและมากกว่า ส่วนนักข่าวอีกบางกลุ่มจะเริ่มปรับตัวหลังจากที่เริ่มมีความคุ้นเคยและใช้อินเทอร์เน็ตได้คล่องขึ้น

#### - การปรับตัวของฝ่ายโฆษณา

การทำงานของฝ่ายโฆษณาของผู้จัดการ มีลักษณะที่ไม่แตกต่างจากการขายโฆษณาของสำนักพิมพ์อื่น ๆ คือเป็นการขายตรง โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายโฆษณามีการติดต่อกับผู้ซื้อด้วยตัวเอง

แล้วมีการเสนอขายพื้นที่โฆษณาหนังสือพิมพ์ ซึ่งเมื่อมีระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร รูปแบบการทำงานของฝ่ายโฆษณาก็ไม่ได้เปลี่ยนไป เพราะมีการทำงานแยกตัวออกมาเป็นเอกเทศ อยู่คนละแห่งกับกองบรรณาธิการ ซึ่งมีการติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ต

อย่างไรก็ตามภายหลังจากที่บริษัทประสบปัญหาทางการเงิน ทำให้ต้องใช้ทุกวิถีทางเพื่อที่จะลดค่าใช้จ่ายลงจึงได้ยุบฝ่ายโฆษณา แล้วจ้างบริษัทนายหน้าเข้ามาดำเนินการแทน ซึ่งทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายทั้งในส่วนของค่าจ้างพนักงาน และค่าเช่าสถานที่สำหรับเป็นสำนักงานของฝ่ายโฆษณา ทำให้ในปัจจุบันหนังสือพิมพ์ไม่มีฝ่ายโฆษณา ซึ่งในการทำงานของบริษัทเอกชนที่เข้ามารับจ้างนั้นก็ไม่ต้องมารับนโยบายต่างๆของทางหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ดังนั้นการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ จึงไม่มีผลต่อการทำงานของฝ่ายโฆษณาในปัจจุบัน

#### - การปรับตัวของเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์

เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ในปัจจุบันมีหน้าที่หลักคือจัดหน้า(layout)และทำทุกอย่างที่เกี่ยวข้องงานศิลป์ ตั้งแต่ทำกราฟฟิกการทำภาพหรือหาภาพข่าวประกอบ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ภาพถ่ายที่ได้จากช่างภาพ แต่ในขณะที่อินเทอร์เน็ตเข้ามาความบทบาทกับการทำข่าว ผู้สื่อข่าวก็ต้องการให้มีภาพประกอบซึ่งต้องตรงกับเนื้อหาข่าว ดังนั้นภาพจากระบบอินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นความรับผิดชอบของฝ่ายศิลป์ ที่ต้องไปดึงมาใช้ประกอบข่าวตามที่กองบรรณาธิการข่าวต้องการ

คุณจรีวัลย์ วงศ์คำจันทร์ อดีตผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ กล่าวถึงการประสานงานระหว่างฝ่ายข่าวและฝ่ายศิลป์ว่า “การทำงานของฝ่ายศิลป์และฝ่ายข่าวจะต้องมีความสัมพันธ์กัน และฝ่ายศิลป์ทำหน้าที่กำหนดหน้าตาของหนังสือพิมพ์ฝ่ายข่าวกำหนดเนื้อหาทั้งสองฝ่ายจะต้องทำงานไปด้วยกัน เมื่อนักข่าวหันมาใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นฝ่ายศิลป์ก็ต้องปรับตัวตาม ทุกครั้งที่กองบรรณาธิการกำหนดเนื้อหาข่าวออกมา ฝ่ายศิลป์ก็จะวางแผนกำหนดองค์ประกอบที่เข้ากับข่าวเช่นรูปภาพหรือกราฟฟิก บางข่าวได้มาจากอินเทอร์เน็ตเช่นข่าวโททานิค หรือข่าวประกาศผลรางวัลแกรมมี่ หากฝ่ายศิลป์หาภาพที่มีอยู่ในห้องสมุดหรือจากช่างภาพไม่ได้ก็จะต้องใช้วิธีดึงภาพจากอินเทอร์เน็ตโดยวิธีดาวน์โหลด (download)” (สัมภาษณ์ :วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2541)

จะเห็นได้ว่าฝ่ายศิลป์ของผู้จัดการจะมีการปรับตัวตามฝ่ายข่าวหรือกองบรรณาธิการ ซึ่งการปรับตัวนั้นมีการนำมาใช้เพราะเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตมาเชื่อมกับงานฝ่ายศิลป์เพื่อความสะดวกในการดึงรูปภาพประกอบข่าว ทำให้หน้าที่ฝ่ายศิลป์เริ่มมีการปรับตัวเช่นเดียวกัน

## 4.2 การปรับโครงสร้างองค์กร

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างที่ค่อนข้างชัดเจน ในช่วงก่อนที่บริษัทจะมีปัญหาทางเศรษฐกิจและสภาพคล่อง โดยก่อนหน้านี้นี้บริษัทตั้งเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำที่จะปรับไปสู่การดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์เต็มรูปแบบ ซึ่งหนังสือพิมพ์ผู้จัดการนั้นมีการเก็บสะสมข้อมูลจำนวนมากไว้ในระบบคอมพิวเตอร์ที่มีการสร้างโปรแกรมฐานข้อมูลมาโดยเฉพาะ จึงมีความพร้อมที่จะเข้าสู่การให้บริการข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะการมีศูนย์ข้อมูลเป็นของตัวเอง ทำให้มีตัวกลางที่จะทำหน้าที่จัดระเบียบข้อมูลต่างๆ เพื่อป้อนให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

### - การเปลี่ยนแปลงหน่วยงานภายในองค์กร

สำหรับโครงสร้างที่ทางผู้บริหารของ เดอะเอ็มกรุ๊ป วางไว้นั้น จะมีการเชื่อมโยงระหว่างฐานข้อมูลของ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ในเครือของบริษัท โดยมีกระบวนการหลังผลิตเนื้อหาข่าวที่จะลงพิมพ์ซึ่งจะถูกส่งไปยังเครื่องเซิร์ฟเวอร์ เพื่อเก็บเป็นฐานข้อมูล และส่งไปออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอัตโนมัติ ขณะเดียวกันก็จะส่งไปสู่ระบบการจัดหน้าและระบบการพิมพ์ด้วย

คุณไชยยง วิริยะกุลชัย บรรณาธิการเช็กชั้นเปอร์สเปคทีฟ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ กล่าวว่า “เดิมผู้บริหารได้วางแผนการขยายตัวขององค์กร โดยเฉพาะการเป็นศูนย์กลางด้านข้อมูลข่าวสาร ซึ่งหน่วยงานรับผิดชอบดังกล่าวเดิมคือบริษัทเอ็มไอเอส หรือบริษัท ศูนย์บริการข้อมูลผู้จัดการนั่นเอง ซึ่งหน่วยงานนี้ลงทุนกว่า 200 ล้านบาท ซึ่งเดิมหน่วยงานนี้รับผิดชอบขายข้อมูลข่าวสารและให้บริการด้านข้อมูลแก่บริษัทในเครือ” (สัมภาษณ์ :วันที่ 17 เมษายน 2541 )

นอกจากนั้น เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2540 ที่ผ่านมา บริษัทผู้จัดการได้ขยายองค์กรโดยดำเนินการร่วมกับบริษัท เอเชียออนไลน์ ซึ่งเป็นบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตรายล่าสุด ซึ่งเอเชียออนไลน์ ก็คือบริษัทในเครือของผู้จัดการที่ขยายตัวขึ้นท่ามกลางกระแสการขยายตัวของอินเทอร์เน็ต จะเห็นได้ว่าแม้ว่าในส่วนของผู้จัดการนั้นมีความเปลี่ยนแปลงมากมาย มีการขยายตัวทั้งในและนอกบริษัท แผนการขยายตัวภายในคือการตั้งหน่วยงานประสานกับ บริษัทเอเชียออนไลน์ เพื่อนำข้อมูลข่าวสารที่ผลิตจากกองบรรณาธิการผู้จัดการ เพื่อนำเข้าสู่โฮมเพจ บนอินเทอร์เน็ต

คุณพลภุต เรืองจรัส ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ กล่าวถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในองค์กรว่า “บริษัทผู้จัดการได้มีการจัดหน่วยงานด้านคอมพิวเตอร์ขึ้นมาดูแลเพิ่มเติม เพราะว่าผู้จัดการจะต้องมีการนำเสนอข่าวสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งหน่วยงานดังกล่าวทำหน้าที่ออกแบบโฮมเพจและจัดการทุกอย่างหลังจากที่ได้วัตถุดิบจากกองบรรณาธิการ” (สัมภาษณ์ :วันที่ 17 เมษายน 2541)

นั่นหมายความว่า โครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัดของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ภายหลังจากการรับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาในองค์กรก็คือ หน่วยงานที่เกี่ยวกับการผลิต จะเพิ่มหน่วยงานที่ทำหน้าที่กระจายข้อมูล ระหว่างข่าวที่ต้องนำไปตีพิมพ์ กับข่าวที่จะป้อนเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีการจ้างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเกี่ยวกับการสร้างโปรแกรมขึ้นมาดูแล

อย่างไรก็ตามแผนการปรับโครงสร้างดังกล่าว ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ เพราะบริษัทประสบปัญหาทางการเงิน ทำให้ต้องปรับลดงบประมาณในทุกส่วน และแผนงานเกี่ยวกับการขยายตัวไปสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเกือบทั้งหมดต้องถูกระงับไป เหลือเพียงแต่การป้อนข้อมูลข่าวเข้าสู่โฮมเพจของบริษัทเท่านั้น หน่วยงานหลัก ๆ ของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการจึงยังไม่มีเปลี่ยนแปลง

#### - การเปลี่ยนแปลงขนาด

หากปัจจัยแวดล้อมไม่เลวร้ายลงอย่างเช่นปัจจุบัน และหนังสือพิมพ์ผู้จัดการสามารถทำได้ตามแผนที่วางไว้ตั้งแต่ตอนต้น สิ่งที่จะเกิดขึ้นก็คือขนาดขององค์กรจะใหญ่ขึ้น เพราะจะมีหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นใหม่เพื่อจะมารองรับการขยายตัวเข้าสู่การเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แต่ภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปมากจนทำให้บริษัทต้องพยายามรักษาสถานภาพให้สามารถประคับประคองตัวเองให้อยู่ตลอดรอดฝั่ง แผนการขยายตัวขององค์กรจึงถูกพับไป และขนาดขององค์กรต้องหดตัวลงมาก เนื่องจากบริษัทมีความจำเป็นต้องปลดพนักงานเพื่อลดค่าใช้จ่าย

ดังนั้นสิ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน คือขนาดองค์กรของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการมีการหดเล็กลงมาเหลือเพียง 1 ใน 4 เท่านั้น แต่สิ่งที่เกิดขึ้นนี้มีสาเหตุมาจากบริษัทประสบปัญหาขาดสภาพคล่อง สำหรับอินเทอร์เน็ตจะเข้ามามีบทบาทเป็นอุปกรณ์ทดแทนการใช้ผู้สื่อข่าวออกไปรายงานยังสถานที่จริง

## 5. หนังสือพิมพ์วิจักร

บริษัทวิจักร จำกัด(มหาชน) ซึ่งเป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์วิจักร ได้จัดตั้งบริษัท อินโฟแอคเชส ร่วมกับการสื่อสารแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2539 เพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ต หรืออินเทอร์เน็ตโดยมุ่งไปพัฒนาในส่วนของฝ่ายจัดจำหน่าย และบริการข้อมูล โดยบริษัทอินโฟแอคเชส จะเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (service provider) โดยการบริหารงานจะอยู่ภายใต้บริษัทอินโฟริวิ ซึ่งให้บริการด้านฐานข้อมูล และเป็นโลคัล เน็ตเวิร์ค(local network) ที่ให้บริการในลักษณะการออนไลน์ข่าว และข้อมูลเช่นเดียวกับเนชั่นออนไลน์ และบิสิเนส โดยประกอบด้วยข่าว ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ในเครือวิจักร ข้อมูลภายในประเทศต่างๆ เช่น รายงานสภาพภูมิอากาศ หุ่น ข้อมูลรายละเอียดของสถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการ และข่าวด่วนจากไทยสกายเป็นต้น

สำหรับการนำเข้ามาใช้ในองค์กรนั้น จะมีการติดตั้งเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไว้ที่กองบรรณาธิการ และห้องผู้บริหาร เพื่อให้เป็นเครื่องมือช่วยในการทำงานแก่ผู้สื่อข่าวและบุคลากร โดยในเบื้องต้นนั้นมีการอบรมพนักงานเกี่ยวกับวิธีการใช้ และรายละเอียดต่างๆของเทคโนโลยี ก่อนที่จะมีการใช้งานจริง

### 5.1 การปรับตัวของบุคลากร

การปรับตัวของบุคลากรของหนังสือพิมพ์วิจักรที่เกิดขึ้นจากการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรก็คือ มีการปรับด้านความรู้ที่จะต้องศึกษาการใช้งานอินเทอร์เน็ต และเรียนรู้ที่จะใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ เพราะกลุ่มคนในองค์กรหนังสือพิมพ์นั้นมีแรงผลักดันที่จะต้องเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อให้รู้เท่าทันกับกระแสความเปลี่ยนแปลงของโลก ซึ่งผู้บริหารของวิจักรก็มองเห็นความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลง โดยมองว่ากระแสความนิยมสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นเกิดขึ้นแพร่หลายไปอย่างรวดเร็ว และในอนาคตบริษัทก็จะต้องมีการปรับเปลี่ยนตัวเองเข้าสู่การเป็นผู้ให้บริการสื่อเต็มรูปแบบ เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆที่ก้าวล้ำหน้าไปก่อนแล้ว ซึ่งการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร หนังสือพิมพ์วิจักรได้มีการอบรมพนักงานให้เข้าใจการใช้งานและประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตก่อนที่จะติดตั้งให้ใช้งานจริง

คุณสมบุรณ์ อิชยาวกุล บรรณาธิการหนังสือพิมพ์วิจักร กล่าวถึงความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาบุคลากรของวิจักรว่า “บุคลากรจะต้องมีความสามารถใ้การใช้เทคโนโลยีใหม่เราจำเป็นต้องเดินให้ทันเพราะไม่เช่นนั้นเราจะเป็นผู้ที่อยู่ข้างหลัง ซึ่งหนังสือพิมพ์วิจักรตระหนักดี ก่อนรับอินเทอร์เน็ตเข้ามาในองค์กรก็จะมีการมองไปยังความรับผิดชอบ และความจำ



เป็นในหน่วยงาน บุคลากรเองก็มีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ การปรับตัวช่วงแรกเราจะมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายคอมพิวเตอร์เป็นผู้ดูแล และนำให้นักข่าวในการใช้ระบบอินเทอร์เน็ต และให้ฝ่ายต่างประเทศจะมีการปรับตัวเร็วกว่าฝ่ายอื่น” (สัมภาษณ์ : วันที่ 7 ธันวาคม 2540 )

จะเห็นได้ว่า การปรับตัวสิ่งแรกที่เกิดขึ้นของบุคลากรในหนังสือพิมพ์วิญจักรก็คือจะต้องมีการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ที่เข้ามา เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต

#### - การปรับตัวของผู้สื่อข่าว

วิธีการทำงานของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์วิญจักรนั้น ไม่มีความแตกต่างจากผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นฉบับอื่น ๆ คือเป็นการทำงานในสถานที่และรายงานข้อมูล จากแหล่งข่าว และการแถลงข่าวขององค์กรต่าง ๆ ส่งกลับมายังสำนักงานใหญ่ ก่อนจะผ่านการกลั่นกรองจากบรรณาธิการเป็นลำดับต่อไป

ภายหลังจากที่มีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร โดยผู้บริหารเน้นไปที่การให้เป็นเครื่องมือและแหล่งสืบค้นข้อมูลให้แก่บรรณาธิการ และผู้สื่อข่าว ซึ่งก่อนหน้านี้ได้รับการอบรมการใช้งานมาได้ระยะหนึ่งแล้ว ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับรูปแบบการทำงานของผู้สื่อข่าวในส่วนของข่าวในประเทศดูจะไม่มีการปรับเปลี่ยนไปจากเดิมมากนัก โดยงานหลักก็ยังคงเป็นการติดตามสถานการณ์ยังหน่วยงานที่ตนรับผิดชอบและรายงานความเคลื่อนไหวเข้ามายังสำนักพิมพ์ ด้วยการส่งโทรสาร หรือโทรศัพท์ที่ในกรณีที่เป็นข่าวด่วนซึ่งต้องรายงานการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์อย่างทันที ซึ่งอินเทอร์เน็ตนั้นไม่มีบทบาทเข้ามาในการทำงานระหว่างที่ผู้สื่อข่าวอยู่นอกสถานที่ แต่จะมีบทบาทการเป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลให้กับบรรณาธิการหรือหัวหน้าข่าวที่อยู่ในสำนักงาน กรณีที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อสร้างความสมบูรณ์ของเนื้อหาข่าว

อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์วิญจักรที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานอย่างเห็นได้ชัดก็คือ ผู้ที่รับผิดชอบข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา และข่าวบันเทิงต่างประเทศ ซึ่งหันมาใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข่าวอย่างจริงจัง จากเดิมที่ใช้แหล่งข้อมูลหลัก ๆ คือ สำนักข่าวต่างประเทศ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ต่างประเทศและนิตยสารต่างประเทศ เพราะมีการรายงานข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตตลอดทั้งวัน และมีการปรับข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (update) ทำให้ผู้สื่อข่าวในกลุ่มดังกล่าวทำข่าวได้ทันสถานการณ์มากยิ่งขึ้น

### - การปรับตัวของฝ่ายโฆษณา

ฝ่ายโฆษณาของหนังสือพิมพ์วิญจักร เป็นหน่วยงานอิสระที่จัดตั้งขึ้นมารับผิดชอบการขายโฆษณาบนพื้นที่หนังสือพิมพ์ และหนังสือในเครือของวิญจักรทั้งหมด ทำให้ขนาดของฝ่ายโฆษณาของวิญจักรมีขนาดหน่วยงานที่ค่อนข้างใหญ่ ซึ่งถือเป็นหน่วยงานหลักที่สำคัญ เพราะเป็นหน่วยงานที่สร้างรายได้เข้ามาหล่อเลี้ยงบริษัทอย่างแท้จริง

สำหรับฝ่ายโฆษณาของหนังสือพิมพ์วิญจักรแล้วจะแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นตรงที่มีการติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตไว้ เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อผ่านทาง อีเมลล์ และให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายโฆษณาใช้ อีเมลล์ ติดต่อลูกค้าอีกทางหนึ่ง นอกเหนือไปจากการขายตรง เพราะหนังสือพิมพ์วิญจักรได้ตั้งเป้าหมายของหนังสือพิมพ์ให้เป็น สื่อสำหรับการโฆษณาย่อย ซึ่งผู้ที่มั่งคั่งประมาณน้อยสามารถขอลงโฆษณากับหนังสือพิมพ์ได้

ขณะเดียวกัน หนังสือพิมพ์วิญจักรก็วางบทบาท ที่จะเป็นตัวกลางในการติดต่อระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขายสินค้า ที่ไม่มีการเจาะจงว่าจะเป็นบริษัท หรือนิติบุคคลเท่านั้น เพราะแม้แต่ประชาชนทั่วไปก็สามารถติดต่อลงโฆษณาย่อยในหนังสือพิมพ์วิญจักรได้

ดังนั้น หน่วยงานโฆษณาของหนังสือพิมพ์วิญจักรจึงต้องมีความรู้ครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัททั้งหมด ซึ่งเมื่อทำการเปิดโฮมเพจ ฝ่ายโฆษณาก็ต้องมีการเรียนรู้ในเทคโนโลยีใหม่เช่นเดียวกัน เพื่อจะสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการติดต่อกับลูกค้าให้ได้กว้างขวางมากกว่าเดิม

### - การปรับตัวของเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์

รูปแบบการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์วิญจักร ก็ไม่ได้มีความแตกต่างไปจากฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์ทั่วไป คือทำหน้าที่จัดหน้า วางรูปแบบหน้า (layout) หารูปภาพประกอบข่าว และกราฟฟิกประกอบเนื้อหาข่าว เพื่อให้ดูน่าสนใจมากขึ้น

สำหรับการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรหนังสือพิมพ์วิญจักร ได้ทำให้รูปแบบการทำงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์เปลี่ยนแปลงไปบางส่วน โดยจะต้องหันมาให้ความสำคัญ กับการค้นหาภาพประกอบจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เพราะในบางครั้งรูปประกอบข่าวหาไม่ได้จากแฟ้มภาพที่เก็บไว้ โดยเฉพาะภาพถ่ายของบุคคล ทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องค้น

หาภาพจากอินเทอร์เน็ต ดังนั้นเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์จึงจำเป็นต้องเรียนรู้การใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อให้สามารถใช้งานได้ในยามฉุกเฉิน

อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์วิภูจักร พบว่าการทำงานหลัก ๆ ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ยังคงไม่เปลี่ยนแปลง โดยการสร้างภาพประกอบยังยึดวิธีที่ทำการสแกนภาพด้วยเครื่องสแกน และสร้างภาพจากโปรแกรมแมคอินทอช เป็นหลัก เพราะให้คุณภาพและรายละเอียดของรูปภาพดีกว่า การดึงจากระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งขาดความคมชัดของภาพ จึงจะใช้การดึงจากอินเทอร์เน็ตเฉพาะกรณีจำเป็นที่ไม่สามารถหาภาพได้จริง ๆ เท่านั้น

## 5.2 การปรับโครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กรของหนังสือพิมพ์วิภูจักร จะมีการแยกองค์กรของหนังสือพิมพ์ในเครื่องออกจากกันอย่างชัดเจน ทั้งส่วนที่เป็นกองบรรณาธิการ และฝ่ายผลิต แต่จะใช้ร่วมกัน เฉพาะฝ่ายโฆษณาเท่านั้นที่รับผิดชอบขายโฆษณาให้กับหนังสือทุกฉบับในเครื่องของวิภูจักร รวมทั้งการขายโฆษณานบนอินเทอร์เน็ตด้วย

### - การเปลี่ยนแปลงหน่วยงานในองค์กร

การนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรของหนังสือพิมพ์วิภูจักร ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหน่วยงาน คือจะมีหน่วยงานที่ตั้งขึ้นมาใหม่เพื่อรับผิดชอบดูแลระบบอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ ทั้งส่วนของการเชื่อมโยงเครือข่ายไปยังจุดต่างๆภายในองค์กร และการเชื่อมโยงข้อมูลที่จะออนไลน์ไปยังโฮมเพจของบริษัท บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยเหตุผลที่จะต้องตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นมาดูแล เพราะบริษัทมีการลงทุนสูงเกี่ยวกับการจัดตั้งเครือข่ายระบบข้อมูล ออนไลน์ จึงมีวัตถุประสงค์จะให้มีการแบ่งงานอย่างชัดเจน เพื่อประสิทธิภาพในการดูแลรักษาระบบอย่างใกล้ชิด เพราะถ้าเกิดขัดข้องแล้วจะทำให้เกิดความเสียหายเชื่อมโยงไปถึงศูนย์คอมพิวเตอร์ของบริษัทด้วย

ขณะเดียวกันหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นมาดูแลระบบอินเทอร์เน็ต ก็จะต้องรับผิดชอบในการฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้สามารถใช้งานได้ด้วย

## - การเปลี่ยนแปลงขนาดองค์กร

เนื่องจากการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับระบบอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะ ทำให้ต้องมีการจ้างพนักงานใหม่เข้ามา ขณะเดียวกันแผนงานของวัฏจักรต้องการที่จะขยายตัวไปสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสื่อครบวงจร ทำให้ในช่วงแรกนั้น บริษัทมีการรับคนเพิ่มเข้ามาเพื่อรองรับการขยายตัว ทำให้ขนาดองค์กรขยายใหญ่ขึ้น

อย่างไรก็ตามในระยะหลัง บริษัทประสบปัญหาขาดทุนอย่างต่อเนื่อง เพราะต้นทุนการผลิตสูงขึ้นขณะที่ยอดขายลดลงอย่างรวดเร็ว ทำให้บริษัทขาดสภาพคล่องอย่างรุนแรง จนต้องปลดพนักงานเป็นจำนวนมาก และชะลอแผนการขยายตัวไว้ จนกว่าจะปรับระดับประคองตัวเองให้ผ่านพ้นภาวะวิกฤติไปได้

## 6. หนังสือพิมพ์คู่แข่ง

หนังสือพิมพ์คู่แข่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่เน้นเสนอข่าวเศรษฐกิจ และข่าวการตลาดเป็นหลัก โดยมีสิ่งพิมพ์หลักคือ นิตยสารคู่แข่งรายเดือน หนังสือพิมพ์คู่แข่งรายสัปดาห์ และหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน สำหรับการนำหนังสือในเครือเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตนั้นเริ่มในปี 2539 เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ โดยมีการร่วมมือกับบริษัทเอเน็ต ซึ่งอยู่ในเครือเออาร์กรุ๊ป โดยในเบื้องต้นมีการเปิดโฮมเพจ ในนามคู่แข่ง แต่โครงการเชื่อมโยงข้อมูลออนไลน์ไปยังเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้ชะงักไปเพราะบริษัทมีปัญหาขาดเงินหมุนเวียนในกิจการ

อย่างไรก็ตามหนังสือพิมพ์คู่แข่ง ได้มีการติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตในองค์กร เพื่อใช้งานด้านการสืบค้นข้อมูล เนื่องจากบริษัทมีศูนย์ข้อมูลซึ่งสามารถสร้างรายได้จากการขายข้อมูลให้กับประชาชนทั่วไป ซึ่งผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่ต้องการค้นคว้าข้อมูลเพื่อทำรายงาน โดยข้อมูลส่วนใหญ่ของศูนย์ข้อมูลคู่แข่งจะเป็นข้อมูลทางการตลาด ที่มีการเก็บสะสมมานานภายใต้ระบบฐานข้อมูลที่คู่แข่งได้สร้างไว้

คุณพิชัย ศิริจันทนนท์ บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์คู่แข่ง กล่าวว่า “วิสัยทัศน์ของคู่แข่งคือเราต้องเดินให้ทันกระแสจะเห็นได้ว่าความนิยมอินเทอร์เน็ตในต่างประเทศเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีความจำเป็นที่เราต้องวางปรับตัว ซึ่งก่อนหน้านี้บริษัทมีสินค้าที่ได้รับการยอมรับมากคือข้อมูลด้านการตลาด ซึ่งศูนย์ข้อมูลสามารถขายและสร้างรายได้มากพอสมควร ดังนั้นเราจึงวางแผนที่จะขายสินค้าไปสู่ทั่วโลกโดยเข้าไปอยู่ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยในช่วง 2 ปีที่

ผ่านมาคู่แข่งได้ศึกษาช่องทางการจำหน่ายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต และมีการพัฒนาสินค้าใหม่ โดยจัดหน่วยงานจากห้องสมุดเป็นศูนย์ข้อมูล และอยู่ระหว่างเตรียม นำสื่อที่มีอยู่ซึ่งได้แก่คู่แข่งรายวัน รายสัปดาห์และรายเดือน เข้าได้ในโฮมเพจ ทั้งนี้ได้มีการลงทุนไปแล้วด้วย แต่ปัญหาคือสภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยเปลี่ยนไปแผนที่วางไว้จึงชะลอไปก่อน” ( สัมภาษณ์ : วันที่ 20 มกราคม 2541)

อย่างไรก็ตามแม้ว่าหนังสือพิมพ์คู่แข่งจะยังไม่ได้เปิดตัวบนอินเทอร์เน็ตเต็มตัว แต่ผู้บริหารก็ได้มีการนำระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรตั้งปีช่วงปลายปีพ.ศ. 2539 ทำให้บุคลากรได้มีโอกาสสัมผัสการใช้งานในระบบอินเทอร์เน็ต

### 6.1 การปรับตัวของบุคลากร

สำหรับหนังสือพิมพ์คู่แข่งนับว่าเป็นบริษัทหนึ่ง ที่มีโอกาสใช้ระบบอินเทอร์เน็ตในองค์กร ซึ่งมีความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์อื่น ๆ พอสมควร เนื่องจากช่วงดังกล่าวเศรษฐกิจไทยเริ่มมีปัญหา เมื่อนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาจะต้องมีบริษัทไม่ได้มีการฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่พนักงานส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความสนใจกับระบบดังกล่าวเท่าที่ควรเพราะบริษัทขาดการประชาสัมพันธ์ ทำให้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต แพร่เข้ามาอย่างเงียบ ๆ พนักงานน้อยคนจะรู้ว่ามียุคนี้เข้ามาแล้ว นอกจากระดับบรรณาธิการข่าวเท่านั้นที่รับทราบ ดังที่คุณอดิศักดิ์ คุ้มจอหอ หัวหน้าข่าวหน้าหนึ่งหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวันกล่าวว่า “พนักงานส่วนใหญ่ไม่รู้ว่ามีระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามา อีกอย่างน่าจะเป็นนโยบายประหยัดของบริษัทด้วยที่ต้องการให้ผู้ปฏิบัติงานระดับสูงใช้เท่านั้น ขณะที่ผู้บริหารระดับสูงเองก็มีปัญหาด้านเทคนิค เนื่องจากไม่ได้รับการอบรมมาก่อน จึงไม่รู้ถึงการใช้งานจากระบบอินเทอร์เน็ตเท่าที่ควร ทั้งนี้มีบางคนรู้แต่ก็ไม่ลึกซึ้งมากนักทำให้การปรับตัวของบุคลากรเป็นไปอย่างช้ามาก” ( สัมภาษณ์ : วันที่ 10 มกราคม 2541)

#### - การปรับตัวของผู้สื่อข่าว

ลักษณะการปฏิบัติงานของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์คู่แข่ง ส่วนหลัก ๆ ก็คือการทำข่าวนอกสถานที่และส่งรายงานข่าวกลับเข้าสำนักงานเพื่อรับการกลั่นกรองคัดเลือกจากหัวหน้าข่าวและบรรณาธิการข่าวอีกครั้งหนึ่ง แต่ก็มีพนักงานบางคนบางกลุ่มที่รู้ว่ามีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร เพราะทางบริษัทได้วางนโยบายไว้แล้วว่าจุดไหนบางที่จะมีการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ซึ่งคุณพิชัย ศิริจันทน์ ผู้บริหารหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวันให้สัมภาษณ์ว่า “บริษัทได้ประเมินแล้วว่าระบบอินเทอร์เน็ตนั้นมีความสำคัญ ขณะเดียวกับบริษัทได้มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายปรับปรุง

หนังสือพิมพ์ โดยพยายามเพิ่มคอลัมน์และเช็กชั้นใหม่ซึ่งได้แก่เช็กชั้นอินเทลลิเจน เช็กชั้นทอล์ค ออฟเดอะทาวน์ ซึ่งทั้งสองเช็กชั้นนี้มีความแตกต่างก็ อินเทลลิเจนท์ มุ่งให้ข้อมูลผู้อ่านในลักษณะ วิเคราะห์และเสนอวิสัยทัศน์ใหม่ๆ ขณะที่ ทอล์คออฟเดอะทาวน์ มุ่งให้ความบันเทิงเพราะเสนอ ข่าวสารความเคลื่อนไหววงการบันเทิงต่างประเทศเป็นหลัก ต้องใช้ข้อมูลที่ทันสมัยและบางครั้ง ต้องอาศัยการแปลจากต่างประเทศ เนื่องจากกองบรรณาธิการคู่แข่งถูกจำกัดด้านงบประมาณทำให้มีปัญหาด้านอัตราคน และงบประมาณด้านอื่นๆ ทำให้กระทบกับเช็กชั้นใหม่ที่เพิ่งตั้งขึ้นมาพอสมควร แต่ผู้บริหารได้หาทางออกโดยการติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตให้ ทำให้บุคลากรในส่วนดังกล่าวนี้มีความใกล้ชิดกับอินเทอร์เน็ตค่อนข้างมาก และมีการปรับตัวในการหาข่าวสารมาเป็นการใช้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่” (สัมภาษณ์ : วันที่ 20 มกราคม 2541)

ทั้งนี้จากการสังเกตบุคลากรในส่วนของเช็กชั้นอินเทลลิเจนท์ พบว่ามีบุคลากรอยู่ 7-8 คน ขณะที่เช็กชั้นทอล์คออฟเดอะทาวน์ นั้นจะมีบุคลากรอยู่ประมาณ 10-12 คน ซึ่งบุคลากรดังกล่าวจะมีการปรับตัวแตกต่างจากนักข่าวทั่วไปในกองบรรณาธิการ คือจะมีการเปิดอินเทอร์เน็ตเพื่อคัดเลือกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเช็กชั้นของตน จากนั้นก็จะนำมาแปลเป็นภาษาไทย โดยส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้ออกไปทำงานข้างนอก ยกเว้นบางครั้งที่มีการสัมภาษณ์แหล่งข่าวตามปกติ

คุณสหัสยา เจริญฤทธิ์ ผู้สื่อข่าวอาวุโส กล่าวว่า “ทั้งสองเช็กชั้นใหม่คือจุดขายที่ผู้บริหารให้ความสำคัญ ขณะที่นักข่าวส่วนใหญ่คือนักข่าวเดิมของคู่แข่งที่โยกย้ายมาจากกองอื่น ๆ เท่าที่สังเกตนักข่าวเหล่านี้จะมีวิธีการทำงานไม่เหมือนนักข่าวคนอื่น ๆ ที่ต้องออกไปหาข่าวข้างนอก แต่จะค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก เพื่อนำข้อมูลที่ต้องการมาแปลเป็นภาษาไทย แล้วตีพิมพ์ ซึ่งโดยเฉพาะในส่วนของเช็กชั้นทอล์คออฟเดอะทาวน์ จะใช้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตล้วน ๆ” (สัมภาษณ์ : วันที่ 5 เมษายน 2541)

ขณะเดียวกันสำหรับกองบรรณาธิการข่าว นั้น ก็เริ่มให้ความสนใจการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งคุณธรรมศักดิ์ ลมัยพันธ์ อดีตหัวหน้ากองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวันกล่าวว่า “ระยะหลัง ๆ ทางด้านกองบรรณาธิการเองก็เริ่มมีการปรับตัวในการใช้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้น สาเหตุเพราะถูกตัดงบประมาณมาก และนักข่าวบางส่วนถูกให้ออก ซึ่งในส่วนของกองบรรณาธิการข่าว บางส่วนจะต้องมีข่าวกีฬา ข่าวต่างประเทศ เมื่องบประมาณน้อยลงคนทำงานน้อยเราก็ต้องแก้ปัญหา โดยหันมาใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งสำคัญในกา รหาข่าว โดยเฉพาะในส่วน of ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา และข่าวบันเทิง” (สัมภาษณ์ : วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2541)

จะเห็นได้ว่าหลังบริษัทมีปัญหาด้านการเงิน การนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรผู้สื่อข่าวมีการปรับตัวในการที่ต้องเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ และนำมาเป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกในการทำงาน โดยช่วยในการสืบค้นข้อมูล แต่หน้าที่หลักๆของผู้สื่อข่าวก็ยังคงเป็นการรายงานข่าวจากสถานที่เกิดเหตุ แต่เมื่อบริษัทประสบปัญหาด้านการเงิน ทำให้ต้องลดต้นทุนทุกวิถีทาง รวมถึงการปลดพนักงาน และผลักดันให้ผู้สื่อข่าวหันมาใช้อินเทอร์เน็ตในการทำข่าวมากขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

#### - การปรับตัวของฝ่ายโฆษณา

การทำงานของฝ่ายโฆษณาในช่วงก่อนหน้าที่บริษัทจะมีปัญหาทางการเงิน มีการติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตไว้ในหน่วยงานเพื่อเป็นแหล่งค้นหาและติดต่อกับลูกค้า ขณะเดียวกันพนักงานฝ่ายโฆษณาก็ต้องทำความเข้าใจกับผู้ใช้ระบบเพื่อจะได้พูดคุยกับลูกค้าได้ทุกแง่มุมในการเสนอขายโฆษณา

อย่างไรก็ตามเนื่องจากบริษัทประสบปัญหาทางการเงินทำให้ ต้องยกเลิกการติดตั้งเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในหน่วยงานที่ไม่จำเป็นต้องสืบค้นข้อมูล และฝ่ายโฆษณาก็เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ถูกยกเลิกการติดตั้งเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แต่การยกเลิกดังกล่าวก็ไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของฝ่ายโฆษณา เพราะงานหลักก็ยังคงเป็นการเสนอขายโฆษณาโดยตรงกับลูกค้าเช่นเดิม ซึ่งเท่าที่ผ่านมามีอินเทอร์เน็ตนับว่าเป็นอุปกรณ์ที่เข้ามาสร้างสีสันให้กับการทำงานเท่านั้น

#### - การปรับตัวของเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์

งานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์คู่แข่งจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานค่อนข้างมาก จากเดิมที่ใช้วิธีสแกนรูปภาพเข้าไปในโปรแกรมแมคอินทอช เมื่อมีระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์จะมีการสืบค้นภาพประกอบและดึงภาพจากอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก แทนการสแกนภาพแบบเดิม เพราะการลดต้นทุนของบริษัททำให้ยกเลิกการจ้างช่างภาพที่จะออกไปเก็บภาพถ่ายต่างๆ ทำให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ต้องอาศัยการดึงภาพจากอินเทอร์เน็ตแทน ซึ่งก็ทำได้ค่อนข้างสะดวก เพราะโปรแกรมของอินเทอร์เน็ตสร้างขึ้นมาให้มีระบบดึงภาพประกอบได้ง่าย ซึ่งเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยลดค่าใช้จ่าย โดยในเรื่องของความคมชัดนั้น เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์คู่แข่งให้ความเห็นว่า ความคมชัดของภาพที่ดึงมาจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นจะน้อยกว่าภาพที่ได้มาจากการสแกนเข้าโปรแกรม แต่ก็ถือว่าคุณภาพพอใช้ได้กับงานข่าว และดูไม่แตกต่างจากงานเดิมเท่าใดนัก

ต่อกรณีดังกล่าวคุณเวสต์กดี ศรีสังข์ บรรณาธิการฝ่ายศิลป์ หนังสือพิมพ์คู่แข่งกล่าวว่า “เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์คู่แข่งจึงมีความจำเป็นที่ต้องมีการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตให้ชำนาญ และต้องสามารถนำมาปรับใช้เพื่อทดแทนงานเดิมได้ตามนโยบายของผู้บริหารที่ต้องการลดต้นทุน” (สัมภาษณ์ : วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2541)

## 6.2 การปรับโครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กรของหนังสือพิมพ์คู่แข่งจะมีการแยกกองบรรณาธิการออกจากกันในหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ ส่วนฝ่ายผลิตนั้นจะมีเพียงส่วนงานเดียว ซึ่งจะดูแลการผลิตหนังสือแต่ละฉบับโดยแบ่งพนักงานที่จะดูแลรับผิดชอบแต่ละฉบับโดยเฉพาะ

### - การเปลี่ยนแปลงหน่วยงานในองค์กร

ในช่วงแรกที่หนังสือพิมพ์คู่แข่งวางแผนที่จะขยายเครือข่ายเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นมารับผิดชอบด้านเทคโนโลยีเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลส่งผ่านออนไลน์ไปยังโฮมเพจของบริษัท และดูแลติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตในองค์กร แต่เมื่อบริษัทมีปัญหาด้านเงินทุนบริษัทก็ไม่ได้ยุบหน่วยงานนี้ไปเพราะ ผู้บริหารมีนโยบายลดผู้สื่อข่าว และช่างภาพ ทำให้ต้องหันมาพึ่งพาข้อมูลจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากขึ้น แต่ก็มีการลดพนักงานลงเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย

อย่างไรก็ตามการนำอินเทอร์เน็ตของเข้ามาใช้ในหนังสือพิมพ์คู่แข่งนั้น เป็นสาเหตุมาจากผู้บริหารต้องการขยายเซ็กชันใหม่ ทำให้ต้องเพิ่มกองบรรณาธิการใหม่เพิ่มขึ้นจากเดิมคือกองบรรณาธิการทอล์คโชว์และกองบรรณาธิการอินเทลลิเจน ซึ่งทั้งสองกองนี้ขยายตัวเพิ่มขึ้นมาพร้อมกับมีการติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ต แม้ว่า不会有ฝ่ายคอมพิวเตอร์ แต่ในส่วนของการดูแลระบบนั้นฝ่ายคอมพิวเตอร์ก็ได้โยกย้ายพนักงานในฝ่ายมาประจำช่วยด้านเทคนิคให้กับกองดังกล่าวเพื่อช่วยหากระบบอินเทอร์เน็ตมีปัญหา

คุณพิชัย ศิริจันทร์นันท์ กล่าวถึงเหตุผลในการติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตให้กับกองข่าวทั้งสองส่วนว่า “กองบรรณาธิการทั้งสองนี้จะมีการติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตให้ เพื่อความสะดวกรวมทั้งมีเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ประจำ เพื่อช่วยด้านเทคนิคหากระบบเกิดมีปัญหาขัดข้อง ดังนั้นในส่วนของคุณคู่แข่งเองก็มีการมีการเปลี่ยนแปลงในองค์กรพอสมควร” (สัมภาษณ์ : วันที่ 20 มกราคม 2541)



## - การเปลี่ยนแปลงขนาดองค์กร

การนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร ทำให้ขนาดองค์กรของหนังสือพิมพ์คู่แข่งขยายใหญ่ขึ้น เพราะมีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาใหม่เพื่อดูแลการติดตั้งเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในองค์กร ขณะเดียวกันก็ดูแลการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังโฮมเพจของบริษัท

อย่างไรก็ตามภายหลังจากที่บริษัทประสบปัญหาทางการเงิน ทำให้ต้องมีการปรับลดพนักงาน เป็นเหตุให้ขนาดองค์กรเล็กลง โดยในส่วนของผู้ใช้ข่าวและช่างภาพ มีการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตอินเทอร์เน็ตเข้ามาทดแทน ทั้งในการหาข่าวและการหาภาพประกอบข่าว

## 7. หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ

หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจเป็นหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ที่เน้นการเสนอข่าวเศรษฐกิจ ที่เข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นรายแรก โดยลักษณะการรับเอาเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาใช้ประกอบด้วยการเปิดโฮมเพจในปี พ.ศ.2539 และการติดตั้งเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในองค์กร เพื่อใช้เป็นอุปกรณ์สนับสนุนงานข่าว

### 7.1 การปรับตัวของบุคลากร

การนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้งานภายในองค์กรของหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจนั้นมีความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นตรงที่ไม่มีการอบรมความรู้ในการใช้งานให้กับบุคลากร โดยพนักงานส่วนใหญ่เรียนรู้ด้วยตัวเอง บริษัทเพียงแต่แจ้งให้ทราบเท่านั้นที่มีการติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตในองค์กรแล้ว หากผู้ใดมีความสนใจก็สามารถใช้งานได้โดยมีเจ้าหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับระบบอินเทอร์เน็ตจะช่วยแนะนำวิธีการใช้

แนวความคิดของผู้บริหารหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจที่ไม่มีการอบรมการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตนั้น เป็นเพราะผู้บริหารมีความเห็นว่า ระบบอินเทอร์เน็ตถูกติดตั้งอยู่บนโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งสามารถเรียนรู้ได้ง่ายจึงไม่มีความจำเป็นต้องมีระบบฝึกอบรม ขณะเดียวกันพนักงานส่วนใหญ่ก็มีการเรียนรู้การใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตมาก่อนหน้านี้อยู่แล้ว โดยคุณเล็ก นนทหาพันธ์ บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ กล่าวว่า “อินเทอร์เน็ตยังเป็นสิ่งใหม่นักข่าวส่วนใหญ่ยังมีปัญหาด้านภาษา แต่บริษัทได้ศึกษาแล้วว่าอินเทอร์เน็ตนั้นมีประโยชน์ในด้าน

ข้อมูลข่าวสารจึงได้นำระบบนี้เข้ามาใช้ และมีการกำหนดให้มีส่วนงานรับผิดชอบโดยตรงขึ้นมาหนึ่งหน่วยเพื่อดูแลและดึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตออกมาใช้

ที่นี้ระยะแรกในการใช้อินเทอร์เน็ตนั้น ฝ่ายบริหารระดับหัวหน้าข่าวและบรรณาธิการข่าวจะรับผิดชอบร่วมกับเจ้าหน้าที่ควบคุมอินเทอร์เน็ต จากนั้นทั้ง 2 ฝ่ายจะมีการประสานงานกัน โดยฝ่ายกองบรรณาธิการคือผู้กำหนดความต้องการ เช่นต้องการเข้าไปดูข้อมูลจากหน่วยงานราชการ เช่นธนาคารแห่งประเทศไทย ฝ่ายคอมพิวเตอร์หรือฝ่ายควบคุมอินเทอร์เน็ตก็จะทำหน้าที่ค้นหาเว็บที่ต้องการให้ จากนั้นทำการพรีนท์ข้อมูลดังกล่าวให้ โดยคุณเล็ก นนทนาพันธ์ บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ กล่าวว่า “วิธีการดังกล่าวเป็นการช่วยให้งานที่ต้องการเร็วขึ้น ในขั้นแรกผู้ปฏิบัติงานหลายคนยังไม่มีความชำนาญ แต่ก็มีการเรียนรู้โดยฝ่ายคอมพิวเตอร์จะเป็นผู้กำหนดโปรแกรมเข้าสู่อินเทอร์เน็ตไว้ ให้ผู้สื่อข่าวค้นหาข้อมูลได้ง่าย” (สัมภาษณ์ :วันที่ 11 มกราคม 2541 )

#### - การปรับตัวของผู้สื่อข่าว

เนื่องจากหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจเป็นหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ รูปแบบการทำงานของสื่อข่าวจึงแตกต่างไปจากการทำงานของสื่อข่าวหนังสือพิมพ์รายวัน ซึ่งจะต้องประจำอยู่ตามพื้นที่ต่างๆที่มีเหตุการณ์เกิดขึ้นและมีการรายงานข่าวทันที หรืออย่างช้าต้องส่งข่าวให้กับสำนักพิมพ์ ก่อนที่จะปิดหน้าหนังสือเพื่อให้สามารถส่งไปยังขั้นตอนการพิมพ์ได้ทัน โดยปกติข่าวจะถูกส่งเข้ามาสำนักพิมพ์เรื่อยๆและเริ่มถี่ขึ้นในช่วงเวลาประมาณ 17 นาฬิกา บางสำนักพิมพ์ปิดข่าวไม่เท่ากันแต่ช้าสุดจะไม่เกิน 6 ทุ่ม โดยสำนักพิมพ์ที่มีแท่นพิมพ์จะรอข่าวได้ค่อนข้างดี ขณะที่สำนักพิมพ์ที่ไม่มีแท่นพิมพ์ต้องว่าจ้างโรงพิมพ์ ก็จะต้องมีการปิดข่าวก่อน 3 ทุ่มเพื่อให้พิมพ์ได้ทัน และส่งหนังสือไปยังสายส่งได้ทันในวันรุ่งขึ้น

แต่สำหรับผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์นั้น ความสดของข่าวไม่ใช่ปัจจัยสำคัญ แต่หัวใจสำคัญของการทำข่าวคือจะต้องได้ข่าวในเชิงลึกกว่าข่าวของหนังสือพิมพ์รายวัน และมีแง่มุมที่มองแตกต่างออกไปจากหนังสือพิมพ์ทั่วไป เพื่อสร้างเอกลักษณ์และความน่าสนใจให้เกิดขึ้น ทำให้การทำงานของสื่อข่าวหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์จะมีระยะเวลาที่ยืดหยุ่นกว่าหนังสือพิมพ์รายวัน แต่ก็ต้องมีการสืบค้นข้อมูลมากกว่า เพื่อสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้น

คุณประดิษฐ์ ศรีโนนงาม บรรณาธิการข่าวต่างประเทศ หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจกล่าวว่า “โดยหน้าที่ของนักข่าวการปิดข่าวของหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์จะทยอยปิดไปเรื่อยๆที่

สำคัญนักข่าวจะต้องหาข่าวที่ไม่ใช่เหตุการณ์รายวันและจะต้องเขียนข่าวแบบกึ่ง ๆ สก๊ิป ซึ่งวิธีการเขียนข่าวอย่างนี้ต้องอาศัยข้อมูลเข้ามาช่วย แม้แต่ข่าวต่างประเทศที่มีรายงานกันอยู่ทุกวัน พอถึงเวลาปิดนักข่าวก็จะเก็บข้อมูลที่ได้มาจากหลายแหล่งเอามาเขียนยั่วรวมกันเพื่อให้ข่าวดูแตกต่างจากการรายงานแบบรายวัน ทำให้นักข่าวรายสัปดาห์ส่วนหนึ่งหันมาพึ่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตช่วย เพราะหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์นั้นออกช้ากว่ารายวัน การกำหนดข้อมูลจึงมีเวลาค้นหา มีหลายข่าวที่เราได้มีจากอินเทอร์เน็ตเช่นข่าว ฟุตบอลโลกพันล้าน ซึ่งเป็นข่าวน่าในฉบับ เราก็ค้นหาข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ตเปิดดูเว็บจากข่าวก็สาต่างประเทศจาก เห็นว่ามีการเริ่มรับแทงกันแล้ว รวมทั้งในประเทศไทยด้วยจะเห็นได้ว่า การใช้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตทำให้เราก็ดูข่าวดี ๆ ซึ่งทำมาหลายครั้งแล้ว ซึ่งจะเห็นได้ว่าเมื่อนักข่าวเริ่มมีความชำนาญในการทำงานบนอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ก็จะใช้เวลามากขึ้นซึ่งเป็นการปรับตัวเข้ากับอินเทอร์เน็ตอย่างดี และหากเขามาความชำนาญมากขึ้นก็จะเปิดกว้างไปสู่ข้อมูลที่มากขึ้นเป็นลำดับ ทั้งนี้นักข่าวต่างประเทศเองก็จะทำหน้าที่คอยหาข่าวใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ตมาเสนอ กองบรรณาธิการเพราะมีความสามารถด้านภาษา” (สัมภาษณ์ : วันที่ 9 มกราคม 2541)

ดังนั้นในแง่ของการทำงาน เมื่อมีการนำระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาในองค์กรของหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ ก็ทำให้ผู้สื่อข่าวต้องปรับตัวเองเพื่อที่จะเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ซึ่งทางบริษัทไม่ได้มีการจัดอบรม ผู้สื่อข่าวก็ต้องขวนขวายเรียนด้วยตนเอง เพื่อให้สามารถใช้งานได้ เพราะการสืบค้นข้อมูลถือเป็นหัวใจสำคัญของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์

ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจพบว่า ทางบริษัทได้จัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลระบบอินเทอร์เน็ตขึ้นมาโดยเฉพาะ ขณะเดียวกันก็ไม่ได้มีการกระจายเครื่องที่เชื่อมระบบอินเทอร์เน็ตไว้ตามจุดต่างๆ เหมือนสำนักพิมพ์อื่นๆ แต่จะมีการตั้งศูนย์อินเทอร์เน็ตขึ้นมา เมื่อผู้สื่อข่าวต้องการค้นข้อมูลก็สามารถใช้บริการของศูนย์อินเทอร์เน็ตได้ โดยจะมีเจ้าหน้าที่ที่คอยค้นข้อมูลในหัวข้อต่างๆ ให้

อย่างไรก็ตามคุณปกรณ์ กองบริบูรณ์ ผู้สื่อข่าวอาวุโส หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ ได้แสดงความคิดเห็นต่อการให้เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์อินเทอร์เน็ตค้นข้อมูลให้ว่าไม่ค่อยสะดวกนัก โดยระบุว่า “การที่ให้เจ้าหน้าที่ค้นข้อมูลโดยให้หัวข้อไปนั้น บางครั้งข้อมูลที่ได้อาจไม่ตรงกับที่เราต้องการ และเสียเวลามากกว่าที่จะค้นข้อมูลด้วยตัวเอง ดังนั้นผู้สื่อข่าวจึงพยายามเรียนรู้การใช้อินเทอร์เน็ตให้ชำนาญเพื่อจะค้นข้อมูลได้เอง ซึ่งเราก็ค้นพบว่าสามารถได้ข้อมูลที่ตรงความต้องการมากกว่า และใช้เวลาน้อยกว่า ซึ่งในปัจจุบัน การค้นข้อมูลส่วนใหญ่จะใช้อินเทอร์เน็ต เพราะทำได้ง่าย ประหยัดเวลา หากเทียบกับก่อนหน้านั้นที่บริษัทยังไม่มี การติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ต เราต้องไปค้น

ข้อมูลตามห้องสมุดต่าง ๆ หรือตามหน่วยงานราชการ ซึ่งบางครั้งก็ไม่ได้ข้อมูลที่ ต้องการ แต่อินเทอร์เน็ตทำให้เราทำงานได้เร็วขึ้น เพราะสามารถเข้าหาข้อมูลได้จากหน่วยงาน ต่าง ๆ ได้หลายที่โดยไม่ต้องเดินทาง” (สัมภาษณ์:วันที่ 25 เมษายน 2541 )

ทั้งนี้ความเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดในการปฏิบัติงานข่าวของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจก็คือ จะหันมาให้ความสำคัญต่อการใช้อินเทอร์เน็ตสืบค้นข้อมูลมากขึ้น เพราะการทำงานข่าวรายสัปดาห์ทำให้มีเวลามากพอที่จะสืบค้นข้อมูลได้สมบูรณ์ที่สุด

#### - การปรับตัวของฝ่ายโฆษณา

ฝ่ายโฆษณาของหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ จัดได้ว่าเป็นหน่วยงานที่มีความสำคัญพอ ๆ กับกองบรรณาธิการ เพราะเป็นฝ่ายที่สร้างรายได้ให้กับบริษัท ซึ่งการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร พร้อมกับมีการเปิดโฮมเพจของบริษัท ทำให้ฝ่ายโฆษณาต้องหาลูกค้าที่จะมาลงโฆษณาในโฮมเพจของบริษัทเพิ่มขึ้นจากการขายพื้นที่โฆษณาในหนังสือพิมพ์ ซึ่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายโฆษณาเองก็มีความจำเป็นต้องเรียนรู้การใช้อินเทอร์เน็ตให้เป็น เนื่องจากการหาลูกค้าส่วนหนึ่งมุ่งไปที่ผู้ประกอบการซึ่งลงโฆษณาในโฮมเพจของบริษัทต่าง ๆ

คุณเล็ก นนทนาพันธ์ บรรณาธิการบริหาร กล่าวว่า การปรับตัวของฝ่ายโฆษณาเริ่มที่การเรียนรู้ เนื่องจากว่าเวลานี้มีลูกค้าซื้อโฆษณามีจำนวนไม่น้อยสนใจความเคลื่อนไหว เพราะเชื่อว่าหากลงโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตจะสามารถทำให้สินค้าของตนเดินทางไปได้ทั่วโลก ซึ่งอินเทอร์เน็ตจึงกลายมาเป็นจุดขายใหม่

อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์ ทราบว่าการหาโฆษณาหรือหารายได้บนอินเทอร์เน็ตของหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจยังเป็นเรื่องใหม่ แต่ในอนาคตผู้บริหารของสยามธุรกิจกล่าวว่าฝ่ายโฆษณาก็ต้องมีการปรับตัวเนื่องจากการหาโฆษณาในหนังสือพิมพ์ลำบากขึ้น เพราะเศรษฐกิจไม่ดีลูกค้าไม่ค่อยจะมีสภาพคล่อง ดังนั้นบางครั้งเราจะต้องหาวิธีหรือช่องทางใหม่ดึงดูดใจลูกค้าตอนนี้ศึกษาแนวทางอยู่ การปรับตัวที่เห็นจากฝ่ายโฆษณาคือวิธีการหาลูกค้าลงโฆษณาซึ่งจากเดิมฝ่ายโฆษณาจะต้องตรวจสอบตามหน้าหนังสือพิมพ์หรือโทรศัพท์ ติดต่อลูกค้า ก็เปลี่ยนมาใช้ระบบอินเทอร์เน็ตค้นหารายชื่อบริษัทบางที่อยู่บ้างรวมไปถึงโฮมเพจของบริษัทที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต เพื่อที่จะเสนอขายโฆษณาต่อไป

ดังนั้นฝ่ายโฆษณาของหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจก็จะใช้วิธีเปิดดูเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อ ดูว่า มีบริษัทไหนบ้างที่ลงโฆษณาในพื้นที่เว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต ก็จะทำการติดต่อไปยังบริษัท นั้น เพื่อเสนอขายพื้นที่โฆษณาในหนังสือพิมพ์ และขายโฆษณานบนเว็บไซต์ของบริษัท ซึ่งจาก การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายโฆษณาของหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจพบว่า ในบางกรณีลูกค้าไม่สนใจที่ จะซื้อโฆษณานบนหนังสือพิมพ์แต่เมื่อมีการเสนอการลงโฆษณาในเว็บไซต์ ลูกค้าก็ให้ความสนใจ มากกว่าเดิม หรือในบางกรณีลูกค้ามีการต่อรองว่าหากจะซื้อโฆษณานบนพื้นที่หนังสือพิมพ์ทาง บริษัทต้องแถมการลงโฆษณานบนเว็บไซต์ให้ด้วย ซึ่งก็เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นว่า การลงโฆษณานบน เว็บไซต์ของบริษัทสามารถนำมาเป็นสิ่งจูงใจให้ลูกค้าซื้อพื้นที่โฆษณานบนหนังสือพิมพ์ได้

#### -การปรับตัวของเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์

การทำงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ ของหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจคือการจัดวางข่าว และหารูปภาพประกอบข่าว ซึ่งผู้บริหารค่อนข้างให้ความสำคัญต่อการสร้างภาพประกอบข่าว เพราะจะเป็นสิ่งหนึ่งที่ช่วยสร้างสีสัน และเพิ่มความน่าสนใจให้กับเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ได้ และ จะพบว่าหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์นั้น มีการแข่งขันด้านการทำภาพประกอบข่าวค่อนข้างมาก โดย เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ จะถูกคัดเลือกมาเป็นอย่างดีว่าเป็นผู้ที่มีความคิดริ เริ่ม เพราะเป็นคนที่จะต้องสร้างภาพพจน์ของหนังสือให้ออกมาสู่สายตาผู้อ่าน ทำให้เจ้าหน้าที่ ฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์จะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาตัวเองอยู่เสมอเพื่อให้งานที่ ออกมามีคุณภาพโดดเด่นเหนือหนังสือของคู่แข่ง

คุณประดิษฐ ศรีโนนงาม บรรณาธิการอาวุโส กล่าวว่า ข่าวต่างประเทศส่วนใหญ่จะมีรูปภาพประกอบอย่างน้อย 3-4 ข่าว ซึ่งรูปภาพดังกล่าวจะต้องให้ฝ่ายศิลป์ดึงมาจาก ระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์จะต้องตรวจสอบดูข่าวรูปภาพ และความเคลื่อนไหว จากอินเทอร์เน็ตพอกับฝ่ายข่าว แต่บางครั้งฝ่ายข่าวจะเป็นผู้กำหนดรูปภาพเอง

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับรูปแบบการปฏิบัติงาน ภายหลังจากที่มีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ ในองค์กร พบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ต้องมีการปรับตัวเองค่อนข้างมาก ทั้งการเรียนรู้ระบบการทำงาน ของอินเทอร์เน็ต เพื่อจะมีการปรับให้เข้ากับเทคโนโลยีสร้างภาพเดิมที่มีอยู่ และการค้นหา ภาพต่าง ๆ มาเก็บไว้เพื่อใช้ประกอบข่าวและบทความให้เหมาะสม และมีความแตกต่างจากคู่แข่ง

## 7.2 การปรับโครงสร้างองค์กร

องค์กรของหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจจัดได้ว่าเป็นองค์กรขนาดเล็ก เมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ เพราะเพิ่งจะก่อตั้งขึ้นมาใหม่ ซึ่งมีหน่วยงานหลักคือกองบรรณาธิการ ฝ่ายผลิต และฝ่ายโฆษณา

### - การเปลี่ยนแปลงหน่วยงานในองค์กร

การนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรของหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจนั้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหน่วยงานภายในองค์กร คือมีการจัดตั้งศูนย์อินเทอร์เน็ตขึ้นมา เพื่อเป็นศูนย์กลางที่จะให้บริการผู้สื่อข่าวในการสืบค้นข้อมูลทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ขณะเดียวกันก็รับผิดชอบในการป้อนข้อมูลเพื่อส่งออนไลน์ไปยังโฮมเพจของบริษัท

อย่างไรก็ตามในส่วนของการเปลี่ยนแปลงในองค์กรนั้น หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจใช้เจ้าหน้าที่น้อยมากคือมีบุคลากรดูแลเพียงคนเดียว เท่านั้น ซึ่งจะรับผิดชอบในการส่งข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ไปยังเซิร์ฟเวอร์เพื่อให้ข้อมูลของสยามธุรกิจไปปรากฏบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าการเปลี่ยนในองค์กรน้อยมาก

### - การเปลี่ยนแปลงขนาดองค์กร

ภายหลังจากที่มีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรพบว่า ขนาดขององค์กรมีการเปลี่ยนแปลง โดยในเบื้องต้นมีการรับพนักงานเข้ามาใหม่ในส่วนของศูนย์อินเทอร์เน็ตเพื่อจะมาดูแลระบบอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ แต่ภายหลังจากที่ภาวะเศรษฐกิจของประเทศมีปัญหาบริษัทต้องมีการลดพนักงานในส่วนของผู้สื่อข่าวลง เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย และหันมาใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลทดแทน ทำให้องค์กรมีขนาดที่หดเล็กลง

### เปรียบเทียบการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ 7 ฉบับ

จากผลของการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานปฏิบัติการของหนังสือพิมพ์ 7 ฉบับคือ บางกอกโพสต์ เดอเนชั่น บิซิเนสเดย์ ผู้จัดการ วัฏจักร คู่แข่ง และสยามธุรกิจ พบว่าการปรับตัวของบุคลากรของหนังสือพิมพ์ทั้ง 7 ฉบับที่เกิดขึ้นเหมือนกันก็คือ จะมีการเรียนรู้ที่จะใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่นำมาใช้ในองค์กร โดยหนังสือพิมพ์ที่มีการอบรมพนักงานก่อนที่จะใช้งาน

มี 4 ฉบับคือ เดอะเนชั่น บางกอกโพสต์ บิซิเนสเดย์ และวัฏจักร ส่วนอีก 3 ฉบับคือ ผู้จัดการ คู่แข่ง และสยามธุรกิจ ไม่มีการอบรมการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตให้กับพนักงาน โดยผู้บริหารของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ และคู่แข่ง เห็นว่าระบบอินเทอร์เน็ตอยู่บนโปรแกรมสำเร็จรูปที่ง่ายต่อการใช้งาน และง่ายต่อการเรียนรู้ จึงไม่จำเป็นต้องอบรมพนักงาน ในขณะที่หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจมีการจัดตั้งศูนย์อินเทอร์เน็ตขึ้นมาโดยเฉพาะ ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ประจำคอยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่ต้องการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่แล้วจึงไม่มีการอบรมพนักงาน

สำหรับการปรับตัวของผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์ภายหลังที่มีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาในองค์กรนั้น พบว่า 6 ฉบับคือ บางกอกโพสต์ เดอะเนชั่น บิซิเนสเดย์ ผู้จัดการ วัฏจักร และ คู่แข่ง มีการปรับตัวที่เหมือนกันคือ กลุ่มผู้สื่อข่าวในประเทศจะไม่มีเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการทำงานมากนัก โดยงานหลักยังคงเป็นการออกข่าวนอกสถานที่ เพียงแต่จะมีการสืบค้นข้อมูลบ้างหากมีเวลา แต่ผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจซึ่งเป็นหนังสือรายสัปดาห์นั้น จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการทำงาน โดยจะหันมาค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ และจะออกพบแหล่งข่าวที่นัดหมายไว้บ้างเป็นบางเวลา

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างเห็นได้ชัดต่อการทำงานของผู้สื่อข่าว จากการที่นำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาใช้ในองค์กรของหนังสือพิมพ์ทั้ง 7 ฉบับซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันก็คือ กลุ่มผู้สื่อข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา และข่าวบันเทิงต่างประเทศ ที่หันมาใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลข่าวอย่างจริงจัง เพราะสำนักข่าวต่างประเทศมีการรายงานสดตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งเครือข่ายของอินเทอร์เน็ตครอบคลุมทั่วโลก ทำให้ผู้สื่อข่าวในกลุ่มนี้ไม่ต้องรอเวลาการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ หรือรอโทรสารจากสำนักข่าวต่างประเทศ หรือรออ่านนิตยสารต่างประเทศอีกต่อไป

อย่างไรก็ตามในช่วงหลัง ๆ ผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์ต่างประสบปัญหาทางการเงิน ทำให้ต้องหันมาลดต้นทุนทุกอย่างทั้งการลดพนักงาน ลดเงินเดือน ลดค่าใช้จ่าย ค่ารถ ค่าเดินทาง ของผู้สื่อข่าว ทำให้กลุ่มผู้สื่อข่าวหันมาใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลหลักแทนที่จะเป็นการออกค้นหาข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ ซึ่งความเปลี่ยนแปลงนี้รวมถึงกลุ่มผู้สื่อข่าวในประเทศด้วย เพราะหนังสือพิมพ์บางฉบับ อย่างเช่น ผู้จัดการ วัฏจักร และคู่แข่ง ประสบปัญหาทางการเงินมากจนต้องลดจำนวนพนักงานไปเกือบหมด คงเหลือไว้แค่ส่วนที่สำคัญจริงๆเท่านั้น ซึ่งในส่วนของกองบรรณาธิการจะเหลือเพียงบรรณาธิการ และผู้สื่อข่าวไม่กี่คน โดยหันมาใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งหาข่าวหลัก เพราะปัจจุบันสำนักข่าวในประเทศหลายแห่งมีการรายงานข่าวสด (real time) ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์พบว่า หนังสือพิมพ์ต่างประเทศอย่าง บางกอกโพสต์ เดอะเนชั่น และบิสซิเนสเดย์ นั้นค่อนข้างเห็นความสำคัญต่อการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร โดยมีนโยบายที่ส่งเสริมการใช้งาน และการเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตอย่างชัดเจน แม้ว่าผลตอบแทนทางธุรกิจจะไม่คุ้มต่อการลงทุน เพราะผู้บริหารหนังสือพิมพ์มีการมองอนาคตว่า ในที่สุดแล้วสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะเข้ามามีบทบาทสูงขึ้นในสังคมไทย ซึ่งเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นจึงเตรียมความพร้อมทั้งในส่วนของบุคลากรและองค์กร เพื่อที่จะปรับตัวรับกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ขณะนี้หนังสือพิมพ์ไทยอย่าง ผู้จัดการ วัฏจักร คู่แข่ง และสยามธุรกิจ นั้นยังไม่มั่นใจต่ออนาคตของการเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตว่าจะสามารถสร้างผลตอบแทนทางธุรกิจได้อย่างคุ้มค่า เพียงแต่ต้องการนำเข้ามาใช้ในองค์กรเพื่อที่จะเป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวก และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเท่านั้น ซึ่งในปัจจุบันในภาวะที่บริษัทประสบปัญหาขาดเงินทุน เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นอุปกรณ์สำคัญที่เข้ามาแทนผู้สื่อข่าว และช่วยลดต้นทุนให้กับบริษัทเหล่านี้ได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของการปรับตัวของฝ่ายโฆษณา นั้น พบว่า ฝ่ายโฆษณาของหนังสือพิมพ์ทั้ง 7 ฉบับมีลักษณะการปรับตัวที่คล้ายกัน ก็คือโดยเนื้อหาหลักๆแล้วยังคงไม่มีการเปลี่ยนแปลง เพราะการขายโฆษณายังคงเน้นไปที่การขายตรงกับลูกค้า โดยเป็นการเสนอขายพื้นที่โฆษณาบนหนังสือพิมพ์ ส่วนโฆษณาด้านอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นของแถมที่เพิ่มเข้ามาจูงใจลูกค้าให้ลงโฆษณาบนหนังสือพิมพ์เท่านั้น

สำหรับฝ่ายโฆษณาที่มีการปรับตัวอย่างเห็นได้ชัดจากการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรก็คือฝ่ายโฆษณาของหนังสือพิมพ์วัฏจักร และสยามธุรกิจ เพราะมีการติดตั้งอินเทอร์เน็ตไว้ที่ฝ่ายโฆษณาด้วย เพื่อให้ใช้หาข้อมูลลูกค้า และติดต่อลูกค้า ทำให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายโฆษณาของหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ฉบับนี้ต้องมีการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อหาลูกค้า

ส่วนการปรับตัวของเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์นั้น พบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ และบิสซิเนสเดย์ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานมากนัก โดยยังคงเน้นที่การสแกนรูปจากภาพถ่ายเข้าโปรแกรมแมคอินทอช ส่วนการดึงภาพจากอินเทอร์เน็ตนั้น เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์ทั้งสองฉบับให้ความเห็นที่ตรงกันคือ ภาพที่ได้ขาดความคมชัด สู้การสร้างภาพแบบเดิมไม่ได้ ทำให้การใช้ภาพจากโปรแกรมอินเทอร์เน็ตนั้นจะทำเฉพาะกรณีที่ถูกเงิน ไม่สามารถหาภาพประกอบได้จริงๆ แต่สำหรับหนังสือพิมพ์อีก 5 ฉบับ คือ เดอะเนชั่น ผู้จัดการ วัฏจักร คู่แข่ง และสยามธุรกิจนั้น การทำงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์มีการปรับเปลี่ยนไป โดยจะหันมาดึงภาพจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแทนระบบเดิม เพราะทำได้ง่าย และประหยัดค่าใช้จ่าย



จ่าย ส่วนเรื่องความคมชัดนั้น เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ของหนังสือพิมพ์ 5 ฉบับนี้ให้ความเห็นที่ตรงกันว่า ความคมชัดสู้การสแกนด้วยโปรแกรมแมคอินทอชไม่ได้ แต่ก็แก้ไขได้ด้วยวิธีการที่ไม่ขยายภาพให้ใหญ่เกินไป ความคมชัดก็จะใกล้เคียงกับภาพที่ได้จากการสแกน

เมื่อพิจารณาถึงผลของการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร ต่อการปรับโครงสร้างองค์กรของหนังสือพิมพ์ทั้ง 7 ฉบับ พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงที่เหมือนกันคือ จะมีการตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นมาเพื่อดูแลการติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตในองค์กร และดูแลการเชื่อมโยงอินเทอร์เน็ตออนไลน์ ( online ) ไปยังโฮมเพจของบริษัท เนื่องจากจะต้องใช้ผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้านจึงต้องตั้งหน่วยงานขึ้นมาเฉพาะ ซึ่งการตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นมามีผลให้ขนาดองค์กรขยายใหญ่ขึ้นจากการรับพนักงานเพิ่ม

อย่างไรก็ตามภายหลังจากที่เศรษฐกิจของประเทศซบเซา ได้ส่งผลต่อยอดโฆษณาและยอดขายของหนังสือพิมพ์โดยตรง ทำให้รายได้ของหนังสือพิมพ์ลดลงอย่างมาก กระทั่งหนังสือพิมพ์หลายฉบับประสบปัญหาด้านการเงิน ซึ่งบางแห่งเข้าขั้นวิกฤต เช่น บิสซิเนสเดย์ ผู้จัดการ คู่ขวัญจักร และคู่แข่ง ในขณะที่หนังสือพิมพ์อย่างบางกอกโพสต์ เดอะเนชั่น และสยามธุรกิจ ยังสามารถประคับประคองตัวเองไว้ได้ แต่ก็ต้องหันมาปรับลดต้นทุนทุกด้าน ซึ่งวิธีหนึ่งที่น่ามาใช้ก็คือการปรับลดพนักงาน โดยเฉพาะฝ่ายข่าว และบทบาทของอินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนจากอุปกรณ์ช่วยงานข่าว มาเป็นสิ่งทดแทนผู้สื่อข่าว จนอาจจะกล่าวได้ว่า อินเทอร์เน็ตเป็นอุปกรณ์ที่เข้ามาเอื้ออำนวยต่อการปรับลดพนักงาน

ทั้งนี้หากพิจารณาโดยอาศัยแนวคิดตามทฤษฎีด้านการบริหารและพัฒนาองค์กร การที่ผู้บริหารหนังสือพิมพ์นำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร แม้ว่าในปัจจุบันจะยังไม่เห็นความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างเด่นชัด แต่การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้ทำให้ภาวะแวดล้อมของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์เปลี่ยนแปลงไป ทั้งในส่วนของการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น และการมองเห็นช่องทางธุรกิจใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ต้องวางแผนในการพัฒนาองค์กรของตัวเอง เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง และมุ่งที่จะพัฒนาความสามารถขององค์กรเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในอนาคต ทั้งนี้จากแนวคิดของ ไมค์เคิล อี.แมคกิลล์ กล่าวว่า กระบวนการวางแผนที่มุ่งพัฒนาความสามารถขององค์กรทั้งนี้โดยทั่วไป การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในองค์กรแบ่งเป็น 3 แบบคือ

แบบที่ 1 การเปลี่ยนแปลงโดยวิธีปฏิวัติ

แบบที่ 2 การเปลี่ยนแปลงโดยวิวัฒนาการ

### แบบที่ 3 การเปลี่ยนแปลงโดยมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า

สำหรับในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์นั้น จะมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าโดยกลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์ แต่ความช้า-เร็วของการเปลี่ยนแปลงนั้น ตามแนวคิดของไมค์เคิล อี.แมคกิลล์<sup>17</sup> ระบุว่าความช้า-เร็วของการเปลี่ยนแปลงของแต่ละองค์กรจะไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการคือ

1. แรงผลักดันจากภายนอกองค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ อันประกอบไปด้วย

- 1.1 ปัจจัยทางการตลาด
- 1.2 ความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- 1.3 ปัจจัยด้านสังคม เช่นทัศนคติ วัฒนธรรม และความคาดหวังของสังคม
- 1.4 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
- 1.5 นโยบายและบทบาทของรัฐบาล

สิ่งเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงองค์กรของหนังสือพิมพ์แต่ละแห่งแตกต่างกันไป เช่น หนังสือพิมพ์ด้านธุรกิจจะมีการแข่งขันด้านข้อมูลข่าวสารที่รุนแรง ความละเอียดลึกซึ้งของข้อมูล ความถูกต้องของข่าวสาร และความรวดเร็ว จะมีความสำคัญ ดังนั้นหนังสือพิมพ์ในกลุ่มนี้จะมีการปรับเปลี่ยนตัวเองอย่างรวดเร็ว และไวต่อการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะในส่วนและเทคโนโลยีด้านข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง ในขณะที่หนังสือพิมพ์ที่เน้นข่าวชาวบ้านทั่วไป จะแข่งขันกันในเรื่องของสีสัน ความน่าสนใจ และความหวือหวาของเนื้อหา และการพาดหัวมากกว่าความถูกต้อง เชื่อถือได้ ของข้อมูล การปรับตัวในหนังสือพิมพ์กลุ่มนี้ต่อการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีข้อมูลจะช้ากว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ เป็นต้น

2.แรงผลักดันภายในองค์กร หมายถึงปัจจัยต่าง ๆภายในองค์กร ที่เป็นผลสืบเนื่องอันเกิดจากกระบวนการต่าง ๆภายในองค์กร และพฤติกรรมของบุคลากรภายในองค์กร ซึ่งประกอบไปด้วย

- 2.1 การกำหนดวัตถุประสงค์
- 2.2 การปรับนโยบาย
- 2.3 การใช้เทคโนโลยี

<sup>17</sup> สุนันทา เลาพันธ์ .การพัฒนาองค์กร ,กรุงเทพ,2539 ,หน้า 16.

## 2.4 กิจกรรมของพนักงาน

ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนโครงสร้างขององค์กรตามมา แต่ก็ขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์ของผู้บริหารว่าจะนำพาองค์กรของตนเดินไปในทิศทางใด

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ เกี่ยวกับวิสัยทัศน์ และมุมมองเกี่ยวกับแนวโน้มในการปรับตัวในอนาคต ค่อนข้างเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์นั้น การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์ในการรับนวัตกรรมและการนำมาใช้ที่คล้ายคลึงกัน ทั้งนี้โดยส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ ที่จะนำเข้ามาสนับสนุนในฐานะที่เป็นฐานข้อมูล เนื่องจากอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่ต้องการความทันสมัยและต้องการข้อมูลข่าวสาร ขณะที่การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็นทั้งแหล่งข้อมูลข่าวสารและยังสามารถกำหนดเป็นช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารเข้าไปได้ อีกทั้งการติดตั้งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตใช้ต้นทุนค่อนข้างต่ำ ขณะที่มีประสิทธิภาพด้านความเร็ว จึงช่วยอำนวยความสะดวกแก่สื่อสิ่งพิมพ์

สำหรับมุมมองของผู้บริหารหนังสือพิมพ์ 7 ฉบับ เมื่อนำมาเปรียบเทียบ กันพบว่า ส่วนใหญ่ มองแนวโน้มการนำนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ ไม่ค่อยจะแตกต่างกัน ทั้งนี้ แนวคิดในการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตสามารถแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะหลัก ๆ คือ

### 1. เป็นการปรับตัวตามกระแสนิยม

ผู้บริหารของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ ยอมรับว่าการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรหนังสือพิมพ์นั้น ส่วนหนึ่งเกิดจากกระแสความนิยม เนื่องจากสังคมโลกเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ขณะที่อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์เองก็ต้องปรับตัวตาม โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตนั้นได้รับการนิยมมากในต่างประเทศ

ซึ่งในเรื่องนี้ คุณวิรัตน์ แสงทองคำ กล่าวว่า “ถึงแม้ว่าในประเทศไทยจะไม่ได้รับความนิยมมากนัก แต่ในฐานะผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์ซึ่งต้องเป็นผู้นำเสนอสิ่งใหม่ให้กับสังคม และจะต้องมีความกล้าหาญในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น หากเราไม่ยอมรับสิ่งนี้ก็คงไม่ใช่วิสัยของคนหนังสือพิมพ์ และการรับก็มีขอบเขตซึ่งเราต้องพยายามเลือกรูปแบบที่มีประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร ” (สัมภาษณ์ : 22 เมษายน 2541)

## 2. ต้องการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ของสิ่งพิมพ์

เนื่องจากว่าอินเทอร์เน็ตนั้นมีลักษณะพิเศษ ซึ่งสามารถส่งผ่านข้อมูลข่าวสารให้ไปปรากฏบนจอคอมพิวเตอร์ และเดินทางได้ทั่วโลก ทำให้ผู้บริหารหนังสือพิมพ์เล็งเห็นประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการเผยแพร่ธุรกิจสื่อสารมวลชนจึงเป็นเรื่องที่คุ้มค่า โดยกรณีนี้ คุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ชี้แจงว่า“แม้ว่าจะยังไม่สามารถสร้างผลกำไรได้ชัดเจน แต่การนำสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อต่างๆลงบนอินเทอร์เน็ตนั้นเท่ากับว่าเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร นอกจากนี้เป้าหมายสำคัญ ทำให้คนไทยที่อยู่ในต่างประเทศได้ติดตามข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นการขยายฐานของหนังสือพิมพ์ในต่างประเทศ” (สัมภาษณ์ : 19 ม.ค. 2541)

## 3 ต้องการเสริมศักยภาพการทำงานให้กับองค์กร

เนื่องจากเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้ชื่อว่าเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารใหญ่ที่สุดในโลก ขณะที่งานหนังสือพิมพ์ก็มีความจำเป็นที่จะต้องค้นหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อมานำเสนอให้แก่ผู้อ่าน ดังนั้น จึงเป็นโอกาสเหมาะที่หนังสือพิมพ์จะต้องใช้ประโยชน์จากคุณสมบัตินี้

ต่อเรื่องดังกล่าว คุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ให้เหตุผลว่า “เราแบ่งการใช้อินเทอร์เน็ตออกเป็นหลายเช็ทชั้น เช่นข่าวภูมิภาค ข่าวต่างประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวบันเทิง และข่าวกีฬา แต่ละเช็ทชั้นก็จะใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากเหมืองนอก มันจะช่วยให้นักข่าวสามารถทำหน้าที่ตัวเองได้ดีขึ้น หาข้อมูลที่เหนือจากแหล่งข้อมูลที่เรามีอยู่” ( สัมภาษณ์ : 19 ม.ค. 2541)

นอกจากนั้นการค้นหาข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตยังช่วยให้ เนื้อหาของข่าวออกมาสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังที่ คุณสันติ บุตรไชย อดีตผู้สื่อข่าวอาวุโสหนังสือเดอะเนชั่น เปิดเผยว่า “ ในบางกรณีที่เราได้ Hint ข่าว (ได้ประเด็นข่าวที่ยังไม่เคยมีการเปิดเผยหรือตีพิมพ์) เช่นข่าวแมคโครจะขายหุ้น เราสามารถเปิดอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ของแมคโครดูข้อมูลได้ทันที ข้อมูลที่เกิดขึ้นในประเทศไทยบางอย่างหาข้อมูลไม่ได้ แต่เราสามารถหาได้จากอินเทอร์เน็ต ปรากฏว่าข่าวชิ้นนั้นเราใช้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตประมาณ 70-80 เปอร์เซ็นต์ ” (สัมภาษณ์ : 10 ก.พ. 2541)

## 4. การมองหาแนวทางทำธุรกิจข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต

เนื่องจากอินเทอร์เน็ตกลายเป็นช่องทางการสื่อสารอย่างหนึ่ง และอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข่าวสารข้อมูลที่ใหญ่ที่สุด ราคาถูก และประหยัดเวลา ผู้คนที่อาศัยอยู่ทั่วทุกมุมโลกจะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจ ดังนั้นการทำธุรกิจข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตจึงเป็นช่องทางในการทำธุรกิจในอนาคต

สำหรับการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารและขายข้อมูลนั้น จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ทั้ง 25 คน ประมาณร้อยละ 80 ระบุว่า ยังไม่สามารถที่จะเป็นเป็นรายได้หลัก ทั้งนี้ ส่วนใหญ่จะมีการขายโฆษณา แบบ Package คือ ขายโฆษณารวมกับหนังสือพิมพ์ ในลักษณะซื้อหนึ่งได้ สอง คือ จ่ายเงินแค่ก่อนเดียวจะได้ลงโฆษณาทั้งหน้าหนังสือพิมพ์และบนอินเทอร์เน็ต บางแห่งซื้อโฆษณบนหนังสือพิมพ์แถมฟรีลงโฆษณบนอินเทอร์เน็ต ส่วนอีกร้อยละ 20 มองว่าอินเทอร์เน็ตยังไม่เอื้ออำนวยต่อการสร้างรายได้ในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายอีกทั้งผู้ที่เข้าไปยังเว็บไซต์ ส่วนใหญ่ต้องการดูของฟรีมากกว่าที่จะยอมจ่ายค่าบริการ

นอกจากนี้รูปแบบการนำเสนอข่าวสารและข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต นั้น จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ 25 คน พบว่า มีประมาณ 22 คน หรือประมาณร้อยละ 90 มีความเห็นว่า มีลักษณะที่ไม่ค่อยจะแตกต่าง ทั้งนี้ส่วนใหญ่จะมีโครงสร้างการนำเสนอคล้ายกันเกือบทั้งหมด โดยเนื้อหาที่ปรากฏอยู่บนอินเทอร์เน็ตจะประกอบไปด้วย

1. สรุปข่าวหน้าหนึ่งหรือหน้าแรก ซึ่งประกอบไปด้วยข่าวนำหรือข่าวเด่นในฉบับประมาณ 4-5 ข่าว
2. บทบรรณาธิการ
3. ประเด็นเด่นที่น่าสนใจ
4. ข่าวกีฬา
5. ข่าวธุรกิจ/การเงิน
6. สารคดี

นอกจากนั้น สำนักพิมพ์ต่างๆที่เปิดเว็บไซต์ บนอินเทอร์เน็ต ยังพยายามที่จะเสนอขายข้อมูลซึ่งแต่ละสำนักพิมพ์ก็จะมีข้อมูลที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ตามอุตสาหกรรม ซึ่งพร้อมที่จะขายให้กับผู้ที่สนใจ และจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร 25 คน ทั้งหมดมีความเห็นตรงกัน โดยเชื่อว่าอนาคตการขายข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตจะได้รับการตอบรับจากผู้อ่านมากขึ้น เนื่องจากว่าการส่งผ่านข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตจะทำให้สะดวกขึ้น ซึ่งผู้ที่ต้องการข้อมูลไม่จำเป็นที่จะต้องเดินทางมายัง

สำนักพิมพ์ และไม่ต้องเสียค้นหาหรือถ่ายเอกสาร ซึ่งกรณีนี้ คุณวิรัตน์ แสงทองคำ อดีตบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน กล่าวว่า “ ในแต่ละวันนักข่าวประจำกองบรรณาธิการของแต่ละแห่งจะเป็นคนคัดเลือกข่าวในแต่ละวัน โดยพิจารณาจากประเด็นความสำคัญของข่าวส่วนใหญ่จะเป็นข่าวหน้าหนึ่ง โดยจะคัดลอกออกมาให้เหมือนกับต้นฉบับ แต่จะมีการนำย่อให้สั้นลง เพื่อที่จะให้ผู้อ่านเลือกอ่านได้หลายข่าวและสรุปแต่ใจความเท่านั้น ” (สัมภาษณ์ : 22 เมษายน 2541)

อย่างไรก็ตาม การที่ผู้อ่านจากฉบับอิเล็กทรอนิกส์นั้นจะไม่ได้อ่านข่าวทุกข่าวเหมือนกับอ่านหนังสือพิมพ์ปรกติ ทั้งนี้เพราะปัญหาทางด้านกรล้นเปลืองเนื้อที่และหน่วยความจำของคอมพิวเตอร์ และการเพิ่มเนื้อที่มาก ๆ จะทำให้เสียค่าใช้จ่ายสูง ดังที่คุณ เล็ก นนทนาพันธ์ บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ กล่าวว่า “เราเปิดให้ผู้อ่านสามารถอ่านได้ข่าวบนอินเทอร์เน็ตได้ แต่ไม่ทุกข่าวเหมือนหนังสือพิมพ์ เนื่องจากว่าเรา ไม่ได้คิดเงินคือเปิดให้อ่านฟรี แต่การขึ้นเป็นบนอินเทอร์เน็ตก็ต้องมีต้นทุนดังนั้นเราจะเลือกบางอย่างที่เป็นประโยชน์ให้ผู้แต่คงให้ทั้งหมดไม่ได้” (สัมภาษณ์ : 5 ก.พ. 2541)

จากคำให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ ผู้บริหารหนังสือพิมพ์มองว่า ในปัจจุบันอิทธิพลของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของหนังสือพิมพ์ยังมีไม่มาก ทั้งในส่วนของการนำเสนอและรูปแบบของการทำงาน แต่เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตก็กำลังมีบทบาทเพิ่มขึ้นมากทุกวัน โดยเฉพาะในส่วนของการเป็นฐานค้นคว้าข้อมูล และเป็นสื่อกลางในการติดต่อแหล่งข่าวที่อยู่ต่างประเทศ รวมถึงแหล่งข่าวที่ไม่ต้องการเปิดเผยตัวเอง

ทั้งนี้ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่มองว่า อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนประกอบอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้หนังสือพิมพ์ดูมีภาพพจน์เป็นสากลมากขึ้น เพราะการเปิดเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้สนใจทั่วโลกสามารถเปิดอ่านข้อมูลข่าวสารได้ นั่นหมายถึงขอบเขตความครอบคลุมกลุ่มผู้รับถูกขยายออกไป

อย่างไรก็ตามสิ่งที่เกิดขึ้นก็คือ ในช่วงที่เศรษฐกิจของประเทศมีการขยายตัว การแพร่หลายของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย เป็นตัวผลักดันให้องค์กรหนังสือพิมพ์มีการขยายตัวเพื่อที่จะเข้าสู่กรเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์อีกทางหนึ่ง แต่เมื่อประเทศประสบปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจจนทำให้ธุรกิจหนังสือพิมพ์มีปัญหาด้านการเงิน อินเทอร์เน็ตกลายเป็นสิ่งทดแทนผู้สื่อข่าวซึ่งเอื้ออำนวยให้องค์กรหนังสือพิมพ์หดตัวได้มากขึ้น

#### ตอนที่ 4 วิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์

แนวโน้มของหนังสือพิมพ์ ภายหลังจากที่มีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้นั้น แม้ว่าผู้บริหารหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่เห็นว่า ลักษณะธุรกิจหลักของบริษัทก็ยังคงเน้นหนักไปที่ การเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านทางหนังสือพิมพ์ แต่อินเทอร์เน็ตจะเป็นตัวช่วยเสริมให้รูปแบบการนำเสนอสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ส่วนการแสวงหาผลประโยชน์ทางธุรกิจโดยการขายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตนั้น ผู้บริหารส่วนใหญ่เห็นว่า ยังไม่สามารถหวังผลตอบแทนได้อย่างเป็นกอบเป็นกำ เพราะกลุ่มผู้รับที่ชัดเจนยังไม่สามารถระบุได้เหมือนในกรณีของหนังสือพิมพ์ที่บอกได้จากยอดจำหน่าย และยอดสมาชิก

##### - แนวโน้มการรับนวัตกรรมในองค์กร

จากการสัมภาษณ์บุคคลที่อยู่ในวงการหนังสือพิมพ์ เกี่ยวกับอนาคตหนังสือพิมพ์ไทยหลังจากมีการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตเข้ามาในองค์กร นั้น คุณพงษ์ศักดิ์ พยัฆวิเชียร ผู้บริหารหนังสือพิมพ์มติชน กล่าวว่า “เวลานี้เรายังสับสนกับข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ต เพราะมีมากเกินไปไม่รู้ว่าจะอ่านอะไรและอะไรถูกอะไรผิด แม้แต่รูปไปยังมี การคัดลอก (copy) หน้าคนอื่นลงไปแทน ซึ่งข้อมูลมากอย่างนี้หาความเชื่อถือลำบาก นั่นคือข้อแตกต่างของอินเทอร์เน็ตกับหนังสือพิมพ์ ซึ่งข้อเท็จจริงในหนังสือพิมพ์เราสามารถตรวจสอบได้ ว่าข่าวมาจากแห่งไหน หนังสือพิมพ์จริงเป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือกว่าอินเทอร์เน็ต ดังนั้นในอนาคตคนส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญกับหนังสือพิมพ์ ต่อไป แต่หากว่าเรานำเข้ามาใช้เพื่อเสริมจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็ง อินเทอร์เน็ตก็คือว่าเป็นสิ่งจำเป็น อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลอย่างหนึ่ง แทนที่เราจะมีห้องสมุดเพียงอย่างเดียวหรือมีหนังสือค้นคว้าเพียงอย่างเดียว เราก็สามารถค้นคว้าในอินเทอร์เน็ตได้ขึ้นอยู่กับคนใช้จะใช้ประโยชน์เพื่ออะไร เช่นข้อมูลในห้องสมุดมีไม่พอเรามีประกอบงานหนังสือพิมพ์ดีแน่นอน แต่ผลเสียก็มีหากเรามาใช้แค่เล่นเกมหรือดูรูปไป ปัญหาคือส่วนดีไม่ได้เอาออกมาใช้หรือเอามาใช้ไม่หมดหรือไม่รู้ว่าอินเทอร์เน็ตนั้นมีดีอย่างไร ซึ่งจุดนี้ผู้บริหารอินเทอร์เน็ตจะต้องวางแผนให้ดีเพื่อให้การใช้ประโยชน์เกิดประสิทธิภาพ” (สัมภาษณ์ : วันที่ 15 มกราคม 2541)

ขณะที่คุณวิโรจน์ งามแมน บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์สยามโพสต์ ยอมรับว่า อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์มากขึ้น โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตนั้นต้นทุนต่ำ จึงสามารถยกเลิกอะไรก็ตามที่อินเทอร์เน็ตสามารถให้เราได้ เช่นสำนักข่าวต่างประเทศ นักข่าวต่างประเทศ ภาพข่าวต่างประเทศ ซึ่งอดีตหนังสือพิมพ์ต้องมึงงบประมาณไว้ซื้อ โดยคุณวิโรจน์กล่าวว่า “ปัจจุบันหนังสือพิมพ์ต้องงบประมาณซื้อข่าวต่างประเทศ ภาพข่าวต่าง

ประเทศ งดการเดินทางไปทำข่าวต่างประเทศได้ เพราะสิ่งเหล่านี้มีในอินเทอร์เน็ต” (สัมภาษณ์ :วันที่ 3 เมษายน 2541)

จะเห็นได้ว่าสำหรับแนวโน้มรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กรนั้น ผู้บริหารยังมองเห็นประโยชน์ในการเข้ามาใช้ในองค์กร เพราะสามารถช่วยด้านข้อมูลข่าวสาร และ ขณะเดียวกันยังสามารถช่วยลดต้นทุนได้ในองค์กรได้ด้วย โดยหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

#### - แนวโน้มของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการรับนวัตกรรมต่อองค์กร

สำหรับแนวโน้มของรูปแบบองค์กรของหนังสือพิมพ์นั้น ผู้บริหารหนังสือพิมพ์มีความเห็นว่า รูปแบบองค์กรในอนาคตคงจะไม่เปลี่ยนแปลงไปจากที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเท่าใดนัก โดยหน่วยงานหลักๆก็ยังคงประกอบไปด้วย กองบรรณาธิการ ฝ่ายผลิต ฝ่ายศิลป์ ฝ่ายโฆษณา ส่วนหน่วยงานที่จะเกี่ยวข้องกับการนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้อาจจะมีเพิ่มขึ้นบาง แต่คงเป็นส่วนเล็กๆที่เพิ่มขึ้นมาเพื่อเสริมหน่วยงานเดิม ไม่ได้มีบทบาทโดดเด่น

คุณจตุกร บุญปาน บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ข่าวสด กล่าวว่า “สำหรับหนังสือพิมพ์ไทยนั้นแนวโน้มอนาคตเชื่อว่ายังคงมีบทบาทต่อสังคม แม้ว่าจะมีการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตเข้ามา เนื่องจากว่าสังคมไทยนั้นมีข้อจำกัดหลายอย่าง การที่ไทยจะเข้าสู่สังคมสารสนเทศนั้นจะต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง ทั้งระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ด้านการศึกษาของคน ซึ่งเมื่อไหร่ที่คนไทยมีเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกบ้านโอกาสที่หนังสือพิมพ์จะได้รับผลกระทบจึงจะเกิดขึ้น ซึ่งเวลานี้คนไทยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ หรืออินเทอร์เน็ตน้อยมาก ขณะที่รัฐบาลเองก็ยังไม่มีความชัดเจนเกี่ยวกับเรื่องสังคมสารสนเทศว่าจะเอาอย่างไร ฉะนั้นแนวโน้มการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต หรือสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดขึ้นจึงไม่มีผลกระทบอะไร การพัฒนาสังคมไทยเป็นสังคมสารสนเทศต้องอาศัยวิสัยทัศน์ของผู้นำ หากผู้นำให้การสนับสนุนและส่งเสริมระบบสาธารณูปโภค คิดว่าโอกาสที่ไทยจะก้าวสู่สังคมดังกล่าวนั้นมีความเป็นไปได้ หรือการที่รัฐบาลมีการสนับสนุนสาธารณูปโภคเต็มรูปแบบซึ่งราคาการใช้อินเทอร์เน็ตต้องถูกลงกว่านี้ ซึ่งตรงจุดนี้ยังอีกนาน 10 ปียังไม่รู้เลยว่าจะทำได้หรือไม่ ดังนั้นหนังสือพิมพ์ยังจึงไม่ได้รับผลกระทบ”( สัมภาษณ์:วันที่ 15 มกราคม 2541)

สำหรับรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารบรรดาผู้บริหารหนังสือพิมพ์เห็นว่า รูปแบบเดิมของหนังสือพิมพ์คงจะยังคงอยู่ แต่จะมีส่วนของการนำเสนอบนอินเทอร์เน็ตเพิ่มเติม เพื่อ



รักษากลุ่มเป้าหมายไว้ โดยอาจจะมีการพัฒนาเว็บไซต์ที่น่าสนใจมากขึ้นและมีการปรับข่าวสารให้ทันสมัยมากขึ้น (Update) เพื่อให้แข่งขันกับหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ที่เปิดเว็บไซต์

คุณกรรณิการ์ วิริยะกุล หัวหน้ากองบรรณาธิการไทยโพสต์ กล่าวว่า “สำหรับแนวโน้มของรูปแบบองค์กรของหนังสือพิมพ์นั้น รูปแบบองค์กรในอนาคตคงจะไม่เปลี่ยนแปลงไปจากที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเท่าใดนัก โดยหน่วยงานหลักๆก็ยังคงประกอบไปด้วยกองบรรณาธิการ ฝ่ายผลิต ฝ่ายศิลป์ ฝ่ายโฆษณา ส่วนหน่วยงานที่จะเกี่ยวข้องกับการนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้อาจจะมีเพิ่มขึ้นบ้าง แต่คงเป็นส่วนเล็กๆที่เพิ่มขึ้นมาเพื่อเสริมหน่วยงานเดิม ไม่ได้มีบทบาทโดดเด่น ส่วนรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารบรรดาผู้บริหารหนังสือพิมพ์เห็นว่ารูปแบบเดิมของหนังสือพิมพ์คงจะยังคงอยู่ แต่จะมีส่วนของการนำเสนอบนอินเทอร์เน็ตเพิ่มเติมเพื่อรักษากลุ่มเป้าหมายไว้ โดยอาจจะมีการพัฒนาเว็บไซต์ที่น่าสนใจมากขึ้นและมีการปรับข่าวสารให้ทันสมัยมากขึ้น (Update) เพื่อให้แข่งขันกับหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ที่เปิดเว็บไซต์” (สัมภาษณ์ :วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2541)

อย่างไรก็ตามผู้บริหารหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ ยอมรับว่า การเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ตทำให้มุมมองและเป้าหมายของธุรกิจหนังสือพิมพ์เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งแต่เดิมมองแต่การมุ่งเป้าหมายที่จะเพิ่มยอดขายภายในประเทศแต่อย่างเดียว แต่เมื่อมีอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นก็ทำให้เห็นช่องทางที่จะขยายกลุ่มเป้าหมายออกไปสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น ขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดแนวความคิดที่จะสร้างฐานข้อมูลของตัวเองขึ้น เพื่อจะนำเสนอให้กับผู้อ่านที่ต้องการสืบค้นข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นได้อีกทางหนึ่ง

#### - มุมมองการรับนวัตกรรมในเชิงธุรกิจในอนาคต

อย่างไรก็ตามผู้บริหารหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ ยอมรับว่า การเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ตทำให้มุมมองและเป้าหมายของธุรกิจหนังสือพิมพ์เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งแต่เดิมมองแต่การมุ่งเป้าหมายที่จะเพิ่มยอดขายภายในประเทศแต่อย่างเดียว แต่เมื่อมีอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นก็ทำให้เห็นช่องทางที่จะขยายกลุ่มเป้าหมายออกไปสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น ขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดแนวความคิดที่จะสร้างฐานข้อมูลของตัวเองขึ้น เพื่อจะนำเสนอให้กับผู้อ่านที่ต้องการสืบค้นข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นได้อีกทางหนึ่ง

ส่วนเรื่องผลกระทบต่ออุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์นั้น ที่หลายคนมองว่าอินเทอร์เน็ตจะทำให้ยอดขายหนังสือพิมพ์ลดลงเหมือนอย่างต่างประเทศหรือไม่นั้น คุณพงษ์ศักดิ์ พยัทธิเชียร กล่าวว่า มีหลายคนมองว่าเมื่อมีวิทยุ โทรทัศน์ หรืออินเทอร์เน็ตเข้ามา แล้วส่ง

ผลให้สื่ออื่นๆ กระทบ ในประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างอเมริกาหนังสือพิมพ์อาจจะได้รับผลกระทบจากระบบสังคมสารสนเทศที่มีการพัฒนาอย่างเต็มรูปแบบ “ปัจจัยคือต้องดูที่สิ่งแวดล้อมสภาพสังคม และอินเทอร์เน็ตนั้นเติบโตขึ้นเพราะความต้องการส่วนหนึ่งของสังคม สังคมไทยยังเป็นประเทศที่ล้าหลังคนจำนวนมากยังไม่มีอินเทอร์เน็ตใช้ ระบบสาธารณูปโภคยังไม่พร้อม อินเทอร์เน็ตจึงยังไม่ที่ยอมรับในประเทศไทยซึ่งคงต้องรออีกนาน รอจนให้ประเทศมีพร้อมทุกบ้าน มีอินเทอร์เน็ตใช้อินเทอร์เน็ตจึงจะได้เกิด” สัมภาษณ์ : วันที่ 15 มกราคม 2541)

ดังนั้นจึงมีการคาดการณ์ว่า ในประเทศไทยบทบาทของหนังสือพิมพ์ยังมีอยู่เหนือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพราะความเข้าถึงผู้รับของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ยังคงมีน้อย ซึ่งต่างกับหนังสือพิมพ์ที่มีการเข้าถึงผู้อ่านได้กว้างขวาง ซึ่งการเข้าถึงผู้รับนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลตอบแทนทางธุรกิจของสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยยังดึงดูดใจมากกว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากนัก เพราะการลงโฆษณาในปัจจุบัน จุดหลักที่ถูกนำมาพิจารณาก็คือยอดขาย เพราะหมายถึงจำนวนผู้ที่จะได้เห็นโฆษณานั้นเอง

อย่างไรก็ตามผู้บริหารหนังสือพิมพ์เอง ก็ใ้ว่าจะมองข้ามความสำคัญของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต เพราะในกระแสโลกความนิยมในตัวอินเทอร์เน็ตเพิ่มพูนขึ้นทุกขณะ ซึ่งกระแสในประเทศไทยก็คงไม่ต่างกันนักในอนาคต หากแต่จะมีการพัฒนาไปช้ากว่าเท่านั้น นั่นหมายความว่าเมื่อระดับการเข้าถึงผู้รับของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นความดึงดูดใจด้านธุรกิจก็จะมีมากขึ้นเช่นกัน