

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อโลกออนไลน์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตประจำวันของผู้คน อินเทอร์เน็ตได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารงานและเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่องค์กรธุรกิจต่างนำมาประยุกต์ให้สอดคล้องกับประเภทธุรกิจที่ทำอยู่ รวมทั้งธุรกิจด้านการสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อสารมวลชนประเภทหนึ่งที่ได้มีการนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาประยุกต์ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร โดยมีการเปิดเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ควบคู่ไปกับหนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษ

หนังสือพิมพ์ทั่วโลกต่างปรับตัวจากการเป็น “หนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษ” ก้าวสู่การเป็น “หนังสือพิมพ์ออนไลน์” พร้อมกับมองหาช่องทางการขายโฆษณาให้กับธุรกิจหนังสือพิมพ์บนเว็บไซต์ มีการแข่งขันกันอย่างต่อเนื่องและพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อให้ทันต่อความต้องการของผู้อ่านโดยอาศัยเทคโนโลยี ที่ก้าวหน้า และทันสมัย การเปิดเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ควบคู่ไปกับหนังสือพิมพ์กระดาษ เป็นการเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสาร จนมีผู้สงสัยกันว่า การเปิดเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์จะทำให้หนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษแบบเดิม ๆ จะค่อย ๆ หดความนิยมไป (เอกรัตน์ สาธุธรรม 2545 : 5) เพราะการพัฒนาเทคโนโลยีที่ไม่หยุดยั้ง จะทำให้ผู้คนสามารถอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ตลอดเวลา ด้วยเครื่องมือที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงเกิดคำถามว่า คนทำสื่อสิ่งพิมพ์จะยอมอยู่เฉย ๆ ไม่ได้อีกต่อไป ต้องใช้เนื้อหาที่สื่อหนังสือพิมพ์ได้เปรียบ และทำได้ลึกกว่า และแตกต่างจากสื่ออื่นให้ผู้บริโภคมองเห็นความสำคัญ โดยจะใช้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อพื้นฐาน แต่ต้องใช้เนื้อหา (Content) ผ่านสื่ออื่น ๆ ในทุกรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันมีไอโฟน ตัวเดียวก็สามารถทำข่าวได้ ซึ่งเป็นอนาคตของการทำข่าว หากหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ยังผูกติดตัวเองกับโฆษณาไม่ปรับตัว ต่อไปอีก 5 ปีอาจไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ เพราะคนรุ่นใหม่ไม่จำเป็นต้องตื่นเช้ามาอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูโทรทัศน์เหมือนคนรุ่นเก่าอีกต่อไป คนรุ่นใหม่ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปจะเป็นผู้ที่มีรูปแบบการเสพข่าวที่เปลี่ยนไป และการเปลี่ยนแปลงไม่ได้มีเวลาให้ปรับตัว 3 ปี หรือ 5 ปี แต่อาจมาแบบชั่วข้ามคืนก็เป็นได้ (สุทธิชัย หยุ่น : 2555)

หนังสือพิมพ์ในประเทศไทยเกือบทุกฉบับต่างจัดทำเว็บไซต์ของตนเองโดยเฉพาะ เพื่อเป็นการนำเสนอในรูปแบบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก

หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เป็นต้น การจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์เหล่านั้น ถือเป็นการให้บริการเสริมจากสื่อปกติที่เป็นหนังสือพิมพ์ นำเสนอข่าวโดยปรับรูปแบบให้เหมาะสมบนเว็บไซต์ ทำให้หนังสือพิมพ์กระดาษ สามารถอยู่ร่วมกันได้กับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เนื่องจากหนังสือพิมพ์กระดาษมีรายได้ส่วนหนึ่งมาจากอินเทอร์เน็ต ทั้งรายได้จากค่าสมัครสมาชิก และ รายได้จากค่าโฆษณา ซึ่งหนังสือพิมพ์ออนไลน์บางฉบับมีรายได้จากทั้ง 2 ประเภท แต่บางฉบับมีรายได้จากค่าโฆษณาอย่างเดียว

หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์เป็นหนึ่งในหนังสือพิมพ์ที่ มีการปรับตัวโดย นำเทคโนโลยีและสมรรถนะของอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้กับการทำหนังสือพิมพ์ และนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อเว็บไซต์ เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์เป็นเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ประเภทเปิดให้อ่านฟรี รวมทั้งสามารถดาวน์โหลดข้อมูลและรูปภาพได้ฟรีเช่นกัน อาจกล่าวได้ว่าเป็นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับหนึ่งที่ประสบความสำเร็จในระดับแนวหน้าของประเทศไทย โดยมีผู้อ่านทั้งที่อยู่ในประเทศไทยและที่อยู่ต่างประเทศที่ต้องการอ่านข่าว หาคำรู้ และข้อมูล ทั้งเพื่อการใช้ประโยชน์และเพื่อความบันเทิงกันจำนวนมาก (พงษ์ศักดิ์ พิพิธพงศ์พัฒน์ : 2546)

หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ หรือ www.manager.co.th เริ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2543 โดยนายสนธิ ลิ้มทองกุล ผู้ก่อตั้งหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ได้มองเห็นถึงศักยภาพของอินเทอร์เน็ต ที่มีมากกว่าสื่ออื่น ๆ ในเรื่องพื้นที่ และเวลา มีความสามารถในการอัปเดตข่าวสารได้ตลอดเวลา ทันต่อเหตุการณ์ เป็นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีทั้งการนำข่าวในหนังสือพิมพ์รายวันมาลง และมีการจัดตั้งกองบรรณาธิการออนไลน์ขึ้น แยกออกมาจากหนังสือพิมพ์รายวัน โดยในช่วงแรกมีการนำเสนอข่าวแบ่งออกเป็น 3 - 4 หัวข้อข่าวเท่านั้น ต่อมาได้มีการปรับระบบส่วนข้อมูลใหม่ โดยปรับให้มีความทันสมัย หรือมีการใส่ข้อมูลใหม่ ๆ ของข่าวสารตลอด 24 ชั่วโมง รวมทั้งมีการเพิ่มหัวข้อข่าว ที่หลากหลายและเฉพาะเจาะจงมากขึ้น มีการเพิ่มสีสันในเนื้อหาให้ผู้อ่านคอยติดตามอย่างเช่น คอลัมน์บันเทิงข้อเจ็ด รวมถึงมีการนำบทความโดยนักเขียนที่หลากหลาย มีความน่าอ่านมากขึ้น จึงทำให้หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อย ๆ จุดเด่นของเอเอสทีวีผู้จัดการฉบับออนไลน์ คือการให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ทุกส่วน โดยไม่จำเป็นต้องสมัครสมาชิก หรือมีค่าบริการ (อิติมา พุฒตาล : 2551)

นอกจากกลุ่มผู้อ่านที่ใช้หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์เพื่อหาข้อมูลข่าวสารหาความรู้ ความบันเทิง ติดตามข่าวเหตุการณ์บ้านเมืองแล้ว หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ยังเป็นประโยชน์สำหรับกลุ่มนักข่าว จากสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ในการเป็นข้อมูลประกอบการรายงานข่าว เนื่องจากความรวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์ ทำให้ได้รับความเชื่อถือจากกลุ่มนักข่าว ในการใช้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

จุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์กลายเป็นผู้ทรงอิทธิพลบนเว็บไซต์ข่าวเกิดขึ้น เมื่อปลายปี พ.ศ.2548 เป็นเหตุจากการวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของรัฐบาลสมัย ทักษิณ ชินวัตร โดยนายสนธิ ลิ้มทองกุล ผู้ดำเนินรายการเมืองไทยรายสัปดาห์ เป็นเหตุให้มีการถอดรายการเมืองไทยรายสัปดาห์ออกจากช่อง 9 อสมท.และทำให้เกิดรายการเมืองไทยรายสัปดาห์สัญจรขึ้น ซึ่งเป็นการจัดเวทีวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของรัฐบาลนอกสถานที่ และได้รับความสนใจจากทั้งบรรดาสื่อมวลชนและประชาชนทั่วไปอย่างกว้างขวาง มีการติดตามข่าวสารอย่างต่อเนื่อง หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ เป็นสื่อในเครือหนังสือพิมพ์ผู้จัดการที่มีสนธิ ลิ้มทองกุล เป็นผู้ก่อตั้งจึงต้องมีการปรับตัวอย่างมากจากเหตุการณ์นี้ และกลายเป็นจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญของเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ มีการเปิดหน้าแรกของเว็บเป็นหน้ากู่ชาติ คอยเสนอความเคลื่อนไหวของกลุ่มพันธมิตรและรายงานเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด ซึ่งใกล้ชิดกับเหตุการณ์กว่าสื่ออื่น ๆ มีการนำเสนอข่าวของทุกฝ่ายอย่างเต็มที่ ปราศจากการควบคุมของข้าอำนาจใด ๆ ทำให้เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ นำเสนอข่าวได้อย่างเปิดเผย ตรงไปตรงมา เนื่องจากมีอิสระเต็มที่ในการนำเสนอข่าว จากจุดเปลี่ยนในครั้งนี้ทำให้สื่อใหม่อย่างเอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ แจ้งเกิดเว็บข่าวได้อย่างเต็มตัว บนข่าว “เรียลไทม์” ที่รวดเร็ว และครบเครื่อง ทั้ง “มัลติมีเดีย” คลิปวิดีโอภาพ และเสียง (อิติมา พุฒตาล : 2551)

เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ได้รับ 2 รางวัล ได้แก่ เว็บไซต์อันดับ 1 ประเภทข่าวและสื่อ 9 ปี ติดต่อกัน (2546-2554) ในงาน Truehits Web Award 2011 และรางวัล เว็บไซต์ที่มีผู้เข้าชมสูงสุดเป็นอันดับ 5 ของประเทศไทย (รวมทุกประเภท) หนังสือพิมพ์ เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ยังมีนโยบายที่จะบูรณาการนวัตกรรมทุกอย่างในเครือเอเอสทีวีผู้จัดการ เข้าด้วยกัน หลังจากที่ว่าโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เอาไว้แล้ว โดยเฉพาะเครือข่ายสังคมข่าว (Social Network) ซึ่งรางวัลต่าง ๆ เป็นการรับประกันว่าเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์เป็นเว็บไซต์ข่าวที่มีอิทธิพลต่อนักอ่านข่าวดิจิทัลมากที่สุดเว็บไซต์หนึ่งของไทย ความรวดเร็วของการนำเสนอข่าว ถือเป็นจุดแข็งที่สำคัญของเอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ เพราะมีการอัปเดตได้ตลอดเวลา ขณะที่ นสพ. ตีพิมพ์ออกมาได้วันละฉบับ หรืออย่างมากที่สุดก็กรอบเช้า กรอบบ่าย นอกจากนี้ ยังเพิ่มเติมเรื่อง SMS ข่าว ความหลากหลายในคอนเทนท์อย่างวิดีโอคลิป รูปภาพจำนวนมาก หรือปฏิสัมพันธ์ (interactive) ที่เกิดขึ้นระหว่างนักข่าว กับผู้อ่าน ที่สามารถโพสต์ข้อความ ความคิดเห็น รวมถึงให้ข้อมูลเพิ่มเติมได้ทันที (นิรันดร์ เยาวภา : 2553)

จากความสำเร็จของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่องของ “การบริหารหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์” โดยศึกษา การบริหารองค์กร การบริหารการผลิต การบริหารรายได้ และปัจจัยความสำเร็จของการบริหารหนังสือพิมพ์

เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ผลการศึกษาที่ได้ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบธุรกิจหนังสือพิมพ์ออนไลน์ และเป็นแนวทางในการศึกษา ค้นคว้า ทางวิชาการสำหรับผู้สนใจต่อไป

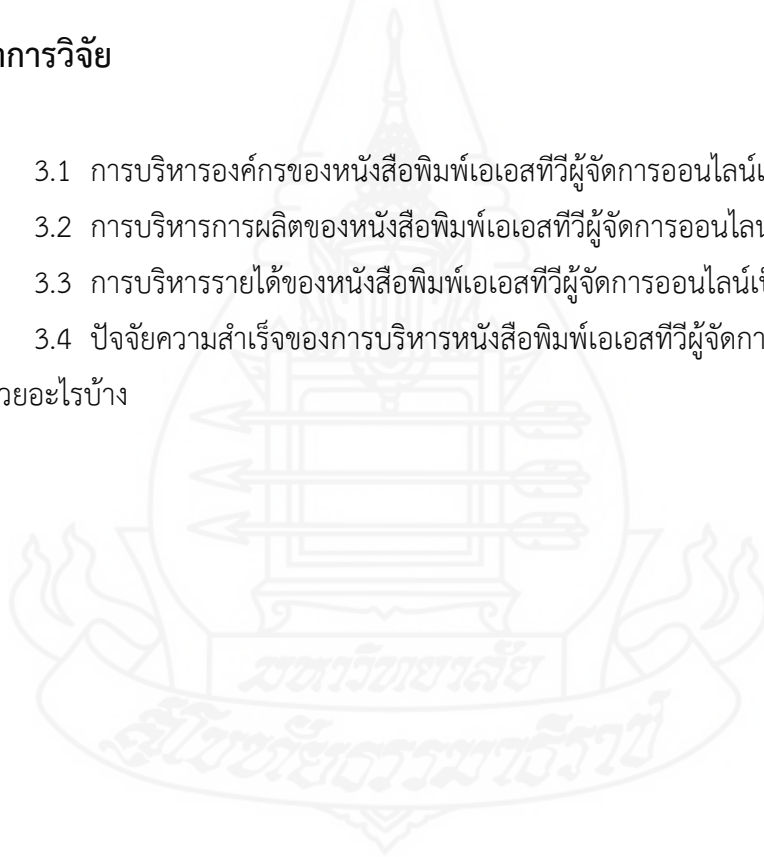
2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาการบริหารองค์กรของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์
- 2.2 เพื่อศึกษาการบริหารการผลิตของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์
- 2.3 เพื่อศึกษาการบริหารรายได้ของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์
- 2.4 เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการบริหารหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

3. ปัญหาการวิจัย

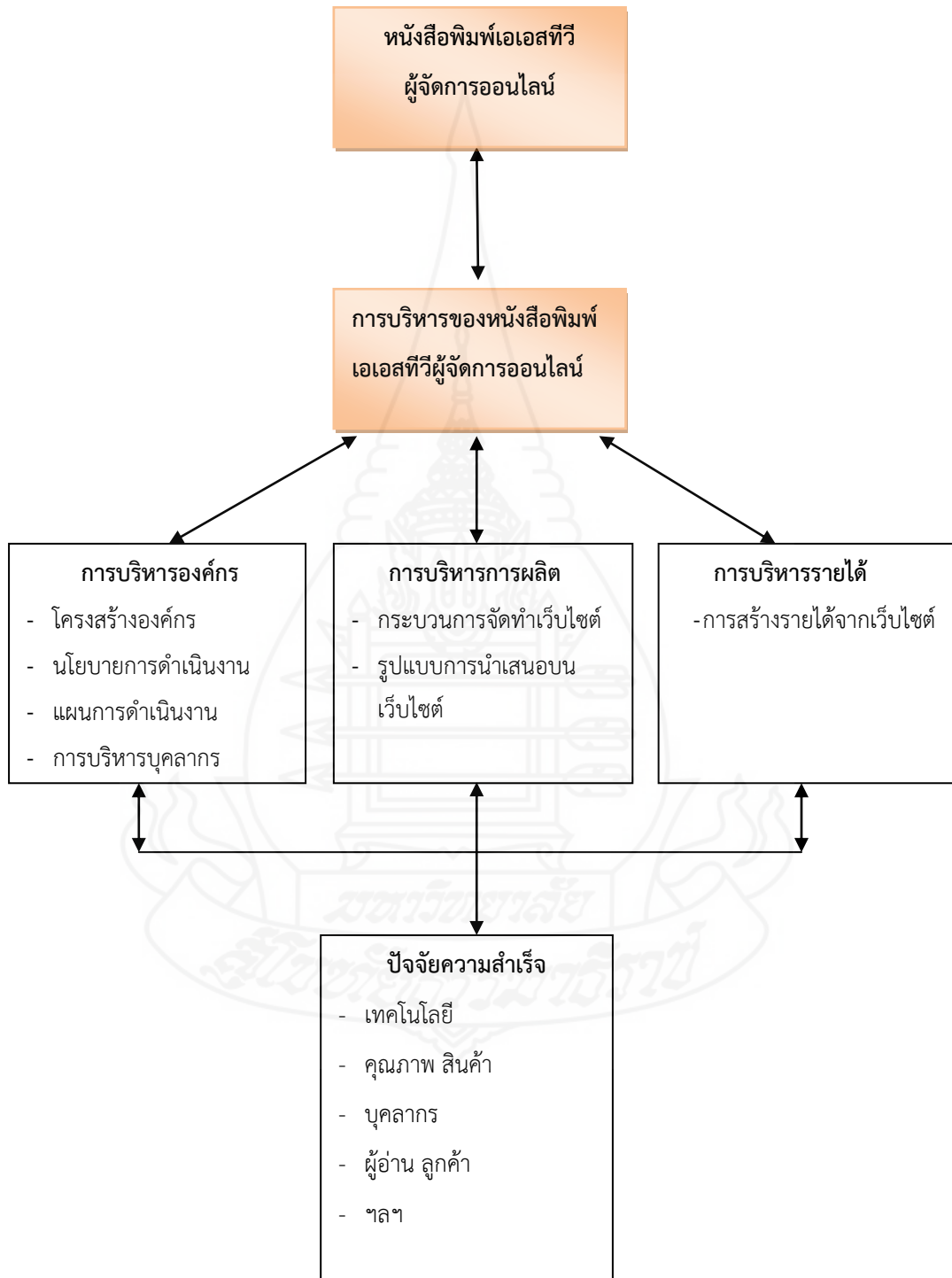
- 3.1 การบริหารองค์กรของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์เป็นอย่างไร
- 3.2 การบริหารการผลิตของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์เป็นอย่างไร
- 3.3 การบริหารรายได้ของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์เป็นอย่างไร
- 3.4 ปัจจัยความสำเร็จของการบริหารหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

ประกอบด้วยอะไรบ้าง



4. กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางกรอบแนวคิดการวิจัย ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดวิจัย

5. ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการการบริหารของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ได้แก่ การบริหารองค์กร การบริหารการผลิต การบริหารรายได้ และปัจจัยความสำเร็จของการบริหารหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2553 – ตุลาคม 2555 โดยเก็บข้อมูลที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดภูเก็ต เท่านั้น เนื่องจากศูนย์ภูเก็ตเป็นศูนย์ภาคใต้ที่มีความพร้อมด้านศักยภาพมากที่สุด โดยศูนย์ภูเก็ตเป็นศูนย์นำร่องในการใช้บุคลากรและระบบเทคโนโลยีในการบูรณาการสื่อต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ หมายถึง หนังสือพิมพ์ฉบับออนไลน์ของ หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการ หรือ เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ บนเว็บไซต์ <http://www.manager.co.th>

6.2 การบริหารองค์กร หมายถึง การจัดการโครงสร้างหน่วยงานที่ดูแลการจัดทำเว็บไซต์ <http://www.manager.co.th> ประกอบด้วย โครงสร้างองค์กร นโยบายการดำเนินงาน แผนการดำเนินงาน และ การบริหารบุคลากร ของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

6.3 การบริหารการผลิต หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับ กระบวนการจัดทำเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ รูปแบบการนำเสนอบนเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

6.4 การบริหารรายได้ หมายถึง การสร้างรายได้จากเว็บไซต์ เช่น การเก็บค่าบริการพิเศษที่ดีกว่าบริการปกติ การลงโฆษณาบนเว็บไซต์ หรือการติดป้ายโฆษณาสินค้า (Banner) ซึ่งปรากฏอยู่บนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

6.5 กระบวนการจัดทำเว็บไซต์ หมายถึง ขั้นตอนการทำงาน ประกอบด้วย ขั้นตอนการวางแผนการผลิต ขั้นตอนการผลิต ขั้นตอนหลังการผลิตของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

6.6 รูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์ หมายถึง ลักษณะของการรายงานข่าว และลักษณะการจัดวางหน้าเว็บ ประกอบด้วย โครงสร้างต่าง ๆ บนเว็บไซต์ ได้แก่ ระบบเนวิเกชัน สี ตัวอักษร ภาพ สื่อประสม และลักษณะพิเศษต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

6.7 การลงโฆษณาบนเว็บไซต์ หมายถึง กลุ่มลูกค้าหรือประเภทสินค้าที่ลงเผยแพร่สินค้าบนเว็บไซต์ โดยติดป้ายแบนเนอร์ (Banner) บนเว็บไซต์เอเอสทีวีหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

6.8 นโยบายการนำเสนอข่าว หมายถึง การศึกษาเฉพาะการรายงานเหตุการณ์ 3 ประเภท ได้แก่ การรายงานเหตุการณ์ ใน “ข่าวหน้าแรก” “ข่าวเกาะติดสถานการณ์” และ “ข่าวภูมิภาค” โดย ได้จำแนกตามความถี่ที่มีการนำเสนอบ่อย ๆ แบ่งออกเป็นกลุ่มประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ การเมือง อาชญากรรม ต่างประเทศ สังคม เศรษฐกิจ และ อื่นๆ

6.9 ข่าวหน้าแรก หมายถึง การรายงานสถานการณ์ที่กองบรรณาธิการพิจารณาแล้ว เห็นว่ามีความสำคัญ และมีผลกระทบต่อผู้อ่าน รวมถึงมีความน่าสนใจตามหลักวารสารศาสตร์ มีเนื้อหาใหม่ สด ทันเหตุการณ์ และเป็นสถานการณ์เด่นที่สุด ณ ช่วงเวลานั้น ซึ่งมีผลกระทบต่อสังคมในขณะนั้น จัดวางบนหน้าแรกด้านบนและอยู่ในกรอบที่สะดุดตา ของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ www.manager.co.th ซึ่งมีทั้งข้อความข่าว และ ภาพ

6.10 ข่าวเกาะติดสถานการณ์ (breaking news) หมายถึงสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น และมีการรายงาน ณ เวลาปัจจุบัน บนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ เนื้อหายังไม่ครบ ยังไม่สมบูรณ์ หรือไม่เสร็จสิ้น กองบรรณาธิการข่าวอาจจะเสนอข่าวนี้อย่างรวดเร็ว และจะมีการนำเสนออย่างต่อเนื่อง

6.11 ข่าวภูมิภาค หมายถึง การรายงานสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในจังหวัดต่าง ๆ นอกกรุงเทพมหานคร ซึ่งหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ได้แบ่งออกเป็น 4 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลางและภาคตะวันออก ภาคใต้ และตะวันออกเฉียงเหนือ

6.12 ข่าวการเมือง หมายถึง การรายงานสถานการณ์ การเคลื่อนไหวของกระบวนการต่าง ๆ ทางการเมือง พรรคการเมือง นักการเมือง การเลือกตั้ง บนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

6.13 ข่าวสังคม หมายถึง การรายงานเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่เป็นที่จับตามองของสังคม เช่น กลุ่มนักธุรกิจ คนสำคัญในท้องถิ่น ความเคลื่อนไหวของกลุ่มชมรม สมาคม ในสังคมหรือท้องถิ่น บนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

6.14 ข่าวเศรษฐกิจ หมายถึง การรายงานสถานการณ์ความเคลื่อนไหวทาง การเงิน ราคาสินค้า ราคาหุ้น ราคาทองคำ ดัชนีที่ใช้วัดค่าทางการผลิต การจำหน่าย และการบริโภคบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

6.15 ข่าวอาชญากรรม หมายถึง การรายงานเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับคดีอาชญากรรม การจับกุมคนร้าย ยาเสพติด การฆาตกรรม การวางระเบิด การลักทรัพย์ ปล้นชิงทรัพย์ บนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

6.16 ข่าวต่างประเทศ หมายถึง การรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ บนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

6.17 ข่าวอื่น ๆ หมายถึง การรายงานเหตุการณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ บนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ที่ไม่ใช่ การเมือง สังคม เศรษฐกิจ และอาชญากรรม เช่น กีฬา บันเทิง และแผ่นดินไหว

6.18 ปัจจัยความสำเร็จของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ หมายถึง สิ่งที่มีผลต่อยอดผู้เข้าชมเว็บไซต์จำนวนมากและมีผู้สนับสนุนการโฆษณาบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ www.manager.co.th อย่างสม่ำเสมอ และได้รับรางวัลเว็บไซต์ดีเด่นประเภทต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ได้องค์ความรู้ด้านการบริหารองค์กร การบริหารการผลิต และการบริหารรายได้เกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

7.2 เป็นแนวทางในการบริหารงานองค์กร การบริหารการผลิต และการบริหารรายได้ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ สำหรับผู้สนใจทำธุรกิจหนังสือพิมพ์ออนไลน์