

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์” ครั้งนี้ ใช้กรอบความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบการศึกษา ดังนี้

1. ทฤษฎีการจัดการองค์กรของหนังสือพิมพ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์
3. แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์
4. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดบนเว็บไซต์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้การศึกษามีความชัดเจนและเห็นองค์ประกอบขององค์กรที่จะทำการศึกษา อย่างชัดเจน จึงขอเสนอข้อมูลเบื้องต้นของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ พอสังเขป ดังนี้

ที่ตั้งสำนักงานหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ เลขที่ 102/1 อาคารบ้านพระอาทิตย์ ถนนพระอาทิตย์ แขวงชนะสงคราม เขตพระนคร กรุงเทพฯ

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ก่อตั้งเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน พ.ศ. 2533 โดย นายสนธิ ลิ้มทองกุล เริ่มมีชื่อเสียงโดดเด่น ในเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ พ.ศ. 2535 หลังการปราบปรามประชาชน ที่ชุมนุมต่อต้านรัฐบาล พล.อ.สุจินดา คราประยูร ขณะที่สื่อโทรทัศน์ในประเทศ ถูกควบคุมการเสนอข่าวโดยรัฐบาล และไม่รายงานการสูญเสียชีวิตของประชาชน ต่อมามีการตรวจสอบ และควบคุมการเสนอข่าว และภาพข่าว ที่ลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์อย่างเข้มงวด

อย่างไรก็ตาม ผู้จัดการรายวัน ร่วมกับหนังสือพิมพ์อื่น เช่น เดอะเนชั่น, กรุงเทพธุรกิจ และ แนวหน้า ตีพิมพ์ภาพข่าวการปราบปรามประชาชน นอกจากนั้น ยังมีการตีพิมพ์หนังสือพิมพ์ผู้จัดการฉบับพิเศษ แจกฟรีไปทั่วกรุงเทพมหานคร เพื่อรายงานข่าวการชุมนุมบนถนนราชดำเนิน จนถูกรัฐบาลดำเนินคดี และสั่งปิดเป็นเวลาสองวัน

วิกฤตการณ์ทางการเงินในเอเชีย พ.ศ. 2540 ก็ทำให้เครือผู้จัดการประสบปัญหาทางการเงินอย่างรุนแรง และในที่สุด ธนาคารหลายแห่งก็ฟ้องล้มละลาย และศาลได้ตัดสินให้นายสนธิ ลิ้มทองกุล เป็นบุคคลล้มละลาย ใน ปี พ.ศ. 2544 โดยหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน มีชื่อเสียงโดดเด่น

จากคอลัมน์ข่าวปนคน คนปนข่าว ของเชียงเล่าหลง ซึ่งเป็นนามปากกาของนายสนธิ ลิ้มทองกุล, คอลัมน์คนปาก โดยนามปากกาซ้อเจ็ด และหนังสือพิมพ์ล้อเลียนผู้จัดกวน ทั้งนี้ หลังจากนายสนธิ ลิ้มทองกุลเริ่มจัดรายการเมืองไทยรายสัปดาห์สัญญาณ เมื่อปีพ.ศ. 2548 ซึ่งพัฒนาไปเป็นพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย ในปี พ.ศ. 2549 นั้น ผู้จัดการรายวัน ก็ได้แปรสภาพไปเป็นกระบอกเสียงของรายการฯ และกลุ่มพันธมิตรฯ ร่วมกับสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมเอเอสทีวี ช่องนิวส์วัน

เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551 ศาลล้มละลายกลางพิจารณาเห็นสมควรให้ บริษัท แมเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เจ้าของหนังสือพิมพ์และนิตยสารในเครือผู้จัดการ มีสภาพล้มละลาย เนื่องจากมีหนี้สินกว่า 4,726 ล้านบาท จึงมีคำสั่งพิทักษ์ทรัพย์สินของบริษัทดังกล่าวโดยเด็ดขาด ซึ่งซื้อหนังสือพิมพ์และนิตยสารในเครือทั้งหมด ก็ถือเป็นทรัพย์สินของบริษัทฯ ตามกฎหมายเช่นกัน จึงไม่สามารถออกหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยใช้ชื่อเดิมอีกต่อไป

หลังจากใช้ชื่อเดิมไม่ได้อีกต่อไป ทีมงานกองบรรณาธิการชุดเดิมของผู้จัดการรายวัน ยังคงปฏิบัติงานตามปกติ และยังคงพยายามออกหนังสือพิมพ์อย่างต่อเนื่อง โดยเลี่ยงไปใช้ชื่อใหม่ที่คล้ายคลึงกับชื่อเดิม ซึ่งอาจเข้าข่ายเป็นการลอกเลียนเครื่องหมายการค้าของผู้อื่น ทั้งนี้ ชื่อต่างๆ ที่ใช้ออกหนังสือพิมพ์ในแต่ละวัน มีรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

วันพุธที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551 ใช้ชื่อ “ผู้จัดการ 2551 รายวัน” โดยยังคงนับจำนวนปี และจำนวนฉบับ ต่อเนื่องจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันเดิม

วันพฤหัสบดีที่ 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551 ใช้ชื่อ “สารจากเอเอสทีวี โดยทีมงานผู้จัดการ” ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า ไม่ปรากฏการนับปี และเลขฉบับบนหัวหนังสือ เอเอสทีวีผู้จัดการ

วันศุกร์ที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551 ทีมงานกองบรรณาธิการชุดเดิมของผู้จัดการรายวัน ออกหนังสือพิมพ์โดยใช้ชื่อว่า “เอเอสทีวีผู้จัดการรายวัน” โดยเริ่มระบุการนับเลขปี และเลขฉบับบนหัวหนังสือ เป็นฉบับปฐมฤกษ์ มีราคาจำหน่าย 20 บาท โดยในเบื้องต้นระบุในบรรณลักษณะว่า บริษัท เอเอสทีวี (ประเทศไทย) จำกัด เป็นเจ้าของ ปัจจุบันได้เปลี่ยนมาเป็น บริษัท เอเอสทีวีผู้จัดการ จำกัด ส่วนเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ เปลี่ยนชื่อเป็น “เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์”

วันศุกร์ที่ 28 พ.ย. 2551 เว็บไซต์ได้เปลี่ยนโลโก้เว็บไซต์ใหม่ให้เหมือนกับหนังสือพิมพ์ เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ เป็นหนึ่งในเว็บไซต์ข่าว ที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากคนไทย ทั้งในและต่างประเทศ เพราะมีการรายงานข่าวและบทความที่รวดเร็ว ตลอด 24 ชั่วโมง จุดเด่นของเอเอสทีวีผู้จัดการฉบับออนไลน์ คือการให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ทุกส่วน โดยไม่จำเป็นต้องสมัครสมาชิก หรือมีค่าบริการ

“ตั้งแต่วันที่ 21 พฤศจิกายน 2551 ผู้จัดการออนไลน์ ได้ใช้ชื่อ “เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์” การปรับโครงสร้างสื่อของผู้จัดการเดิม หลังจากที่ยอมยุติการดำเนินการตามแผนฟื้นฟูและปล่อยให้เจ้าหนี้ยึดทรัพย์สิน เนื่องจากปัญหาการเมืองที่มีกระแสกดดันกลุ่มทุนใหม่ที่สนใจจะเข้า

มาร่วมทุนกับผู้จัดการไม่กล้าเข้ามาลงทุนด้วย ทีมบริหารจึงตัดสินใจเลือกออกจากแผนฟื้นฟู เพราะที่ผ่านมามีการอยู่ในแผนฟื้นฟูมีปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานหลายด้านที่ต้องปฏิบัติตามระเบียบ ทั้งห้ามเพิ่มจำนวนบุคลากร การห้ามขยายกิจการใหม่ ๆ ผู้จัดการมีการปรับโครงสร้าง การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ทำให้ธุรกิจและการเงินง่ายขึ้น เพราะไม่ต้องสังกัดตลาดหลักทรัพย์ และบริษัทที่มีการดูแลพนักงานตามกฎหมาย” (นายนิรันดร์ เยาวภาวี บรรณาธิการบริหารเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอสทีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

1. ทฤษฎีการจัดการองค์กรของหนังสือพิมพ์

โครงสร้างและการจัดการของกิจการหนังสือพิมพ์ มักแบ่งหน่วยงานและจัดโครงสร้างโดยยึดเนื้อหาหลักของการทำหนังสือพิมพ์ เป็น 3 งานสำคัญ ประกอบด้วย งานบรรณาธิการ งานการผลิต งานการจัดการ (สุกานดา วรพันธุ์พงศ์ : 2548)

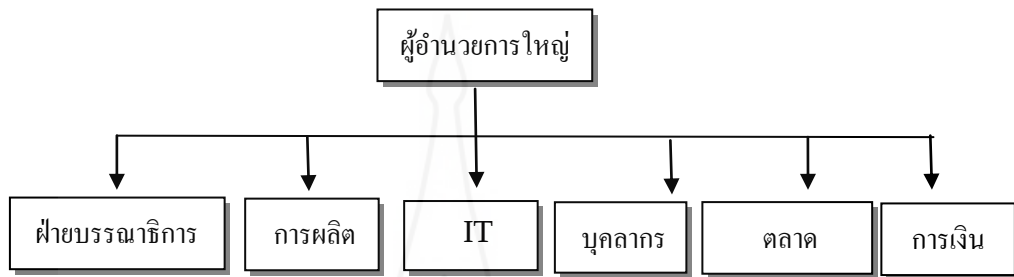
ในโครงสร้างองค์กรสื่อดิจิทัลมีโครงสร้างองค์กรเช่นเดียวกันองค์กรทั่วไป โดยประกอบด้วยประธานหรือหัวหน้าฝ่ายบริหาร ฝ่ายการเงิน ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยในฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศจะประกอบด้วยงานที่สำคัญคือ งานบริหาร งานพัฒนาระบบและโปรแกรมงานบริการเทคนิค งานปฏิบัติการ และงานคอมพิวเตอร์ (สันทัด ทองรินทร์ : 2548)

1.1 โครงสร้างองค์กรหนังสือพิมพ์

1.1.1 การแบ่งโครงสร้างในองค์กรหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่นิยมจัดองค์กร ตามโครงสร้างตามหน้าที่การงาน (Functional Organization Structure) และโครงสร้างตามสายงานหลัก (Line Organization Structure) (ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ 2543 : 8)

1) **โครงสร้างตามหน้าที่การงาน (Functional Organization Structure)** หมายถึง โครงสร้างที่จัดตั้งขึ้นโดยแบ่งไปตามประเภทหรือหน้าที่การงาน เพื่อแสดงให้เห็นว่าในแต่ละแผนกนั้นมีหน้าที่ต้องทำอะไรบ้าง ซึ่งผลดีก่อให้เกิดการได้คนมีความสามารถทำงานในแผนกนั้น ๆ ทั้งยังฝึกบุคคลในแผนกนั้น ๆ ให้มีความเชี่ยวชาญกับหน้าที่ของงานนั้นอย่างลึกซึ้ง สำหรับฝ่ายบริหารระดับสูงนั้นก็ก็เป็นเพียงแต่กำหนดนโยบายไว้อย่างกว้าง ๆ เพราะมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านคอยป้อนข้อมูลที่ถูกต้องให้พิจารณาตัดสินใจและให้มีความผิดพลาดได้น้อยมาก อีกประการหนึ่งในแต่ละแผนกนั้น เมื่อทุกคนมีความเชี่ยวชาญงานในหน้าที่ชนิดเดียวกัน ย่อมก่อให้เกิดการประสานงานได้ง่าย เนื่องจากแต่ละคนมีความสนใจในงานและใช้ภาษาเดียวกัน ทำให้สามารถสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีได้ง่ายนอกจากนั้น การบริหารงานก็เกิดความประหยัดด้วย เพราะแต่ละแผนกได้ใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านสร้างผลิตผลได้เต็มเม็ดเต็มหน่วย การใช้เครื่องจักรและแรงงานก็ใช้ได้ผลคุ้มค่า

อย่างไรก็ตาม การจัดรูปแบบองค์การแบบนี้ก็มีผลเสียในทางบริหารหลายประการ อาทิเช่น การแบ่งงานออกเป็นหลายแผนกและมีผู้เชี่ยวชาญหลายคน ทำให้การวางแผนงานยุ่งยากขึ้น อาจมีการปิดความรับผิดชอบได้ นอกจากนั้นการจัดองค์การแบบนี้มักเน้นที่การรวมอำนาจไว้ ณ จุดที่สูงที่สุด ไม่มีการกระจายอำนาจในการบริหารให้ลดหลั่นลงไป



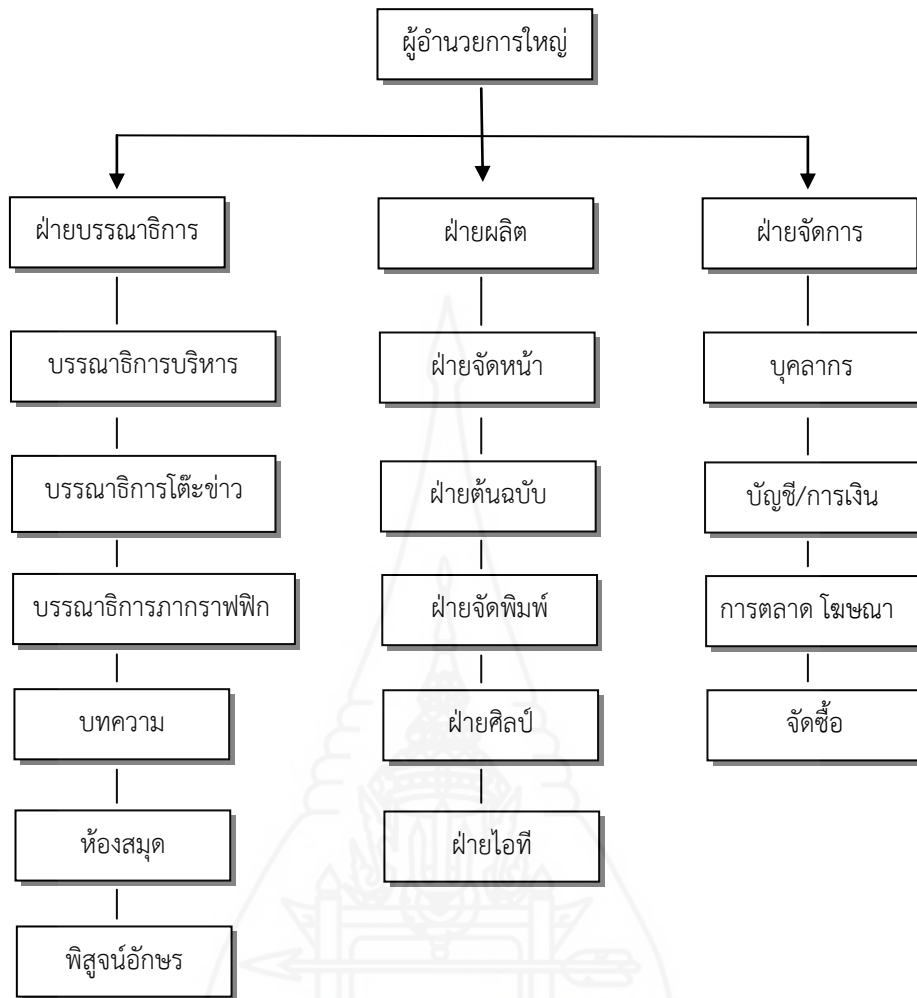
ภาพที่ 2.1 การจัดแผนงานตามโครงสร้างหน้าที่การงาน

2) โครงสร้างตามสายงานหลัก (Line Organization Structure)

หมายถึงการจัดรูปแบบโครงสร้างให้มีสายงานหลัก และมีการบังคับบัญชาจากบนลงล่างลดหลั่นเป็นชั้น ๆ จะไม่มีการสั่งการแบบข้ามชั้นตอนในสายงาน ซึ่งโครงสร้างแบบนี้ เหมาะสมสำหรับองค์การต่าง ๆ ที่ต้องการให้มีการขยายตัวในอนาคตได้ เพราะเพียงแค่เพิ่มเติมโครงสร้างในบางสายงานให้มีการควบคุมบังคับบัญชาลดหลั่นลงไปอีกได้ การจัดองค์การแบบนี้ อาจจะคำนึงถึงสภาพของงานที่เป็นจริง เช่น แบ่งตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ หรือแบ่งตามอาณาเขต หรือแบ่งตามประเภทของลูกค้า หรือแบ่งตามกระบวนการ ผลดีของโครงสร้างแบบนี้มีหลายประการ เช่น การจัดโครงสร้างด้วยรูปแบบที่เข้าใจง่าย การบังคับบัญชาตามสายงานเป็นขั้นตอน ฉะนั้นจุดใดที่มีการปฏิบัติงานล่าช้าก็สามารถตรวจสอบได้รวดเร็ว จากผู้บังคับบัญชาในระดับนั้นได้ง่าย นอกจากนั้นผู้ปฏิบัติงานได้คลุกคลีกับสภาพของปัญหาที่เป็นจริงและเกิดขึ้นเสมอ ทำให้การตัดสินใจต่าง ๆ มีข้อมูลที่แน่นอน และสามารถตัดสินใจได้ถูกต้องรวดเร็ว ซึ่งส่งผลสะท้อนให้มีการปกครองบังคับบัญชาที่อยู่ในระเบียบวินัยได้ดี การติดต่อสื่อสารและการควบคุมการทำงานทำได้ง่าย ตลอดจนเมื่อต้องการจะเปลี่ยนรูปโครงสร้างขององค์การก็สามารถที่จะเปลี่ยนได้ค่อนข้างสะดวก เพราะการจัดรูปแบบองค์การนี้ ไม่มีอะไรสลับซับซ้อนมากนัก ประการสุดท้าย องค์การนี้เหมาะสำหรับการจัดรูปแบบองค์การขนาดเล็ก แต่ไม่เหมาะที่จะจัดในลักษณะองค์การขนาดใหญ่ที่มีการปฏิบัติงานสลับซับซ้อน ส่วนข้อเสียของโครงสร้างแบบนี้ได้ก่อให้เกิดปัญหาดังนี้คือ ประการแรก ไม่ได้สนับสนุนให้พนักงานมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน นอกจากนั้นบางขณะปริมาณของงานมีมาก จนต้องใช้เวลาทำงานประจำให้

เสร็จ ไม่มีเวลาที่จะมาศึกษาถึงระบบการทำงานที่ดีกว่า อีกประการหนึ่งลักษณะของโครงสร้างเช่นนี้เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน เพราะไม่สามารถครอบคลุมขอบข่ายของงานได้ทั้งหมดได้ และประการสุดท้าย ผู้บริหารระดับสูงอาจจะไม่ยอมมอบหมายงาน ให้ผู้บริหารงานระดับรอง ๆ ลงมา หรือพยายามกีดกัน หรือส่งเสริมคนอื่นให้ขึ้นมาแทนตน ทำให้ขวัญของผู้ปฏิบัติงานในระดับรอง ๆ ไปไม่ดี หหมดกำลังใจในการปฏิบัติงาน เนื่องจากโครงสร้างแบบนี้ให้อำนาจควบคุมโดยตรงต่อผู้บังคับบัญชาระดับสูงเท่านั้น





ภาพที่ 2.2 การจัดแผนงานตามสายงานหลัก

1.1.2 การแบ่งฝ่ายในองค์กรของหนังสือพิมพ์

การจัดองค์ทำหนังสือพิมพ์ มีการทำหน้าที่ร่วมกันของฝ่ายต่าง ๆ ได้แก่ ฝ่ายบริหาร ฝ่ายบรรณธิการ ฝ่ายการผลิต ฝ่ายการตลาด ซึ่งการจัดแบ่งฝ่ายต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ อาจมีการแบ่งมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับขนาดของหนังสือพิมพ์นั้น ๆ แต่ โดยทั่วไปแล้วหนังสือพิมพ์มักประกอบด้วยฝ่าย หลัก ๆ 3 ฝ่าย คือ ฝ่ายบรรณธิการ ฝ่ายการผลิต และฝ่ายจัดการ (สมควร กวียะ และ มาลี บุญศิริพันธ์ : 2531) โดยแต่ละฝ่ายมีลักษณะดังนี้

1) *ฝ่ายบรรณาธิการ* รับผิดชอบเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับที่เป็นเรื่องราวสำหรับการอ่าน ตั้งแต่การแสวงหา รวบรวม จัดเตรียมต้นฉบับทุกประเภท ที่มาจากผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์ หรือมาจากสื่อต่าง ๆ เมื่อต้นฉบับข่าวส่งมาถึงโต๊ะข่าว บรรณาธิการข่าวจะพิจารณาคัดเลือกและตรวจสอบก่อนที่จะทำการกำหนดคอลัมน์ กำหนดการพาดหัวข่าว ตลอดจนตัวอักษรเพื่อให้เหมาะสมกับประเภทของข่าวและรูปแบบที่ต้องการนำเสนอ ในฝ่ายบรรณาธิการ เป็นสถานที่ทำงานของบรรณาธิการฝ่ายต่าง ๆ ในการเขียนบทความ ข้อคิดเห็น รวมถึงการตอบจดหมายจากผู้อ่าน และมีฝ่ายสนับสนุน ได้แก่ ฝ่ายภาพ และห้องสมุด โดยฝ่ายภาพจะต้องทำหน้าที่ในการจัดหาหรือเตรียมภาพสำหรับประกอบข่าว ตามความต้องการของบรรณาธิการ ส่วนห้องสมุดจะทำหน้าที่เตรียมข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ สำหรับค้นคว้าอ้างอิง

2) *ฝ่ายการผลิต* รับผิดชอบด้านการพิมพ์ เพื่อให้หนังสือพิมพ์สำหรับออกมาเป็นฉบับสมบูรณ์ พร้อมทั้งจะออกวางตลาดได้ทันเวลา โดยทั่วไปแล้วจะประกอบไปด้วยการเรียงพิมพ์ ทำบล็อก พิสูจน์อักษร ทำเพลท ระบบการพิมพ์ถือเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้หนังสือพิมพ์เสนอข่าวและออกวางจำหน่ายด้วยความรวดเร็ว มีปริมาณมาก ซึ่งมีการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว

3) *ฝ่ายจัดการ* รับผิดชอบโดยตรงในด้านธุรกิจ การจัดการ การตลาด ซึ่งถือว่าเป็นเส้นเลือดในการหล่อเลี้ยงธุรกิจ เพื่อให้หนังสือพิมพ์มีรายได้สำหรับเลี้ยงตัวเอง และการแข่งขันทางธุรกิจ รายได้ของหนังสือพิมพ์มักจะได้อาจมาจาก 2 ทางใหญ่ ๆ คือ รายได้จากการโฆษณา และการจัดจำหน่าย โดยการโฆษณาจะได้จากการขายพื้นที่ในการโฆษณา ขณะที่การจัดจำหน่ายจะต้องจัดส่งให้ถึงผู้อ่านมากที่สุด และเร็วที่สุด รวมถึงการจัดหาสมาชิกและทำการบัญชีด้วย ฝ่ายการจัดการอาจมีการส่งเสริมการขายทั้งในด้านโฆษณาและการจัดจำหน่ายเพื่อให้ได้ลูกค้าหรือส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดอีกทางหนึ่ง

ทั้ง 3 ฝ่าย ต้องประสานงานกันให้ประสบผลสำเร็จตามกำหนด รวมทั้งจะต้องทำหน้าที่ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็นแก่ผู้อ่านให้มีคุณภาพ โดยทั่วไปแล้วในฝ่ายต่าง ๆ จะดำเนินการอยู่ภายใต้การกำกับกองบรรณาธิการใหญ่และบรรณาธิการบริหาร ซึ่งจะดูแลดล้นตามลำดับ

การทำหน้าที่ในฝ่ายต่าง ๆ

1) *การทำหน้าที่ในฝ่ายบรรณาธิการ*

(เป็นฝ่ายที่ทำหน้าที่สำคัญในการนำเสนอข่าวสารและภาพลักษณ์ของหนังสือพิมพ์ ฝ่ายบรรณาธิการหรือห้องข่าว งานบรรณาธิการ เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการจัดทำเนื้อหาทั้งหมด ได้แก่ ข่าว บทความ สารคดี ฯลฯ รวมถึงการใช้ภาพต่าง ๆ ยกเว้นโฆษณา ภายในฝ่ายบรรณาธิการ อาจมีบรรณาธิการฝ่าย ต่าง ๆ เช่น ฝ่ายข่าวการเมือง ข่าวต่างประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวภูมิภาค ข่าว

การศึกษา ข้าวสังคมข้าวเกษตร ข้าวกีฬา ข้าวสตรี ข้าววิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ข้าวบันเทิง ฝ่าย
บทความ ฝ่ายกราฟฟิกและภาพถ่าย ฝ่ายจัดหน้า ฝ่ายเรียบเรียงต้นฉบับ ฝ่ายพิสูจน์อักษร ฝ่าย
ห้องสมุด และผู้สื่อข่าวประจำแต่ละฝ่าย (สุกานดา วรพันธุ์พงศ์ : 2548)

การจัดแบ่งฝ่ายต่าง ๆ อาจมีมากหรือน้อยกว่านี้แล้วแต่ขนาดความ
ใหญ่หรือเล็กของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ โดยแต่ละฝ่ายจะทำหน้าที่แตกต่างกันไป หน่วยงานนี้
ประกอบด้วย

ฝ่ายบรรณาธิการ (copydesk) ทำหน้าที่ตรวจแก้และตกแต่งต้นฉบับ
ให้ถูกต้องสมบูรณ์ เขียนพาดหัวข่าว และจัดวางต้นแบบจัดหน้า (dummy)

บรรณาธิการใหญ่ รับผิดชอบดูแลในเรื่องการบรรณาธิการเนื้อหา
ทั้งหมดของหนังสือพิมพ์ และปัจจุบันอาจรวมถึงการทำหน้าที่บรรณาธิการเนื้อหาที่ลงในระบบ
ออนไลน์ของหนังสือพิมพ์ด้วย

บรรณาธิการบริหาร รับผิดชอบดูแลในการปฏิบัติงานด้านการข่าว
ทั้งหมด ภายในห้องข่าวของทุกวันเพื่อให้ข่าวได้ดีพิมพ์สำเร็จสู่มือผู้อ่านอย่างรวดเร็ว และมีบางครั้ง
ที่ต้องดูแลงบประมาณให้ห้องข่าวด้วย สำหรับหนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่ จะมีการแต่งตั้งผู้ช่วยขึ้นมาอย่าง
น้อย 1 คน เพื่อให้แบ่งเบารับผิดชอบภาระงาน เช่น ด้านการข่าว ด้านกราฟฟิก หรือ อื่น ๆ

บรรณาธิการข่าว แต่ละฉบับจะมีหน้าที่แตกต่างกันไป แต่โดยทั่วไป
แล้ว งานของบรรณาธิการข่าวจะเริ่มจากโต๊ะข่าว ซึ่งพิจารณาข่าว การพิมพ์ข่าวหรือภาพทั้งหมด โดย
การทำงานร่วมกับบรรณาธิการต้นฉบับ ในการแก้ไข การเขียนหัวข่าว และบางครั้ง อาจรวมถึงการ
ออกแบบหน้าหนังสือพิมพ์ด้วย

บรรณาธิการข่าวต่างประเทศ รับผิดชอบด้านการพิจารณา และหา
ข่าวจากต่างประเทศที่ได้จากโรงพิมพ์ หรือเป็นสมาชิกข่าวจากสำนักข่าวต่าง ๆ และในปัจจุบันมีการ
สืบค้นจากระบบออนไลน์ด้วย

บรรณาธิการข่าวในประเทศ รับผิดชอบดูแลงานข่าวในประเทศ มี
บทบาทสำคัญในการเป็นผู้กำหนดวาระข่าวสาร โดยมอบหมายหรือสั่งการให้ผู้สื่อข่าวในการหาข่าว
เป็นผู้ตัดสินใจเลือกข่าวที่นำเสนอออกไป อาจมีผู้ช่วยบรรณาธิการก็ได้

บรรณาธิการกราฟฟิก รับผิดชอบคณะทำงานในการออกแบบ สร้าง
แผนภูมิ แผนที่หรืออื่น ๆ ที่มีใช้ภาพถ่ายประกอบ เพื่อใช้อธิบายเพิ่มเติม หรือประกอบข่าว

บรรณาธิการภาพ ทำหน้าที่ดูแลช่างภาพ การพิจารณาภาพข่าวที่จะ
ตีพิมพ์

บรรณาธิการส่วนแยก รับผิดชอบข่าวพิเศษ กีฬา วิถีชีวิต ธุรกิจ
โดยมากฝ่ายนี้มักมีบรรณาธิการต้นฉบับเป็นของตนเอง

ฝ่ายภาพ ได้แก่ ช่างภาพ มีหน้าที่รับผิดชอบภาพถ่าย ภาพประกอบบทความและสารคดีต่าง ๆ

ฝ่ายศิลป์ มีหน้าที่ผลิตงานศิลป์ เช่น แผนผัง แผนภูมิ ภาพกราฟฟิก รวมถึงการตกแต่งภาพถ่ายให้สวยงามสมบูรณ์

ห้องสมุด มีหน้าที่เก็บแฟ้มข้อมูลอ้างอิงในเรื่องที่สำคัญ ข้อมูลเบื้องหลังข่าว ข้อมูลบุคคลสำคัญ รวมถึงภาพเหตุการณ์ ภาพบุคคล ฯลฯ เพื่อให้ฝ่ายข่าวใช้ประกอบการเสนอเนื้อหา

2) การทำหน้าที่ในฝ่ายผลิต

เมื่อผู้สื่อข่าวได้พบกับเหตุการณ์ที่มีลักษณะ หรือคุณสมบัติในการเป็นข่าว ก็จะมีการเก็บรวบรวมข้อเท็จจริง นำมาเขียนข่าวส่งให้หัวหน้าข่าวหรือบรรณาธิการข่าวแต่ละประเภท ข้อมูลที่ส่งมาอาจเรียบเรียงแล้ว หากยังไม่ได้เรียบเรียง ก็จะมีการเรียบเรียงใหม่ โดยเขียนข่าวให้ถูกต้องก่อนนำไปพิมพ์ (สมควร กวียะ และมาลี บุญศิริพันธ์ : 2531)

บรรณาธิการข่าวแต่ละฝ่ายจะคัดเลือกข่าวตามหลักการประเมินข่าว ตลอดจนพิจารณาถึงนโยบายการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ เพื่อส่งให้หัวหน้ากองบรรณาธิการเพื่อคัดเลือกอีกครั้งหนึ่ง บรรณาธิการจะทำการพาดหัว ตรวจสอบความถูกต้อง กำหนดความยาว จัดหน้า แล้วส่งไปยังโต๊ะต้นฉบับ เพื่อให้บรรณาธิการต้นฉบับตรวจสอบ และประชุมร่วมกันกับฝ่ายหัวหน้าข่าวต่าง ๆ เพื่อทำการตรวจสอบ ปรับปรุงให้เรียบร้อยแล้วจึงส่งพิมพ์ และให้ฝ่ายจัดการดำเนินการด้านการตลาดต่อไป

ในการคัดเลือกและประเมินข่าวจะพิจารณาตามคุณลักษณะของข่าว คือ ข้อมูลใหม่ ๆ หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยมีความแตกต่างจากเรื่องทั่ว ๆ ไป ต้องแสดงความสัมพันธ์หรือมีประโยชน์และมีความน่าสนใจสำหรับผู้อ่าน รวมทั้งมีคุณค่า ดังนี้

(1) ความทันต่อเวลา โดยเหตุการณ์นั้นจะต้องมีความทันสมัย และเกิดขึ้นเมื่อเร็ว ๆ นี้ และนำเสนอในเวลาอันรวดเร็ว รวมทั้งข่าวต้องมีความสำคัญเกี่ยวข้องกับผู้อ่าน

(2) ผลกระทบ โดยเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่นำเสนอจะต้องเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อผู้อ่านหรือสังคมในด้านต่าง ๆ

(3) ความเด่น เป็นเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับบุคคล หรือสถาบัน ซึ่งเป็นที่รู้จักของประชาชน ข่าวที่มีความเด่นจะมีคุณค่าสูง

(4) ความใกล้ชิดเป็นเหตุการณ์ที่มีความใกล้ชิดกับตัวผู้อ่านทั้งในด้านสภาพทางภูมิศาสตร์ เช่น ระยะทาง เวลา และด้านอารมณ์ ความคิด จิตใจ ข่าวที่มีความใกล้ชิดกับผู้อ่านมากก็จะได้รับความสนใจมาก

(5) ความขัดแย้ง เป็นเหตุการณ์ที่สะท้อนความขัดแย้งระหว่างประชาชน หรือสถาบัน เช่น ในเรื่องความคิด ความเชื่อ หรือปัญหา

(6) ความผิดปกติ เป็นเหตุการณ์ที่แปลกไปจากปกติ หรือความคาดหวังและสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน

(7) ความเป็นปัจจุบัน แม้ว่าจะเป็นเรื่องรวมที่เกิดขึ้นแล้ว แต่ยังได้รับการพูดถึงอยู่ในขณะนี้ และยังมีคุณค่าของความเป็นข่าวอยู่

เมื่อผู้สื่อข่าวเขียนรายงานเหตุการณ์ที่พิจารณาว่าเป็นข่าวแล้ว ส่งมาที่บรรณาธิการเพื่อทำการเียนข่าว จะต้องคำนึงถึงหลักของความถูกต้อง ความกระชับ ความเที่ยงตรง และความสมบูรณ์ หรือหลัก 4 ซี The Four'C ของ บาสเกตส์ ซิชเซอร์ และบรูคส์ (Basketts, Sissor and Brooks, 1997) ดังนี้

(1) ความถูกต้อง (Correct) โดยจะต้องมีการตรวจสอบข้อเท็จจริง รวมถึงบุคคล สถานที่ จำนวนว่ามีการสะกดถูกต้อง ชัดเจนหรือไม่

(2) ความกระชับ (Concise) และชัดเจน โดยตัดส่วนที่คลุมเครือ หรือสิ่งที่ไม่สำคัญออกไป แล้วเขียนให้กระชับและเข้าใจง่าย

(3) ความเที่ยงตรง (Consistent) ในการนำเสนอข่าวจะต้องเขียนด้วยความเป็นกลาง รายงานข่าวตามข้อเท็จจริงทุก ๆ ด้านอย่างเท่าเทียมกัน โดยปราศจากอคติ และความคิดเห็นของผู้เขียน

(4) ความสมบูรณ์ (Complete) คือ การนำเสนอข่าวให้ครบถ้วนของเหตุการณ์หรือสาระข่าว

3) การทำหน้าที่ในฝ่ายจัดการ

สำหรับฝ่ายการจัดการแล้ว หนังสือพิมพ์มีรายได้ จาก 2 ทางใหญ่ ๆ คือ รายได้จากการโฆษณา และจากการจัดจำหน่าย โดยการโฆษณาจะได้รับการขายพื้นที่ในการโฆษณา ผู้ลงโฆษณาจะสนใจลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ที่ทำยอดขายได้มาก ๆ เท่านั้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ขณะที่การจัดจำหน่ายจะต้องจัดส่งให้ถึงผู้อ่านมากที่สุด และเร็วที่สุด ฝ่ายจัดการอาจมีการส่งเสริมการขายทั้งในด้านโฆษณาและการจัดจำหน่ายเพื่อให้ได้ลูกค้าหรือส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดอีกทางหนึ่ง รวมทั้งต้องมีการการจัดหาสมาชิกและทำการบัญชีด้วย

ในการจัดทำหนังสือพิมพ์นั้น มีปัจจัยหลายประการที่มีอิทธิพลต่อโครงสร้าง รูปแบบ และเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ ได้แก่ เจ้าของหนังสือพิมพ์ มาตรฐานและบรรทัดฐานของวิชาชีพหนังสือพิมพ์ การพัฒนานักข่าว ความต้องการของผู้อ่านและผู้โฆษณา กฎหมายการควบคุมของรัฐ ค่านิยมของสังคมและวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของสื่อ รวมถึงโครงสร้างของ

หนังสือพิมพ์ ขอบเขตของงบประมาณและด้านเทคนิค สิ่งเหล่านี้เป็นตัวกำหนดลักษณะของหนังสือพิมพ์แต่จะมีมากน้อยก็แตกต่างกันไป

นอกจากนี้ วัตถุประสงค์ของหนังสือพิมพ์ก็เป็นส่วนที่ทำให้มีความขัดแย้งกันเอง โดยเฉพาะความขัดแย้งที่รุนแรงของฝ่ายการจัดการกับฝ่ายบรรณาธิการ โดยฝ่ายบรรณาธิการจะต้องนำเสนอข่าว ด้วยจริยธรรมตามความสนใจสาธารณะ ขณะที่ฝ่ายการจัดการต้องการให้ได้ลูกค้า สนองความต้องการของผู้อ่านที่จ่ายเงินซื้อและผู้สนับสนุนลงโฆษณา ฝ่ายการจัดการต้องทำธุรกิจให้ได้ผลกำไร เพราะรายได้มาจากการซื้อของผู้อ่าน และค่าโฆษณา

สรุปได้ว่า การดำเนินงานขององค์กรหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่แบ่งเป็นฝ่ายบรรณาธิการ ฝ่ายการผลิต และฝ่ายจัดการ โดยดำเนินงานภายใต้สภาพแวดล้อม ต่าง ๆ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เช่น การแข่งขันทางการค้า เศรษฐกิจใน การพัฒนาการของเทคโนโลยี การสื่อสารสมัยใหม่ ทำให้ผู้บริหารองค์กรต้องมีการตัดสินใจในการปรับโครงสร้างองค์กรหนังสือพิมพ์ โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่บวกความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของบุคลากรนำมาพัฒนาปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้น โครงสร้างขององค์กรหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ได้มีการปรับโดยใช้โครงสร้างของหนังสือพิมพ์โดยทั่วไป แต่มีการเพิ่มบางฝ่าย กล่าวคือ นอกจากจะมีฝ่ายบรรณาธิการ ฝ่ายการผลิต และฝ่ายจัดการแล้ว ยังมีฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วย งานบริหาร งานพัฒนาระบบและโปรแกรมงานบริการเทคนิค งานปฏิบัติการ และงานการคอมพิวเตอร์ เพิ่มขึ้นอีกด้วย

1.2 นโยบายองค์กร

นโยบายการกำกับดูแลองค์กรที่ดี หมายถึง การประกาศเจตนารมณ์ขององค์กรที่จะดำเนินการและกำหนดนโยบายตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนโดยให้ผู้บริหารต้องวางนโยบายเกี่ยวกับรัฐ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ปฏิบัติงาน รวมทั้ง กำหนดแนวทางการปฏิบัติและมาตรการหรือโครงการเพื่อให้บรรลุตามนโยบายขององค์กร (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ : 2555 ค้นคืนจาก <http://www.nesdb.go.th> เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2555)

ในการดำเนินงานขององค์กรใด ๆ ก็ตามย่อมต้องมีการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายในการดำเนินการรวมทั้งแผนงานที่จะปฏิบัติการเพื่อให้เป็นไปตามทิศทาง หรือเป้าหมายในการดำเนินงานขององค์กรนั้น ๆ (ศรีโพธิ์ วายุพัทตร์ : 2555)

การกำหนดนโยบายขององค์กร เป็นการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมาย ในการดำเนินงานขององค์กรซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จในการบริหารขององค์กรและการจัดทำวิธีหรือแนวทางในการทำงานเพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามนโยบายที่กำหนดไว้ มีขั้นตอน ดังนี้ คือ

1) การสำรวจข้อมูลขององค์กร ก่อนการกำหนดนโยบายขององค์กร ผู้บริหารองค์กรต้องศึกษาและสำรวจข้อมูลในด้านต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการของสมาชิกในองค์กรก่อนดังนี้ คือ

(1) การร่วมกันสำรวจปัญหาต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อกำหนดเป็นนโยบายในการแก้ไขปัญหา

(2) สำรวจความต้องการของสมาชิกในองค์กรว่าสมาชิกมีความต้องการอะไรบ้าง อะไรเป็นความต้องการหลักอะไรเป็นความต้องการรอง

(3) จัดลำดับความสำคัญของปัญหาและความต้องการของสมาชิกในองค์กร

(4) ศึกษาแนวทางในความเป็นไปได้ในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ขององค์กร และการดำเนินการตามความต้องการของสมาชิกในองค์กร

(5) จัดลำดับความสำคัญในการสามารถแก้ไขปัญหา และความสามารถในการสนองตอบความต้องการของสมาชิกและนำไปกำหนดเป็นนโยบายขององค์กร

(6) กำหนดความต้องการในการพัฒนาองค์กรของผู้บริหารองค์กร และจัดลำดับความสำคัญความต้องการดังกล่าวเพื่อเลือกไปเป็นนโยบายขององค์กร

2) การกำหนดนโยบายขององค์กร

(1) นำปัญหาต่าง ๆ ที่ได้สำรวจและจัดลำดับความสำคัญ มาศึกษาความเป็นไปได้ในการแก้ไขและดำเนินการโดยแบ่งนโยบายออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามที่เกี่ยวข้อง เช่น นโยบายต่อสมาชิก นโยบายต่อนายจ้าง นโยบายต่อองค์กรแรงงานอื่น ๆ ฯลฯ

(2) กำหนดนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหาและเพื่อพัฒนาองค์กรตามลำดับดังนี้ คือ

- กำหนดนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหาขององค์กร
- กำหนดนโยบายเพื่อสนองความต้องการของสมาชิก
- กำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนาองค์กรตามความต้องการของ

ผู้บริหารองค์กร

การกำหนดนโยบายตามลำดับการแก้ไขปัญหาและสนองความต้องการของสมาชิกในองค์กรและผู้บริหารองค์กรดังกล่าว คือ เป็นการกำหนดนโยบายที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพต่อการบริหารองค์กรเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการกำหนดนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของทุกท่านในองค์กร

3) การกำหนดนโยบายต้องสอดคล้องกับความเป็นจริงขององค์กรและสังคม

ในการกำหนดนโยบายองค์กรนั้นบริหารองค์กรต้องกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความเป็นจริงขององค์กรและสังคมเป็นสำคัญ ความเป็นจริงขององค์กรหมายถึง สถานะทางการเงินขององค์กรความรู้และความสามารถของบุคลากรในองค์กร สภาพสังคมในปัจจุบัน เช่น ขณะนี้สังคมของประเทศเป็นระบอบประชาธิปไตยการกำหนดนโยบายก็ต้องให้สอดคล้องกับสังคมปัจจุบัน ไม่ใช่กำหนดนโยบายเหมือนกับองค์กรอยู่ในสมัยที่ประเทศเป็นเผด็จการ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีก็เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งของการกำหนดนโยบาย เช่น การกำหนดนโยบายในการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารองค์กร

4) นโยบายที่กำหนดขึ้นต้องปฏิบัติได้จริง ผู้บริหารองค์กรต้องกำหนดนโยบายที่สามารถปฏิบัติได้จริงไม่ใช่ นโยบายที่เกิดจากความต้องของสมาชิกและผู้บริหารองค์กรอย่างไม่มีขอบเขตจำกัด หรือเป็นเรื่องที่ใหญ่เกินความสามารถของบุคลากรในองค์กรจะกระทำได้ เช่น การกำหนดองค์กรของตนเองเป็นผู้ก่อตั้งสถาบันการศึกษาของขบวนการแรงงาน การกำหนดนโยบายเพื่อก่อตั้งพรรคการเมืองโดยองค์กรของตน เป็นต้น

ในการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ มีนโยบายที่เกี่ยวข้องได้แก่ นโยบายด้านเทคโนโลยี ด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านทรัพยากรบุคคล และด้านการวัดประเมินการดำเนินงานองค์กร (สันทัต ทองรินทร์ 2548 : 295)

1.3 แผนการดำเนินงานขององค์กร

เมื่อได้มีการกำหนดนโยบายขององค์กรแล้ว จะต้องทำการกำหนดแผนงานขององค์กรเพื่อเป็นแนวทางไปดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายที่กำหนดขึ้นมาการดำเนินงานตามนโยบายขององค์กรว่าจะประสบความสำเร็จโดยมีแนวทางในการกำหนดแผนงานดังนี้ คือ

1) แผนงานที่กำหนดขึ้นต้องสอดคล้องกับนโยบาย เนื่องจากหลายองค์กรเขียนแผนงานโดยไม่นำเอานโยบายมาเป็นตัวตั้งในการกำหนดแผนงาน หรือเอางานประจำมาเขียนเป็นแผนงาน

2) ศึกษานโยบายที่กำหนดขึ้นมาอย่างลึกซึ้ง และนำนโยบายแต่ละข้อมากำหนดให้กรรมการแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องกำหนดเป็นแผนงานในฝ่ายนั้น

3) ควรทำการแยกแผนงานซึ่งต้องทำเป็นงานประจำตามหน้าที่ในฝ่ายออกจากแผนงานที่จัดทำขึ้นจากนโยบายอย่างชัดเจน

4) ต้องไม่กำหนดแผนงานจากความต้องการทำของกรรมการในฝ่ายโดยที่แผนงานดังกล่าวไม่เกี่ยวข้องกับนโยบายที่กำหนดขึ้น

5) ต้องเป็นแผนงานที่สามารถปฏิบัติได้จริง โดยคำนึงถึงความรู้ ความสามารถของบุคลากรในองค์กรปัจจัยสนับสนุนต่าง เช่น ฐานะทางการเงิน อุปกรณ์ในการดำเนินงานและสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ในองค์กร เช่น ความร่วมมือของบุคลากรในองค์กร ข้อจำกัดของท้องถิ่นต่าง ๆ

6) ควรทำการประชาพิจารณ์แผนงานในระหว่างสมาชิกในองค์กรว่าสมาชิกเห็นด้วย หรือไม่ หรือสมาชิกมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอย่างไร ก่อนประกาศใช้แผนงานอย่างเป็นทางการ

1.4 การบริหารบุคลากร

การบริหารงานบุคคลในยุคปัจจุบันได้เปลี่ยนแนวคิดและรูปแบบไปจากเดิมที่ไม่ได้พูดถึงแต่เรื่องของงานบุคคลแบบที่เรียกว่า Personal ซึ่งเป็นรูปแบบของการบริหารที่ผู้บริหารมักใช้เวลาไปกับทำงานด้านเอกสาร หรืองานบุคคลเชิงธุรการเกือบ 60 % งานส่วนใหญ่จะหมดไปกับการแก้ไขปัญหาประจำวันมากกว่าการคิดวิเคราะห์ การวางแผนเพื่อปรับระบบงานบุคคลให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กร

จากกระแสการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศ การแข่งขัน ความพยายามที่จะสร้างรายได้เปรียบทางการค้า จึงเป็นเหตุให้แนวโน้มของการบริหารงานบุคคลเริ่มเปลี่ยนไปโดยเปลี่ยนจาก Personal มาเป็น Human Resource งานบุคคลเริ่มมีบทบาทการทำงานที่เชื่อมโยงกับกลยุทธ์ เป้าหมาย และวิสัยทัศน์ที่องค์กรกำหนดขึ้น พบว่าเวลาส่วนใหญ่ของงานบุคคลจะใช้ในการวางแผนการทำงานทั้งแผนแม่บท (Master Plan) และแผนปฏิบัติการ (Action Plan) โดยใช้เวลาประมาณ 60 % ของเวลาทั้งหมดในแต่ละวัน การจัดระบบงานบุคคลจะเน้นกลยุทธ์เชิงรุก (Proactive Strategy) ที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบของงานบุคคลในเรื่องต่าง ๆ ให้สามารถทำงานรองรับกับนโยบาย กลยุทธ์และเป้าหมายธุรกิจมากขึ้น เป็นการวางแผนการทำงานเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของพนักงานที่เป็นกลุ่มลูกค้าของตน โดยไม่ต้องรอให้เกิดปัญหาถึงจะเข้าไปดำเนินการให้

การบริหารงานบุคคล ต้องเริ่มจากการประเมินสถานการณ์ ปัญหา และความพร้อมในการนำระบบหรือแนวทางการบริหารงานบุคคลใหม่ ๆ มาใช้ในองค์กร (Organizational Assessment) และเมื่อเราทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว ขั้นตอนต่อไปจะเป็นการวิเคราะห์และสรุปผลว่าควรเตรียมแผนงานหรือวิธีการอย่างไรเพื่อลดปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น พบว่ามีหลายต่อหลายองค์กรได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบของงานบุคคลในแต่ละฟังก์ชันที่เน้นกลยุทธ์เชิงรุกมากขึ้น โดยการปรับเปลี่ยนการทำงานของงานในแต่ละ ฟังก์ชัน ดังต่อไปนี้

การหาความสามารถของตำแหน่งที่เราจะสรรหาจึงใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกผู้สมัครที่มีความสามารถตรงกับความสามารถที่ระบุไว้ในตำแหน่งงานที่ต้องการ การเตรียมคำถามที่จะสัมภาษณ์จึงเป็นอีกขั้นตอนหนึ่งที่สำคัญเพื่อใช้ในการคัดเลือกผู้สมัครที่เหมาะสม ทั้งนี้การเตรียมคำถามจะอยู่บนพื้นฐานของลักษณะพฤติกรรมของความสามารถที่ระบุหรือต้องการให้มี ซึ่งจะครอบคลุมถึงความสามารถหลัก ความสามารถด้านการบริหาร การจัดการงาน และความสามารถเฉพาะงาน

1.4.1 งานสรรหาและคัดเลือก (Recruitment and Selection Function)

ผู้บริหารที่ดูแลรับผิดชอบกับงานบุคคลจะต้องมีส่วนร่วมในการประชุมกับคณะกรรมการขององค์กร เพื่อรับทราบแนวคิด และรูปแบบการดำเนินงาน รวมทั้งนโยบายหรือกลยุทธ์ขององค์กร เพราะจะได้เตรียมความพร้อมของกำลังคนให้เป็นไปตามทิศทางขององค์กรมากขึ้น

บทบาทหน้าที่ของผู้ที่ทำงานด้านสรรหาและคัดเลือกต้อง คิดว่าจะสรรหาคนได้จากแหล่งไหนบ้างให้เหมาะสมกับระดับตำแหน่งงานที่ต้องการ กระบวนการคัดเลือกผู้สมัครถือว่าเป็นขั้นตอนหรือกระบวนการที่สำคัญที่สุด โดยการคัดเลือกคนเก่ง คนดีมีฝีมือ หรือที่เรียกว่า Talent เข้ามาทำงานกับบริษัท ซึ่งต้องผ่านกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้ได้คนที่มีบุคลิกลักษณะให้สอดคล้องกับความสามารถหลัก (Core Competency) และความสามารถในการทำงาน (Job Competency) ที่องค์กรต้องการ ดังนั้นก่อนที่จะเริ่มดำเนินงานในขั้นตอนนี้ ผู้ที่ทำงานด้านการสรรหาและคัดเลือกต้องกำหนดก่อนว่าอะไรคือความสามารถหลักขององค์กร และอะไรคือความสามารถในงานของตำแหน่งงานนั้น ๆ ความสามารถหลักที่กำหนดขึ้นใช้สำหรับพนักงานทุกคนทุกระดับตำแหน่งงานนั้นไม่ควรเกิน 5 ตัว ทั้งนี้การกำหนดความสามารถหลัก Core Competency ต้องกำหนดให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ภารกิจ และเป้าหมายขององค์กรที่อยากจะให้คนในองค์กรมีพฤติกรรมอย่างไรที่เหมือน ๆ กัน ตัวอย่างของความสามารถหลัก เช่น การมีจิตสำนึกของงานบริการ (Service Mind) การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) การทำงานเป็นทีม (Team Working) เป็นต้น

1.4.2 การอบรมความรู้ (Training)

การอบรมให้ความรู้กับพนักงานเป็นการทำให้พนักงานปฏิบัติงานตามมาตรฐาน ระเบียบปฏิบัติ ขององค์กร หากพนักงานทุกคนปฏิบัติตามมาตรฐานขององค์กร จะช่วยให้งานออกมามีคุณภาพ เหตุผลที่พนักงานไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานหรือระเบียบที่องค์กรกำหนด มาจากปัญหาด้านความรู้ของพนักงาน ปัญหาด้านทักษะ จะทำให้พนักงานทำไม่ได้ทำไม่ถูกต้อง แต่หากพนักงานไม่ปฏิบัติตาม อาจเป็นเพราะปัญหาของแรงจูงใจ จำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรต้องมั่นใจว่าพนักงานทุกคน มีความรู้ มีทักษะ และมีแรงจูงใจ โดยการให้การศึกษา อบรมให้พนักงานรู้ในคุณค่าของการมีมาตรฐานและการใช้มาตรฐาน สามารถอ่านและทำความเข้าใจมาตรฐานและขั้นตอนการทำงาน ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาคุณภาพ และกระบวนการผลิต เข้าใจวิธีการที่จะใช้ในการตรวจ และการแก้ไขเมื่อไม่เป็นไปตามข้อกำหนด

1.4.3 แรงจูงใจ (Work Motivation)

การจูงใจที่ถูกนำมาใช้เพื่อการเพิ่มยอดขาย กระตุ้นผลงาน และเพิ่มคุณภาพของงานให้สูงขึ้นกว่าเดิม แต่การจูงใจในรูปแบบของเงินไม่ใช่วิธีการที่ยั่งยืน และไม่ใช่วิธีการเดียวที่ใช้ในการจูงใจพนักงาน ยังมีรูปแบบการจูงใจพนักงานอีกหลายวิธีที่น่าสนใจและสามารถนำไปใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละองค์กรได้ การจูงใจพนักงานให้มีความซื่อสัตย์ต่อองค์กร หัวหน้างานควรมีความรู้

ความเข้าใจในวิธีการจูงใจพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความร่วมมือในการปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ หาสิ่งจูงใจให้พนักงานมีความพึงพอใจในการทำงาน และมีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพของตนเอง การจูงใจด้วยผลตอบแทนไม่ว่าจะเป็นการขึ้นเงินเดือน หรือการเลื่อนตำแหน่งงาน อาจได้ผลในระยะเวลาเพียงสั้น ๆ เท่านั้น เพราะหากมีองค์กรอื่นเสนอผลตอบแทนที่มากกว่า พนักงานย่อมรับข้อเสนออื่นด้วยเช่นกัน

1) จูงใจด้วยเงิน

องค์กรส่วนใหญ่มักจะให้ Incentive ในรูปแบบของเงินที่ให้แก่พนักงานเมื่อทำผลงานได้ทะลุเป้า หรือทำได้เกินกว่าที่เกณฑ์กำหนด เช่น ส่งงานตรงเวลา หรือจบโปรเจกต์ได้ หรือทำยอดได้สูงกว่าทีมอื่น เป็นต้น โดย Incentive ไม่จำเป็นต้องเป็นเงินสดเท่านั้น แต่อาจเป็นรางวัลในรูปแบบบัตรกำนัล บัตรที่พักฟรี หรือของขวัญที่มีมูลค่า เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าไอที เพื่อเป็นแรงจูงใจให้พนักงานเร่งสร้างผลงานที่ดีที่สุดออกมา

2) จูงใจด้วยสวัสดิการ

องค์กรไหนสวัสดิการดีพนักงานก็อยากอยู่กับองค์กรไปนาน ๆ สวัสดิการจึงเป็นอีกหนึ่งวิธีในการรักษาคนเก่ง นอกเหนือไปจากสวัสดิการที่ทุกคนจะได้รับอย่างเท่าเทียมกันแล้ว หากพนักงานคนไหนสามารถทำผลงานได้สูงกว่าเป้าหมายในรอบปีนั้น ก็สามารถเลือกสวัสดิการที่นอกเหนือจากที่องค์กรมีอยู่แล้วอีก 1 อย่าง ซึ่งจะมีผลตลอดปีถัดไป เป็นต้น

3) จูงใจด้วยการยอมรับ ชื่นชม

การให้การยอมรับมีส่วนในการเพิ่มการเห็นคุณค่าตนเองของพนักงาน และจูงใจให้พนักงานรักษาความดีของตน เมื่อหัวหน้าชื่นชม สนับสนุนลูกน้องที่ทำผลงานได้ดี เพื่อนร่วมงานชื่นชมกันก็จะเกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงาน ซึ่งการให้การยอมรับนั้นหัวหน้าสามารถแสดงออกได้หลายวิธี เช่น การกล่าวชื่นชม มอบเกียรติบัตร ให้รางวัลพนักงานดีเด่น ติดประกาศบนบอร์ดประชาสัมพันธ์ หรือแม้แต่ส่งหนังสือเวียนให้ทราบโดยทั่วกัน เมื่อพนักงานคนอื่น ๆ เห็นตัวอย่างก็จะเกิดแรงจูงใจที่จะพัฒนาตนเองเพื่อจะได้เป็นที่ยอมรับเช่นนั้นบ้าง

4) จูงใจด้วยการให้โอกาส

การให้โอกาสเติบโตในอาชีพแก่พนักงานเป็นการจูงใจที่ได้รับการตอบรับดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการโค้ชงาน การฝึกอบรม การหมุนเวียนงาน การให้ทุนเรียน ซึ่งล้วนแล้วผลประโยชน์เกิดแก่ตัวพนักงานเองทั้งสิ้น ทั้งยังทำให้พนักงานเห็นว่าเรามีความหมายแค่ไหนต่อองค์กร เมื่อพนักงานรับรู้ว่ามีค่าต่อองค์กรก็จะพยายามพัฒนาทักษะของตนและสร้างผลงานที่มีคุณภาพดียิ่งขึ้นต่อไป แต่การลงทุนในข้อนี้องค์กรต้องมีข้อกำหนดกฎเกณฑ์ที่ค่อนข้างรัดกุมเพื่อให้พนักงานนำความรู้ที่ได้มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพกับองค์กร ไม่ใช่ได้ความรู้แล้วก็ย้ายไปทำงานที่อื่น

อย่างไรก็ตาม บางองค์กรอาจจะใช้การจูงใจแบบหนึ่งได้ผล แต่อาจใช้ไม่ได้ผลกับอีกองค์กรหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของพนักงาน คงต้องมีการลองผิดลองถูกเพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมกับแต่ละองค์กรให้ได้ในที่สุด อาจไม่ใช่วิธีการใดวิธีการหนึ่งแต่เป็นการนำหลาย ๆ วิธีการใช้ในแต่ละจังหวะและโอกาสที่เหมาะสม

วิธีการจูงใจพนักงานให้มีความซื่อสัตย์ต่อองค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งประกอบด้วยหลายวิธี ดังนี้

1. การสื่อสาร นอกจากหัวหน้างานจะมีหน้าที่มอบหมายงานให้ลูกน้องแล้ว ควรรับฟังปัญหาและข้อเสนอแนะจากลูกน้องเพื่อนำมาคิดและแก้ไขปัญหาร่วมกันด้วย
2. เปิดโอกาสให้พนักงานได้ใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ พนักงานแต่ละคนมีความสามารถที่ต่างกัน ฉะนั้นการส่งเสริมให้พนักงานได้ใช้ความสามารถในด้านที่ถนัด จะทำให้เกิดความภาคภูมิใจ และทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มที่
3. มอบหมายงานที่มีความท้าทายอยู่เสมอ การมอบหมายงานที่แปลกใหม่และท้าทายความสามารถของพนักงาน เป็นการเพิ่มประสบการณ์ในการทำงาน ให้พนักงานได้ลองทำสิ่งใหม่ ๆ และได้เรียนรู้งานนอกเหนือจากเดิมอีกด้วย
4. ความรู้สึกเป็นครอบครัวเดียวกัน เมื่อพนักงานทั้งองค์กรเกิดความรู้สึกเป็นครอบครัวเดียวกันแล้ว ความทุ่มเท ความซื่อสัตย์จงรักภักดี และปรารถนาให้องค์กรเจริญก้าวหน้าก็จะตามมา
5. บริหารอย่างโปร่งใส หากองค์กรไม่มีความยุติธรรม และจริยธรรมที่ดีในการทำงานแล้ว อาจทำให้พนักงานรู้สึกไม่ดีต่อองค์กร ไม่ให้ความเคารพและความซื่อสัตย์อีกต่อไป
6. ผลักดันให้พนักงานใช้เทคโนโลยีอยู่เสมอ การส่งเสริมให้พนักงานฝึกการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในองค์กร เป็นการเพิ่มความรู้ และความสามารถเพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
7. ควรมีสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็น เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างบุคลากรในองค์กร และเป็นการกระตุ้นให้พนักงานกล้าคิด กล้าแสดงความสามารถในการพัฒนาองค์กรต่อไปในอนาคต

2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์

เมื่อสื่ออินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมในการเป็นเครื่องมือแพร่กระจายข่าวสารของโลก และเข้ามามีบทบาทเปลี่ยนแปลงชีวิตประจำวันของผู้คน การเปลี่ยนแปลงนี้เข้าถึงเกือบทุกแวดวง ไม่เว้นแม้แต่วงการสื่อมวลชนก็ได้ใช้ประโยชน์ในการเสนอข่าวสารผ่านระบบเครือข่ายให้ผู้สนใจสามารถอ่านข้อมูลผ่านทางคอมพิวเตอร์ได้จากทั่วโลก และยังเป็นช่องทางใหม่ของผู้ประกอบการด้านหนังสือพิมพ์ในการนำข้อมูลที่มีอยู่ในกระดาษขึ้นมาเผยแพร่สู่มวลชนบนโลกออนไลน์

หนังสือพิมพ์ออนไลน์ (Online Newspaper) หมายถึง ฐานข้อมูล (Databases) ซึ่งบรรจุเนื้อหาที่สำคัญที่เต็มรูปแบบของข่าวทุกประเภท และผู้อ่านสามารถเข้าถึงเนื้อหาต่าง ๆ ที่ต้องการค้นได้ เปรียบเสมือนการเก็บรวบรวมข่าวมาไว้ในระบบอิเล็กทรอนิกส์ การนำเสนอข้อมูลของหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้น จัดอยู่ในรูปแบบ World Wide Web คือ มีการใช้เทคโนโลยี มีระบบจัดการข้อมูลซึ่งแสดงออกมาในรูปแบบการเชื่อมโยงแหล่งข่าวสาร โดยตัวเชื่อม (Link) ข้อมูลที่ปรากฏนอกจากจะเป็นตัวหนังสือแล้ว ยังประกอบด้วยรูปภาพหรือกราฟฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง หรือวิดีโอ การเชื่อมโยงข้อมูลจะไม่เป็นเส้นตรง คือ มีการเชื่อมโยงข้อมูลบางส่วนกับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ โดยผู้รับสารเป็นผู้เลือกและมีอิสระในการอ่านข้อมูล

จากผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลกที่เพิ่งจะฟื้นตัวในช่วงปี พ.ศ. 2537 ทำให้ราคาค่าต้นทุนของสื่อสิ่งพิมพ์สูงขึ้นและไม่สามารถควบคุมได้ ทั้งจากค่าหมึกพิมพ์ ค่ากระดาษพิมพ์ เพราะประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ๆ ลดปริมาณการผลิตลง เพื่อตอบรับกระแสการอนุรักษ์ป่าไม้ ประกอบกับมีคู่แข่งในวงการเกิดใหม่ขึ้นมาเป็นจำนวนมาก จนเกิดการแย่งรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณา และยังรวมถึงการแข่งขันระหว่างหนังสือพิมพ์กับสื่อประเภทอื่นๆ ที่มีข้อได้เปรียบกว่าในด้านความสดใหม่ รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ อีกทั้ง ในการผลิตหนังสือพิมพ์ต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก หากนำข้อมูลมาให้บริการเพียงแค่การขายประจำวันก็อาจจะไม่คุ้มค่า องค์กรหนังสือพิมพ์จึงหาทางสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของตน โดยไม่ต้องลงทุนเพิ่มมากนัก

ซูซาน เบอร์เนอร์ (Susanne Bjorner, 1995) กล่าวไว้ว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาเทคโนโลยี ทำให้หนังสือพิมพ์ต้องนำเสนอเนื้อหาบนสื่อใหม่เพื่อเสริมและสนับสนุนสถานภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ ข่าวและเรื่องราวที่น่าสนใจบนสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ในช่วงแรก โดยมากเหมือนเป็นการทำสำเนาจาก หนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษโดยมีการปรับแต่งในส่วนพาดหัวข่าวเท่านั้น ที่มาของข่าวที่นำเสนอ ใช้การนำข้อมูลข่าวเดิมจากฐานข้อมูลมาดัดแปลงตกแต่งด้านเทคนิคและปรับแต่งข้อมูลให้มีลักษณะที่เหมาะสมสำหรับสื่อเท่านั้น หนังสือพิมพ์ออนไลน์ ยังมีการจัดแบ่งส่วน หรือฝ่ายต่าง ๆ ครอบคลุมเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์กระดาษ เช่น ข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ข่าวธุรกิจ การเงิน ข่าวสังคมวัฒนธรรม ข่าวการเมือง เป็นต้น แต่สิ่งที่พิเศษคือ จำนวนพื้นที่ของเว็บไซต์จะมีมากกว่าพื้นที่ของหนังสือพิมพ์กระดาษ ดังนั้น หนังสือพิมพ์ออนไลน์จึงสามารถเก็บข้อมูลได้ลึก หรือ

ให้รายละเอียดได้มากกว่าเดิม หรือสามารถเสนอข่าวที่ไม่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ ตลอดจนปรับข่าวสารให้สดใหม่ตลอดเวลา

2.1 กระบวนการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์

การจัดทำข่าวออนไลน์ ต้องคำนึงถึงการผลิตให้ได้คุณภาพดี เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าของตน ต้องคำนึงถึงแนวคิดเรื่องสวนผสมการตลาด ซึ่งเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย หรือสถานที่และการส่งเสริมการขาย โดยการจัดทำเว็บไซต์ข่าวเกิดจากการที่จะลดต้นทุนของกิจการหนังสือพิมพ์

การทำข่าวออนไลน์ เริ่มจากการคัดเลือกข่าว ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการข่าว เป็นบุคคลที่มีบทบาทอย่างมากในการตัดสินใจและวินิจฉัยว่า เหตุการณ์ใดควรได้รับการรายงานหรือไม่ จำเป็นต้องยึดหลักการพิจารณาคุณค่าข่าว หลักใหญ่ที่ถือปฏิบัติคือ ความสด ความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ เป็นที่สนใจ ของมนุษย์นอกเหนือไปจากความสำคัญของเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อชีวิตของผู้อ่าน

การจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จะมีขั้นตอนต่อเนื่องจากหนังสือพิมพ์ฉบับพิมพ์ เนื่องจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังคงเป็นส่วนหนึ่งของกองบรรณาธิการที่ยังต้องอาศัยแหล่งข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ฉบับพิมพ์ เป็นการใช้แหล่งข่าวเดียวกัน โดยหลังจากหนังสือพิมพ์ที่ตีพิมพ์บนกระดาษผ่านกระบวนการตั้งแต่การหาข่าว ข้อมูลข่าวทุกข่าวที่จะได้รับการตีพิมพ์จะถูกเก็บไว้ในรูปของแฟ้มข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์ที่ได้ติดตั้งระบบติดต่อกันไว้

การทำงานของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีลักษณะใกล้เคียงกับบรรณาธิการหนังสือพิมพ์กระดาษ แต่จะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะของสื่อด้วย เช่น เส้นตาย (dead line) ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ออนไลน์มักจะมียู่ตลอดเวลา เพราะข้อมูลข่าวสารในระบบอินเทอร์เน็ตมีมากมาย และเกิดขึ้นตลอดเวลา จึงต้องมีการปรับปรุงข่าวให้ทันสมัยด้วยเช่นกัน บรรณาธิการต้องมีลักษณะเป็นนักหนังสือพิมพ์ที่มีความรู้ด้านสื่อประสมด้วย (Multimedia journalists) กล่าวคือ ต้องเข้าใจในคำว่าสื่อประสมและต้องรู้ว่าเครื่องมือใด (ภาพ ข้อความ วิดีโอ เสียง ฯลฯ) จะเป็นตัวนำข้อมูลได้ดีที่สุด โดยบรรณาธิการจะต้องสามารถคิดออกมาเป็นภาพให้ตีเท่ากับหน้าที่ในการเขียน ต้องมีความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ ซึ่งทำให้เกิดนักหนังสือพิมพ์แบบใหม่ (new journalist) ขึ้นมาให้ห้องข่าว โดยในบริษัท Microsoft Network News เรียกว่า ลิงค์มีสเตอร์ (Linkmeister) ซึ่งมีหน้าที่ในการค้นหาแหล่งข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ตที่หนังสือพิมพ์สามารถเชื่อมโยงได้ เช่น มีการนำเสนอ

กระบวนการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ นิยมแบ่งการผลิตออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนก่อนการผลิต ขั้นตอนระหว่างการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต (สมาน งามสนธิ : 2548)

2.1.1 ขั้นตอนก่อนการผลิต

ก่อนการผลิต ต้องมีการวางแผนการผลิต และการประเมินแผนการผลิต

1) การวางแผนการผลิต เป็นการกำหนดเลือกแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

เพื่อให้การผลิตงานด้านการสื่อสารสำเร็จตามแผนที่วางไว้ การวางแผนการผลิต หมายถึง การกำหนดนโยบาย กำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดแนวทางที่จะดำเนินการผลิตงานสื่อสาร มีความสำคัญมากในการผลิตงาน หากวางแผนไม่ดี ไม่รัดกุมพอ จะทำให้การผลิตงานสื่อสารล่าช้า สิ้นเปลืองทรัพยากร สิ้นเปลืองเวลา หรืออาจทำให้การผลิตงานสื่อสารล้มเหลวได้

การวางแผนตามหลักการบริหารมี 4 ประการ ได้แก่ กำหนดวัตถุประสงค์ของแผน สำรวจทรัพยากร สิ่งที่จะเกิดขึ้นตามแผน และการตัดสินใจเลือกวิธีการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การวางแผนการผลิต ควรจะมีแผนหลัก ได้แก่

(1) การวางแผนด้านการผลิตงานสื่อสาร

เป็นขั้นตอนที่ต้องปฏิบัติให้ได้ตามแผน ถ้าทำไม่ได้ตามแผน งานสื่อสารจะล่าช้า ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ และพลาดโอกาสทางการตลาด ประกอบด้วย 2 แผน คือ แผนจ้างหน่วยงานอาชีพเป็นผู้ผลิตงานสื่อสารให้ และ แผนผลิตงานสื่อสารเอง

(2) การวางแผนด้านการเงิน

เนื่องจากงานด้านการสื่อสารเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินมาก การวางแผนด้านการเงินมีบุคคล 2 ฝ่ายเข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) ผู้ลงทุน อาจเป็นบุคคล บริษัท หรือองค์การขนาดใหญ่ หรือผู้จากสถาบันการเงิน 2) ผู้บริหารการผลิตและเผยแพร่งานด้านการสื่อสาร รับผิดชอบการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพ ในวงเงินที่กำหนดและประสบผลสำเร็จในด้านกำไร

(3) การวางแผนด้านการตลาด

การวางแผนด้านการตลาด ได้แก่ การวิเคราะห์ตลาดปัจจุบัน และแนวโน้มของวงการสื่อสารว่าจะไปทางไหน สื่อประเภทใดกำลังได้รับความนิยม และมีแนวโน้มไปในทางใด การสื่อสารจะเจาะกลุ่มเป้าหมายใด คู่แข่งทางการตลาดเป็นอย่างไร โอกาสที่การสื่อสารที่รับผิดชอบจะขยายส่วนแบ่งการตลาดเป็นอย่างไร จะเน้นหรือจะเจาะกลุ่มตลาดกลุ่มใด จะเน้นตลาดล่างหรือตลาดกลาง หรือตลาดบน ตลาดล่างหมายถึง กลุ่มที่มีกำลังซื้อต่ำ ตลาดระดับกลางหมายถึง กลุ่มที่มีกำลังซื้อระดับกลาง ส่วนกลุ่มตลาดบน หมายถึง กลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง แผนการตลาดจะกำหนดทิศทางของแผนการลงทุนและแผนการผลิตงานสื่อสารด้วย ตัวอย่างเช่น งานสื่อสารที่เน้นกลุ่มตลาดระดับบนจะเน้นรูปแบบ เนื้อหาสาระ วิธีการนำเสนอให้เหมาะสมกับสถานภาพ ค่านิยม และรสนิยมของคนในกลุ่มนั้น เช่นเดียวกับการตลาดที่เน้นตลาดระดับกลางหรือระดับล่าง งานสื่อสารก็จะเน้นรูปแบบ เนื้อหาสาระ วิธีการนำเสนอ ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับบุคลิกภาพ และรสนิยมของกลุ่มตลาด

(4) การวางแผนการควบคุมการผลิต

ภายหลังจากมีแผนการผลิตแล้ว งานต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในแผนจะต้องนำไปปฏิบัติ และฝ่ายบริหารจะกำหนดแผนการควบคุมการผลิต โดยกำหนดแผนการควบคุมคุณภาพของงาน ควบคุมปริมาณงาน ควบคุมเวลา และควบคุมงบประมาณ มีแผนควบคุมให้การผลิตเสร็จตามกรอบของงบประมาณและกรอบของเวลา และงานสื่อสารที่ผลิตได้นั้นต้องมีทั้งปริมาณและคุณภาพตามที่กำหนด ส่วนวิธีการควบคุมการผลิตมีหลายวิธี ตามแต่ผู้บริหารการผลิตจะเลือกใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะการผลิตงานสื่อสารแต่ละประเภท

2) การประเมินแผนการผลิต

หลังจากที่ได้กำหนดแผนการผลิตไว้แล้ว ก่อนที่จะนำแผนไปสู่การปฏิบัติ ต้องมีการวิเคราะห์และประเมินแผนเพื่อตรวจสอบว่า เมื่อนำแผนไปปฏิบัติจริงจะมีปัญหาและอุปสรรคอะไรบ้างที่จะเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานที่จะทำให้การผลิตงานสื่อสารแต่ละประเภทต้องล่าช้าออกไป

การประเมินแผนการผลิตจึงเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้ผู้วางแผนได้สำรวจตรวจสอบแผนงานของตนว่า ยังมีข้อบกพร่อง จุดอ่อน จุดแข็งหรือไม่ อย่างไร มีสิ่งใดหรือจุดใดที่ควรแก้ไข การประเมินแผนจึงเป็นการศึกษาทำความเข้าใจรายละเอียดของงาน ความสัมพันธ์ของแต่ละงาน งานใดที่ต้องทำก่อน และทำหลัง หรือเริ่มทำพร้อมกัน

2.1.2 ขั้นตอนระหว่างการผลิต

1) การบริหารหน่วยงานผลิต เป็นการจัดรูปแบบหน่วยงาน จัดกำลังคน และทรัพยากรผลิตให้พร้อมเพื่อให้การผลิตงานสื่อสารดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ รวมถึงการแก้ปัญหาการผลิต ควบคุมคุณภาพ และให้งานเสร็จตามวัน เวลาที่กำหนด รวมไปถึงการประเมินผลงาน

2) การควบคุมการผลิต เป็นการกำกับดูแลให้การผลิตงานสื่อสารดำเนินไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ทั้งในเกณฑ์คุณภาพ ปริมาณ งบประมาณ และเวลา

3) เทคโนโลยีการผลิต หมายถึง เครื่องมือ อุปกรณ์ วิธีการ และโปรแกรมสำเร็จรูปต่าง ๆ ที่ทำให้การผลิตงานสื่อสารทำได้สะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพ

4) การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน วิทยาธร ท่อแก้ว (2548) ปัจจุบันเทคโนโลยี กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการดำรงอยู่ เนื่องจากได้รับพัฒนาและเข้ามาเกี่ยวข้องกับการทำงานในอัตราส่วนที่สูง ทำให้ระบบการจัดการข้อมูลของธุรกิจมีความสะดวก ทั้งต่อการใช้งาน การจัดเก็บ ประมวลผล และการไหลเวียนของข้อมูล ทำให้มูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว ชัดเจน และคล่องตัว ช่วยทำให้การทำธุรกิจมีความคล่องตัวขึ้น

เทคโนโลยีจะเป็นปัจจัยสำคัญในการแปรรูปปัจจัยการผลิตให้เป็นผลลัพธ์มาตั้งแต่อดีต งานด้านกิจการการสื่อสารมีเทคโนโลยีการผลิตที่เป็นเครื่องมือและอุปกรณ์ทางคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีเหล่านั้นย่อมพัฒนามาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานทั้งสิ้น

เราสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานผ่านการประยุกต์ทางเทคโนโลยีในมิติต่าง ๆ ได้แก่ การบริหารกระบวนการ การผลิตหรือการแปรรูป และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเพิ่มประสิทธิภาพด้วยเทคนิคการทำงานเป็นการนำวิธีการทำงานมาให้เกิดประสิทธิภาพโดยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ กิจกรรม 5 ส กิจกรรมคิวิซี กิจกรรมทีคิวเอ็ม ซึ่งวิธีการทำงานดังกล่าวมุ่งเน้นการจัดการงานให้เกิดผลที่ผู้ดำเนินการคาดหวังคือประสิทธิภาพ

การเพิ่มประสิทธิภาพด้วยการจงใจ ได้แก่ การออกแบบงานและออกแบบงานใหม่ การฝึกอบรมและพัฒนา ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน ระบบการจ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์ การติดต่อสื่อสาร และการมีส่วนร่วมของพนักงาน

2.1.3 ขั้นตอน หลังการผลิต

สมาน งามสนธิ (2548) ได้กล่าวถึงขั้นตอนหลังการผลิต ไว้ดังนี้

- 1) การควบคุมหลังการผลิต เป็นการกำกับดูแลการผลิตงานด้านการสื่อสารในขั้นตอนหลังการผลิตให้ดำเนินไปตรงตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ทั้งในด้านคุณภาพ ปริมาณ เวลาและงบประมาณ
- 2) การประสานงานหลังการผลิต เป็นการติดต่อสื่อสารแจ้งความประสงค์ของฝ่ายผลิตกับฝ่ายปฏิบัติการหลังการผลิต เพื่อให้ดำเนินการผลิตตามขั้นตอนที่รับผิดชอบ ให้ดำเนินไปตามวัตถุประสงค์ ทั้งในด้านปริมาณ คุณภาพ งบประมาณ และเวลา
- 3) การประเมินการผลิต เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้ผลิตงานสื่อสารจะตรวจสอบกระบวนการผลิต ผลผลิต ว่าตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในขั้นตอนก่อนการผลิตหรือไม่ ทั้งในด้านปริมาณ คุณภาพ งบประมาณ และเวลา

ดังนั้น การผลิตงานสื่อสารนิยมแบ่งการผลิตออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการผลิต ขั้นตอนระหว่างการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต การวางแผนการผลิตเป็นขั้นตอนก่อนการผลิต เป็นการกำหนดเลือกแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดที่จะทำให้การผลิตบรรลุเป้าหมาย ทั้งด้านปริมาณ คุณภาพและสำเร็จตรงตามเวลา เมื่อนำแผนไปปฏิบัติจะไม่เกิดปัญหาหรืออุปสรรคหรือเกิดน้อยที่สุด การจัดการงานสื่อสารในขั้นตอนระหว่างการผลิต เป็นการบริหารจัดการประสานงานให้การผลิตงานสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การแก้ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการผลิตและควบคุมการผลิตให้สำเร็จภายในงบประมาณและเวลาที่กำหนด ส่วนการจัดการการผลิตงานสื่อสารในขั้นตอนหลังการผลิต เป็นการควบคุม ประสานงานรวมทั้งการประเมินผลการผลิตเพื่อตรวจสอบการผลิต ผลผลิต ให้การผลิตสื่อแต่ละประเภทให้สำเร็จเรียบร้อยตามลักษณะของสื่อแต่ละประเภท

2.2 รูปแบบการนำเสนอหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ก่อนจะมีการนำเสนอบนเว็บไซต์ ผู้ที่มีหน้าที่ดูแล คือ บรรณาธิการต้องระมัดระวังในการนำเสนอข่าว เช่นเดียวกับการทำข่าวในสื่อประเภทอื่น ข่าวที่นำเสนอ ต้องจัดได้ว่าเป็นข่าวประเภทข่าวหนัก (hard news) และข่าวสถานการณ์ (situation news) เพื่อตอบสนองความอยากรู้ที่รวดเร็ว การทำข่าวออนไลน์จะเน้นในเรื่องความน่าสนใจ ซึ่งประกอบด้วย

1) *ความสด (Immediacy)* คือ มีความรวดเร็วในการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้ผู้อ่านทราบอย่างทันทีทันควัน โดยข่าวออนไลน์จะมีการนำเสนอข่าวบนเว็บไซต์ทันทีที่เกิดเหตุการณ์ขึ้น เห็นได้จากการขึ้นเวลากำกับในการนำเสนอไว้หน้าหัวข้อข่าว โดยใช้จุดเด่นของอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการนำเสนอข่าว

2) *ความเด่น (Prominence)* ความเด่นของบุคคล สถานที่ หรือเวลาของเหตุการณ์ หรือบุคคลในเหตุการณ์ รวมถึงเรื่องของข่าวที่มีผลกระทบต่อประชาชนทั่วไป

3) *ความผิดปกติ (Unusualness)* ข่าวความผิดปกติของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เน้นข่าวความขัดแย้ง เช่น ความขัดแย้งระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เป็นต้น

4) *ความลึกลับซับซ้อน (Suspense)* ข่าวออนไลน์จะให้ความสำคัญเรื่องที่ลึกลับซับซ้อนในสังคม เช่น การทำงานที่ไม่สุจริตของผู้บริหารภาคเอกชน การทุจริตคอร์รัปชันของภาครัฐ จากการที่หนังสือพิมพ์ออนไลน์นำเสนอข่าวสาร โดยผ่านระบบคอมพิวเตอร์ที่มีศักยภาพในการเก็บข้อมูลได้อย่างมาก และสามารถสืบค้นข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว การนำเสนอข่าวมักอยู่ในลักษณะการเก็บข่าวสารข้อมูลแต่ละหน้าจะซ้อนกันเป็นลำดับขั้น และสามารถเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ขณะที่หนังสือพิมพ์ปกติไม่สามารถทำได้ ประกอบกับคุณสมบัติด้านสื่อประสม (Multimedia) ของคอมพิวเตอร์ ทำให้สามารถนำเสนอข่าวสารทั้งที่เป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง สี ข้อความ ตลอดจนกราฟฟิก เพื่อให้ผู้อ่านสนใจ (สันทัด ทองรินทร์ : 2543) การนำเสนอข่าวบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ มีลักษณะดังต่อไปนี้

2.2.1 การรายงานข่าว

1) *ให้ความสำคัญกับข่าวหน้า 1* ลักษณะการนำเสนอข้อมูลข่าวสารจะให้ความสำคัญกับข่าวหน้า 1 มากที่สุด โดยจะนำขึ้นสู่บนเว็บเพจครบทุกข่าว ส่วนข่าวหน้าในหรือข่าวจากคอลัมน์ต่าง ๆ จะแบ่งประเภทของข่าวจากคอลัมน์ต่าง ๆ จะแบ่งประเภทของข่าวเช่นเดียวกันกับหนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษ โดยบางฉบับจะนำข่าวหน้าในทั้งหมดขึ้นสู่เว็บไซต์ แต่บางฉบับจะคัดเลือกเฉพาะบางข่าวที่สำคัญเท่านั้น สำหรับคอลัมน์จะเลือกเฉพาะที่เป็นที่นิยมที่มีผู้ติดตามอ่านมากเท่านั้น หนังสือพิมพ์ออนไลน์มักจะมีฐานข้อมูลให้เรียกดูฉบับย้อนหลังได้ และบางฉบับจะเพิ่มบริการสืบค้นข้อมูลตามหัวเรื่องหรือคำสืบค้นด้วย

2) *ให้ความสำคัญกับลักษณะตรงกลาง (Real Time)* มากยิ่งขึ้น โดยคาดว่าจะสามารถนำเสนอข่าวแบบเกาะติดสถานการณ์เพิ่มมากขึ้นในอนาคต กล่าวคือ มีการรายงานข่าวทันทีที่มีเหตุการณ์สำคัญ ๆ เกิดขึ้น เพราะยอมรับว่าการปรับเปลี่ยนข่าวสารให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และรวดเร็ว นับเป็นหัวใจสำคัญของเว็บไซต์ที่นำเสนอข่าวเป็นหลัก

3) *เน้นความเรียบง่าย* รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา จะเน้นความเรียบง่าย สะอาด และสะดวกต่อการค้นหาข้อมูล มีการจัดหมวดหมู่และเป็นลำดับขั้นของการเข้าถึงข้อมูล ไม่มีการใช้เทคโนโลยีแบบสื่อประสมหรือลูกเล่นที่หวือหวามากนัก โดยจะเน้นความสำคัญของเนื้อหาข่าวเป็นหลัก

4) *มีลักษณะแบบปฏิสัมพันธ์* การรายงานข่าวเน้นให้ผู้อ่านสามารถมีปฏิกริยาตอบสนองต่อบทความ เนื้อหาข่าวต่าง ๆ บนเว็บไซต์ได้ทันทีในหลายรูปแบบ เช่น การส่งอีเมลล์ (Email) ไปยังบรรณาธิการ รวมถึงการเปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้เข้าถึงและแสดงความคิดเห็นบนกระดาน web board นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นสนทนากันเองในกลุ่มผู้อ่านด้วยกัน เช่น การเปิดห้องสนทนา (Chat room) ไว้สำหรับผู้อ่าน รวมทั้งผู้อ่านเข้ามามีส่วนร่วมโดยผ่านระบบไฮเปอร์ลิงค์ hyperlink ซึ่งเป็นเครื่องมือเชื่อมโยงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับรูปแบบการนำเสนอข่าวออนไลน์ (มาซเซ แอนด์ เลวี Massey and levy, 1999)

สรุปได้ว่าการรายงานข่าวผ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จะให้ความสำคัญต่อข่าวหน้าหนึ่ง และเน้นความตรงกลาง (real time) หรือนำเสนอข่าวเกาะติดสถานการณ์เพิ่มมากขึ้น เน้นการนำเสนอที่เรียบง่าย และมีการรายงานข่าวแบบปฏิสัมพันธ์ ให้ผู้อ่านสามารถตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวและบทความต่าง ๆ ได้

2.2.2 การจัดวางหน้าเว็บไซต์

การนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีการนำเสนอด้วยการจัดวางหน้าเว็บไซต์ให้มีเนื้อหา มีภาพ กราฟฟิก มัลติมีเดีย เน้นความเร็ว และอ่านง่าย มีความสลับซับซ้อนน้อย หน้าตาในการนำเสนอคือ ดูแล้วสบายตา มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้อ่านและกองบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ออนไลน์

การนำเสนอหน้าจอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ส่วนใหญ่ในหน้าแรกจะมีลักษณะเป็นเมนูสารบัญ (Content menu) หรือ เนวิเกชั่น ซึ่งจะบอกประเภทของข่าวต่าง ๆ และองค์ประกอบอื่น ๆ ของหนังสือ เช่น โฆษณา การติดต่อบรรณาธิการ ตลอดจนเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะมากหรือน้อยแล้วแต่การจัดของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ และเมื่อผู้อ่านต้องการอ่านข่าวคอลัมน์ บทความ ก็จะทำการเลือกตามความต้องการ

เอเรียนน่า ฮัฟฟิงตันโพสต์ (Arianna Huffington : 2009) ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ ฮัฟฟิงตันโพสต์ (Huffington post) กล่าวไว้ในบทความออนไลน์ว่า ข่าวการเมืองที่เป็น

จุดเริ่มต้นที่ดีในข่าวออนไลน์ ไม่ใช่ข่าวของตัวเองลงพื้นที่ทำข่าวมากนัก แต่ใช้วิธีแบบสื่อออนไลน์ ตั้งทีมข่าวออนไลน์ที่ค้นหาข่าวที่น่าสนใจ อยู่ในกระแสสังคม จากเว็บไซต์อื่นๆ แล้วนำมาโพสต์ใหม่บนเว็บไซต์ของตัวเองอีกครั้งหนึ่ง และใช้เทคนิคการปรับแต่งเว็บไซต์ให้อยู่ในอันดับที่สูงของ Google โดยใช้เทคนิคชื่อ SEO หรือ search engine optimization ทำให้ หนังสือพิมพ์ ฮัฟฟิงตันโพสต์ สามารถทำให้คนเข้าชมเว็บได้มหาศาลในเวลาอันรวดเร็ว

อีกเทคนิคหนึ่งที่หนังสือพิมพ์ ฮัฟฟิงตันโพสต์ นำมาใช้จนประสบความสำเร็จ คือ เปิดให้ผู้อ่านและสมาชิกของเว็บไซต์สามารถเขียนบล็อกของตัวเองบน หนังสือพิมพ์ ฮัฟฟิงตัน โพสต์ ได้ด้วย โดยเนื้อหาบางส่วนจะถูกคัดเลือกไปแสดงบนหน้าแรกของเว็บไซต์ (ส่วนของบล็อก) ปัจจุบันนี้มีรายงานว่า หนังสือพิมพ์ ฮัฟฟิงตันโพสต์ มีบล็อกมากกว่า 6,000 บล็อก ทั้งหมดถือเป็นเนื้อหาที่บริษัทได้มาโดยไม่ต้องจ่ายเงิน

สรุปได้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะกล่าวถึง กระบวนการจัดทำเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ และรูปแบบการนำเสนอบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ ได้แก่ การรายงานข่าวบนเว็บไซต์ และการจัดวางหน้าเว็บไซต์

แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์นี้จะนำมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ เรื่อง การบริหารผลิตของหนังสือพิมพ์เอเชียทีวีผู้จัดการออนไลน์และเพื่อนำไปสู่คำตอบเรื่อง ความสำเร็จของหนังสือพิมพ์ดังกล่าวด้วย

3. แนวคิดออกแบบเว็บเพจ

ในเรื่องนี้ จาคอบ นีลเสน (Jakob Nielsen : 2010) ได้กล่าวว่าปัจจัยความสำเร็จ ประการหนึ่งมีความสำคัญมากกว่าการออกแบบเว็บนั่นก็คือเรื่องทรัพยากรบุคคลหรือการมีทีมงานที่ดี แม้ว่าเว็บไซต์ที่ออกแบบดี มีองค์ประกอบของการออกแบบที่เฉพาะเจาะจงดีแค่ไหน ก็อาจจะเป็นเว็บไซต์ที่ไม่ดี เพราะขาดคุณสมบัติ ที่สำคัญคือ ขาดทรัพยากรหรือทีมงานที่ดี บางครั้งทีมงานก็รู้ว่าเว็บไซต์ออกแบบมาไม่ดีแต่ไม่มีเวลาที่จะแก้ไข

เมื่อมีทีมงานที่ดีแล้ว องค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารงานเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จประกอบด้วย การออกแบบ โดย คิม ดูอัส (Kim Daus : 2000) กล่าวว่า การออกแบบเว็บไซต์ที่ดี ไม่ว่าจะสร้างเว็บด้วยตัวเองหรือจ้างที่ปรึกษาในการออกแบบ สิ่งที่เป็นเคล็ดลับที่ควรพิจารณา คือ การนำเสนอภาพลักษณ์ของเว็บไซต์แบบมืออาชีพ ควรทำเว็บให้ง่ายต่อการเข้าใช้ มีการวางแผนเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์จากผู้อ่านหรือคำถามต่าง ๆ ของผู้เข้ามาอ่านเว็บ มีการนำเสนอเนื้อหาอย่างมีประสิทธิภาพ มีการส่งเสริม(promote) เว็บไซต์ เมื่อเริ่มทำเว็บ

ส่วนบาร์บารา ฮอลบรูค (Barbara Holbrook : 2012) กล่าวถึงวิธี ดึงดูดให้คนเข้ามาอ่านเว็บไซต์ ว่า วิธีการดึงคนเข้าเว็บไซต์ สิ่งแรก คือ กราฟฟิกที่มีคุณภาพสูง หากเว็บไซต์มีรูปที่น่าสนใจ หรือภาพสร้างแรงบันดาลใจ แต่ภาพก็ไม่ใช่สิ่งเดียวที่จะได้รับความสนใจ เนื้อหาในเว็บไซต์ต้องเป็นประโยชน์ ด้วย แต่จะดีที่สุดหากมีทั้งเนื้อหา รูปภาพ และ วิดีโอ

3.1 หลักพื้นฐานเกี่ยวกับ เว็บไซต์ โฮมเพจ เว็บเพจ

เว็บไซต์ เว็บเพจและโฮมเพจ ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของเว็บ เนื่องจากเมื่อเข้าไปในเว็บแล้ว สารสนเทศหรือข้อมูลต่างๆ ที่ต้องการสืบค้นก็คือหน้าของเอกสารที่ปรากฏบนจอคอมพิวเตอร์ เว็บไซต์ฮัลโหลมายเว็บดอทคอม (www.hellomyweb.com : 2554)

ซึ่งรายละเอียดของแต่ละส่วนมีดังนี้

3.1.1 เว็บไซต์ (website)

เว็บไซต์ หมายถึง สถานที่จัดทำ และนำเสนอข้อมูลข่าวสาร บนระบบเครือข่าย World Wide Web เว็บไซต์ ถูกเรียกเป็นตำแหน่งที่อยู่ของผู้ที่มีเว็บเพจเป็นของตนเองบนระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งได้จากการลงทะเบียนกับผู้ให้บริการเช่าพื้นที่บนระบบอินเทอร์เน็ตเมื่อลงทะเบียนในชื่อที่ต้องการแล้ว ก็สามารถจัดทำเว็บเพจและส่งให้ศูนย์บริการนำขึ้นไปไว้บนอินเทอร์เน็ตซึ่งถือว่าเรามีเว็บไซต์เป็นของตนเองแล้ว และเว็บไซต์ก็คือแหล่งที่รวบรวมเว็บเพจจำนวนมากมายหลายหน้าในเรื่องเดียวกันมารวมอยู่ด้วยกัน แต่สิ่งหนึ่งในการเสนอเรื่องราวที่อยู่บนเว็บไซต์ที่แตกต่างไปจากโปรแกรมโทรทัศน์ เนื้อหาในนิตยสาร หรือหนังสือพิมพ์ เนื่องจากการทำงานบนเว็บจะไม่วันสิ้นสุด ทั้งนี้เนื่องจากเราสามารถเปลี่ยนแปลงและเพิ่มสารสนเทศบนเว็บไซต์ได้ตลอดเวลา และแต่ละเว็บเพจจะมีการเชื่อมโยงกันภายในเว็บไซต์หรือไปยังเว็บไซต์อื่นๆ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถอ่านได้ในเวลาอันรวดเร็ว

3.1.2 โฮมเพจ (Home page)

โฮมเพจ คือคำที่ใช้เรียกหน้าแรกของเว็บไซต์ โดยเป็นทางเข้าหลักของเว็บไซต์ เมื่อเปิดเว็บไซต์นั้นขึ้นมา โฮมเพจ ก็จะเปรียบเสมือนกับเป็นสารบัญและคำนำที่เจ้าของเว็บไซต์นั้นได้สร้างขึ้น เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์องค์กรของตน นอกจากนี้ ภายในโฮมเพจก็อาจมีเอกสารหรือข้อมูลที่เชื่อมโยงต่อไปยังเว็บเพจอื่นๆ อีกด้วย

3.1.3 เว็บเพจ (Web page)

เว็บเพจ คือหน้าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์บนเว็บ ที่เจ้าของเว็บเพจ ต้องการจะใส่ลงไปบนหน้าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์นั้น เช่น ข้อมูลแนะนำตัวเองซึ่งอาจเป็นบุคคลหรือองค์กรที่ต้องการให้ผู้อื่นได้ทราบ หรือข้อมูลที่น่าสนใจ เป็นต้น โดยที่ข้อมูลที่แสดงเป็นได้ทั้งข้อความ เสียง ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวและข้อมูลที่น่าสนใจสามารถเชื่อมโยงในรูปของไฮเปอร์เท็กซ์ คือเชื่อมโยงไปยังเว็บเพจอื่นที่จะให้ข้อมูลนั้นๆ ในระดับลึกลงไปเรื่อยๆ และเว็บเพจจะต้องมีที่อยู่

อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายเฉพาะของตน ซึ่งแหล่งที่อยู่นี้เรียกว่า URL (Uniform Resource Locator) ส่วนอีกความหมายหนึ่งของเว็บเพจ คือ รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ของการสื่อสารโดยใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยส่วนประกอบสำคัญของเว็บเพจมีสองส่วนคือ ส่วนที่เป็นปฏิสัมพันธ์ และส่วนที่เป็นสื่อประสมสำหรับส่วนที่เป็นสื่อประสมนั้นจะประกอบไปด้วย ตัวอักษร เสียง ภาพเคลื่อนไหว และแฟ้มวัตถุซึ่งทั้งหมดนี้จะประกอบกันเพื่อนำเสนอเนื้อหา และในส่วนที่เป็นปฏิสัมพันธ์ เนื่องจากผู้ใช้งานสามารถส่งข้อมูลหรือคำสั่งไปยังเว็บไซต์ที่ถูกควบคุมด้วยบริการเว็บอีกทอดหนึ่ง ในแต่ละเว็บเพจจะมีที่อยู่เว็บที่เรียกว่า Uniform Resource Locator (URL) โดยที่อยู่เว็บ จะปรากฏในช่อง Address (เป็นส่วนของกล่องข้อความและ drop-down) ที่ส่วนบนของจอภาพเว็บเพจว่า มีส่วนประกอบต่างๆ ที่จำเป็นได้แก่ เป็นข้อความ ภาพ รูปภาพเคลื่อนไหว Counter ใช้นับจำนวนผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บเพจของเรา Links ใช้เชื่อมโยงไปยังเว็บเพจของตนเองหรือเว็บเพจอื่น Forms เป็นแบบฟอร์มที่ให้ผู้เข้าเยี่ยมชม กรอกรายละเอียด แล้วส่งกลับ มายังเรา Frames เป็นการแบ่งจอภาพเป็นส่วนๆ แต่ละส่วนก็จะแสดงข้อมูลที่แตกต่างกันและเป็นอิสระจากกัน นอกจากนี้ส่วนประกอบดังกล่าวแล้ว องค์ประกอบที่นิยมใส่ไว้ในเว็บเพจอีก 2 ส่วนได้แก่ สมุดเยี่ยม (guestbook) และ เว็บบอร์ด (web board) ที่ช่วยให้เว็บเพจกลายเป็นสื่อที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานผู้สร้าง และระหว่างผู้ใช้งานด้วยกันเอง

3.2 โครงสร้างเว็บไซต์

ทีมงานเว็บไซต์ Wp supply (2552) ได้กล่าวไว้ว่าแนวคิดเรื่องโครงสร้างเว็บไซต์ หมายความว่า หน้าประตูของเว็บ (site cover) ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของแต่ละเว็บ บอกยากกว่าวิธีใดมีประสิทธิภาพ เช่น บางเว็บใช้ภาพสวยๆ บางเว็บใช้เทคนิคพิเศษดึงดูด เช่น ภาพเคลื่อนไหว บางเว็บใช้การแสดงผลโดยรวมของหัวข้อในเว็บ บางเว็บใช้ภาพเป็นสื่อความหมาย แต่บางเว็บก็ไม่มีหน้านี้เลย เข้าถึงเว็บเมนูเลย แนนอนเพราะผู้ใช้เว็บบางทีก็เบื่อที่จะต้องผ่านหน้าแรกนี้ บางทีคุณอาจต้องเดาใจกลุ่มผู้ใช้เว็บของคุณว่าจะชอบหรือไม่ ขนาดของข้อมูลต่อหน้า คงต้องไม่ยาวมากเกินไป เพราะการที่ต้องเลื่อน scroll ขึ้นลงยาวๆ เป็นความน่าเบื่อ บางทีถ้าจำเป็นต้องเป็นหน้ายาว ก็ลองใช้วิธีสรุปเป็นหัวข้อที่ด้านบนของเว็บ link ไปสู่เนื้อความและแต่ละเนื้อความมี link กลับไปด้านบนของหน้านั้นก็จะช่วยได้ การเลือกใช้สีสันทันภายในเว็บ ไม่ควรมีสีที่ต่างกันมากเกินไป 5 สี สียิ่งมากผู้ท่องเว็บ ยิ่งเบื่อ ไม่อยากกลับมาดูอีก ที่จริง 3 สีกำลังดี ความเร็วในการ load เว็บ ซึ่งมักจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับขนาดของภาพที่ใช้ในเว็บ ภาพที่มีขนาดใหญ่จะทำให้ต้องใช้เวลาในการ load นาน ผู้ท่องเว็บมักไม่ยากเข้าไปดูเว็บที่ load ช้า ถ้าคุณต้องการภาพที่สวยงามมีคุณภาพแต่ขนาดการจัดเก็บภาพจะใหญ่ คุณอาจทำได้โดยแบ่งภาพ 1 ภาพออกเป็นภาพเล็กๆ หลายๆ ภาพแล้วมานำเสนอต่อกันเป็น 1 ภาพบนจอ แต่ถ้าเลี้ยงได้ก็จะดี

ภัทรพร หุ่นรักวิทย์ (2547 : 26) การออกแบบเว็บเพจเป็นเหมือนการทำงานศิลปะชนิดหนึ่ง ที่จะต้องทำให้ผู้ชมได้รับความสำราญสนุกสนานหรือชื่นชอบและพอใจที่จะกลับมาชมอีก ดังนั้นการออกแบบเว็บเพจที่ดีจึงต้องประกอบด้วย การออกแบบให้เหมาะสมกับขนาดหน้าจอ คือ การเข้าใจถึงแนวทางในการใช้งานจากเว็บเพจนั้น จะทำให้สามารถออกแบบเว็บเพจได้อย่างเหมาะสมกับความต้องการของผู้เข้าชม ดังนี้

1) ออกแบบเว็บเพจให้มีความยาวที่เหมาะสม การตัดสินใจเกี่ยวกับความยาวของเว็บเพจขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ลักษณะเนื้อหาและการใช้งานของผู้ใช้ เว็บเพจที่ไม่ยาวนักจะทำให้ดูน่าอ่านขณะที่เว็บเพจยาวๆ จะทำให้ยากต่อการจัดการสำหรับผู้ที่ต้องการดาวน์โหลดหรือส่งพิมพ์หน้านั้น โดยที่ผู้ออกแบบจะมีความสะดวกตรงที่ไม่ต้องสร้างลิงค์และเว็บเพจจำนวนมากขณะที่ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดหรือพิมพ์จากไฟล์เพียงไฟล์เดียวเท่านั้น ดังนั้นหน้าเว็บยาวๆ จึงเหมาะสำหรับเนื้อหาที่คาดว่าผู้ใช้จะไม่อ่านบนหน้าจอ โดยทั่วไปเว็บเพจที่มีขนาดสั้นเหมาะสม

สำหรับหน้าโฮมเพจหรือหน้าที่เป็นแหล่งรวมลิงค์เป็นหน้าที่คาดว่าจะถูกอ่านจากหน้าจอ อาจเป็นหน้าที่มีกราฟิกขนาดใหญ่ แต่สำหรับเว็บเพจขนาดยาวนั้นจะเหมาะที่จะใช้ในการพิมพ์หรือดาวน์โหลดเพื่อความสะดวกในการจัดการกับจำนวนไฟล์และลิงค์ที่น้อยลง เพื่อที่โครงสร้างของเนื้อหาจะได้ไม่ถูกตัดแบ่งออกจากกัน

2) ออกแบบเว็บเพจให้เหมาะสำหรับการพิมพ์ นอกจากการออกแบบเพื่อให้ผู้อ่านจากหน้าจอคอมพิวเตอร์แล้ว ยังต้องคำนึงถึงความสามารถในการพิมพ์ข้อมูลทั้งหมดลงบนหน้ากระดาษ A4 ได้อย่างครบถ้วนด้วย เนื่องจากเว็บไซต์บางประเภท เช่น เว็บไซต์ทางธุรกิจมีความจำเป็นต้องให้ผู้ใช้พิมพ์แบบฟอร์มเพื่อนำไปใช้งานหรือเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลทั่วไป และคาดว่าผู้ใช้จะพิมพ์ข้อมูลเหล่านั้นลงบนกระดาษ เพื่ออ่านในภายหลังหรือเก็บรวบรวมไว้ ขนาดที่นิยมมากที่สุดของ Internet Explorer ในขนาดหน้าจอที่นิยมที่สุดคือ 800 x 600 ผลปรากฏว่าพื้นที่สำหรับพิมพ์ที่เหมาะสมคือ 750 พิกเซล ดังนั้นการออกแบบที่ทำการส่งพิมพ์จึงควรกำหนดตารางที่เป็นโครงสร้างของหน้าให้กว้างเท่ากับ 750 พิกเซลหรือน้อยกว่าและต้องคำนึงอยู่เสมอว่ารูปกราฟิกทั้งหมดที่ใช้จะต้องมีขนาดไม่เกิน 750 พิกเซลเสมอ ควรออกแบบให้สะดวกต่อการพิมพ์ เพื่อที่จะนำไปอ่าน ผู้ใช้ส่วนใหญ่ชอบที่จะพิมพ์เนื้อหาในเว็บเพจมาอ่านภายหลัง หากเนื้อหานั้นมีความสำคัญหรือน่าสนใจ ดังนั้นจึงควรช่วยอำนวยความสะดวกในเรื่องนี้เช่นอาจจะออกแบบเป็น Icon รูปเครื่องพิมพ์ (Printer) เมื่อคลิกที่รูปก็สามารถพิมพ์หน้านั้นออกมาได้ทันทีและการออกแบบก็ควรออกแบบให้เนื้อหาต่างๆ สามารถบรรจุอยู่ในหน้ากระดาษ A4 ได้พอดี ก็จะช่วยอำนวยความสะดวกยิ่งขึ้น

3.3 เนวิเกชัน (Navigation)

ภัทรพร หุ่นรักวิทย์ (2547) เนวิเกชัน คือ เครื่องมือที่ใช้ในการนำไปสู่เรื่องต่างๆ ที่มีในเว็บไซต์ ว่าเป็นการนำเครื่องมือมาช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้เข้าสู่เรื่องต่างๆ ที่ต้องการ

ได้อย่างรวดเร็ว นั่นถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างหนึ่งสำหรับเว็บไซต์ นอกจากที่ทำให้ผู้ใช้สะดวกในการใช้แล้วยังทำให้ผู้ใช้ไม่ต้องเสียเวลากลับไปที่หน้าเริ่มต้นหรือหน้าที่เป็นสารบัญ

กล่าวถึงการใช้โครงสร้างเว็บเพจที่เหมาะสมว่าการใช้โครงสร้างของเว็บเพจที่เหมาะสมนั้นจะทำให้สามารถติดตามเนื้อหาและเชื่อมโยงไปยังหัวข้อหรือหน้าที่ต้องการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ในการนำเสนอเนื้อหานั้นควรจะนำเสนอด้วยข้อมูลทั่วไปก่อนแล้วจึงเชื่อมโยงต่อไปยังหน้าที่มีข้อมูลเพิ่มเติม ซึ่งข้อมูลในหน้าที่ผู้อ่านเชื่อมโยงมาจะเป็นการอธิบายรายละเอียดต่อจากหน้าก่อนหน้า การกระทำเช่นนี้ คล้ายดังเราเรียบเรียงเนื้อหาเป็นตอนๆ โดยที่ผู้ใช้สามารถเลือกอ่านรายละเอียดเองได้ การวางระบบเนวิเกชันอาจใช้แผนภาพเข้ามาประกอบการสร้าง Flowchart หรือ Storyboard เพื่อแสดงให้เห็นแนวทางและรูปแบบการเชื่อมโยงที่ชัดเจนขึ้น เป็นการแสดงขั้นตอนการใช้งานของเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นเพื่อแสดงส่วนหลักๆ และการทำงานของเว็บไซต์ โดยเริ่มจากโฮมเพจแล้วเคลื่อนไปยังส่วนต่างๆ ตามแนวทางของเนื้อหาจนไปถึงเป้าหมายที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม โดยที่ผู้ออกแบบต้องแน่ใจว่า ในแต่ละแนวทางผู้ชมจะได้รับข้อความที่เว็บไซต์ต้องการจะสื่อออกไปจริงระบบเนวิเกชันหรือระบบนำทาง เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะนำผู้ชมไปยัง ส่วนต่างๆ ของเว็บไซต์ได้ ดังนั้นจึงควรระลึกอยู่เสมอว่าไม่ว่าเว็บไซต์นั้นจะมีประโยชน์ขนาดไหน ถ้าผู้ชมไม่สามารถเข้าถึงสิ่งที่ต้องการได้ เว็บไซต์นั้นก็จะไม่มีความหมาย

กระบวนการสร้างระบบเนวิเกชันควรเริ่มต้นจากการพิจารณาแผนผังโครงสร้างเว็บไซต์ ร่วมกับแนวทางการเคลื่อนที่ภายในเว็บไซต์ที่มีอยู่ เพื่อให้ได้ระบบนำทางที่จะพาผู้ชมไปยังส่วนต่างๆ ของเว็บไซต์ ระบบเนวิเกชันสำหรับเว็บไซต์ขนาดใหญ่มักนิยมใช้หลายรูปแบบร่วมกัน เพื่อเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลให้มากขึ้นซึ่งผู้ออกแบบควรมีความเข้าใจและเลือกใช้อย่างเหมาะสมโดยไม่ให้หลากหลายหรือจำกัดเกินไป ซึ่งสามารถแบ่งระบบเนวิเกชันออกเป็น 4 รูปแบบดังนี้

1) ระบบเนวิเกชันแบบลำดับขั้น เป็นแบบพื้นฐานที่มักใช้กันในเว็บไซต์ แต่เนื่องจากข้อจำกัดในการเคลื่อนที่โดยเฉพาะในแนวตั้ง คือจากหน้าหลักไปยังหน้าย่อยถัดลงไปหรือย้อนกลับขึ้นมา ทำให้จำเป็นต้องอาศัยระบบเนวิเกชันแบบอื่นเพิ่มเติม

2) ระบบเนวิเกชันแบบโกลบอลหรือแบบตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์ เป็นระบบที่ช่วยเสริมข้อจำกัดของระบบเนวิเกชันแบบลำดับขั้น ทำให้สามารถเคลื่อนที่ทั้งแนวตั้งและแนวนอนได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดทั้งเว็บไซต์ โดยปกติแล้วระบบนี้จะใช้เพื่อลิงค์ไปยังส่วนหลักๆ ของเว็บไซต์ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของเนวิเกชันบาร์ที่วางไว้ด้านบนหรือด้านล่างสุดของเว็บเพจทุกหน้าก็ได้สำหรับหน้าโฮมเพจที่มีการออกแบบระบบเนวิเกชันที่พิเศษแตกต่างจากหน้าอื่นๆ ไม่จำเป็นต้องใช้ระบบนี้ แต่ในส่วนของหน้าอื่นๆ ทั้งหมดควรมีลิงค์กลับไปยังหน้าแรกหรือหน้าโฮมเพจ โดยนิยมสร้างลิงค์ที่โลโก้ของเว็บนั้นเพื่อนำผู้ชมกลับไปยังหน้าโฮมเพจจากผลการศึกษาความสะดวกของผู้ใช้พบว่าตำแหน่งที่ดีที่สุดสำหรับเนวิเกชันบาร์คือด้านบนสุดหรือล่างสุดของหน้าเว็บ ความแตกต่างระหว่างตำแหน่งด้าน

บนสุดและล่างสุดคือเนวิเกชันบาร์ที่อยู่ด้านบนสุดทำให้ผู้ชมมองเห็นได้ทันที โดยไม่ต้องเลื่อนหน้าจอ และยังช่วยชี้แนะให้ผู้ชมรู้ถึงข้อมูลส่วนต่างๆ ภายในเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็วทำให้สามารถไปยังส่วนที่ต้องการได้ทันทีส่วนเนวิเกชันบาร์ที่อยู่ล่างสุดนั้นผู้ชมจะเห็นเมื่ออ่านมาถึงตอนท้ายของหน้าเว็บ แล้วเท่านั้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสะดวกในกรณีที่หน้าเว็บนั้นยาวมากทำให้ผู้อ่านไม่ต้องย้อนกลับมาที่เนวิเกชันบาร์ด้านบนของหน้าเพื่อจะเข้าไปยังส่วนอื่นๆ ดังนั้นเนวิเกชันบาร์แบบโกลบอลจึงต้องมีอยู่ด้านบนของทุกๆ หน้า ส่วนด้านล่างจะมีหรือไม่ก็ได้ขึ้นอยู่กับความยาวของหน้า

3) ระบบเนวิเกชันเฉพาะส่วน เหมาะสำหรับเว็บไซต์ที่มีความซับซ้อนของการเชื่อมข้อมูลเพราะนอกจากใช้ระบบเนวิเกชันแบบโกลบอลแล้ว ยังอาจต้องใช้ระบบเนวิเกชันเฉพาะ

ส่วนเข้ามาช่วย เมื่อมีบางส่วนของเว็บไซต์ที่ต้องการระบบเนวิเกชันที่มีลักษณะเฉพาะตัว เช่น ว้อยย่อยของเนื้อหาที่อยู่ภายในส่วนหลักๆ ของเว็บไซต์

4) ระบบเนวิเกชันเฉพาะที่ เป็นเนวิเกชันที่สร้างขึ้นตามความจำเป็นของเนื้อหา เช่นลิงค์ของคำหรือข้อความที่น่าสนใจ ที่ฝังอยู่ในประโยคที่เชื่อมโยงไปยังรายละเอียดที่เกี่ยวกับคำนั้นเพิ่มเติม เนวิเกชันชนิดนี้เป็นการนำเสนอจุดที่น่าสนใจได้อย่างไม่ชัดเจนเกินไป เพื่อให้ผู้สนใจคลิกไปยังรายละเอียดนั้นได้และไม่รบกวนการอ่านของผู้ใช้ทั่วไปที่ไม่ต้องการข้อมูลละเอียด

นอกจากการใช้รูปแบบเนวิเกชันที่เหมาะสมแล้วควรคำนึงถึงคุณสมบัติดังนี้

1. เข้าใจง่าย
2. มีความสม่ำเสมอ
3. มีการตอบสนองต่อผู้ใช้
4. มีความพร้อมและเหมาะสมต่อการใช้งาน
5. นำเสนอหลายทางเลือก
6. มีขั้นตอนสั้นและประหยัดเวลา
7. มีรูปแบบที่สื่อความหมาย
8. มีคำอธิบายที่ชัดเจนเข้าใจง่าย
9. มีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์
10. สนับสนุนเป้าหมายและพฤติกรรมของผู้ใช้

3.4 สืบค้นเว็บไซต์

สื่อนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งในการออกแบบเว็บไซต์ การเลือกสีให้เข้ากับเนื้อหาของเว็บไซต์ จะทำให้เว็บไซต์มีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น และยังส่งผลอย่างมากกับความสวยงามของเว็บไซต์ ในความรู้สึกที่คนส่วนใหญ่มีต่อสีต่าง ๆ สีฟ้า ให้ความรู้สึกสงบ สุขุม สุภาพ สีเขียว

เป็นสีในวรรณะเย็น จะสร้างความรู้สึกระบาย สีสเหลือง เป็นสีแห่งความเบิกบาน ร่าเริง และ
เรียกถึงความสนใจ สีแดง เป็นสีที่สร้างความตื่นเต้น และกระตุ้นสมอง สีแดงปานกลางแสดงถึง
ความมีสุขภาพดี สีม่วง ให้ความรู้สึกรู้สึก มีเสน่ห์ น่าติดตาม สีส้ม ให้ความรู้สึกร้อน ความอบอุ่น ความ
สดใส มีชีวิตชีวา สีน้ำตาล ให้ความรู้สึกรอบอุ่น ได้พักผ่อน สีเทาให้ความรู้สึกรู้สึก เศร้า อาลัย ท้อแท้ สี
ขาว ให้ความรู้สึกรู้สึกอ่อนโยน บริสุทธิ์ สะอาด สดใส

ประโยชน์ของสีในรูปแบบต่างๆ มีดังนี้

1. สีสามารถชักนำสายตาของผู้ชมไปยังทุกบริเวณในเว็บเพจ ผู้ชมจะมีการ
เชื่อมโยงความรู้สึกรู้สึกกับบริเวณของสีในรูปแบบที่คาดหวังได้ ซึ่งการเลือกเฉดสีอย่างรอบคอบในเว็บเพจ
สามารถที่จะนำทางให้ผู้ชมติดตามเนื้อหาในบริเวณต่างๆ ตามที่เรากำหนดได้ วิธีนี้จะเป็นประโยชน์
อย่างมาก เมื่อต้องการให้ผู้ชมให้ความสนใจกับส่วนใดส่วนหนึ่งในเว็บไซต์เป็นพิเศษ เช่น ข้อมูลใหม่
โปรโมชั่นพิเศษ หรือบริเวณที่ไม่ค่อยได้รับความสนใจมาก่อน
2. สีช่วยเชื่อมโยงบริเวณที่ได้รับการออกแบบเข้าด้วยกันผู้ชมจะมีความรู้สึกรู้ว่า
บริเวณที่มีสีเดียวกันจะมีความสำคัญเท่ากัน วิธีการเชื่อมโยงแบบนี้จะช่วยจัดกลุ่มของข้อมูลที่มี
ความสัมพันธ์อย่างไม่เด่นชัดเข้าด้วยกันได้
3. สีสามารถนำไปใช้ในการแบ่งบริเวณต่างๆ ออกจากกัน ทำนองเดียวกับการ
เชื่อมโยงบริเวณที่มีสีเหมือนกันเข้าด้วยกัน แต่ขณะเดียวกันก็เป็นการแบ่งแยกบริเวณที่มีสีต่างกันออก
จากกัน
4. สีสามารถใช้ในการดึงดูดความสนใจของผู้ชมสายตาของผู้ชมมักจะมองไปยังสีที่
มีลักษณะเด่นหรือผิดปกติเสมอ การออกแบบเว็บไซต์ด้วยการใช้สีอย่างรอบคอบไม่เพียงแต่จะกระตุ้น
ความสนใจของผู้ชมเพียงเท่านั้นแต่ยังช่วยหนุนให้ผู้ชมอยู่ในเว็บไซต์ได้นานยิ่งขึ้น ส่วนเว็บไซต์ที่ใช้สี
ไม่เหมาะสมเป็นเสมือนทางขับไล่ผู้เยี่ยมชมให้ไปสู่อะไรก็ตามที่ออกแบดีกว่า
5. สีสามารถสร้างอารมณ์โดยรวมของเว็บเพจและยังกระตุ้นความรู้สึกตอบสนอง
จากผู้ชมได้ นอกเหนือจากความรู้สึกที่ได้รับจากสีตามหลักจิตวิทยาแล้วผู้ชมยังอาจมีอารมณ์
ความรู้สึกสัมพันธ์กับสีบางสีหรือบางกลุ่มเป็นพิเศษ
6. สีช่วยสร้างระเบียบให้กับข้อความต่างๆ เช่น การใช้สีแยกส่วนระหว่างหัวเรื่อง
กับตัวเรื่องหรือการสร้างการแตกต่างให้กับข้อความบางส่วน โดยใช้สีแดงสำหรับคำเตือนหรือใช้สี
เทาสำหรับสิ่งที่เป็นทางเลือก
7. นอกเหนือจากการใช้สีมาช่วยในการออกแบบแล้ว สียังสามารถส่งเสริม
เอกลักษณ์ขององค์กรนั้นๆ ได้ด้วยการใช้สีที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์กรมาเป็นโทนสีหลักของเว็บไซต์

3.5 ตัวอักษรบนเว็บไซต์

การใช้ตัวอักษรในการออกแบบเว็บเพจนั้นไม่มีทางเลือกให้ใช้มากนักอีกทั้งตัวอักษรในภาษาไทยจะมีให้เลือกใช้น้อย เพราะข้อจำกัดของตัวอักษรในเครื่องคอมพิวเตอร์ที่จะรับข้อมูลแต่ละเครื่องนั้นจะมีไม่เหมือนกัน อย่างไรก็ตามยังมีตัวอักษรที่จะสามารถใช้ได้ในทุกๆ เครื่อง ได้แก่ Browallia New และ Angsana UPC เนื่องจากเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่จะมีตัวอักษรชนิดนี้อยู่ ส่วนตัวอักษรภาษาอังกฤษได้แก่ Helvetica, CourierNew, Time New Roman ส่วนตัวอักษรที่ใช้ได้ทั้ง 2 ภาษาและมีความเป็นสากล ได้แก่ MS SansSerif, Microsoft Sans Serif ซึ่งการสร้างตัวอักษรนั้นควรมีลักษณะต่างๆ ดังนี้

- 1) ควรใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย สบายตา
- 2) ตัวอักษรมีขนาดที่เหมาะสมต่อการอ่าน
- 3) รูปแบบของตัวอักษรไม่ควรมีมากเกินไปเพราะจะทำให้ลายตา

3.6 ภาพบนเว็บไซต์

ภาพบนเว็บไซต์ หมายถึง ภาพที่ได้จากการสร้าง ดัดแปลง หรือภาพถ่าย ภาพวาด ลายเส้น ภาพระบายสี หรือตัวอักษรที่นำมาใช้ในเว็บเพจ สามารถเรียกได้ว่าการกราฟิกเช่นกัน ซึ่งการใช้กราฟิกบนเว็บนั้นทำได้ 3 แบบดังนี้

- 1) ภาพแทรก เป็นภาพที่แสดงบนเว็บไซต์ ซึ่งอาจแทรกอยู่ระหว่างบรรทัดข้อความ หรือจะเป็นปุ่มนำทาง โดยการใช้ภาพแทรกรันั้นอาจใช้เพื่อตกแต่งให้สวยงาม ใช้เชื่อมโยงเอกสารในเว็บไซด์เดียวกันหรือเชื่อมโยงไปยังเว็บไซด์อื่น ๆ
- 2) ภาพที่เข้าถึงด้วยการเชื่อมโยง ในกรณีที่ต้องการให้ปรากฏภาพที่มีรายละเอียดและขนาดความจุของแฟ้มมาก ซึ่งอาจทำให้การเข้าถึงข้อมูลใช้เวลานานดังนั้นอาจแนะนำเสนอภาพลักษณะเดียวกัน แต่มีรายละเอียดและขนาดภาพน้อยกว่าภาพจริงและสร้างเป็นจุดเชื่อมโยงเมื่อผู้ชมคลิกเพื่อให้ภาพจริงปรากฏขึ้นมา
- 3) ภาพกราฟิกพื้นหลัง เมื่อต้องการตกแต่งเว็บเพจให้ดูสวยงามอาจจะใช้กราฟิกเป็นพื้นหลังแทนที่จะเป็นสีพื้นแต่เพียงอย่างเดียว

การใช้ภาพบนเว็บไซด์นั้นอาจจะช่วยให้เว็บดูดีขึ้น แต่อาจจะมีผลทำให้การเข้าถึงหน้านั้นใช้เวลานาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขีดจำกัดของเครื่องคอมพิวเตอร์และบราวเซอร์ที่ใช้ ดังนั้นการเลือกใช้กราฟิกจะต้องมีการวางแผน และเลือกใช้ที่เหมาะสม โดยมีหลักดังนี้

- 1) ควรใช้ภาพเท่าที่จำเป็นในแต่ละเว็บเพจนั้น และควรมีความสวยงามอีกทั้งไม่รบกวนเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ
- 2) ควรใช้ภาพเท่าที่จำเป็นในแต่ละเว็บเพจนั้นๆ อาจจะใช้ 1 หรือ 2 ภาพต่อเว็บเพจก็เพียงพอแล้ว
- 3) ถ้าเป็นไปได้ควรจะทำเว็บเพจออกมาเป็น 2 แบบ แบบที่หนึ่งประกอบด้วย

ภาพและอีกแบบหนึ่งไม่มีภาพ ซึ่งวิธีการนี้จะทำให้ผู้ชมสามารถเลือกได้เพราะบางครั้งผู้ชมอาจไม่ต้องการดูภาพ เนื่องจากใช้เวลาในการเข้าถึงข้อมูลนานเกินความจำเป็น

4) การเลือกใช้รูปภาพประกอบเป็นการนำเอารูปภาพมาทำหน้าที่แทนคำบรรยายที่ต้องการ และควรใช้รูปภาพที่สามารถสื่อความหมายกับผู้ใช้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ การใช้รูปภาพเพื่อเป็นพื้นหลังไม่ควรเน้นสีสันที่ฉูดฉาดมากนักเพราะอาจจะไปลดความเด่นชัดของเนื้อหา

5) ควรใช้ภาพที่มีสีอ่อนๆ และไม่สว่างจนเกินไป ตัวอักษรที่นำมาใช้บนจอภาพก็เช่นเดียวกันควรเลือกขนาดที่อ่านง่าย ไม่มีสีสันและลวดลายมากเกินไปจนความจำเป็น อีกประการหนึ่งคือรูปภาพที่นำมาประกอบนั้น ไม่ควรมีขนาดใหญ่หรือมีจำนวนมากเกินไปเพราะอาจจะทำให้เนื้อหาของสาระของเว็บเพจนั้นถูกลดความสำคัญลง

6) ควรหลีกเลี่ยงการใช้ภาพที่มีขนาดใหญ่โดยไม่จำเป็น ภาพยังมีขนาดใหญ่เท่าใดก็ต้องเสียเวลาในการดาวน์โหลดเพิ่มมากขึ้นเท่านั้นในกรณีต้องใช้ภาพขนาดใหญ่อาจแก้ปัญหาโดยการใช้ภาพย่อ ให้ผู้ใช้คลิกที่ภาพย่อนั้นเพื่อเปิดไปยังเว็บเพจที่มีภาพใหญ่หากต้องการดูภาพนั้นจริงๆ หรืออาจจะแบ่งภาพ (Slice) ออกเป็น 2 – 4 ส่วน เพื่อช่วยให้การดาวน์โหลดภาพนั้นทำได้รวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรหลีกเลี่ยงการใช้ภาพกราฟิกที่มีลวดลายที่ซับซ้อนเป็นพื้นหลังเพราะอาจสร้างความลำบากในการอ่านเนื้อหาได้ง่าย

3.7 สื่อประสม

การพัฒนาอย่างต่อเนื่องของซอฟต์แวร์ที่ใช้สร้างเว็บเพจนอกจากจะทำให้ผู้สร้างสามารถบรรจุภาพต่าง ๆ ลงไปในเว็บเพจแล้ว ยังสามารถบรรจุสื่อประสม (Multimedia) ได้อีกด้วย ซึ่งจะทำให้เว็บเพจมีความสวยงามน่าสนใจและน่าติดตามมากขึ้น

3.7.1 แฟ้มเสียง (Audio File)

การใช้เสียงประกอบอาจทำให้เว็บเพจมีความน่าสนใจมากขึ้น อย่างไรก็ตามผู้ชมทุกคนไม่จำเป็นที่จะต้องฟังเสียงเสมอไป นอกจากนี้การใช้แฟ้มเสียงยังทำให้ความจุของข้อมูลมีปริมาณขึ้น ทำให้ต้องใช้เวลามากในการเข้าถึงข้อมูล ดังนั้นถ้าหากจะเลือกใช้แฟ้มเสียงประกอบควรพิจารณาถึงความจำเป็นให้ถี่ถ้วนก่อน แฟ้มเสียงที่ใช้กันโดยทั่วไปมี 3 ชนิด คือ Digitize Audio, Music Files และ Text to Speech

1) Digitize Audio เป็นรูปแบบของแฟ้มเสียงที่ทำงานโดยถูกแปลงจาก Analog ไปเป็น Digital เพื่อให้ใช้กับคอมพิวเตอร์ได้

2) Music Files เป็นรูปแบบของตัวโน้ตดนตรีที่เรียงสลับกัน เพื่อให้เล่นออกมาเป็นเสียงเพลง

3) Text to Speech เป็นเทคนิคในการแปลงข้อความ (Text File)

ควรหลีกเลี่ยงการใช้เสียงโดยไม่จำเป็นเพราะจะทำให้เสียเวลาในการดาวน์โหลดมากยิ่งขึ้นและยังอาจจะสร้างความรำคาญให้กับผู้ใช้ได้

3.7.2 แฟ้มวิดีโอ (Video Files)

Digital Video เป็นสิ่งที่ทำให้เว็บเพจมีความทันสมัยแปลกตายิ่งขึ้น โดยทั้งผู้ผลิตฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และผู้ใช้งานต่างให้ความสนใจและพัฒนาเทคโนโลยีในด้านนี้เป็นอย่างมาก เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับเว็บไซต์ แต่แฟ้มวิดีโอจะมีขนาดใหญ่มากดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการบีบอัดแฟ้มให้มีขนาดเล็กลงโดยผ่านกระบวนการที่เรียกว่า Codec (Compression Decompression) ซึ่งกระทำโดยผ่านซอฟต์แวร์ต่างๆ เช่น Cinepak (Compak Video) เป็นวิธีที่นิยมกันมากที่สุด คุณภาพรองลงมาได้แก่ Quicktime และ Video for Window(vfw) แต่เร็วกว่า CinePak ใช้ได้ใน Quicktime Version 2.0

การใช้วิดีโอในเว็บไซต์มีแนวโน้มจะมีการใช้กันมากขึ้นเหมือนกับในโทรทัศน์นอกแบบที่ต้องการใช้วิดีโอเป็นส่วนหนึ่งของการใช้สื่อประสมเพื่อให้ทั้งการปฏิสัมพันธ์การให้ข้อมูลเพื่อการศึกษา หรือให้ความบันเทิง การใช้เทคนิคทุกอย่างต้องมีความพอดีและสัมพันธ์ซึ่งกันและกันไม่มากเกินไปหรือน้อยไปอย่างใดอย่างหนึ่ง แม้ว่าข้อจำกัดของวิดีโอในเว็บไซต์นั้นจะเป็นสิ่งที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีอย่างมาก แต่อุปสรรคเหล่านี้จะมีโอกาสลดน้อยถอยลงไปได้ เนื่องจากความก้าวหน้าของการผลิตโปรแกรมและการพัฒนาการของเว็บ ซึ่งต้องการให้เป็นสื่อที่มีความเข้าใจแก่ผู้รับสารมากขึ้น ซึ่งวิดีโอที่มีความต่อเนื่องและมีความยาวพอสมควรนั้นต้องเป็นวิดีโอที่สั้นไหลไม่ติดขัด การเล่นวิดีโอของอาศัยกำลังของ CPU ที่เครื่องของผู้รับสารอย่างหนึ่ง กำลังของแบนด์วิดท์อีกอย่างหนึ่ง อีกประการหนึ่งที่สำคัญคือการผลิตวิดีโอนั้นต้องมีความสดใหม่อยู่เสมอ โดยอาจเปลี่ยนแปลงในทุกสัปดาห์ การเลือกใช้อำนาจในเว็บไซต์มีข้อควรพิจารณาคือจะให้ผู้รับสารดูวิดีโอในจอหลักของผู้รับสารเลย หรือจะทำการเชื่อมโยงไปสู่หน้าต่างใหม่หรืออะไรก็ตามที่จะทำให้ผู้รับสารสามารถควบคุมการเล่นวิดีโอได้ด้วยตนเอง อย่างไรก็ตามหากในเว็บไซต์มีวิดีโอควรแจ้งให้ผู้รับสารทราบถึงวิธีการและทางเลือกในการเปิดดูเวลาในการดาวน์โหลด Plug - in ที่ต้องใช้ในการดูวิดีโอนี้และสิ่งที่นักออกแบบต้องพิจารณาในการใช้วิดีโอคือ การตอบคำถามว่าวิดีโอนี้จะสร้างความสำเร็จให้กับเว็บไซต์ได้อย่างไร จะใช้อย่างไร จะมีความเหมาะสมหรือไม่ที่จะนำวิดีโอมาใช้ในเว็บไซต์นี้ และผู้รับสารจะรู้สึกคุ้มค่ากับการรอคอยเพื่อดูวิดีโอนี้หรือไม่

3.7.3 แฟ้มภาพเคลื่อนไหว (Animation files)

ภาพเคลื่อนไหวคือชุดลำดับของภาพนิ่ง เป็นการนำภาพนิ่งหลายๆ ภาพมาลำดับกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ปรากฏเป็นการเคลื่อนไหวบนแผ่นระนาบซึ่งก็คือ จอภาพ แผ่นกระดานและการมองเห็นภาพเหล่านี้เป็นภาพเคลื่อนไหวก็เพราะปรากฏการณ์ภาพติดตาหรือ Persistence of vision ปัจจุบันมีการนำคอมพิวเตอร์มาใช้เป็นเครื่องมือสร้างภาพเคลื่อนไหวโดย

การสร้างภาพกราฟิกทีละภาพหรือที่เรียกว่าเฟรม วัตถุแต่ละเฟรมมีการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรทีละน้อยเช่น ตำแหน่งวัตถุ ขนาด การหมุน การแปลงรูปร่าง สี เป็นต้น ดังนั้นการทำภาพเคลื่อนไหวจึงเริ่มจากสร้างภาพต้นแบบที่มีการเปลี่ยนแปลงของตัวแปร และควรจะเป็นภาพที่มีขนาดเท่ากัน เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่ดี ลักษณะของภาพเคลื่อนไหวที่ใช้ในปัจจุบันมีดังนี้

1) GIF Animation เป็นรูปแบบหนึ่งของภาพเคลื่อนไหว ซึ่งเริ่มต้นใช้ในการนำเสนอภาพผ่านเว็บเพจ ใช้หลักการสร้างเช่นเดียวกับการสร้างภาพเคลื่อนไหวปกติทั่วไป คือนำภาพนิ่งหลายๆ ภาพมาเรียงลำดับด้วยโปรแกรมเฉพาะ เช่น Animagic Gif, Microsoft Gif, Animator, Photo Impact Gif Animator หรือ Corel Xara ซึ่งช่วยให้การสร้างตัวอักษรเคลื่อนไหวแบบสามมิติกระทำได้อย่างสะดวก โดยที่เมื่อแฟ้มเหล่านี้ถูกเรียกใช้งานผ่านบราวเซอร์รูปภาพทั้งหมดที่เก็บไว้ จะถูกแสดงออกมาตามลำดับที่เรียงไว้ทำให้ได้ภาพ เหมือนกับเคลื่อนไหวอยู่

2) Macromedia Flash เป็นซอฟต์แวร์ที่ช่วยในการสร้างสื่อมัลติมีเดีย กราฟิกสำหรับงานออกแบบเว็บไซต์ของบริษัท Macromedia เจ้าแห่งผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ด้านมัลติมีเดีย และผลิตภัณฑ์สำหรับงานออกแบบเว็บไซต์เช่น Dreamweaver ผลงานที่พัฒนาด้วย Flash มีทั้งสื่อภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว สื่อมัลติมีเดีย ตลอดจนสื่อที่มีระบบโต้ตอบกับผู้ใช้ (Interactive Multimedia) ซึ่งเป็นสื่อที่มีขนาดเล็ก โหลดผ่านบราวเซอร์ได้รวดเร็ว มีความคมชัดสูงแม้ว่าจะถูกขยายขนาด เพราะเป็นซอฟต์แวร์ที่ทำงานแบบเวกเตอร์อิมเมจที่ทำให้การย่อขยายภาพทำได้สวยงาม ทั้งนี้สามารถนำเสนอได้ทั้งบนเว็บไซต์หรือผ่านโปรแกรม Flash Player หรือสร้างเป็น .exe เพื่อเรียกใช้งานได้ทันที นอกจากนี้ยังสามารถแปลงไฟล์ไปอยู่ในฟอร์แมตอื่นได้ด้วย เช่น Animation Gif, AVI, QuickTime การใช้ภาพเคลื่อนไหวในเว็บเพจควรใช้อย่างมีวัตถุประสงค์ ภาพเคลื่อนไหวอาจช่วยดึงดูดความสนใจให้กับผู้ใช้ได้แต่ควรใช้อย่างระมัดระวัง ไม่ควรให้มีมากจนเกินไป ควรพิจารณาว่าจะคุ้มค่ากับการเสียเวลาและผู้ใช้จะยอมรับหรือไม่ อย่างไรก็ตามการใช้แฟ้มข้อมูลประเภทเสียง ภาพวิดีโอและภาพเคลื่อนไหว ควรจะต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการนำเสนอด้วย เนื่องจากแฟ้มเหล่านี้มักจะมีขนาดใหญ่ ทำให้ต้องเสียเวลาในการดาวน์โหลดแต่ละครั้งอาจจะทำให้ผู้เข้ามาชมอดทนรอไม่ไหวและออกไปยังเว็บเพจอื่นแทนได้

สรุปได้ว่า เว็บไซต์สามารถเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสำหรับธุรกิจหนังสือพิมพ์ออนไลน์ การออกแบบเว็บไซต์ และโครงสร้างเว็บที่ดีจะช่วย ดึงดูดให้คนเข้ามาอ่านเว็บไซต์ ความเร็วของอินเทอร์เน็ตและระบบบนหน้าเว็บก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เว็บน่าสนใจ เว็บไซต์ข่าวควรมีทั้งข่าวและภาพที่น่าสนใจ เนื้อหาในเว็บไซต์ต้องถูกต้อง อ่านง่าย รวดเร็วต่อเหตุการณ์และเป็นประโยชน์ สืบบนเว็บไซต์จะแสดงความน่าเชื่อถือและความฉลาด ส่วนของเว็บไซต์จะนำไปใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์เรื่องการบริหารการผลิตหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ งานวิจัยนี้ต่อไป

4. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดบนเว็บไซต์

ในการทำเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จ และมีคนเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง การทำให้เว็บไซต์นั้นน่าสนใจ และน่าที่จะเข้ามาใช้บริการ จะต้องประกอบด้วย การทำเว็บไซต์ให้น่าสนใจ และการสร้างรายได้จากเว็บไซต์ ดังต่อไปนี้

4.1 การทำเว็บไซต์ให้น่าสนใจ การทำเว็บไซต์ให้มีความน่าสนใจและประสบความสำเร็จ ต้องอาศัยองค์ประกอบ 6 ส่วน ซึ่งจะประกอบไปด้วย C 6 ได้แก่ content community commerce Communication Customization Convenience (ภาวุธ พงษ์วิทยภานุ : 2547) มีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 Content ข้อมูล

C ตัวแรกคือ Content หรือ ข้อมูล ซึ่ง ข้อมูลถือเป็นส่วนสำคัญและเป็นหัวใจหลักอันดับหนึ่งของการที่จะ ทำให้เว็บไซต์น่าสนใจ โดยรูปแบบของข้อมูล (Content) ที่ให้บริการในเว็บไซต์มีหลายรูปแบบ เช่น ข้อมูลในรูปแบบตัวหนังสือ, รูปภาพ, เสียงเพลง, หนังสื VDO, ภาพเคลื่อนไหว (Flash Animation) และแอปพลิเคชัน เป็นต้น ซึ่งรูปแบบของข้อมูลแต่แบบก็ขึ้นอยู่กับ รูปแบบและประเภทของเว็บไซต์ที่ให้บริการ เช่น เว็บไซต์ที่ให้บริการข่าว ทั้งในรูปแบบตัวหนังสือ (Text) , ฟังข่าววิทยุทางอินเทอร์เน็ต (เสียง) หรือ ดูภาพข่าวเคลื่อนไหวได้ทันที (VDO) ซึ่งเป็นการผสมผสานของการให้บริการที่หลากหลายรูปแบบของข้อมูล

4.1.2 Community สังคม

สังคม หรือ Community คือ การรวมตัวของกลุ่มคนจำนวนหนึ่ง ที่อยู่ร่วมกันภายใต้สถานที่หนึ่ง โดยมีการพูดคุย หรือกิจกรรมร่วมกันภายในสถานที่แห่งนั้น แต่หากเราพูดถึงการเกิด Community ในโลกออนไลน์แล้ว เว็บไซต์ก็ถือเป็นบริการรูปแบบหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ และสร้างให้เกิด Community ได้ ซึ่งผู้ที่เข้ามาอยู่ใน Community ภายในเว็บไซต์ จะรู้สึกได้ว่า เว็บไซต์นั้นๆ จะเหมือนกับสังคมอีกสังคมหนึ่งของตัวเอง ที่สามารถเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ มีการพูดคุย ทำกิจกรรมต่างๆ กับคนอื่นๆ ในเว็บไซต์นั้นๆ ได้ ซึ่งทั้งหมดนี้จะก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ใช้บริการที่อยู่ใน Community ของเว็บไซต์ ซึ่งการมี Community ในเว็บไซต์จะช่วยทำให้เว็บไซต์ มีผู้เข้ามาใช้อย่างต่อเนื่อง มีข้อมูล (Content) ที่ มาจากผู้เข้ามาในในเว็บไซต์ ซึ่งถือเป็นข้อมูลที่เจ้าของเว็บไม่ต้องเป็นผู้ผลิต ทำให้ลดต้นทุนและเวลาในการหาข้อมูลมาใส่ในเว็บด้วย ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ จะเปลี่ยนแปลงไปตาม รูปแบบและกลุ่มคนที่เข้ามาอยู่ใน Community

ในการสร้างสังคมออนไลน์หรือคอมมูนิตี้ Community ให้เกิดขึ้นในเว็บไซต์ มีหลายรูปแบบในการนำมาใช้ได้ ดังต่อไปนี้

1) เว็บบอร์ด (Web Board)

เว็บบอร์ด ถือเป็นบริการหลักอันหนึ่งที่ใช้สร้าง Community ให้เกิดในเว็บไซด์ได้ เว็บบอร์ด อาจจะแบ่งเป็นห้อง ๆ เอาไว้ให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการสามารถเข้าไปพูดคุย หรือ สอบถามปัญหาต่าง ในเว็บบอร์ดนี้ได้ ซึ่งคุณสามารถนำเว็บบอร์ดมาติดตั้งที่เว็บไซด์คุณ หรือ อาจจะไปสมัครใช้บริการเว็บบอร์ดฟรี จากเว็บไซด์ที่ให้บริการ

2) ห้องสนทนา (Chat Room)

ห้องสนทนา เป็นบริการที่สามารถให้คนเข้าไปนั่งคุยกันแบบสดๆ (Real Time) กันได้เลย โดยมีการแบ่งเป็นห้อง ๆ ไว้ให้เข้าไปคุยตามห้องที่ต้องการได้ ซึ่งห้องแชทจะมีหลายรูปแบบ ทั้งเป็นแบบใช้เทคโนโลยี Java โปรแกรมมีประเภทต่างๆ ASP, PHP, Perl หรือการเชื่อมต่อ กับ IRC (Internet Relay Chat)

3) พิกโพสต์ (Pic Post)

เป็นบริการที่ นิยมในหมู่เว็บไซด์ของกลุ่มวัยรุ่น โดยเริ่มต้นมาจากเว็บสติ๊กเกอร์บอร์ด (sticker board) ซึ่ง เป็นบริการที่ให้ผู้ใช้งานสามารถนำรูปถ่ายสติ๊กเกอร์ หรือรูปภาพของตนมาลงโชว์ เพื่อให้คนทั่วๆ ไปสามารถเข้ามาชมร่วมโหวตได้ และมีการแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ต่างๆ เช่น สาวน่ารัก, หนุ่มหล่อ ซึ่งจะมีการแข่งขันกันโหวตเพื่อให้ตัวเองขึ้นไปถึง Top Ten ของหมวดนั้นๆ โดยตัวอย่างเว็บที่มีบริการประเภทนี้ เช่น www.Mthai.com

4) ไดอารี่ หรือ บล็อก (Diary or Blog)

เป็นบริการ ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถเขียนไดอารี่ บันทึกเรื่องราวของตัวเองไว้ผ่านเว็บไซด์ได้ ซึ่งเมื่อก่อนก็จะเรียกว่าเว็บไดอารี่ บางแห่งจะเรียกว่าบล็อก (Blog) ซึ่งบางคนจะเข้ามาเขียนไดอารี่ของตัวเองทุกวัน

5) ข่าว (News) และ กระดานสนทนา Web Board

เป็น การนำข่าวสาร โดยเลือกหัวข้อที่น่าสนใจ อัพเดท อินเทอร์เน็ตล่าสุดมานำเสนอผ่านหน้าเว็บไซด์ และภายในข่าวสาร นั้นๆ ผู้อ่านสามารถร่วมออกแสดงความคิดเห็น ของตนลงไปในการสนทนาได้ ซึ่งบริการรูปแบบนี้จะเป็นการผสมผสานกันระหว่างข้อมูลข่าว และกระดานสนทนา บริการส่งข่าวสาร ข้อมูลล่าสุด จากทางเว็บไซด์ส่งตรงไปยังผู้รับทางอีเมล เพื่อเป็นการเตือนหรือแจ้งให้ทราบถึงบริการใหม่ๆ หรือข้อมูลล่าสุดที่ทางเว็บไซด์ได้อัพเดทแก่สมาชิกหรือผู้ที่สนใจ ซึ่งบริการนี้จะช่วยดึงดูดให้ผู้ใช้งานกลับมาใช้เว็บอีกครั้ง

6. ลิงค์เว็บไซต์ Link Website

การลิงค์เว็บไซต์ เป็น การรวบรวมรายชื่อเว็บไซต์ที่น่าสนใจและแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถค้นหาเว็บไซต์ที่ต้องการ ได้อย่างง่ายๆ หรือบางครั้งก็จะมีคำอธิบายหรือบริการในเว็บไซด์นั้นๆ ด้วย

หากลองเปรียบเทียบเว็บไซต์ที่เป็นเว็บไซต์ ธรรมดาๆ ที่ไม่มีการสร้าง Community ภายในเว็บไซต์ กับอีกเว็บไซต์หนึ่ง ที่เป็นมีการสร้าง Community เอาไว้ภายในเว็บไซต์ด้วย จะเห็นได้ว่าเว็บไซต์ที่มีการสร้าง Community ในเว็บไซต์จะมีกลุ่มผู้ใช้บริการ นิยมกลับเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง มากกว่าเว็บไซต์ที่ไม่มี Community โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้เว็บไซต์ Community มักจะเข้าไปในเว็บไซต์นั้นๆ หลายครั้งต่อวัน หรือบางคนอาจจะเข้าไปในเว็บไซต์นั้นทุกวัน

4.1.3 Commerce การค้า

การทำการค้าขายผ่านเว็บไซต์ ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับเว็บไซต์ได้หลาย ๆ คนอาจจะคิดว่า ไม่ใช่เว็บ E-Commerce แต่เป็นเว็บแนวอื่นๆ หรือเว็บประเภทใดก็ตาม เช่นเว็บข้อมูล (Content) เว็บโปรแกรมมิ่ง เว็บ Community ก็สามารถทำ E-Commerce ได้ E-Commerce หรือการค้า อาจจะเป็นชิ้นส่วน (Module) ชิ้นหนึ่งที่สามารถนำไปเพิ่ม หรือเสริมให้กับเว็บไซต์ทุกประเภทได้ เพื่อทำให้เว็บไซต์ มีบริการ มีข้อมูล ที่หลากหลายให้กับผู้ใช้บริการภายในเว็บไซต์นั้น

4.1.4 Communication การสื่อสาร

คือ ช่องทางในการสื่อสารและติดต่อกับผู้ใช้บริการในเว็บไซต์ สิ่งที่มีอยู่ในเว็บไซต์ คือ ข้อมูล (Content) หรือ บริการ (Service) มีหลายช่องทางที่สามารถเลือกและ นำมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นช่องทางในการที่จะให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลในเว็บไซต์ได้ เพราะยังมีช่องทางในการสื่อสารกับผู้ใช้ได้มากเท่าไร ก็จะทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการในเว็บไซต์ มากขึ้นเท่านั้น ช่องทางที่สามารถนำมาใช้ร่วม (Integrated) กับเว็บไซต์ ได้ในการเข้าถึงและบริการผู้ใช้ในเว็บไซต์ ได้แก่ ทางโทรศัพท์มือถือ และโทรศัพท์บ้าน

1) โทรศัพท์มือถือ

ปัจจุบันจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ มีจำนวนมาก ซึ่งมากกว่าจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ดังนั้นการนำข้อมูลหรือบริการในเว็บไซต์สามารถไปออกผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือ เป็นช่องทางที่น่าสนใจ ซึ่งข้อดีของการให้บริการข้อมูลผ่านโทรศัพท์คือ ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลหรือบริการของเว็บไซต์ ได้ทุกที่ทุกเวลา ถึงแม้ไม่มีคอมพิวเตอร์ก็สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ได้ โดยรูปแบบของการให้บริการข้อมูลเว็บไซต์ผ่านโทรศัพท์มือถือ มีหลายรูปแบบได้แก่ บริการผ่าน WAP, SMS, PDA

(1) บริการผ่าน WAP (Wireless Application Protocol)

การให้บริการข้อมูลผ่าน WAP คือการให้บริการข้อมูลผ่านหน้าจอโทรศัพท์มือถือได้ทันที โดยสามารถดูได้ทั้งภาพและข้อความ แต่สำหรับรูปแบบของข้อมูลที่ผ่านโทรศัพท์มือถือผ่าน WAP นั้นจะ ต้องมีการจัดเตรียมข้อมูลให้มีขนาดพอเหมาะกับหน้าจอของมือถือที่มีขนาดเล็ก ได้ โดยหากเป็นโทรศัพท์มือถือที่รองรับ WAP 1.x (x คือ version) ก็ต้องเขียนข้อมูล

ให้เป็นภาษา wml (Wireless Markup Language) เสียก่อน แต่หากเป็นมือถือรุ่นใหม่ ๆ ที่รองรับ WAP 2.x ขึ้นไปก็สามารถเขียนด้วยภาษา xHTML (Extensible HTML) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับ HTML แต่จะมี Tag บางอย่างที่ตัดออกไป ซึ่งจะสามารถดูผ่านโทรศัพท์มือถือที่รองรับระบบนี้ได้ทันที ตัวอย่างเช่น คุณสามารถดู ThaiSecondhand.com ผ่านโทรศัพท์มือถือ ได้เพียงเข้าไปที่ wap.thai2hand.com เท่านั้นก็สามารถดูข้อมูลสินค้ามือสองนับแสนๆ รายการเหมือนในเว็บ ได้ผ่านมือถือได้ทันที ทุกที่ทุกเวลา

(2) บริการข้อมูลผ่าน SMS

การ ส่งข้อมูลผ่าน SMS ก็คือเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถนำมาเชื่อมต่อกับบริการหรือข้อมูล ในเว็บไซต์คุณได้ เช่นเว็บไซต์ SetTrade.com เปิดให้บริการเช็คข้อมูลหุ้นผ่าน SMS เพียงแค่คุณส่ง ชื่อหุ้นที่คุณต้องการทราบเข้าไปในระบบของ SetTrade ผ่าน SMS ทางระบบจะส่งข้อมูลหุ้นล่าสุดที่คุณต้องการ ทราบจากตลาด ส่งกลับไปยังโทรศัพท์มือถือคุณผ่าน SMS ทันที ซึ่งเป็นวิธีที่สะดวกอีกวิธีหนึ่ง แต่ SMS อาจจะติดข้อจำกัดในด้านขนาดของข้อมูลเพราะข้อมูลที่ส่งจะสามารถส่งได้แค่ เพียง 160 ตัวอักษรอังกฤษ หรือ 70 ตัวอักษรไทย เท่านั้น แต่คุณก็อาจสามารถนำระบบ WAP Push ซึ่งเป็นการนำ SMS เข้ามาผสมกับ WAP ซึ่งคุณสามารถส่ง SMS เป็น URL ของ WAP และเมื่อคน เปิด SMS อันนั้นระบบจะเปิดหน้า WAP ที่กำหนดมาอย่างอัตโนมัติ ทำให้สามารถนำเสนอข้อมูลได้มากขึ้น รวมถึงภาพและเสียงผ่าน WAP ได้อีกด้วย

(3) ทางพีดีเอ หรือ แท็บเล็ต (PDA , Tablet)

PDA กำลังเป็นอุปกรณ์พกพาที่หลายๆ คนเริ่มนิยมพกพากันมากขึ้น เพราะด้วยประสิทธิภาพในการ ทำงานที่เหมือนกับพกพาโน้ตบุ๊ก แต่มีขนาดเล็กกว่า และอีกทั้งยังสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้อีกด้วย ดังนั้นเว็บไซต์บางแห่งจึงได้มีการจัดทำหน้าเว็บไซต์สำหรับผู้ที่ใช้ PDA ให้สามารถเข้ามาดูข้อมูล ภายในเว็บไซต์ได้ โดยรูปแบบวิธีการทำก็เหมือนกับทำหน้าเว็บไซต์ปกติ แต่จะต้องปรับหน้าตามของเว็บไซต์ให้มีขนาดเล็กลง เพื่อให้เหมาะสมกับการดูผ่านหน้าจอ PDA เช่นเว็บไซต์ www.mobile-edition.com เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมเว็บไซต์ของไทยที่สามารถดูผ่าน PDA มากมาย

2) ทางโทรศัพท์บ้าน

สามารถใช้โทรศัพท์ธรรมดาเชื่อมต่อกับบริการของเว็บไซต์ได้ ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ www.ThaiSecondhand.com ได้เปิดให้บริการโฆษณาขายสินค้าผ่าน ทางโทรศัพท์ สามารถแจ้งประกาศขายสินค้าได้โดยไม่ต้องใช้อินเทอร์เน็ต เพราะหลังจาก โทรเข้าไปแล้ว จะมีระบบอัดเสียงความถี่สูงต้องการซื้อ-ขายสินค้าของลูกค้าเอาไว้ และหลังจากนั้นก็จะมีเจ้าหน้าที่มาฟังข้อมูลของลูกค้าที่โทรมา และค่อยใส่เข้าไปในเว็บไซต์ให้แทนลูกค้า ซึ่งทำให้ลูกค้าไม่จำเป็นต้องเข้ามาในอินเทอร์เน็ตเลยก็สามารถนำข้อมูลมาใส่ ไว้ในเว็บไซต์ได้เช่นกัน

4.1.5 Customization การปรับแต่ง

Customization คือ รูปแบบการให้บริการที่สามารถปรับแต่งการใช้งานให้มีความเหมาะสมกับ ผู้ใช้บริการภายในเว็บไซต์ เนื่องจากเว็บไซต์จะเป็นช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างจาก ช่องทางอื่นๆ โดยสามารถปรับแต่งรูปแบบของ ข้อมูลให้สามารถตรงกับความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างดี และยังสามารถเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้ได้ จากการเก็บข้อมูลของผู้ใช้ผ่านทางเว็บไซต์ โดยการใช้เว็บไซต์ปรับแต่งให้ตรงกับความต้องการของ ผู้ใช้สามารถปรับได้หลายรูปแบบ ได้แก่ การปรับแต่งข้อมูลเพื่อการบริการ (Service Customization) ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ข้อมูล และบริการต่างๆภายในเว็บไซต์ สามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างถูกต้อง และจงใจไปยังเฉพาะบุคคล เช่นบริการ "My" คุณจะเห็นได้ว่า เว็บไซต์หลายๆแห่งได้มีบริการ "My" ซึ่งเป็นบริการที่ให้ความเป็นส่วนตัวกับผู้ใช้ โดยข้อมูลที่นำมาเสนอ จะเป็นข้อมูลที่ตรงกับ ความต้องการของคุณเท่านั้น เช่น เว็บไซต์ยาฮู yahoo เว็บไซต์เอ็มเอสเอ็น (MSN.com) หรือ เว็บไซต์อีเบย์ ได้อย่างง่ายดาย คุณสามารถเลือก ประเภทของข้อมูลที่คุณต้องการนำเสนอในหน้าๆ นั้นเช่น คุณต้องการให้มีข่าวเฉพาะข่าวกีฬา มีการ์ตูน ราคาหุ้น และข้อมูลดาราดังบันเทิง คุณก็สามารถเลือกข้อมูลเหล่านี้ให้แสดงอยู่ในหน้าๆ นั้นของคุณได้อย่างง่ายดาย โดย my.MSN.com คุณสามารถลากและเลือก (Drag & Drop) ข้อมูลที่ต้องการให้มาอยู่ในหน้าของคุณ ก็สามารถทำได้ทันที และเมื่อคุณเข้ามาหน้านี้ภายหลัง ข้อมูลต่างๆ จะถูกเก็บไว้ตามที่คุณได้เลือกเอาไว้ เป็นการปรับแต่ง ข้อมูลในหน้าๆ นั้นซึ่งเป็นหน้าของคุณเพียงคนเดียว โดยมีข้อมูลต่าง ๆ ที่คุณต้องการ

4.1.6 Convenience สะดวกใช้งานง่าย

คือการ ออกแบบเว็บไซต์ให้สามารถใช้งานได้ อย่าง "ง่ายและสะดวก" (Web Usability) ซึ่ง การทำให้เว็บไซต์สามารถใช้งานได้ง่ายและสะดวก จะช่วยทำให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์ สามารถเข้าถึงข้อมูลหรือบริการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องและ ครบทุกส่วน ซึ่งจะทำให้เว็บไซต์ สามารถตอบสนองการใช้งานกับผู้ใช้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ สามารถใช้งานง่ายและสะดวก

4.2 การสร้างรายได้จากเว็บไซต์

โดยทั่วไป ส่วนมากข้อมูลบนเว็บไซต์จะให้บริการฟรี และผู้ให้บริการก็ยังคงต้องการให้ฟรีอยู่ต่อไปเช่นกัน นี่คือการท้าทายในโลกของอุตสาหกรรมสื่อออนไลน์ ซึ่งมีรูปแบบพื้นฐานของการสร้างรายได้ให้กับสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ทั่วไปส่วนใหญ่มีบริการต่างๆ มากมายหลายรูปแบบ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริการฟรี แต่สามารถปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมบริการบางอย่างภายในเว็บไซต์ เพื่อสร้างรายได้ให้กับเว็บไซต์ ได้อย่างง่ายๆ (ภาวูธ พงษ์วิทย์ภานุ (2547) โดยมีรูปแบบต่างๆ ดังนี้

4.2.1 การเก็บค่าสมาชิก (Member Fee)

การเก็บค่าสมาชิกถือเป็นวิธีหนึ่งที่สามารถเก็บได้จากผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในเว็บไซต์ โดยการเป็นสมาชิกจะสามารถได้สิทธิพิเศษเหนือกว่าคนทั่วไป หรือ เป็นบริการสำหรับสมาชิกเท่านั้น แต่สิ่งที่สมาชิกจะต้องมีความน่าสนใจพอที่ให้คนทั่วไปจะสมัครสมาชิก และจ่ายเงินให้กับเว็บไซต์ ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ www.BenzUser.com เป็นเว็บไซต์สำหรับคนรักรถเบนซ์ โดยสิทธิพิเศษสำหรับผู้สมัครสมาชิกจะสามารถเข้าชมเว็บบอร์ดของสมาชิก และสามารถปรึกษาสอบถามเรื่องรถเบนซ์ได้อย่างละเอียด มี Sticker ชื่อเว็บไซต์ไว้ติดรถ รับสิทธิ์ร่วมกิจกรรมของกลุ่ม Member ตลอดปี และได้รับส่วนลดการทำประกันภัยราคาพิเศษ

4.2.2 การให้บริการพิเศษที่ดีกว่าปกติ (Additional Service)

บางเว็บไซต์อาจจะมีบริการให้บริการปกติอยู่แล้ว สามารถเพิ่มบริการบางอย่างให้ดีกว่าเดิม และเก็บค่าบริการจากบริการพิเศษที่เพิ่มขึ้นมา เสียค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลดหรือหากต้องการข้อมูลหรือเนื้อหาที่ลึกกว่านั้น ซึ่งรูปแบบนี้ประสบความสำเร็จในเรื่องของการดาวน์โหลดเพลง จะทำให้ผู้ใช้บริการยินดีจ่ายกับสิ่งที่ดีขึ้นกว่าปกติ ยกตัวอย่าง เว็บไซต์ให้บริการฟรีเว็บบอร์ด ที่สามารถเปิดเว็บบอร์ดของคุณเองได้ทันที โดยสามารถสมัครใช้บริการได้ฟรี แต่สำหรับท่านที่ต้องการเว็บบอร์ดที่มีความสามารถนอกเหนือจากเว็บบอร์ดแบบฟรี สามารถสมัครเว็บบอร์ดแบบ VIP ซึ่งเว็บบอร์ดแบบ VIP จะมีความสามารถพิเศษเพิ่มจากเว็บบอร์ดแบบฟรี เว็บบอร์ดของคุณจะได้พื้นที่ในการเก็บรูปภาพมากขึ้น ไม่มีแบนเนอร์โฆษณาในเว็บบอร์ดของคุณ ซึ่งของฟรี จะมีโฆษณาแสดงอยู่ มีระบบ Backup เก็บข้อมูลภายในเว็บบอร์ดของคุณไว้ให้ตลอด นี่เป็นส่วนหนึ่งที่เว็บบอร์ดแบบ VIP ที่มีความแตกต่างจากเว็บบอร์ดแบบฟรี! ซึ่งมีหลายๆ คนให้ความสนใจสมัครใช้บริการสามารถสร้างรายได้จากการให้บริการพิเศษ ที่ดีกว่าปกติแก่ผู้ใช้บริการ นอกเหนือจากบริการฟรีที่มีอยู่ภายในเว็บไซต์ ซึ่งบริการฟรี เป็นเหมือนกับ สิ่งที่ทำให้ผู้ใช้ได้ลองใช้ หากลองแล้วชื่นชอบ ก็สามารถสมัครใช้บริการที่ดีกว่าได้ทันที สำหรับเทคนิคการตั้งราคาค่าบริการ อาจจะตั้งราคาที่ไม่แพงมาก เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผู้ที่จะมาใช้บริการของเว็บไซต์ หากราคาไม่แพงแต่จำนวนผู้ใช้บริการมาก (Volume) สามารถสร้างรายได้จากการให้บริการได้เช่นกัน

4.2.3 การให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน (Application Service)

บางครั้งเว็บไซต์ของคุณสามารถให้บริการเข้าใช้แอปพลิเคชันได้ โดยรูปแบบการให้บริการ จะเป็นการให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้ามาใช้บริการแอปพลิเคชันของคุณได้โดยผ่านอินเทอร์เน็ต โดยแอปพลิเคชันจะต้องเป็นรูปแบบของเว็บไซต์ (Web Base) โดยรูปแบบสามารถชำระค่าบริการเป็นรายเดือนไป โดยที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องลงทุนซื้อหรือพัฒนาแอปพลิเคชันทั้งหมดในราคาแพงๆ ไปลงที่บริษัท แต่เป็นการเข้าใช้แอปพลิเคชันในแต่ละเดือนๆ ไป ซึ่งค่าใช้จ่าย

ในการเข้าใช้จะถูกกว่าการลงทุนซื้อหรือพัฒนาเองทั้งหมด ซึ่งรูปแบบของแอปพลิเคชันที่นิยมให้บริการเข้าใช้ส่วนใหญ่ในตลาดมีหลายรูปแบบ เช่น ระบบ E-mail, ระบบ E-Commerce, ระบบ บัญชี, ระบบ ERP และ ระบบ CRM เป็นต้น ยกตัวอย่างเช่นระบบ E-Commerce ของเว็บไซต์ www.TARAD.com เป็นรูปแบบของบริการที่ให้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ E-Commerce สำเร็จรูปฟรี! โดยเว็บไซต์ฟรี และเสียเงิน โดยผู้ที่สนใจไม่จำเป็นต้องไปซื้อแอปพลิเคชันหรือเสียค่าใช้จ่ายในการพัฒนาแอปพลิเคชันให้เสียเวลาเพราะสามารถ เข้าใช้เป็นรายเดือน และสามารถเปิดบริการได้ทันที

4.2.4 การขอแรงสนับสนุนหรือบริจาค

การขอแรงสนับสนุนหรือความเห็นใจ จากผู้ให้บริการในเว็บไซต์ ซึ่งบางครั้งผู้ที่เข้ามาใช้บริการในเว็บไซต์ อาจจะได้ประโยชน์จากการใช้เว็บไซต์มากมาย และมีความต้องการที่จะช่วยเหลือเว็บไซต์นั้น แต่ความรู้สึกเหล่านั้นเก็บอยู่ภายในใจของผู้ให้บริการ และมีความพร้อมที่จะช่วยเหลือเว็บไซต์ ดังนั้นวิธีการ จนถึงการร่วมสนับสนุนเว็บไซต์ของคุณ โดยการแจ้งวิธีการสนับสนุน ซึ่งอาจจะเป็นการ ช่วยสนับสนุนโครงการด้วยเงิน หรือ สนับสนุนด้วยรูปแบบอื่นๆ อาจจะช่วยทำให้เว็บไซต์ สามารถมีรายได้หรือความช่วยเหลือจากผู้ให้บริการเว็บไซต์ ก็ได้

4.2.5 การขายแบนเนอร์โฆษณาบนเว็บไซต์ (Banner Advertisement)

เป็นการให้เข้าดูเนื้อหาฟรี และผู้ลงโฆษณาจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการลงแบนเนอร์บนเว็บไซต์ รูปแบบนี้ประสบความสำเร็จมากที่สุด

แบนเนอร์ (Banner) คือ แถบโฆษณาที่ปรากฏอยู่บน Web Page ทางเลือกใหม่ของการโฆษณาที่น่าสนใจ และได้รับความนิยมอยู่ในขณะนี้ คือการโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ ที่เรียกว่า การทำแบนเนอร์โฆษณา (Banner Ads) มีเว็บไซต์เป็นจำนวนมากที่เปิดให้มีการบริการเข้าพื้นที่ในการโฆษณาแบนเนอร์สินค้า ซึ่งมีราคาแตกต่างกันไปตามสัดส่วนและขนาดพื้นที่ของแบนเนอร์โฆษณา รวมถึง ความสำเร็จของเว็บไซต์นั้นๆ การทำธุรกิจแบนเนอร์โฆษณายังเป็นการเอื้ออำนวย ประโยชน์ต่อธุรกิจของทั้งเจ้าของเว็บไซต์และเจ้าของธุรกิจที่ต้องการเข้าพื้นที่โฆษณา สินค้าเป็นอย่างดี ทำให้เกิดการกระจายรายได้ของทั้งสองฝ่ายมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 200 ล้านคนใน 185 ประเทศ และมีแนวโน้มว่า จะมากขึ้นเรื่อยๆ ทุกปี ในขณะที่มีเว็บไซต์จำนวนมากกว่า 50 ล้านเว็บไซต์ทั่วโลก ทำให้บริษัทและธุรกิจทั้งเล็กและใหญ่มากมายหันมาให้ความสนใจและใช้การทำแบนเนอร์โฆษณาผ่านเว็บไซต์ในการนำเสนอสินค้าของตนเองเป็นจำนวนมากนอกจากนี้ เว็บไซต์ต่างๆ มี การจัดทำอยู่ในรูปแบบของ Multimedia ซึ่งสามารถตอบโต้กับผู้ใช้งานได้อย่างรวดเร็วทำให้

การโฆษณาด้วยวิธีนี้ได้รับความสนใจเป็นอย่างมากและเห็นผลตอบรับที่ค่อนข้าง รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (ศิวพร ลีลาวัฒนสุข, 2553)

ส่วนวิธีการเก็บเงินจากค่าบริการในรูปแบบต่างๆ สามารถใช้ระบบชำระเงินได้หลายรูปแบบ เช่น การโอนเงินผ่านธนาคารเข้ามาที่บัญชี แล้วแฟกซ์หรือ E-mail ใบสลิปเงินเพื่อยืนยัน, การใช้ธนาคัตติ หรือการชำระเงินรูปแบบล่าสุดคือระบบ Micro Payment ผ่านระบบโทรศัพท์บ้านหรือโทรศัพท์มือถือ การเลือกรูปแบบการสร้างรายได้จากการให้บริการผ่านเว็บไซต์ คงจะต้องดูความเหมาะสมของบริการที่นำมาใช้กับเว็บไซต์ว่า ตรงกับรูปแบบเว็บไซต์หรือ กลุ่มผู้ใช้บริการหรือไม่

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ผู้วิจัยพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่มักกล่าวถึงหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีฐานจากสิ่งพิมพ์เป็นหลัก งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำมาอธิบายและประยุกต์ใช้กับงานวิจัยครั้งนี้ได้ มีหลายงานวิจัยด้วยกัน โดยมีรายละเอียดงานวิจัย ดังนี้

เอกรัตน์ สารธรรม (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ผลกระทบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่อการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ในเครือบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และเครือบริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์กระดาษทั้งในส่วนของกองบรรณาธิการ นักข่าว เนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอ ยังไม่ได้รับผลกระทบจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เท่าใดนัก เนื่องจากการเกิดขึ้นของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ภายในองค์กรเป็นเพียงการเสริมช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารของหนังสือพิมพ์ไปสู่กลุ่มผู้อ่านให้กว้างมากขึ้น โดยที่กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์กระดาษ และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังไม่มีภาระงานกันอย่างชัดเจน กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์กระดาษยังคงมีการทำงานในรูปแบบที่เป็นอยู่เดิม

โดยได้กล่าวถึงสิ่งสำคัญที่ทำให้ต้องมีการปรับปรุงโครงสร้างขององค์กรคือ

1) สภาพแวดล้อม (Environment) ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคมสมัยใหม่ที่รู้ดหน้าอย่างรวดเร็ว ทำให้การวางแผนทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นสิ่งที่ปรับเข้ามาตามสภาพแวดล้อมแทนที่จะทำแต่หนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษ ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วทันเหตุการณ์

2) การขยายกิจการไปประกอบกิจการอื่น (Diversification) การขยายกิจการไปทำด้านอื่น ๆ โดยการให้เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานเดิมดูแล หรือจัดตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นมารับผิดชอบด้วย

3) เทคโนโลยี (Technology) ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้าน คอมพิวเตอร์ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องโครงสร้างขององค์การอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

4) การขยายตัว (Growth) การขยายตัวเป็นเหตุผลของการปรับโครงสร้างองค์การที่เกิดขึ้นบ่อย ๆ เมื่อองค์การขยายตัวมากขึ้น จำเป็นต้องมีการขยายบทบาทและขอบเขตการบริหาร

ส่วนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่เกิดขึ้นมา ก็เพียงดึงเนื้อหาข่าวที่นักข่าวกองบรรณาธิการทำเรียบร้อยแล้วมาจัดหน้าลงในเว็บไซต์ในรูปแบบที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไข แนวทางในการปรับตัวของหนังสือพิมพ์กระดาษในอนาคตนั้นจะต้องปรับตัวในทุก ๆ ส่วนของหนังสือพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาข่าว รูปแบบการนำเสนอ รูปแบบของการกระจายข่าวสาร ตลอดจนการใช้เว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นช่องทางในการหารายได้เสริมเข้ามาให้กับหนังสือพิมพ์กระดาษ

ส่วนกิตติพงศ์ ไทยเจริญ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง “การกำหนดนโยบายองค์กรและลักษณะการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต (www) ของสื่อมวลชนไทย” ผลการศึกษาพบว่า องค์กรสื่อมวลชนไทย ได้กำหนดนโยบายที่ให้ความสำคัญกับการรายงานข่าวสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งเริ่มทดลองแนวทางการสร้างรายได้จากการจัดทำอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะการขายพื้นที่โฆษณา หนังสือพิมพ์มีการใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลอย่างจริงจังและให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารมากกว่าการใช้ภาพ กราฟฟิก หรือใช้เทคโนโลยีมัลติมีเดีย โดยข่าวสารที่นำเสนอขึ้นเว็บไซต์ต้องได้รับการ update อยู่เสมอ ซึ่งหนังสือพิมพ์มีความพยายามจะออกแบบเว็บเพจให้มีความสวยงามมากขึ้นและคำนึงถึงความเร็วในการสืบค้นข้อมูล เน้นความสะดวกของผู้ใช้งานเป็นหลัก โดยลักษณะการรายงานข่าวและข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเนื้อหาจากสื่อหลักมาขึ้นสู่อินเทอร์เน็ต โดยไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้สอดคล้องกับคุณลักษณะการนำเสนอของอินเทอร์เน็ต แต่ในอนาคตลักษณะและรูปแบบการรายงานข่าวและข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต จะได้รับการพัฒนาให้มีลักษณะเฉพาะที่สอดคล้องกับสื่ออินเทอร์เน็ตและมีความสะดวกต่อผู้ใช้งานมากขึ้น เช่น การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตจะมีลักษณะเป็นเรียลไทม์ (Real Time) มากขึ้น คือมีการรายงานข่าวทันทีที่เกิดเหตุการณ์ขึ้น สำหรับทิศทางในอนาคต องค์กรสื่อมวลชนไทยมีแนวโน้มที่จะพัฒนาให้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลมากขึ้น โดยจะเป็นรูปแบบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการรายงานข่าวและข้อมูล

สันตติ ทองรินทร์ (2543) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง หนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทย แนวคิด การจัดทำ แนวโน้ม พบว่า หนังสือพิมพ์ออนไลน์กำลังพัฒนาตนเองอย่างก้าวกระโดด จากการพัฒนาการและแนวโน้มของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไปสู่ระยะที่มีการออกแบบเนื้อหาข่าวสารจากแหล่งข่าวเพื่อนำเสนอบนเว็บไซต์เฉพาะและใช้แหล่งข่าวใหม่โดยไม่ต้องพึ่งพิงแหล่งข่าวจากฉบับกระดาษ เนื้อหาข่าวที่สร้างใหม่จะมีเฉพาะบนเว็บไซต์เท่านั้นไม่มีบนหนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษ

ทางด้านกระบวนการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้น หนังสือพิมพ์ออนไลน์จะต้องให้อะไรแก่ผู้อ่านมากกว่าแค่นำเสนอข่าวสารผ่านหน้าจอไม่ว่าจะเป็นความเร็ว ยืดหยุ่น ไม่จำกัดพื้นที่ ทำให้การจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์เกิดความหลากหลาย เทคโนโลยีทำให้สามารถกระจายเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้มากขึ้น เป็นโอกาสที่ดีในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วให้กับประชาชนและเป็นอีกหนึ่งช่องทางเลือกของผู้บริโภคได้ การจัดโครงสร้างขององค์กรของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ นั้นหน่วยงานหรือองค์กรที่รับผิดชอบการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ยังคงเป็นส่วนหนึ่งของกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นหรือเป็นส่วนหนึ่งของศูนย์ข้อมูล แต่จะมีการแยกส่วนงานหนังสือพิมพ์ออนไลน์ออกมา แต่ยังมีการใช้ข้อมูลข่าวสารบางส่วนร่วมกัน เพื่อประหยัดต้นทุนและค่าใช้จ่าย ต่าง ๆ นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ฉบับออนไลน์ ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์และเป็นช่องทางธุรกิจอย่างหนึ่ง การเป็นช่องทางธุรกิจก็คือการได้ประโยชน์ในแง่ของสื่อโฆษณา ความรวดเร็วในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และ ส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร ความทันสมัยและความก้าวหน้า นับว่ามีทั้งจุดเด่น และจุดด้อยที่ส่งผลกระทบต่อสังคมได้

เกรียงไกร ทวีโชคกิจเจริญ (2543) ได้ศึกษาเรื่อง “แนวโน้มหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย” ในปี พ.ศ.2543 ผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่มาจากหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเล่ม และไม่มีการปรับเปลี่ยนเพื่อนำเสนอบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา การศึกษาสูง สนใจในเนื้อหาข่าวบันเทิง คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เศรษฐกิจ การเมือง และกีฬา ส่วนแนวโน้มหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีแนวโน้มที่จะมีการขยายตัวเข้าถึงกลุ่มคนในวงกว้างมากขึ้น เนื่องจากการเติบโตของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รวมทั้งมีการเพิ่มเติมเนื้อหาที่แตกต่างจากในฉบับกระดาษ และมีการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์ในการดึงดูดผู้บริโภคให้หันมาอ่านหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังต้องแข่งขันกับสื่อในรูปแบบออนไลน์ และสื่อที่มีอยู่เดิม โดยหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะต้องมีการปรับตัวในการแข่งขันโดยการสร้างข้อได้เปรียบเหนือสื่อในรูปแบบเดิมโดยการใช้ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการนำเสนอ เนื้อหาข่าวมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงคุณภาพและความน่าเชื่อถือของข่าวเป็นสำคัญเมื่อต้องแข่งขันกับสื่อในลักษณะออนไลน์

สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์ (2549) ทำการวิจัยเรื่อง สื่อออนไลน์ ช่องทางใหม่ในการรายงานข่าวของสื่อมวลชนไทย การวิจัยพบว่า การนำเสนอข่าวบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่นำเสนอบนเว็บไซต์โดยไม่มีการปรับเนื้อหา (หรืออาจมีเพียงเล็กน้อย) ในขณะที่หน่วยงานซึ่งรับผิดชอบการจัดทำข้อมูลข่าวสารบนออนไลน์ส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาด้านบุคลากรและงบประมาณที่ไม่เพียงพอ แต่สำหรับองค์กรสื่อมวลชนที่ได้มีการจัดตั้งหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จะมีการจัดทำเนื้อหาข้อมูลที่หลากหลายเพิ่มเติมนอกเหนือไปจากข้อมูลที่ปรากฏในสื่อหลัก ด้านแนวโน้มการ

รายงานข่าวผ่านสื่อออนไลน์นั้น จัดได้ว่าเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมาก เป็นผลเนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์ และการหลั่งไหลเข้ามาของเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งเพื่อตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่

ศุภนิธย์ วงศ์ทางสวัสดิ์ (2549) จากงานวิจัยเรื่อง “แนวนโยบาย การจัดวางระชาวสาร และการกำหนดรูปแบบเนื้อหาในการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์กับการใช้ ความต้องการและความพึงพอใจของผู้อ่าน” การวิจัยพบว่า ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาข่าวจากสื่อสิ่งพิมพ์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในทุกวันนี้ มี 2 รูปแบบ คือ 1) ใช้เนื้อหาข่าวเดิมจากสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นบนสื่อออนไลน์ 2) มีการเรียบเรียงข่าวใหม่บางส่วน ด้วยการปรับเปลี่ยน เพิ่ม หรือตัด คำ/ประโยค หรือ ตัดเนื้อหาข่าวทิ้งทั้งย่อหน้า การลำดับความสำคัญของข่าวจากสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า ข่าวนำของวันจากสื่อสิ่งพิมพ์ มีการบริการรายงานข่าวที่เกิดขึ้นในช่วงระหว่างวัน (Breaking News) โดยทีมข่าวของเว็บไซต์โดยเฉพาะ ยังมีผู้อ่านอีกกว่าครึ่งที่จะยังคงซื้อหนังสือพิมพ์สิ่งพิมพ์ต่อไป ถึงแม้ว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะมีเนื้อหาที่ครบถ้วนแล้วก็ตาม เพราะผู้อ่านเหล่านั้น ยังคงเป็นคนรุ่นเดิมผสมกับคนกลางแก่กลางใหม่ ซึ่งยังคุ้นเคยกับการซื้อหนังสือพิมพ์สิ่งพิมพ์มาอ่านอยู่ เพราะไม่ได้เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีเหมือนเช่นคนรุ่นใหม่ในปัจจุบัน และลักษณะเฉพาะของสื่อเองก็ตอบสนองการใช้งานที่แตกต่าง เทคโนโลยีกำลังพัฒนาอย่างรวดเร็ว จึงส่งผลดีให้กับการพัฒนาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในทุกๆด้าน ตามไปกัน เช่น สื่อออนไลน์อาจจะให้ข้อมูลที่สดใหม่ แต่ก็ไม่สามารถอ่านได้นานเพราะแสงสะท้อนจากจอคอมพิวเตอร์จะทำให้แสบตา ในด้านองค์กรหนังสือพิมพ์เองควรปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปและพัฒนาตัวเองตามความต้องการของผู้อ่านด้วย หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของไทยจึงจะสามารถเติบโตต่อไปบนลำแข้งของตัวเองได้อีกนานเท่านาน

ราตรี เงามาม (2553) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวโน้มหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ปี พ.ศ. 2560” พบว่า การบริหารหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านอย่างรวดเร็ว การบริหารจัดการสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์จะอาศัยแค่ความเร็วเพียงอย่างเดียวไม่ได้ แต่สิ่งที่องค์การในการบริหารจัดการควรคำนึงถึงคือ ความถูกต้องและความรับผิดชอบต่อสังคมในการนำเสนอข่าวนั้นว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม การใช้สื่อเป็นปัญหาที่ค่อนข้างรุนแรงต้องอาศัยความเร็วและความฉับไวในการแพร่ข้อมูลข่าวสารทั่วโลก การแก้ไขจำเป็นต้องมีกฎหมายควบคุม หนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังมีแนวโน้มที่จะถูกใช้เป็นช่องทางในการทำธุรกิจ พร้อมแสวงหารายได้ให้อยู่รอดในตลาดแข่งขัน ให้บรรลุจุดคุ้มทุน เป็นการขยายรูปแบบการนำเสนอข่าวสารเป็นสื่อเสริมด้านการตลาด สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร เปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้มีเวทีของตัวเองในการแสดงความคิดเห็น และมีแนวโน้มสูงในการทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความสมดุลให้แก่สังคมคอยสอดส่องดูแลผลประโยชน์ของสังคม การนำเสนอข่าวสารที่รวดเร็ว อาจผิดพลาดคลาดเคลื่อนส่งผลเสียหายเดือดร้อนกับผู้อื่น หมิ่นเหม่ต่อความผิดตาม

กฎหมายและการผิดทางจริยธรรม ความเร็วในการนำเสนอทำให้มีการคัดลอกข่าว การจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ก้าวข้ามรูปแบบเดิมๆ อยู่ที่ไหนก็ทำ งานได้ เกิดนักข่าวสายพันธุ์ใหม่ที่ไม่จำเป็นต้องเข้าสำนักงานก็ได้ มีการจัดทำข่าวโดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อน สิ่งสำคัญคือนักข่าวต้องเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ

พงษ์ศักดิ์ พิพิธพงศ์พัฒน์ (2546) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ธุรกิจข่าวออนไลน์” การศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการเว็บไซต์ข่าวออนไลน์จัดทำเว็บไซต์ขึ้นเพื่อลดต้นทุนค่าผลิตฉบับกระดาษ ส่วนใหญ่เห็นว่าจุดเด่นของอินเทอร์เน็ตที่สามารถนำเสนอข่าวสารได้รวดเร็วกว่าสื่อประเภทอื่น สามารถนำเสนอได้ภายใน 5 นาที หลังเกิดเหตุการณ์ ธุรกิจข่าวออนไลน์เน้นข่าวสาร ในลักษณะเรียลไทม์ นอกจากนี้ยังพยายามที่จะหารายได้จากโฆษณาบนเว็บไซต์แต่ไม่ได้รับความนิยมจากผู้ผลิตเท่าใดนัก ทำให้ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในภาวะขาดทุน ด้านปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจออนไลน์ พบว่า ได้แก้ปัญหาเรื่องตัวบุคลากร ต้องอาศัยความเข้าใจและเรียนรู้ของบุคลากร ผู้สื่อข่าวต้องมีประสบการณ์ นักข่าวส่วนมากทำงานได้ระยะหนึ่งก็ลาออกไปทำงานในสื่อประเภทอื่น

นรินทร์ นำเจริญ (2546) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “สื่อออนไลน์กับการนำเสนอข่าว” ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการนำเสนอข่าวในสื่อออนไลน์ ยังไม่มีรูปแบบแน่นอน เนื่องจากเป็นสื่อที่ยังมีการพัฒนาไม่หยุดนิ่ง สื่อแบบดั้งเดิมจะค่อนข้างตายตัวกว่า รูปแบบการนำเสนอข่าวยังมีลักษณะใกล้เคียงกับสื่อสิ่งพิมพ์ แต่จะเพิ่มคุณลักษณะพิเศษอื่น ๆ เข้ามา เช่น การเป็นสื่อเชิงโต้ตอบ (Interactive) การเป็นสื่อประสม (Multimedia) การเชื่อมโยงหลายมิติ (Hyperlink) เป็นต้น รูปแบบการนำเสนอของสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบันมีลักษณะสำคัญ 6 ประการ ดังนี้

- (1) การใช้ภาษาและโครงสร้าง
- (2) การเป็นสื่อประสม (Multimedia)
- (3) การเป็นสื่อเชิงโต้ตอบ (Interactive) ผู้อ่านไม่เพียงเป็นผู้รับสาร อย่างเดียว สามารถแสดงความคิดเห็นลงในข่าวเรื่องดังกล่าวได้ทันทีในกระดานข่าวของข่าวเรื่องนั้น
- (4) การเชื่อมโยงหลายมิติ (Hyperlink) สื่อออนไลน์ทุกสื่อจะมีการเชื่อมโยงหลายมิติ เนื่องจากสื่อออนไลน์ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเนื้อที่การนำเสนอมากเท่าสื่อกระดาษ สามารถนำเสนอรายละเอียดของเนื้อหาได้มากกว่า เช่น สามารถลงกฎหมายทั้งฉบับในสื่อก็ได้
- (5) การปรับปรุงข้อมูลใหม่ (Update) หนังสือพิมพ์ออนไลน์มีการนำเสนอข่าวด่วน Breaking News ในแทบทุกสื่อ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นข่าวสั้น จะบอกเฉพาะความคืบหน้าล่าสุด
- (6) การบริการค้นหาข้อมูล (Search) หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จะให้บริการสืบค้นข้อมูล โดยการบริการสืบค้นย้อนหลัง และการสืบค้นตามคำสำคัญ

ประจักษ์ เพิ่มทรัพย์ (2540) การปรับเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างมีแบบแผน เพื่อสนองตอบปัญหาความเสื่อมถอย และล่มสลายขององค์กร เนื่องจากองค์กรจะต้องดำเนินอยู่ภายใต้

สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ หากปล่อยให้องค์กรมีการเปลี่ยนแปลงโดยธรรมชาติตามสภาพสิ่งแวดล้อมโดยไม่มีการปรับตัวเพื่อการอยู่รอดแล้ว องค์กรย่อมเสื่อมถอยล่มสลายไปในที่สุด ดังนั้นโครงสร้างขององค์กรจึงจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงที่เหมาะสม ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์การของมนุษย์ (Theories of Human Organization) ได้อธิบายการรับ นวัตกรรมหนังสือพิมพ์ออนไลน์ดังต่อไปนี้

ปาโบล บ็อคซคาวสกี (Pablo Boczkowski , 2005) ได้ทำการศึกษาถึงสถานการณ์สื่อออนไลน์ที่จะเข้ามาแทนหนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษ ว่า หนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นสื่อสำคัญที่แสดงให้เห็นว่าสถานการณ์ของ การจัดตั้งขึ้นของสื่อออนไลน์ ซึ่งมีความสามารถด้านเทคนิคที่เหมาะสม ในขณะที่ หนังสือพิมพ์รายวันเป็นธุรกิจที่เคยร่ำรวยแต่กลับลดลงเรื่อย ๆ ในตอนท้ายของศตวรรษที่ยี่สิบหนังสือพิมพ์กระดาษมีกำไรสูงที่สุดในกลุ่มภาคอุตสาหกรรมทั้งหมด ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่มาจากโฆษณาของสื่อทั้งหมด ตัวชี้วัดของการลดลงทางเศรษฐกิจที่ก้าวหน้าของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์กระดาษ ได้แก่ ส่วนแบ่งตลาดเกี่ยวกับโฆษณาของ อุตสาหกรรมด้านการพิมพ์ และความยากลำบากในการดึงดูดและรักษาผู้อ่านที่มีอายุน้อยกว่าซึ่งเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ตัดสิน ตัวชี้วัดเหล่านี้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทางสังคมและเศรษฐกิจ ที่แนวโน้มมีผลกระทบต่อศักยภาพระยะยาวของกิจการหนังสือพิมพ์กระดาษ รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น เช่น หนังสือพิมพ์กระดาษมีค่าพาหนะในการจัดส่งที่เพิ่มขึ้น รวมทั้ง ค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ยังต้องเสียส่วนแบ่งการโฆษณาไปกับ สื่อภาพและเสียง และสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นเพราะการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโภคสื่อของคนรุ่นใหม่

ภัทรพร หุ่นรักวิทย์ (2547) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง “ออกแบบเว็บเพจสำหรับสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย” กล่าวว่า เว็บเพจเป็นสิ่งแรกๆ ที่ผู้ใช้จะได้เห็นขณะเปิดเข้าสู่เว็บไซต์และยังเป็นสิ่งแรกที่แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการออกแบบเว็บไซต์อีกด้วย โดยปกติแล้วเว็บเพจจะประกอบด้วยรูปภาพ ตัวอักษร สีพื้น ระบบเมนูและองค์ประกอบอื่นๆ ที่ช่วยสื่อความหมายของเนื้อหาและอำนวยความสะดวกในการใช้งาน การตัดสินใจเกี่ยวกับความยาวของเว็บเพจขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่นลักษณะเนื้อหาและการทำงานของเว็บไซต์ เว็บเพจที่ไม่ยาวนานจะทำให้ดูน่าอ่าน การใช้สีบนเว็บไซต์ว่าสีใดในเว็บไซต์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในการดึงดูดความสนใจของผู้ใช้เนื่องจากเป็นสิ่งที่มองเห็น

ธิดิมา พุฒตาล (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ (www.manager.co.th) ของผู้อ่านอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยพบว่า ผู้อ่านข่าวสารบนหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีทำงานบริษัทเอกชน เปิดรับข้อมูล

ข่าวสารที่บ้าน และที่ทำงาน คนส่วนใหญ่สนใจข่าวการเมือง และส่วนใหญ่เห็นว่าผู้จัดการออนไลน์ให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ มีการปรับข้อมูลให้ทันสมัยตลอด 24 ชั่วโมง

เกรก บิคเนล (Craig Bicknell , 2000) ศึกษาถึงข่าวออนไลน์ พบว่า คนอ่านข่าวรุ่นใหม่ไม่ได้ชอบ อ่านหนังสือพิมพ์โลกเก่าหรือหนังสือพิมพ์กระดาษ การศึกษาซึ่งใช้กล้องขนาดเล็กเพื่อติดตามวิธีที่ผู้อ่านข่าวออนไลน์ กล้องบนเว็บไซต์สแกนพบว่านักอ่านข่าวออนไลน์เน้นการอ่านข้อความก่อน โดย จะละเว้นภาพและกราฟิกทั้งหมด แต่จะกลับมาดูภาพและกราฟิกภายหลัง นักอ่านข่าวออนไลน์ส่วนใหญ่ชอบที่จะอ่านข่าวต้นชั่วโมง ของทุกวัน จำนวนนักอ่านข่าวออนไลน์ ที่จะเข้าไปคลิกป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 1 ของผู้อ่านข่าวทั้งหมด ผู้อ่านข่าวส่วนใหญ่ไม่ได้มองไปที่ภาพกราฟิกบนเว็บไซต์ การวิจัยนี้ พบว่าแบนเนอร์โฆษณาไม่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่านข่าวออนไลน์ นักอ่านข่าวออนไลน์มักจะเปลี่ยนจากเว็บไซต์ที่มีแต่ภาพกราฟิกและภาพโฆษณา ไปหาเว็บไซต์ที่เป็นข้อความหรือข่าวที่เขาคิดว่าเขียนได้ดีและน่าสนใจ เป็นไปได้ว่าข่าวออนไลน์อาจจะฆ่าหนังสือพิมพ์ เพราะนักอ่านข่าวออนไลน์ส่วนใหญ่ได้บอกยกเลิกการเป็นสมาชิกหนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษ

นันทวิช เหล่าวิเศษ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง สื่อออนไลน์กับอำนาจทางการเมืองพบว่า มีสื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเรื่องการเมืองเป็นจำนวนมาก สื่อออนไลน์จัดเป็นหนึ่งในสื่อหลักในทางการเมืองที่ทุกๆ กลุ่มทางการเมืองนิยมใช้กัน ลักษณะของสื่อออนไลน์ที่เป็นสื่อที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ ทำให้ทุกวันนี้จึงมีสื่อออนไลน์จำนวนมากที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ รวมถึงนัดหมายพบปะ เพื่อแสดงพลังทางด้านการเมือง โดยเป้าหมายหลักก็เพื่อมุ่งหวังที่จะสร้างทัศนคติที่ดีให้กับตนเองเพราะว่าเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อออนไลน์เหล่านี้ส่วนใหญ่ มักจะเป็นการเชิด ชูฝั่งตนเอง และโจมตีฝั่งตรงข้าม ซึ่งอาจทำให้ในปัจจุบันนี้เกิดความขัดแย้งของประชาชนในสังคม คนไทยมีความสุขลดลง เกิดมาจากความขัดแย้งกันทางความคิดด้านการเมือง ไม่อาจปฏิเสธได้ว่ามาจากสื่อออนไลน์ ซึ่งหากพิจารณาตามหลักการต่างๆ ปัจจัยที่มีแนวโน้มเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุดคือ รัฐบาล เนื่องจกนโยบายการเมืองและการผูกขาดการให้บริการอินเทอร์เน็ต ส่งผลต่อการเติบโตของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและหนังสือพิมพ์ออนไลน์

งานวิจัย ส่วนใหญ่ เกี่ยวข้องกับการปรับโครงสร้างองค์กรจากหนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษมาเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับออนไลน์ สถานการณ์สื่อออนไลน์ที่จะเข้ามาแทนหนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษ กระบวนการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เนื้อหาข่าวและรูปแบบในการนำเสนอข่าวบนเว็บไซต์ แนวโน้มหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ซึ่งจะนำมาอธิบายและประยุกต์ใช้ เพื่อตอบวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการบริหารองค์กร การบริหารการผลิต การบริหารรายได้ และปัจจัยความสำเร็จของการบริหารหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์