

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การบริหารหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) ได้แก่ ผู้บริหารและพนักงาน ของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ และโดยการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ www.manager.co.th มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารองค์กร การบริหารการผลิต และการบริหารรายได้ของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ รวมทั้งศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการบริหารหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ปรากฏผลการวิจัยดังต่อไปนี้

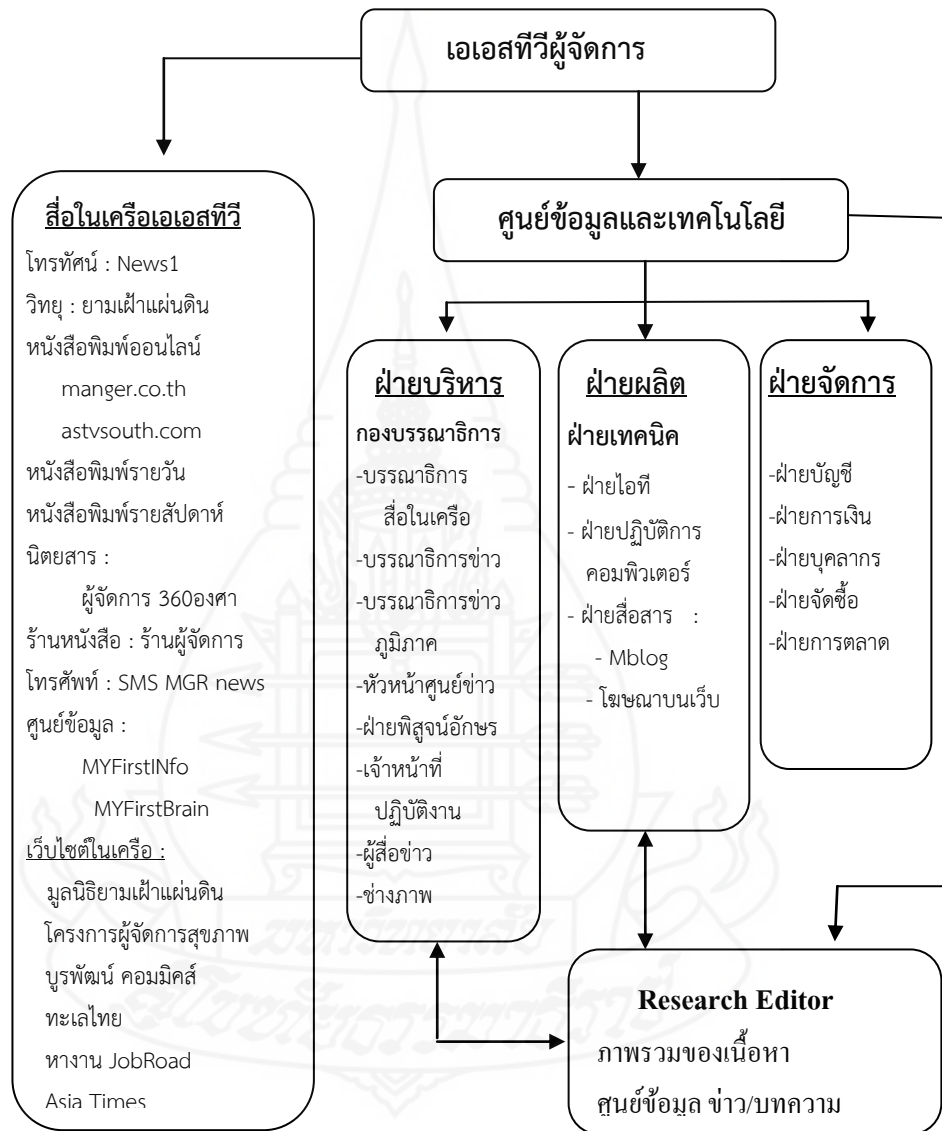
1. การบริหารองค์กรของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

การบริหารองค์กรของเว็บไซต์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ พบว่า แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้างองค์กร ด้านนโยบายการดำเนินงาน แผนการดำเนินงาน และการบริหารบุคลากรดังนี้

1.1 ด้านโครงสร้างองค์กร จากการศึกษาพบว่า โครงสร้างของผู้จัดการออนไลน์ มีหน่วยงานที่ดูแลการจัดทำผู้จัดการออนไลน์ อยู่ภายใต้ความดูแลของศูนย์ข้อมูลและเทคโนโลยี แบ่งเป็น 3 งาน ใหญ่ ๆ ได้แก่ ส่วนงานที่ดูแลด้านเนื้อหา งานด้านเทคนิค และรีเสิร์ช เอดิเตอร์ (Research Editor) มีการจัดโครงสร้างตามความรับผิดชอบของสายงานหลักเพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการ พนักงานฝ่ายปฏิบัติการ ไม่มีส่วนในการบริหารโครงสร้างองค์กร

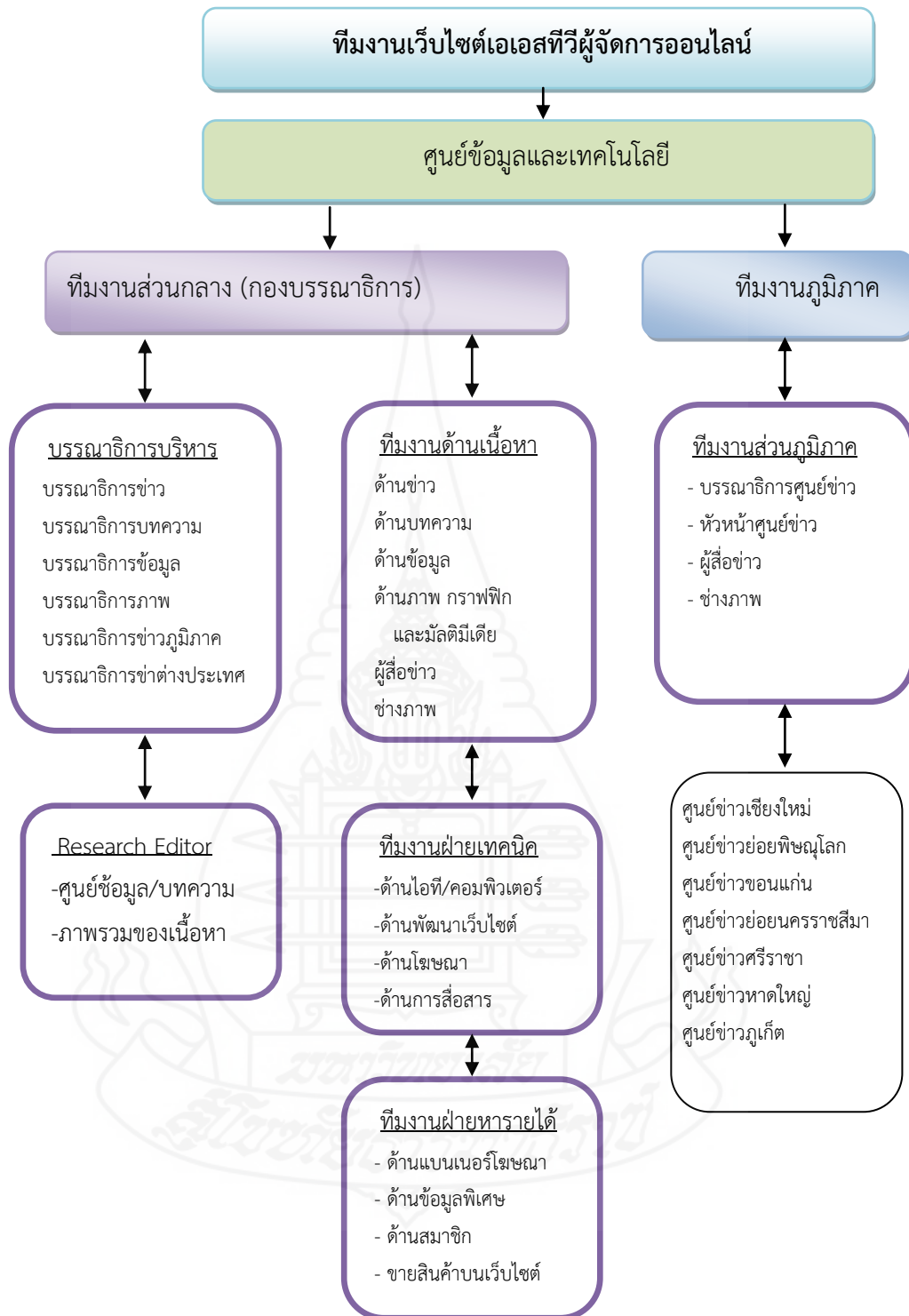
“โครงสร้างองค์กรของเรา ประกอบด้วย ศูนย์ข้อมูลและเทคโนโลยี ที่มีกองบรรณาธิการ ดูแลบริหารงาน ศูนย์ข่าวทั่วประเทศ ดูแลเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการและผู้สื่อข่าว ตลอดจนควบคุมการผลิต เน้นอนการทำเว็บไซต์ข่าวต้องใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง เรามีฝ่ายเทคนิค บริหารงานโดย เว็บมาสเตอร์ และทีมงานปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ผู้จัดการออนไลน์ยังมีฝ่าย Research Editor ทำหน้าที่ดูแลภาพรวมของการทำงานด้านเนื้อหาพร้อมกับบรรณาธิการบริหารข่าวออนไลน์ รวมทั้งค้นคว้าข้อมูลและข่าวจากแหล่งข่าวต่าง ๆ เพื่อนำมาเขียนข่าวและบทความด้วย” นรินทร์ เยาวภาว บรรณาธิการบริหารเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

“ทุกฝ่ายควรทำหน้าที่ของตัวเองที่ผู้บริหารได้มอบภาระงานให้เป็นอย่างดีที่สุด เรื่องโครงสร้างองค์กรเป็นหน้าที่ของฝ่ายบริหารซึ่งผู้สื่อข่าวและพนักงานฝ่ายปฏิบัติการไม่สามารถเข้าไปเกี่ยวข้องได้” (นางจันจิรา สิตบุศย์ หัวหน้าศูนย์ข่าวภาคใต้ หนังสือพิมพ์เอเชียทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)



ภาพที่ 4.1 ผังโครงสร้างองค์กรเอเชียทีวีผู้จัดการ

ที่มา : นิรันดร์ เขียวภาว (2553, 16 กรกฎาคม) บรรณาธิการบริหารเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเชียทีวีผู้จัดการออนไลน์ สัมภาษณ์โดย นันทิกร ไทยเจริญ) สำนักงานเอเชียทีวีผู้จัดการออนไลน์



ภาพที่ 4.2 ทีมงานเว็บไซต์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

ที่มา : นิรันดร์ เยาวภาว (2553, 16 กรกฎาคม) บรรณาธิการบริหารเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ สัมภาษณ์โดย นันทิกร ไทยเจริญ) สำนักงานเอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

1.2 ด้านนโยบายการดำเนินการ จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ได้ วางนโยบายในการบริหารองค์กรไว้ ดังนี้

- 1) บุคลากรสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และทีวีดาวเทียมเข้าด้วยกัน
- 2) ปรับโครงสร้างการทำงาน จัดการโครงสร้างการทำงานเพื่อประสิทธิภาพของพนักงานดีขึ้น มีการคล่องตัวในการทำงาน ลดงานที่ซ้ำซ้อน ลดต้นทุนการทำงาน
- 3) ใช้อินเทอร์เน็ตให้เป็นประโยชน์ จะต้องทำให้เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ให้เป็นเว็บไซต์ด้านข่าวสารที่มีชีวิต มีการ up date ข่าวตลอด ทันต่อเหตุการณ์ ใช้ศักยภาพของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตให้เป็นประโยชน์มากที่สุด รวมทั้งต้องรวดเร็ว และถูกต้อง

“ผู้จัดการมีการบูรณาการสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และทีวีดาวเทียมเข้าด้วยกัน ซึ่งจะทำให้การทำงานของบุคลากรมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีการคล่องตัวในการทำงาน และลดต้นทุนการดำเนินการ ลดงานที่ซ้ำซ้อน มีความคล่องตัวในการทำงาน” การปรับโครงสร้าง จะไม่ทำให้ชีวิตการทำงานเปลี่ยนไปจากเดิม กลับเป็นเรื่องที่ดี พนักงานที่นี้ เชื่อกันว่าในอนาคตการทำงานที่นี้จะดีขึ้น” (นายนิรันดร์ เยาวภาว บรรณาธิการบริหารเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

“ก้าวต่อไปของ เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ คือ การบูรณาการทุกอย่างมารวมกัน ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ข้ามผ่านโทรศัพท์มือถือ มัลติมีเดีย และเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภคข่าวสารโดยเฉพาะการนำเว็บไซต์ใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ โดยจุดยืนของเรายังคงชัดเจนในฐานะผู้ผลิตข่าวสารและเนื้อหาที่มีคุณภาพ มีความรวดเร็ว และน่าเชื่อถือ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุดจากข่าวของ เอเอสทีวีผู้จัดการ เราจะพัฒนาให้มีการนำมัลติมีเดียมาใส่ภายในเว็บมากขึ้น อาจมาในรูปแบบวิดีโอที่จะลิงก์กับเอเอสทีวีและในรูปแบบของเสียง ซึ่งจะทำให้มากขึ้น เพื่อให้เป็นสากลขณะเดียวกันก็จะเน้นสร้างเครือข่ายสังคมบนผู้จัดการออนไลน์อย่างจริงจัง” (นายวิรัช ลิ้มทองกุล ผู้อำนวยการเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

“การบูรณาการ สื่อออนไลน์ และทีวีดาวเทียมเข้าด้วยกันทำให้เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์เป็นสื่อที่ทันสมัยที่สุดในส่วนของการทำงาน ทำให้ชีวิตการทำงานง่ายขึ้น ในส่วนภูมิภาคเจ้าหน้าที่คนหนึ่งอาจเป็นทั้งผู้สื่อข่าว ช่างภาพ รีไรเตอร์และนำข่าวขึ้นสู่เว็บ พอเราส่งข่าวขึ้นออนไลน์ ข่าวเดียวกันก็สามารถใช้ได้ในส่วนของทีวีดาวเทียมได้เลย” (นายประเสริฐ เฟื่องฟู บรรณาธิการศูนย์ข่าวภาคใต้ หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

1.3 ด้านแผนการดำเนินงาน จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารมีแผนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ โดยให้ความสำคัญต่อวางแผนการดำเนินงานด้านการผลิต ทั้งก่อน ระหว่างและหลัง

การดำเนินงาน เพราะถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการทำงานหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยมีแผนการดำเนินงานดังนี้

1. เพิ่มอัตราผู้เข้าชม
2. เพิ่มศักยภาพด้านเทคโนโลยี
3. พัฒนาความสามารถให้บุคลากร

ส่วน ผู้จัดทำเว็บ และผู้สื่อข่าว เห็นว่าต้องปฏิบัติให้ได้ตามแผน งานจึงจะมีประสิทธิภาพ ข่าวมีคุณภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง ทันท่วงทีเหตุการณ์ ทั้งก่อน ระหว่างและหลังการดำเนินงาน ทำให้การทำงานของบุคลากรมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีการคล่องตัวในการทำงาน และลดต้นทุนการดำเนินการ ลดงานที่ซ้ำซ้อน มีความคล่องตัวในการทำงาน

“เรามองว่าสิ่งที่สำคัญในดำเนินงานคือ ต้องมีการวางแผน โดยเอเอสทีวีผู้จัดการได้ให้ความสำคัญตั้งแต่เริ่ม มีแผนก่อนการผลิต แผนระหว่างการผลิต และแผนหลังการผลิต เพื่อให้การบริโภคสื่อของคนไทยเป็นไปอย่างสมบูรณ์ รองรับไลฟ์สไตล์ของผู้อ่าน เว็บไซต์ของเรามีการพัฒนามา มาก เมื่อสิบปีก่อนมีคนเข้าวันละแค่ 2-3 พันคน แต่ปัจจุบันมีคนเข้าเฉลี่ย 3 ล้านเพจวิวต่อวัน ซึ่งแผนการดำเนินงานของเอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ คือ เพิ่มอัตราผู้เข้าชม คาดว่า จะสามารถเพิ่ม อัตราการเข้าชมได้ถึง 700-800 ล้านเพจวิวต่อปี เพิ่มศักยภาพด้านเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมา รองรับ และพัฒนาความสามารถบุคลากร โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ด้านไอทีที่สามารถประสานงานเพื่อ ปรับปรุงร่างหน้าตาเว็บ” (นายวิรัช ลิ้มทองกุล ผู้อำนวยการเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการ ออนไลน์ 2553)

“เว็บผู้จัดการซึ่งดำเนินการมานาน 10 ปีแล้ว ไม่ใช่ว่าทุก ๆ ปีจะมีผู้เข้าชมเท่า ๆ กัน ในอนาคตจำนวนคนที่เข้ามาดูจะมากขึ้นไปเรื่อย ๆ แบบทวีคูณ เพราะปริมาณคนใช้อินเทอร์เน็ตมีแต่ จะเพิ่มขึ้น การที่เว็บไซต์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์เดินทางมาถึงวันนี้ได้นั้น ส่วนหนึ่งมาจากเรื่อง ไลฟ์สไตล์ (Life Style) ผู้คนที่เปลี่ยนไป และอีกส่วนสำคัญก็คือคนทำงานเบื้องหลังซึ่งดูแลความเป็นไป ของเว็บ ถ้าองค์กรของเรามีแผนการทำงานที่ดีเราก็ต้องปฏิบัติให้ได้ตามแผน งานจึงจะมีประสิทธิภาพ การที่เรามีข่าวที่มีคุณภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง ทันท่วงทีเหตุการณ์ ก็มาจากการทำงานตามแผน ที่วางไว้ทำ ให้การทำงาน มีการคล่องตัว ลดต้นทุนการดำเนินการ และลดงานที่ซ้ำซ้อน”(นายเสนา สุทธิ เจ้าหน้าทีปฏิบัติงานเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2554)

“ผู้สื่อข่าวทำงานตามสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เมื่อมีข่าวเราก็ต้องไป ทำงานเหมือนไม่มีแผน แต่จริง ๆ เราก็มีแผนการดำเนินงาน คือ เราต้องมีการรายงานข่าวทุกวัน อย่างน้อย 1 ข่าว ถ้าไม่มีสถานการณ์ เราก็ออกไปสัมภาษณ์บุคคล หากเราทำงานได้ตามแผนที่ตั้งไว้ ก็ จะมีความชำนาญ งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีความมั่นคงในการทำงานด้วย ” (นางสาวฉัตรนภา จันทร์ชุม ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

1.4 ด้านการบริหารบุคลากร จากการศึกษาพบว่า ทีมงานของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์มีการแบ่งตามพื้นที่ทำงาน ทีมงานในส่วนกลางและทีมงานส่วนภูมิภาค ดังนี้

ทีมงานในส่วนกลาง แบ่งเป็น 2 ทีม ได้แก่

1) ทีมงานด้านเนื้อหาบนเว็บ ประกอบด้วย ทีมข่าว เขียนบทความ ทีมข้อมูล ทีมโฆษณา และ ทีมสื่อสารปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่าน เป็นบุคลากรที่ทำงานมานาน มีเงินเดือนสูง สามารถทำงานได้ทุกอย่าง ทั้งทำข่าว ไรต์ข่าว ถ่ายรูป ทำสกรีน กรองข่าว ตรวจอักษร พินงาน ประจำมีเงินเดือน สวัสดิการ และการอบรมความรู้ เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และการใช้อินเทอร์เน็ต แต่ผู้สื่อข่าวพิเศษ ไม่มีเงินเดือน

2) ทีมงานฝ่ายเทคนิค มีบุคลากรประมาณ 10 คน ทำงานที่ส่วนกลาง แบ่งหน้าที่กันทั้งการนำข่าวขึ้นเว็บ นำข่าวขึ้นโปรแกรมนำข่าวดู อ่านและกลั่นกรองความคิดเห็นข่าว และตัดต่ออยู่รูปประกอบข่าวเพื่อขึ้นเว็บ มีทีมข่าวด้านต่าง ๆ ครอบคลุมหลายสาขา

ทีมงานในภูมิภาค มี 4 ภาค ได้แก่

ภาคเหนือ ศูนย์ข่าวเชียงใหม่ ศูนย์ข่าวอุ้งย้อยพิษณุโลก

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ศูนย์ข่าวนครราชสีมา และศูนย์ข่าวขอนแก่น

ภาคใต้ ศูนย์ข่าวภูเก็ต และศูนย์ข่าวหาดใหญ่

ภาคตะวันออก ศูนย์ข่าวภาคตะวันออก ศูนย์ข่าวศรีราชา

“ทีมงานข่าวของผู้จัดการฉบับกระดาษและฉบับออนไลน์ เป็นทีมข่าวเดียวกัน โดยมีบรรณาธิการทำหน้าที่คัดเลือกข่าวที่เหมาะสม นอกจากนี้มีหน้าที่หาข่าวในแต่ละศูนย์ข่าวมี คนทำงานประมาณ 4-5 คน ซึ่งเป็นคนที่ทำงานกันมานาน บางคนมีตำแหน่งเป็นนักข่าวของฉบับ กระดาษ อยู่กันมานาน สามารถทำได้ทุกอย่าง ทั้งทำข่าว ไรต์ข่าว ถ่ายรูป ทำสกรีน กรองข่าว ตรวจ อักษร ปัจจุบันเว็บมาสเตอร์ต้องทำงานหนักมากขึ้น โดยต้องจับประเด็นเขียนขึ้นเว็บด้วยตนเอง โดยใช้ประสบการณ์ การทำงานด้านข่าวให้เป็นประโยชน์ นอกเหนือจากการถอดเทปคำต่อคำที่เป็นหน้าที่ ของผู้ช่วยเว็บมาสเตอร์” (นายนิรันดร์ เยาวภาว บรรณาธิการบริหารเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวี ผู้จัดการออนไลน์ 2553)

“ศูนย์ข่าวจะมีหน้าที่ทำข่าว และรับข่าวในภูมิภาคของตนเอง ยกตัวอย่างเช่น ศูนย์ ข่าวภูเก็ต ทำข่าวในภาคใต้ มีนักข่าวพิเศษอยู่ 6 จังหวัด ภูเก็ต กระบี่ ตรัง พังงา สุราษฎร์ธานี และ ชุมพร เรียกว่า สติงเกอร์ จะออกไปทำข่าว เขียนข่าว ถ่ายรูปส่งมาให้ศูนย์ข่าวที่ใกล้จังหวัดของตัวเอง ทางศูนย์ข่าวภูเก็ต มีหน้าที่ไรต์ข่าว ปรับรูปภาพ กรองข่าว และส่งเข้ากะทะข่าว เพื่อให้หัวหน้าข่าว อ่านอีกครั้งหนึ่ง แต่ละศูนย์ข่าวจะมีคนทำงานไม่มาก ไม่เกิน 5 คน ส่วนสติงเกอร์ ในแต่ละจังหวัดจะ มีอยู่ 1-2 คน บางคนเป็นผู้สื่อข่าวท้องถิ่นในจังหวัดนั้น ๆ ด้วย” (นางจันจิรา สิตบุศย์ หัวหน้าศูนย์ข่าว ภูเก็ต หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

“ทีมงานได้รับทั้งเงินเดือน สวัสดิการ และการอบรมความรู้ เป็นระยะ ส่วนผู้สื่อข่าวในภูมิภาค จะเป็นผู้สื่อข่าวพิเศษ ไม่มีเงินเดือน จะส่งข่าวให้ศูนย์ข่าว และผู้สื่อข่าวและพนักงานประจำจะได้รับเงินเดือน เริ่มแรกตามวุฒิ ต่อมาก็ปรับเปลี่ยนเรื่อย ๆ และส่วนมากยังคงทำงานกันมานานนับสิบปี ปัจจุบันยังทำอยู่ ทำให้ขณะนี้พนักงานส่วนใหญ่มีเงินเดือนค่อนข้างสูง ส่วนการอบรมความรู้ ส่วนมากจะเป็นการอบรมเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ การใช้อินเทอร์เน็ต หรือระบบอินเทอร์เน็ตภายในสำนักงานผู้จัดการออนไลน์ และการอบรมการถ่ายภาพ” (นางสาวฉัตรนา จันทรขุม ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

ทีมงานศูนย์ข่าวภาคใต้

(นางจันจิรา สิตบุศย์ : 2553) ทีมงานศูนย์ข่าวภาคใต้ ได้แก่ศูนย์ข่าวหาดใหญ่ และศูนย์ข่าวภูเก็ต เป็นศูนย์นำร่องของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ในการ ระบบการนำข่าวขึ้นเว็บไซต์ ได้เอง โดยไม่ต้องส่งข่าวให้บรรณาธิการโต๊ะข่าวภูมิภาคตรวจสอบก่อนการนำขึ้นเว็บ โดยดำเนินการดังนี้

- 1) ผู้สื่อข่าว ไปทำข่าว เขียนข่าว พิมพ์ข่าว เลือกรูป ปรับรูปให้ได้ขนาด ดาวนั้โหลดรูปและข้อความ ไว้ที่กระทะข่าว
- 2) จะมีการจัดเวรกันเป็นผู้รับผิดชอบ ทำหน้าที่เป็นหัวหน้าเวรนำข่าวขึ้นเว็บ ผู้รับผิดชอบหัวหน้าเวร จะทำหน้าที่ ตรวจสอบคำผิด คิดพาดหัว และโปรยหัว จัดรูปแบบข้อความข่าวตามแบบต่าง ๆ ที่มีอยู่ในแพทเทิร์น หากมีคำที่สงสัยจะโทรไปถามฝ่ายพิสูจน์อักษรที่ฝ่ายบรรณาธิการกรุงเทพฯ และนำข่าวขึ้นเว็บได้ โดยไม่ต้องส่งไปให้บรรณาธิการข่าวภูมิภาคที่กรุงเทพฯ ตรวจสอบ
- 3) ศูนย์ข่าวภูเก็ตและหาดใหญ่ มีเจ้าหน้าที่ประจำ ศูนย์ละ 5 คน รวมเป็น 10 คน ผลัดกันทำหน้าที่เป็นหัวหน้ารับผิดชอบ ในหนึ่งวัน มีเวรทำงานเผ้าข่าว 2 ผลัด เข้า 8.30 น – 15.00 น. และเย็น 15.00 น. – 21.00 น. ทุกวัน ไม่เว้นวันหยุด
- 4) ศูนย์ภาคใต้ เป็นศูนย์นำร่อง เนื่องจาก
 - บุคลากรในศูนย์ภาคใต้มีความพร้อมในเรื่องการเรียนรู้ด้านอินเทอร์เน็ต และคอมพิวเตอร์ มีโทรศัพท์มือถือพร้อมใช้งาน
 - บุคลากรมีศักยภาพในการเรียนรู้การใช้งานอินเทอร์เน็ต และเทมเพลตที่ออกแบบใหม่ ได้อย่างรวดเร็ว
 - ภาครัฐและเครือข่ายการสื่อสารภาคเอกชนส่งเสริมให้พื้นที่จังหวัดภูเก็ต และหาดใหญ่ เป็นพื้นที่ ที่มีความพร้อมในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และ ICT รองรับความเป็นเมืองท่องเที่ยว ทำให้ศูนย์ภาคใต้ของเอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ มีความพร้อมในการใช้อินเทอร์เน็ตและเครือข่ายด้าน ICT สูง

2. การบริหารการผลิตหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

ในการบริหารการผลิตหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาระบวนการจัดทำข่าว รูปแบบในการนำเสนอบนเว็บไซต์ และการลงโฆษณาบนเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ พบว่า

2.1 ด้านกระบวนการจัดทำข่าว พบว่า หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดทำข่าว ใน 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการวางแผนการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต มีผลดังต่อไปนี้

2.1.1 ขั้นตอนการวางแผนการผลิต พบว่า เป็นการควบคุมการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพทั้งด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ และบุคลากร โดยมีการใช้โปรแกรมพิเศษให้ผู้ปฏิบัติงานและนักข่าวทั่วทุกภูมิภาคได้ใช้งานในแนวทางเดียวกันและนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์มาใช้เพื่อรองรับการเติบโตของจำนวนผู้ชมเว็บไซต์ในอนาคต รวมทั้งมีการเตรียมความพร้อมให้พนักงานมีความสามารถด้านการข่าว การถ่ายภาพ และเทคโนโลยีออนไลน์

“หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ให้ความสำคัญต่อการวางแผนการผลิต เป็นที่ทราบดีว่าการวางแผนที่ดีจะเป็นการควบคุมการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ เราจะมีการควบคุมการปฏิบัติงานทั้งด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องมือเกี่ยวกับไอที คอมพิวเตอร์ ระบบอินเทอร์เน็ต หรือแม้แต่กล้องถ่ายรูป นอกจากนี้ ในวางแผนการผลิตของผู้จัดการเรายังมีการวางแผนควบคุมการปฏิบัติงานของบุคลากร โดยมีการใช้โปรแกรมพิเศษเพื่อให้บุคลากรผู้ปฏิบัติงานของเราทั้งหมดไม่ว่าจะส่วนกลางหรือส่วนภูมิภาคได้ใช้งานกันในแบบเดียวกันเราใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์มารองรับการเติบโตของจำนวนผู้ชมเว็บไซต์ในอนาคต ในเรื่องบุคลากร เรายังมีฝึกอบรมความรู้ให้พนักงานเพื่อเตรียมความพร้อมให้พนักงานของเรามีความสามารถทั้ง ด้านการเขียนข่าว การถ่ายภาพ และการใช้อินเทอร์เน็ตหรือเทคโนโลยีต่าง ๆ เกี่ยวกับโลกออนไลน์ด้วย” (นายนิรันดร์ เยาวภาวี บรรณาธิการบริหารเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

2.1.2 ขั้นตอนการผลิต พบว่า มีขั้นตอนเกี่ยวกับการจัดทำข่าวบนเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ได้แก่ ขั้นตอนการนำข้อมูลจากแหล่งข่าวมาใช้ ขั้นตอนการคัดเลือกข่าว ขั้นตอนการเขียนข่าว ขั้นตอนการคัดเลือกรูปภาพ และขั้นตอนการนำข่าวขึ้นเว็บไซต์

1) การนำข้อมูลจากแหล่งข่าว แหล่งข่าวบนเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์เป็นแหล่งข่าวเดียวกันกับฉบับกระดาษ แต่ไม่ได้นำเนื้อหาจากฉบับกระดาษมาเสนอทั้งหมด มีข่าวทั้งแบบที่ได้จากแหล่งข่าวและข่าวที่นำเสนอข่าวจากบุคลากรจากฝ่าย รีเสิร์ช เอดิเตอร์ (Research Editor) โดยมีหน้าที่ค้นคว้าหาข้อมูลขึ้นมาเขียนข่าวหรือคอลัมน์เอง

- แหล่งข่าว
- นักข่าวทำข่าวใหม่ ส่งเข้าสู่ศูนย์ข้อมูลฯ
- บุคลากรจากกรีเสิร์ช เอดิเตอร์ หาข้อมูล จากการสรุปข่าวจากข่าว

ต่างประเทศแปลเป็นภาษาไทย แหล่งข่าวภาษาไทยแปลเป็นภาษาอังกฤษ

2) การคัดเลือกข่าว มักให้ความสำคัญกับข่าวที่มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนมาก โดยข่าวหน้าหนึ่งในฉบับกระดาษส่วนมากจะได้ลงในเว็บไซต์ มีการคัดเลือกข่าว สรุปข่าวและแปลจากหนังสือพิมพ์หรือแหล่งข่าวต่างประเทศ ซึ่งข่าวที่จะเลือกมาลงส่วนมากมีความสัมพันธ์ มีความเกี่ยวข้องกับผู้อ่าน ในแต่ละวันจะมีข่าวเข้ามาอย่างมาก นักข่าวจะเสนอข่าวต่อกองบรรณาธิการ โดยมีการพิมพ์ข่าวเข้าไปในระบบคอมพิวเตอร์อย่างมีระบบ กองบรรณาธิการจะดึงข้อมูลข่าวออกมาและคัดเลือกรับเอง

3) การเขียนข่าว เป็นแบบย่อสรุป เนื้อข่าวส่วนใหญ่มีความยาวไม่เกินกว่าหนึ่งหน้าจอ เพราะการอ่านจากจอขนาด ๆ อาจทำให้ผู้อ่านปวดตา และผู้อ่านส่วนมากไม่ชอบเนื้อหาที่ยาวทำให้เสียเวลามาก เพราะผู้อ่านมักอ่านข่าวมากกว่า 1 ข่าวในแต่ละครั้งที่เข้ามาอ่านข่าว ในการเขียนข่าวจะมีเนื้อหาที่เหมาะสม มีความยาวที่เหมาะสม ภาษาที่ใช้ต้องกระชับ ต้องชัดเจน โครงสร้างยังบอกว่า ใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร

4) การคัดเลือกรูปภาพ พบว่า รูปที่นำมาลงต้องเกี่ยวข้องกับข่าว เพื่อผู้อ่านได้เข้าใจข่าวและดึงดูดความสนใจ สามารถลงภาพได้หลายภาพ ในหน้าแรก มี 1 – 2 ภาพ ส่วนหน้าใน จะลง 1 - 10 ภาพ ผู้สื่อข่าวต้องทำหน้าที่เป็นช่างภาพด้วย จึงมีความชำนาญในการถ่ายภาพ เนื่องจากมีความรู้และประสบการณ์ รวมทั้งทำงานมานาน

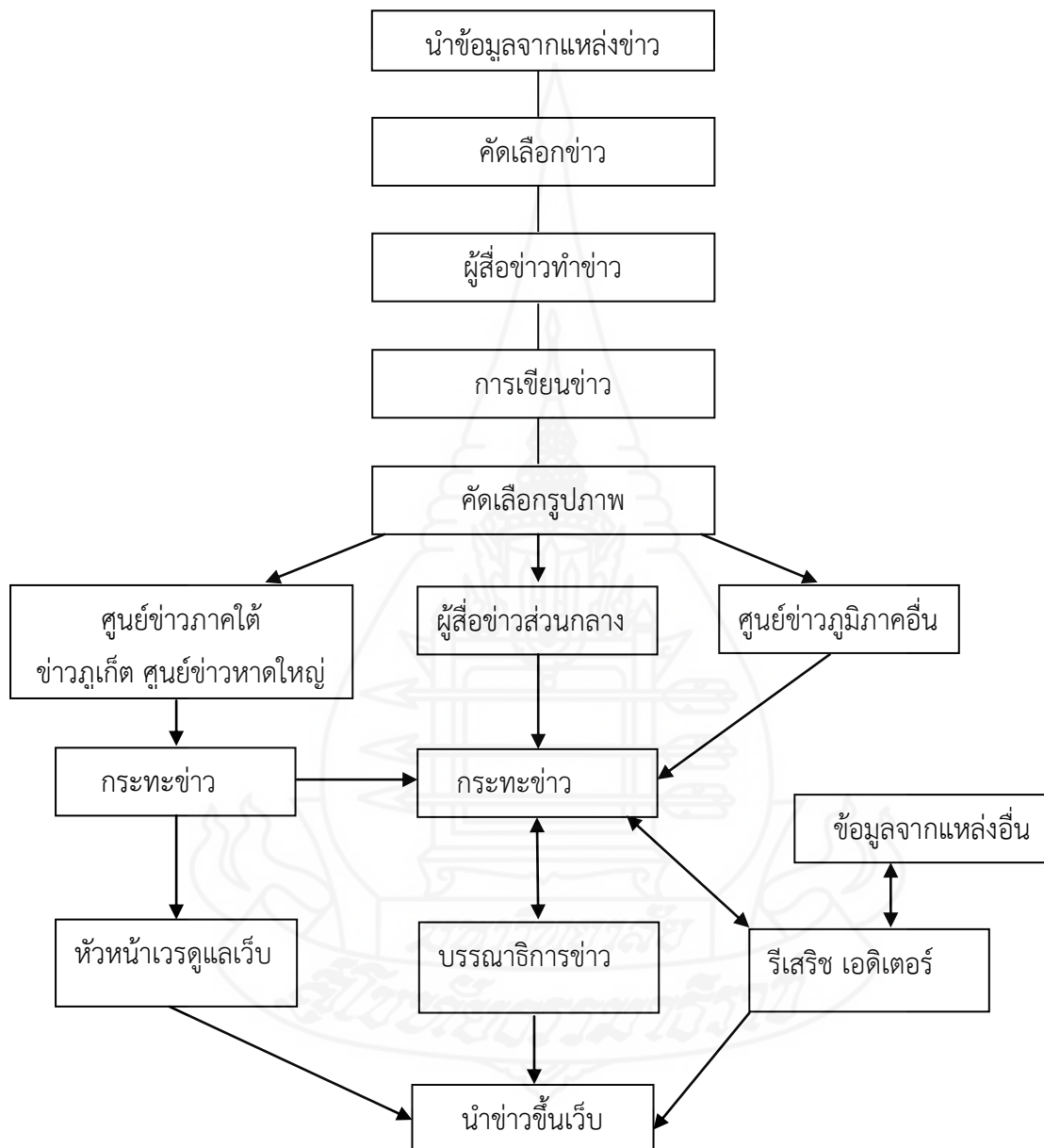
5) การนำข่าวขึ้นเว็บไซต์

ผู้จัดการมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้กับผู้สื่อข่าวและศูนย์ข่าวมีการทำงานด้วยเทคโนโลยีที่เป็นระบบ โดยจัดทำ แผ่นแบบ (Template) สำหรับให้ผู้สื่อข่าว ป้อนข่าวเข้ามาไว้ในศูนย์ข้อมูล เพื่อที่บรรณาธิการได้จะข่าวจะทำการตรวจสอบความถูกต้อง ย่อ ปรับวิธีการเขียนเล็กน้อย รวมทั้งมีการตรวจและแก้ไขในเรื่องของภาษาหรือความผิดพลาดของเนื้อหา ก่อนนำขึ้นเว็บ

- ขั้นตอนการพิมพ์ข่าว และนำข่าววางบนแท็บเล็ต
- ขั้นตอนการคัดเลือกภาพ ย่อภาพ ตัดภาพให้พอดีกับบนแท็บเล็ตตามจำนวนที่เหมาะสม
- ขั้นตอนการออกแบบการนำเสนอในระบบอินเทอร์เน็ต ตรวจลักษณะที่จะนำเสนอในมุมมองของคนทั่วไป ในการมองข้อความ

แนวการวางเรียงภาพ จำนวนภาพ การเน้นข้อความ การย่อหน้า
ขนาดตัวอักษร สีของพาดหัว และอื่น ๆ

- ขั้นตอนการตรวจและแก้ไข ตรวจตัวอักษร คำผิด



ภาพที่ 4.3 ผังขั้นตอนการจัดทำหนังสือพิมพ์ เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

ที่มา : นิรันดร์ เยาวภาว์ (2553, 16 กรกฎาคม) บรรณาธิการบริหารเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ สัมภาษณ์โดย นันทิกร ไทยเจริญ) สำนักงานเอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

“ข่าวของผู้จัดการออนไลน์ นำมาจากข่าวซึ่งเก็บไว้ที่ศูนย์ข้อมูลฯ ซึ่งแหล่งข่าวบนเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์เป็นแหล่งข่าวเดียวกันกับฉบับกระดาษ ข่าวหน้าหนึ่งในผู้จัดการฉบับกระดาษมักจะได้ลงในเว็บไซต์ด้วย แต่ยังมีบางส่วนที่ผู้จัดการออนไลน์ค้นหาหาข้อมูลมาเขียนข่าวเองโดยไม่เกี่ยวกับฉบับปกติ เช่น การสรุปข่าวและแปลจากข่าวต่างประเทศ เราจะเลือกข่าวที่สะท้อนหรือเกี่ยวข้องกับผู้อ่านคนไทยโดยเฉพาะข่าวหุ้น เราให้ความสำคัญกับข่าวที่ข่าวที่มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนมาก ถึงแม้เราจะเน้นความเร็วในการทำข่าวแต่ก่อนนำข่าวขึ้นเว็บไซต์จะทำการตรวจสอบความถูกต้อง มีการย่อข่าว ปรับวิธีการเขียนบ้างแต่อาจจะมีเพียงเล็กน้อย บางครั้งก็มีการแก้เรื่องภาษาหรือความผิดพลาดของเนื้อหาข่าว ส่วนมากก็จะไม่ค่อยผิดเพราะทางผู้จัดการมีการอบรมเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการใช้ภาษาที่เราจะเขียนให้เป็นไปในแนวเดียวกัน” (นายนิรันดร์ เยาวภาว บรรณาธิการบริหารเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

“ไม่ว่าข่าวจะยาวแค่ไหนแต่เราก็เน้นความกระชับ การเขียนข่าวของผู้จัดการจึงเป็นแบบย่อสรุป เนื้อข่าวส่วนใหญ่มีความยาวไม่เกินกว่าหนึ่งหน้าจอ เพราะการอ่านจากจอขนาด ๆ อาจทำให้ผู้อ่านปวดตา และผู้อ่านส่วนมากไม่ชอบเนื้อหาข่าวทำให้เสียเวลามาก เพราะผู้อ่านมักอ่านข่าวมากกว่า 1 ข่าวในแต่ละครั้งที่เข้ามาอ่านข่าว ในการเขียนข่าวจะมีเนื้อหาที่เหมาะสม มีความยาวที่เหมาะสม ผู้จัดการไม่ได้เอาแต่เนื้อหาจากตัวฉบับกระดาษ ยังมีเขียนสรุปข่าวจากการสัมภาษณ์หรือจากข่าวต่างประเทศด้วย” (นางจันจิรา สิตบุศย์ หัวหน้าศูนย์ข่าวภาคใต้หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2554)

“ข่าวที่นำมาเสนอ มักมีภาพประกอบข่าว ซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับข่าว เพื่อผู้อ่านได้เข้าใจข่าวและดึงดูดความสนใจ สำหรับผู้จัดการออนไลน์ สามารถลงภาพได้มากมาย แต่เราก็ลงพอประมาณ ส่วนมากในหน้าแรกใช้แค่ 1 – 2 ภาพ แต่ถ้าลงในหน้าใน จะลงภาพได้มากแต่ไม่เกิน 10 ภาพ ผู้สื่อข่าวต้องทำหน้าที่เป็นช่างภาพด้วย และมีความชำนาญในการถ่ายเนื่องจากมีความรู้และประสบการณ์ รวมทั้งทำงานมานาน” (นายอรรณพ เพ็ชรภิมล ช่างภาพหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2554)

2.1.3 ขั้นตอนหลังการผลิต พบว่า มีการประสานงานภายในและภายนอกองค์กร และการประเมินคุณภาพของการผลิต ซึ่งจะเน้นการประเมินใน 4 เรื่อง ได้แก่ ประเมินจำนวนข่าว ว่าผลิตสำเร็จครบตามจำนวนที่ต้องการหรือไม่ ประเมินคุณภาพของข่าว ว่าตรงตามที่กำหนดหรือไม่ ได้แก่ ทันต่อเหตุการณ์ รวดเร็ว ข่าวถูกต้อง เชื่อถือได้ ภาษาข่าวอ่านง่าย กระชับ ประเมินระยะเวลาว่าระยะเวลา สำเร็จตรงตามเวลาหรือไม่ รวมทั้งประเมินค่าใช้จ่าย ว่า อยู่ในงบประมาณที่วางไว้หรือไม่ ใช้มากหรือน้อยกว่างบประมาณมากน้อยอย่างไร

“หลังการจัดทำข่าวขึ้นเว็บไซต์แล้ว ทุกฝ่ายจะมีการประสานงานกันทั้งภายในผู้จัดการเอง และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งเกี่ยวกับเรื่องข่าวและเทคโนโลยีต่าง ๆ นอกจากนี้เรายังมีการประเมินคุณภาพของการจัดทำเว็บไซต์ ซึ่งจะเน้นที่สำคัญ ๆ อยู่ 4 เรื่อง คือ จำนวนข่าว คุณภาพข่าว ระยะเวลา และงบค่าใช้จ่าย เราจะประเมินจำนวนข่าวว่าผลิตสำเร็จครบตามจำนวนที่ต้องการหรือไม่ อย่างน้อยแต่ละวันก็ต้องมีการรายงานข่าว ผู้สื่อข่าว 1 คน ก็ต้องมีสัก 1 ข่าว จะทำข่าวตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก็มีจำนวนมาก ตามศูนย์ข่าวภูมิภาค บางจังหวัดอาจจะไม่มีข่าวเลย ผู้สื่อข่าวของเราก็จะตั้งประเด็นไปสัมภาษณ์บุคคลสำคัญ ๆ กับเรื่องราวที่มีผลกระทบต่อสังคม ประเมินคุณภาพของข่าว ว่าตรงตามที่กำหนดหรือไม่ ได้แก่ ทันต่อเหตุการณ์ รวดเร็ว ข่าวถูกต้อง เชื่อถือได้ ภาษาข่าวอ่านง่าย กระชับ ประเมินระยะเวลาว่าระยะเวลา สำเร็จตรงตามเวลาหรือไม่ รวมทั้งประเมินงบค่าใช้จ่าย ว่า อยู่ในงบประมาณที่วางไว้หรือไม่ ใ้มากหรือน้อยกว่างบประมาณมากน้อยอย่างไร” (นายนิรันดร์ เยาวภาวี บรรณาธิการบริหารเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

2.2 ด้านรูปแบบในการนำเสนอข่าวบนเว็บไซต์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ในเรื่อง นโยบายการนำเสนอข่าว และการจัดวางหน้าเว็บไซต์ ดังต่อไปนี้

2.2.1 นโยบายการนำเสนอข่าว

จากการสัมภาษณ์ พบว่า เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์เป็นข้อความ 80% เป็นภาพและมัลติมีเดีย 20% เน้นการนำเสนอแบบทันเหตุการณ์ โดยการนำข้อมูลและภาพข่าวขึ้นเว็บไซต์แบบทันเหตุการณ์ มี ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาบนเว็บไซต์ยังคงนำเสนอข่าวสารเช่นเดียวกันกับฉบับกระดาษ โดยเฉพาะข่าวหน้าหนึ่ง แต่ไม่ได้นำเสนอเหมือนกันทั้งหมด ซึ่งข่าวออนไลน์สามารถนำเสนอได้เร็วและเนื้อหายาวกว่าฉบับกระดาษ รวมทั้งสามารถคลิกดู Video ภาพเหตุการณ์ได้ มีการเชื่อมโยงไปยังข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้องในเรื่องเดียวกัน

“เรามีหน่วยงานที่เรียกว่า รีเสิร์ช เอดิเตอร์ (Research Editor) ทำหน้าที่ดูแลการดำเนินเนื้อหาข่าวร่วมกับฝ่ายต่าง ๆ ทั้งหมดในผู้จัดการออนไลน์ ช่วยดูแลเรื่องค้นหาข้อมูล เว็บไซต์ผู้จัดการจะเป็นข้อความประมาณ 80% เป็นภาพและมัลติมีเดียอีก 20% เนื้อหาของผู้จัดการหลากหลายรองรับคนทุกกลุ่มและมีการอัปเดตทันต่อข่าวสารอย่างไม่หวังว่าเนื้อหาในสิ่งพิมพ์จะช้ากว่าเพราะถือว่าเว็บไซต์คือ หนทางในการเข้าถึงข่าวสารของคนหมู่มาก เรายึดถือว่าเว็บไซต์เป็นความหลากหลาย คนเข้ามาแล้วต้องได้อะไรใหม่ ๆ ไม่ใช่เฉพาะเรื่องข่าวอย่างเดียว มันไม่จำกัดเนื้อหา ลงรูปมาเท่าไรก็ได้ ลงวิดีโอได้ สามารถคลิกดูวิดีโอภาพเหตุการณ์และเชื่อมโยงไปยังข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้องในเรื่องเดียวกันได้” (นายวิรัช ลิ้มทองกุล ผู้อำนวยการเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

“หัวใจสำคัญของการทำข่าวออนไลน์คือ ความรวดเร็วทันสถานการณ์ เป็นสิ่งที่ผู้เข้าชมคาดหวัง เรามีหน้าที่ทำให้ข่าวสาร ต่าง ๆ ได้รับการอัปเดต (update) อยู่เสมอและทันทั่วถึง พร้อม ๆ กับความถูกต้องและผิดพลาดน้อยที่สุด จึงจะสร้างความเชื่อถือได้” (นายนิรันดร์ เยาวภาว บรรณาธิการบริหารเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

“เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารมากกว่าการใช้ภาพกราฟฟิก โดยข่าวสารที่นำเสนอขึ้นเว็บต้องได้รับการ update อยู่เสมอ ซึ่งทางทีมงานพยายามออกแบบเว็บเพจให้มีความสวยงามและคำนึงถึงความเร็วในการสืบค้นข้อมูลเน้นความสะดวกของผู้ใช้งานเป็นหลัก” นายเสนา สุชี เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ (2553)

ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาจากการวิเคราะห์เว็บไซต์ www.manager.co.th มีนโยบายการนำเสนอข่าวส่วนใหญ่เป็นอย่างไร โดยเลือกศึกษาข่าว 3 ประเภท ได้แก่ ข่าวหน้าแรก ข่าวเกาะติดสถานการณ์ และข่าวภูมิภาค จำนวนประเภทละ 200 ข่าว ได้จำแนกประเด็นข่าวออกเป็นกลุ่มประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ ประเด็นของข่าวการเมือง ข่าวอาชญากรรม ข่าวต่างประเทศ ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ และข่าวอื่นๆ หลังจากนั้นจัดข่าวลงกลุ่มตามความถี่หรือจำนวนครั้งที่ลงข่าวหน้าแรก ข่าวเกาะติดสถานการณ์ และ ข่าวภูมิภาค ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยเห็นนโยบายการนำเสนอข่าวของเอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ผู้วิจัยได้ทำศึกษา 2 ครั้ง ครั้งแรกตั้งแต่วันที่ 5 มีนาคม – 30 เมษายน 2554 ครั้งที่ สอง ตั้งแต่วันที่ 5 พฤษภาคม – 30 กันยายน 2555 ดังต่อไปนี้

1) การนำเสนอข่าวหน้าแรก จากการศึกษาทั้งสองครั้ง พบว่า มีนโยบายการนำเสนอข่าวเป็นข่าวการเมืองมากที่สุด รองลงมา ข่าวอาชญากรรม และข่าวต่างประเทศ

2) การนำเสนอข่าวเกาะติดสถานการณ์ จากการศึกษาทั้งสองครั้ง พบว่า มีนโยบายการนำเสนอข่าวส่วนใหญ่ของข่าวเกาะติดสถานการณ์ เป็นข่าวต่างประเทศ รองลงมาข่าวการเมือง และข่าวสังคม

3) การนำเสนอข่าวภูมิภาค 4 ภาค จากการศึกษาทั้งสองครั้ง เป็นดังนี้
ข่าวภาคเหนือ มีนโยบายการนำเสนอข่าวข่าวส่วนใหญ่ เป็นข่าวสังคม
รองลงมาเป็นข่าวอาชญากรรม และข่าวการเมือง

ข่าวภาคกลาง/ตะวันออก มีนโยบายการนำเสนอข่าวข่าวส่วนใหญ่ เป็น
ข่าวสังคม 61 รองลงมาเป็น ข่าวอาชญากรรม และข่าวการเมือง

ข่าวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีนโยบายการนำเสนอข่าวส่วนใหญ่ เป็น
ข่าวสังคม รองลงมา เป็นข่าวอาชญากรรม และข่าวการเมือง

ส่วนข่าวภาคใต้ มีนโยบายการนำเสนอข่าวส่วนใหญ่ เป็นข่าวสังคม
รองลงมาเป็นข่าวอาชญากรรม และข่าวการเมือง

โดยมีผลการศึกษาจากการวิเคราะห์เนื้อหาจากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอ
เอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ www.manager.co.th ดังตารางผลการวิเคราะห์การรายงานข่าวของข่าว
หน้าแรก ข่าวเกาะติดสถานการณ์ และข่าวภูมิภาค ดังต่อไปนี้



ผลการวิเคราะห์นโยบายการนำเสนอข่าว จากหน้าแรก 200 ข่าว โดยศึกษาว่ามีการนำเสนอข่าวส่วนใหญ่เป็น ข่าวการเมือง ข่าวอาชญากรรม ข่าวต่างประเทศ ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ และข่าวอื่นๆ

ตารางที่ 4.1 นโยบายการนำเสนอข่าวหน้าแรก

ลำดับ	ประเภทข่าว	ครั้งที่ 1 : 5 มีค – 30 เม.ย.54		ครั้งที่ 2 : 5 พ.ค. – 30 ก.ย.55	
		จำนวนข่าว	ร้อยละ	จำนวนข่าว	ร้อยละ
1	การเมือง	69	34.5	64	32.0
2	อาชญากรรม	50	25.0	46	23.0
3	ต่างประเทศ	27	13.5	37	18.5
4	สังคม	12	6.0	14	7.0
5	เศรษฐกิจ	13	6.5	15	7.5
6	ข่าวอื่น ๆ	29	14.5	24	12.0
		200	100	200	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า จากการศึกษาทั้งสองครั้ง ครั้งแรกตั้งแต่วันที่ 5 มีนาคม – 30 เมษายน 2554 ครั้งที่ 2 ตั้งแต่ 5 พฤษภาคม – 30 กันยายน 2555 ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 พบว่า มีการรายงานไปในทางเดียวกัน โดยครั้งที่ 1 ข่าวหน้าแรก มีการรายงานข่าวส่วนใหญ่ เป็นข่าวการเมืองมากที่สุด ร้อยละ 34.5 รองลงมา ข่าวอาชญากรรม ร้อยละ 25.0 และ ข่าวอื่น ๆ ร้อยละ 14.5 ครั้งที่ 2 ข่าวหน้าแรกมีการรายงานข่าวส่วนใหญ่ เป็นข่าวการเมือง ร้อยละ 32.0 รองลงมาข่าวอาชญากรรม ร้อยละ 23.0 และข่าวต่างประเทศ ร้อยละ 18.5 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์นโยบายการนำเสนอข้าว จากข้าวเกาะติดสถานการณ์ 200 ข้าว โดยศึกษาว่ามีการนำเสนอข้าวส่วนใหญ่เป็น ข้าวการเมือง ข้าวอาชญากรรม ข้าวต่างประเทศ ข้าวสังคม ข้าวเศรษฐกิจ และข้าวอื่นๆ

ตารางที่ 4.2 นโยบายการนำเสนอข้าวเกาะติดสถานการณ์

ลำดับ	ประเภทข้าว	ครั้งที่ 1 : 5 มีค. – 30 เม.ย.54		ครั้งที่ 2 : 5 พ.ค. – 30 ก.ย.55	
		จำนวนข้าว	ร้อยละ	จำนวนข้าว	ร้อยละ
1	การเมือง	64	32.0	45	22.5
2	อาชญากรรม	19	9.5	21	10.5
3	ต่างประเทศ	66	33.0	63	31.5
4	สังคม	27	13.5	39	19.5
5	เศรษฐกิจ	24	12.0	32	16.0
6	ข้าวอื่น ๆ	-	-	-	-
		200	100	200	100

จากตารางที่ 4.2 จากการศึกษาทั้งสองครั้ง ครั้งแรกตั้งแต่วันที่ 5 มีนาคม – 30 เมษายน 2554 ครั้งที่ 2 ตั้งแต่ 5 พฤษภาคม – 25 กันยายน 2555 พบว่า ครั้งแรก การนำเสนอข้าวส่วนใหญ่ ของข้าวเกาะติดสถานการณ์ จำนวน 200 ข้าว ส่วนใหญ่ เป็นข้าวต่างประเทศ ร้อยละ 33.0 รองลงมาข้าวการเมือง ร้อยละ 32.0 และข้าวสังคม ร้อยละ 13.5 ครั้งที่ 2 การนำเสนอข้าว ของข้าวเกาะติดสถานการณ์ ข้าวส่วนใหญ่เป็นข้าวต่างประเทศ ร้อยละ 31.5 ข้าวการเมือง ร้อยละ 22.5 และข้าวสังคมร้อยละ 19.5

ผลการวิเคราะห์นโยบายการนำเสนอข่าว ข่าวภูมิภาค ครั้งที่ 1 โดยศึกษาว่ามีการนำเสนอข่าวส่วนใหญ่เป็น ข่าวการเมือง ข่าวอาชญากรรม ข่าวต่างประเทศ ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ และข่าวอื่นๆ

ตารางที่ 4.3 นโยบายการนำเสนอข่าวภูมิภาค ครั้งที่ 1

วันที่ 5 มีนาคม – 30 เมษายน 2554									
ลำดับ	ประเภทข่าว	ภาคเหนือ		กลาง/ตะวันออก		ตะวันออกเฉียงเหนือ		ใต้	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	การเมือง	23	11.5	14	7.0	20	10.0	6	3.0
2	อาชญากรรม	47	23.5	64	32.0	48	24.0	51	25.5
3	ต่างประเทศ	0	0	0	0	0	0	0	0
4	สังคม	113	56.5	122	61.0	132	66	143	71.5
5	เศรษฐกิจ	13	6.5	0	0	0	0	0	0
6	ข่าวอื่น ๆ	4	2.0	0	0	0	0	0	0
		200	100	200	100	200	100	200	100

จากตารางที่ 4.3 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารัั้งที่ 1 ระหว่างวันที่ 5 มีนาคม – 30 เมษายน 2554 ทำการศึกษากการนำเสนอข่าวภูมิภาค จากข่าวภูมิภาค 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง/ตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ภาคละ จำนวน 200 ข่าว พบว่า

ข่าวภาคเหนือ มีนโยบายการนำเสนอข่าวส่วนใหญ่ เป็นข่าวสังคม ร้อยละ 56.5 รองลงมาเป็นข่าวอาชญากรรม ร้อยละ 23.5 และข่าวการเมือง ร้อยละ 11.5

ข่าวภาคกลาง/ตะวันออก มีนโยบายการนำเสนอข่าวส่วนใหญ่ เป็นข่าวสังคม ร้อยละ 61 รองลงมาเป็น ข่าวอาชญากรรม ร้อยละ 32 และข่าวการเมือง ร้อยละ 7

ข่าวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นโยบายการนำเสนอข่าว ส่วนใหญ่ เป็นข่าวสังคม ร้อยละ 66 รองลงมา เป็นข่าวอาชญากรรม ร้อยละ 24 และข่าวการเมือง ร้อยละ 10

ส่วนข่าวภาคใต้ นโยบายการนำเสนอข่าวส่วนใหญ่ เป็นข่าวสังคม ร้อยละ 71.5 รองลงมาเป็นข่าวอาชญากรรม 25.5 และข่าวการเมือง ร้อยละ 3

ตารางที่ 4.4 นโยบายการนำเสนอข่าวภูมิภาค ครั้งที่ 2

5 พฤษภาคม – 30 กันยายน 55									
ลำดับ	ประเภทข่าว	ภาคเหนือ		กลาง/ตะวันออก		ตะวันออกเฉียงเหนือ		ใต้	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	การเมือง	49	24.5	51	25.5	73	36.5	36	18.0
2	อาชญากรรม	25	12.5	17	8.5	19	9.5	11	5.5
3	ต่างประเทศ	1	0.5	0	0	0	0	0	0
4	สังคม	125	62.5	132	66.0	108	54.0	153	76.5
5	เศรษฐกิจ	0	0	0	0	0	0	0	0
5	ข่าวอื่น ๆ	0	0	0	0	0	0	0	0
***		200	100	200	100	200	100	200	100

จากตารางที่ 4.4 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการรายงานข่าวภูมิภาค ครั้งที่ 2 จากข่าวภูมิภาค 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง/ตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ภาคละ จำนวน 200 ข่าว ระหว่างวันที่ 5 พฤษภาคม – 30 กันยายน 2555 ผลการศึกษา พบว่า

ข่าวภาคเหนือ มีนโยบายการนำเสนอข่าวส่วนใหญ่ เป็นข่าวสังคม ร้อยละ 62.5 รองลงมาเป็นข่าวการเมือง ร้อยละ 24.5 และข่าวอาชญากรรม ร้อยละ 12.5

ข่าวภาคกลาง/ตะวันออก มีนโยบายการนำเสนอข่าวส่วนใหญ่ เป็นข่าวสังคม ร้อยละ 66 รองลงมาเป็น ข่าวการเมือง ร้อยละ 25.5 และข่าวอาชญากรรม ร้อยละ 8.5

ข่าวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีนโยบายการนำเสนอข่าว ส่วนใหญ่ เป็นข่าวสังคม ร้อยละ 54.0 รองลงมา เป็นข่าวการเมือง ร้อยละ 36 และข่าวอาชญากรรม ร้อยละ 11

ส่วนข่าวภาคใต้ มีนโยบายการนำเสนอข่าวส่วนใหญ่ เป็นข่าวสังคม ร้อยละ 76.5 รองลงมาเป็นข่าวการเมือง 18 และข่าวอาชญากรรม ร้อยละ 5.5

***หมายเหตุ มีการเลือกตั้งรัฐบาลใหม่ ในวันที่ 3 กรกฎาคม 2554

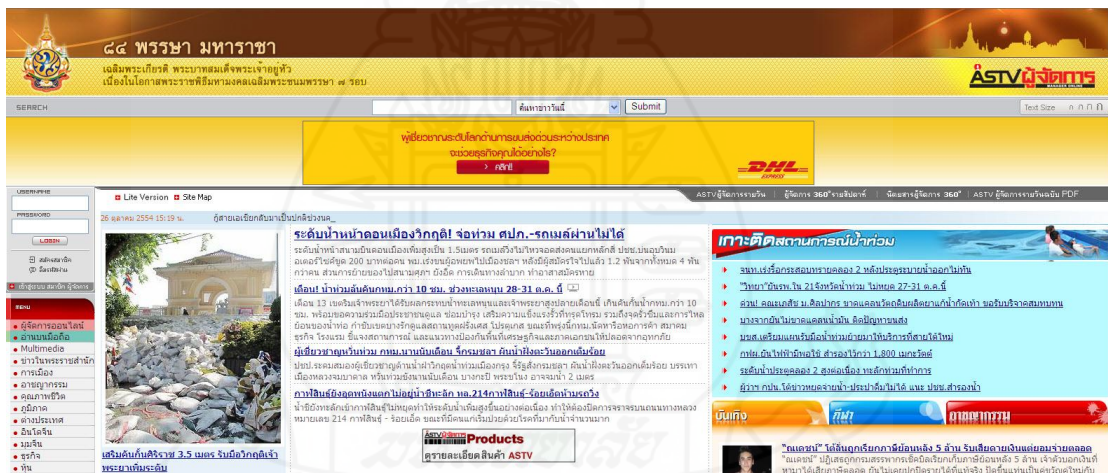
2.2.2 การจัดวางหน้าเว็บไซต์

ผู้วิจัยศึกษาศึกษาจากการวิเคราะห์ เว็บไซต์ www.manager.co.th ในการจัดวางหน้าเว็บไซต์ ซึ่งประกอบด้วย โครงสร้างบนเว็บไซต์ ระบบเนวิเกชัน สี ตัวอักษร ภาพประกอบข่าว สื่อประสม และลักษณะพิเศษต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

โครงสร้างต่าง ๆ บนเว็บไซต์ ได้แก่ ระบบเนวิเกชัน สี ตัวอักษร ภาพสื่อประสม และลักษณะพิเศษต่าง ๆ

1) โครงสร้างบนเว็บไซต์

มี ขนาดของการตั้งค่าเว็บและหน้าจอ หน้าโฮมเพจของเว็บไซต์ กำหนดความกว้างที่ 100% ส่วนความยาวไม่กำหนด แล้วแต่ปริมาณของเนื้อหา ซึ่งเนื้อหาของผู้จัดการออนไลน์มีจำนวนมาก มีความยาวในการเลื่อนหน้าจอถึง 12 – 13 ครั้ง นับว่ายาวมาก แต่การดาวน์โหลดข้อมูลใช้เวลาเร็วมาก ซึ่งมี ลักษณะโครงสร้างของเว็บเพจ เป็นโครงสร้างในแนวตั้งโดยจัดวางกลางหน้า มีการ จัดวางตำแหน่งของโลโก้ อยู่มุมด้านขวา ข่าวด้านแรก อยู่ถัดจากเมนูเป็นข่าวที่เด่นและมีรูป ข่าวด้านเป็นข่าวเกาะติดสถานการณ์ รายงานข่าวเป็นหน้าที่ต่อมา



ภาพที่ 4.4 การจัดวางหน้าเว็บ

2) ระบบเนวิเกชัน

ตำแหน่งเนวิเกชันบาร์ หรือ menu อยู่ด้านซ้ายของหน้า ประกอบด้วย หน้าผู้จัดการออนไลน์ (หน้าแรก) อ่านบนมือถือ Multimedia ข่าวในพระราชสำนัก การเมือง อาชญากรรม คุณภาพชีวิต ภูมิภาค ต่างประเทศ อินโดจีน มุมจีน ธุรกิจ หุ่น กองทุนรวม SMEs



Motoring CyberBiz CBizReview วิทยาศาสตร์ เกม กีฬา Golf บันเทิง ละครออนไลน์ Life on Campus Celeb Online ครอบครัว ท่องเที่ยว โรงแรม ธรรมลีลา ดวงดาวบอกวิถีชีวิต ร้านหนังสือผู้จัดการ สมัครงาน สามก๊ก mBlog mCard ThaidayEvent ศูนย์ข้อมูล Manager Deal และ โฆษณาบนเว็บ และ เนวิเกชัน ที่เป็นไฟล์แฟลช เป็นภาพเคลื่อนไหว ได้แก่ 97.75 MHz ASTV Sattellite TV สมัครงาน ASTVผู้จัดการ ผู้จัดการ สุขภาพ สภาหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พันธมิตร MyfirstBrain เพื่อการซื้อหา หนังสือดี ๆ RSS คืออะไร อยู่ทางด้านบนด้านซ้าย

ภาพที่ 4.5 เนวิเกชันบาร์

3) สี

พบว่า โทนสีโดยรวมของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ เป็นสี ขาว เทา น้ำเงิน แต่ใช้สีหลายสี เพื่อแยกหมวดหมู่ ในหน้าโฮมเพจ ได้แก่

คอลัมน์ ใช้สีเหลือง แดง ฟ้ำ ในการแยกหัวแต่ละคอลัมน์
 โลโก้ เป็นสีดำ แดง ขาว บนพื้นเหลือง
 พื้นหลัง เป็นสีขาว
 สีตัวอักษร หัวข่าว ใช้สีน้ำเงิน เนื้อหาข่าว ใช้สีเทา



ภาพที่ 4.6 โทนสีโดยรวม



ภาพที่ 4.7 สีโลโก้

4) ตัวอักษร

ลักษณะตัวอักษรของเว็บไซต์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ใช้ font ตระกูล Arial Tohoma Ms.SansSerif Courier New

ขนาดของตัวอักษรของเว็บไซต์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ แบ่งเป็น 2 ขนาดได้แก่ หัวข่าว และ เนื้อข่าว ได้แก่ หัวข่าว ขนาดตัวอักษร 24 เนื้อข่าว ขนาด 13.5 โดยผู้อ่านสามารถปรับขนาดฟอนต์และขนาดพิกเซลได้เองเมื่อคลิกออกไป



ภาพที่ 4.8 ตัวอักษรบนเว็บไซต์

5) ภาพประกอบข่าว

ภาพประกอบข่าวของเว็บไซต์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ โดยผู้วิจัย ทำการศึกษา ข่าว 3 ประเภท ได้แก่ ข่าวหน้าแรก ข่าวเกาะติดสถานการณ์ และข่าวภูมิภาค พบว่า ภาพประกอบข่าวเป็นดังนี้

(1) ภาพประกอบในข่าวหน้าแรก ในหน้าแรกของเว็บไซต์ มีรูป แนวนั่ง 1 รูป ขนาด 462 x 309 pixel เมื่อคลิกเข้าไปอ่านข้างใน มี 1 รูปใหญ่ ขนาด 462 x 309 pixel และ 1 – 10 รูปเล็ก ขนาด 150x100 pixel



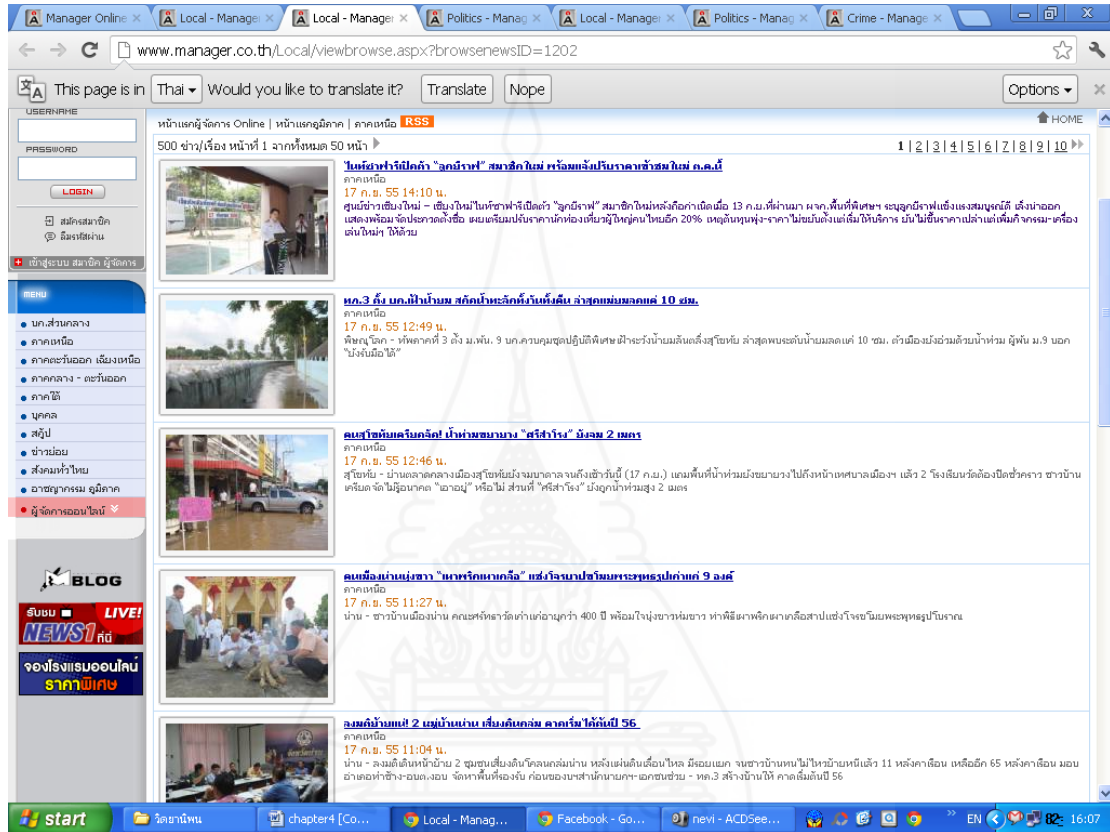
ภาพที่ 4.9 รูปประกอบข่าวหน้าแรก ด้านหน้าเว็บ



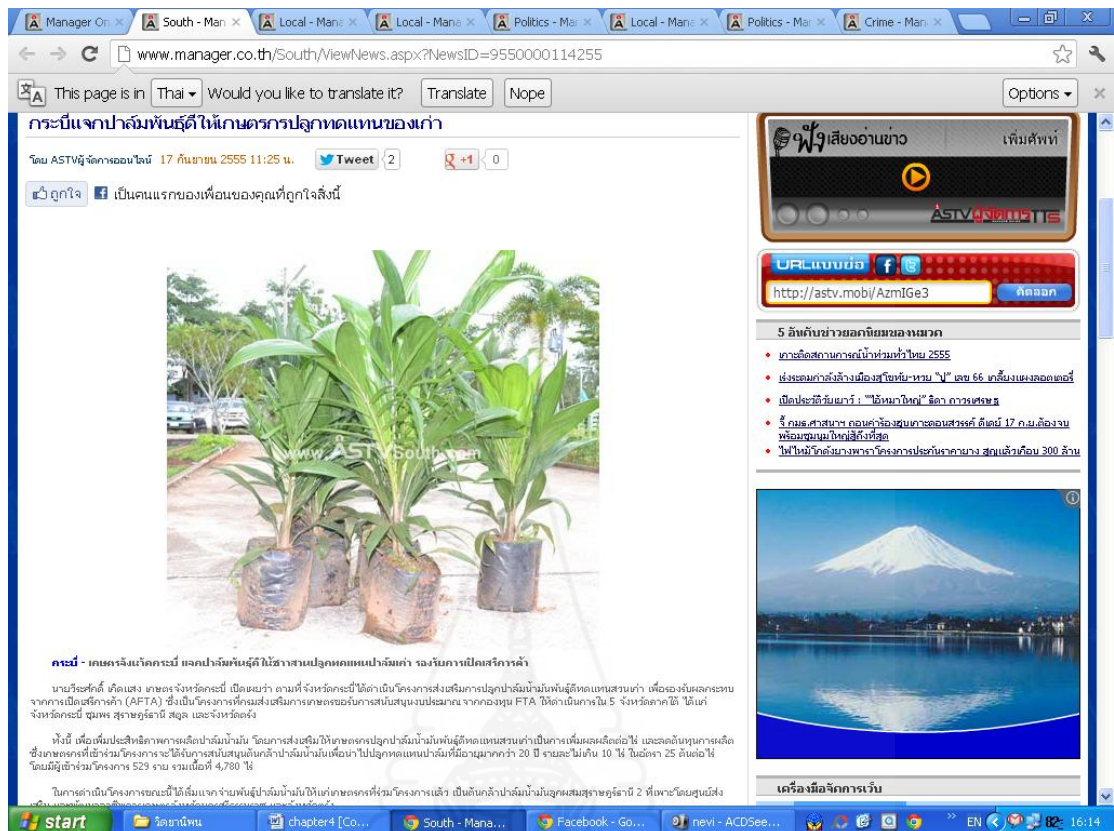
ภาพที่ 4.10 รูปประกอบข่าวหน้าแรก ด้านในเว็บ



(3) ข่าวภูมิภาค ด้านหน้าเว็บ ข่าวส่วนใหญ่มีภาพ บางข่าวไม่มีภาพ ถ้ามี จะมี 1 รูป ขนาด 150 x 112 pixel เมื่อคลิกเข้าไปอ่านด้านในจะมีขนาด 3 – 9 รูป ขนาด 400 x 267 pixel และ 150 x 100 pixel ภาพทุกภาพสามารถคลิกดูขนาดใหญ่ ดาวน์โหลดรูปได้ และมีความรวดเร็วในการเปิด



ภาพที่ 4.12 รูปประกอบข่าวภูมิภาค ด้านหน้าเว็บ



ภาพที่ 4.13 รูปประกอบข่าวภูมิภาค ด้านในเว็บ

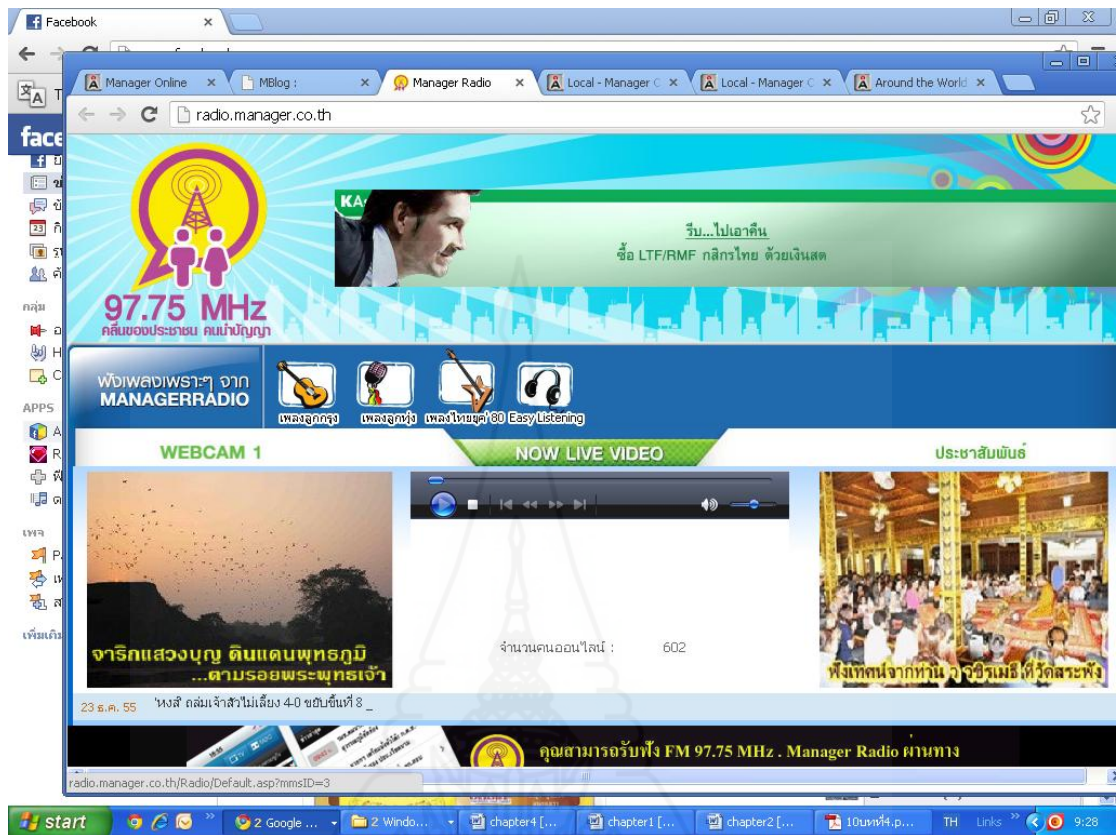
6) สื่อประสม

สื่อประสมบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ เอเชียทีวีผู้จัดการออนไลน์ ได้แก่

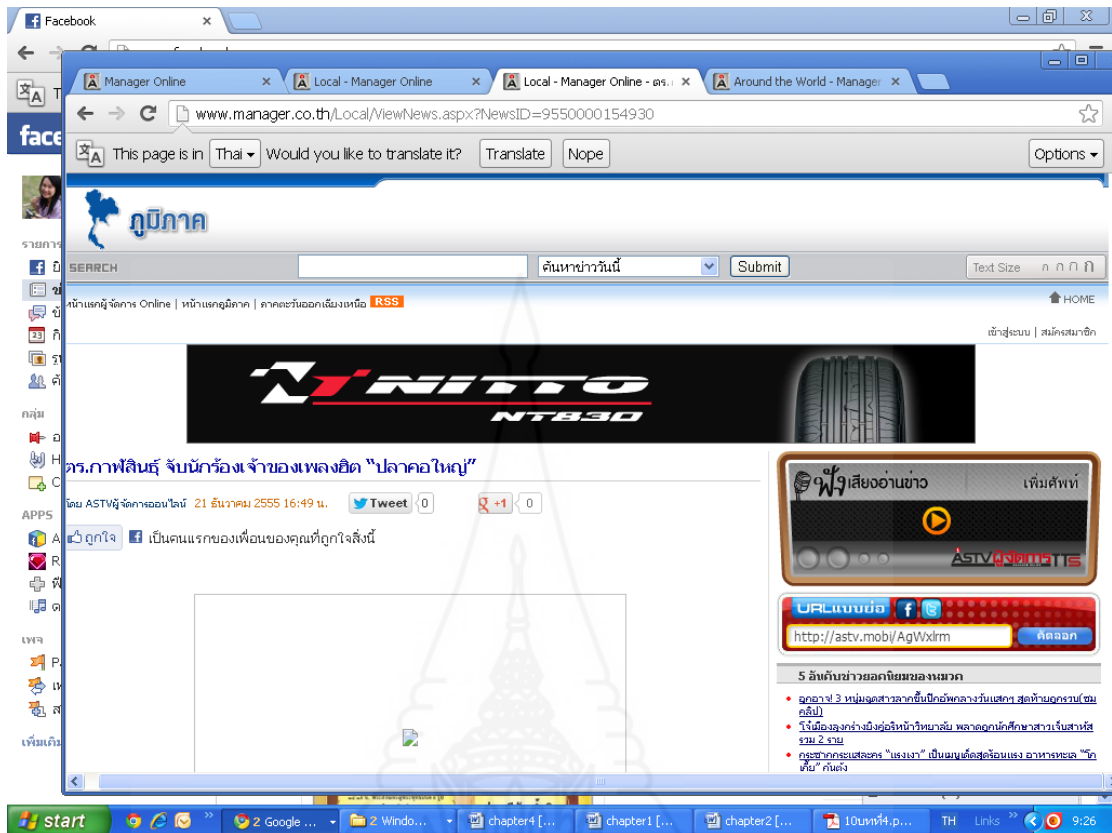
- (1) มีไฟล์แฟลช เป็นภาพเคลื่อนไหว ประกอบในส่วนของโฆษณา และเนวิเกชั่นวิทย์ และ ASTV Satellite TV
- (2) มีการใช้วิดีโอคลิป และเสียง ในส่วนของข่าวบางข่าว ด้านใน
- (3) มีเสียงประกอบ สามารถฟังวิทยุ ฟังเพลงออนไลน์ได้ในส่วนของ

97.75 MHz

- (4) การฟังเสียงอ่านข่าว Text size (ASTV TTS)



ภาพที่ 4.14 หน้าเว็บไซต์ ฟังวิทยุ 97.75 MHz



ภาพที่ 4.15 การฟังเสียงอ่านข่าว Text size (ASTV TTS)

ผู้อ่านเว็บไซต์หนังสือผู้จัดการออนไลน์สามารถฟังเสียงอ่านข่าวทุกคอลัมน์บนหน้าเว็บไซต์ได้โดยไม่ต้องไล่สายตาอ่านเอง

“บริการ ASTV TTS (ASTV Text-To-Speech) จะเป็นหนึ่งในจุดเริ่มต้นของการต่อยอดนวัตกรรมระดับชาติ โดยเอเอสทีวีผู้จัดการยินดีร่วมมือกับเนคเทค ผู้พัฒนาระบบสังเคราะห์เสียงพูดภาษาไทยในการนำมาใช้งานจริง เพื่อให้การบริโภคสื่อของคนไทยมีพัฒนาการอีกขั้น เรามองว่าบริการนี้เป็นนวัตกรรมของประเทศ เป็นความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีของไทย เทคโนโลยี TTS ยังมีช่องทางพัฒนาได้อีกมาก และต้องการการสนับสนุน เอเอสทีวีผู้จัดการในฐานะสื่อยินดีให้ความร่วมมือกับเนคเทค อนาคตน่าจะมีระบบ TTS ออกมามากขึ้น ถูกเอาไปใช้ในหลายภาคส่วน เราไม่โฟกัสเรื่องเงิน แต่โฟกัสที่นวัตกรรมมากกว่า” (วิรัช ลิ้มทองกุล ผู้อำนวยการเว็บไซต์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ : 27 เมษายน 2554)

7) ลักษณะพิเศษอื่น ๆ

(1) **ความเร็วในการเปิดข้อมูล** ในการทดลองคลิกเพื่อเข้าถึงข้อมูลทั้งข่าว และภาพ สามารถเปิดข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ ความเร็วอาจต่างกันเล็กน้อยขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของคอมพิวเตอร์ และการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้อ่าน

(2) **การคัดลอกข้อมูล**

ผู้อ่านสามารถคัดลอกข้อมูลได้ทั้งเนื้อหาข่าว ภาพ และวิดีโอ

(3) **การเชื่อมโยงข่าวกับแหล่งข้อมูลข่าว**

ตัวอย่างเช่น การเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับการลดภาษี อาจมีบริการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวไปยังหน่วยงานสรรพากร ให้ผู้อ่านสามารถค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมได้หากสนใจ

(4) **ปฏิสัมพันธ์ของเว็บไซต์** มีระบบติดต่อกับผู้อ่าน ได้แก่

- (1) สมัครสมาชิกผู้จัดการ
- (2) บล็อก
- (3) เว็บบอร์ด
- (4) อ่านข่าวผ่านมือถือ
- (5) ติดต่อเว็บมาสเตอร์
- (6) ห้องสนทนา (Chat)
- (7) ความคิดเห็นท้ายข่าว

ผู้จัดการ
www.manager.co.th

UPDATED
24 ชม.

สิทธิประโยชน์

- สามารถค้นหาข่าวย้อนหลังได้ 90 วัน และสามารถอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับเต็มย้อนหลังได้ตามวันที่
- สามารถใช้ระบบห้องสนทนา ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นแบบ Real Time กับผู้สื่อข่าวท่านอื่นๆ หรือบางสิ่งอาจมีคอมเม้นท์จากผู้ชมท่านอื่นๆ
- สามารถเลือกไอคอนพิเศษ (Celebrity Icon) ในการแสดงความเคลื่อนไหว และสามารถใส่ภาพในกระดานบอร์ดได้อีกด้วย
- สามารถที่จะเขียนถ้อยแถลงความรู้สึก/ความไม่พอใจเกี่ยวกับประเด็นปัญหา หรือเพื่อแจ้งสารให้สังคมได้รับรู้ได้
- สามารถเป็นเจ้าของ Weblog บนเว็บไซต์แห่งนี้
- สามารถเขียนบล็อก หรือเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษกับเรา

การลงทะเบียนสมาชิก

ผู้จัดการออนไลน์มีความตั้งใจอย่างสูง ที่จะให้บริการที่ดีที่สุดแก่ผู้เข้าชมเว็บไซต์ ซึ่งทางผู้จัดการออนไลน์ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องมีโครงสร้างที่มั่นคง เพื่อให้บริการที่เหมาะสม หรือนำเสนอข้อมูลที่ดีผ่านสนใจอย่างมีประสิทธิภาพ

ทางเราจึงขอความร่วมมือของท่านสนับสนุนเรา โดยเห็นชอบข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และขอความร่วมมือในการขอข้อมูลมากที่สุด เท่านั้นขอเพียงพอแล้ว

สุดท้ายนี้ ทางผู้จัดการออนไลน์ขอเป็นไมตรีใจขอเชิญชวนสมาชิก และศิษย์ผู้สนใจในการแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่

ขอขอบพระคุณ

ระบบสมาชิก

ชื่อสมาชิก :

รหัสสมาชิก :

[เข้าสู่ระบบ]

[หน้าแรก](#) | [จัดการ Online](#)

หมายเหตุ

1.) กรุณาอย่าลืมดูเว็บไซต์นี้ด้วยใจจดจ่อ * ถ้าผู้ใช้มีข้อสงสัยเกี่ยวกับระบบ หรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติมในการใช้บริการ และส่งคำถามมาทาง [ผู้จัดการออนไลน์](#)

2.) ทางบริษัทฯ ถือว่าข้อมูลของสมาชิกทุกท่านเป็นความลับ ซึ่งทางบริษัทฯ จะไม่ทำการเปิดเผย ข้อมูลใดๆ หากมิได้มีความยินยอมจากทางสมาชิก

ภาพที่ 4.16 การลงทะเบียนสมาชิก

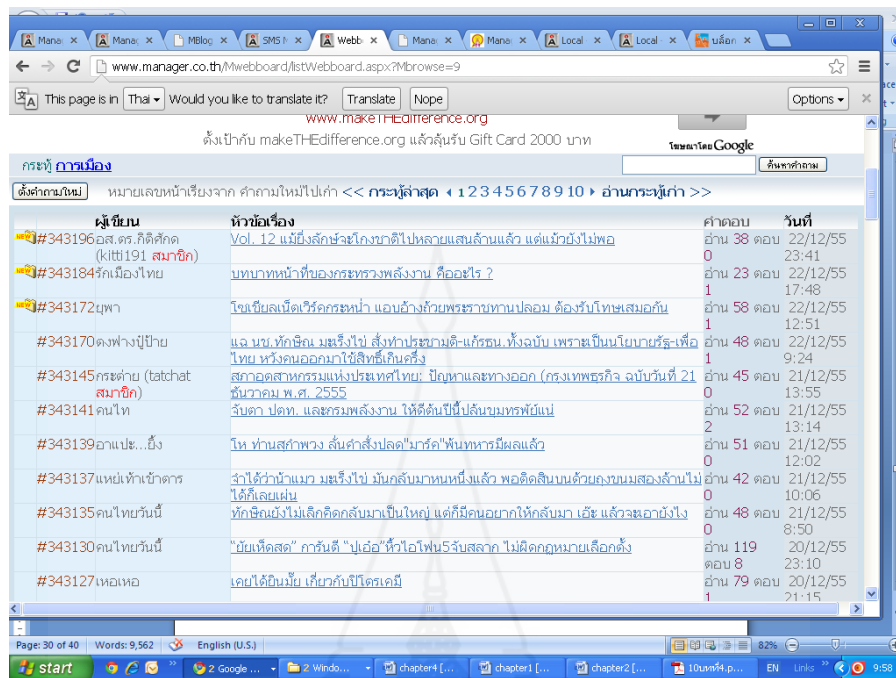
สิทธิประโยชน์ในการเป็นสมาชิก

- สามารถค้นหาข่าวย้อนหลังได้ 90 วัน และสามารถอ่านหนังสือพิมพ์ย้อนหลังได้ตามวันที่
- สามารถใช้ระบบห้องสนทนาในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นแบบ Real Time กับผู้เข้าชมท่านอื่น ๆ หรือบางครั้งอาจมีคอลัมน์นิสต์เข้าร่วมสนทนาด้วย
- สามารถเขียนถ่ายทอดความรู้สึก ประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อบุคคลอื่นหรือเพื่อสร้างสรรค์ให้สังคมดีขึ้น ด้วยการเป็นเจ้าของเว็บบล็อก



ภาพที่ 4.17 สมาชิกบล็อก MBlog

บล็อก (Blog) หรือ เว็บบล็อก (Weblog) เป็นพื้นที่สำหรับเขียนบันทึกเล่าเรื่องราวประจำวันเพื่อสื่อสารความรู้สึกนึกคิดมุมมอง ประสบการณ์ ความรู้ และข่าวสาร ในเรื่องที่คุณเขียนท่านหนึ่งๆ (Blogger) สนใจโดยเฉพาะ ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้ทำให้บล็อกต่างกับเว็บบอร์ด และเนื่องจากความจริงใจและอิสระทางความคิดที่สื่อสารออกไป ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในลักษณะของบุคคลที่หนึ่ง เป็นการบ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของผู้เขียนได้เป็นอย่างดีทีเดียว จึงทำให้บล็อกเป็นสื่อที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ในนานาประเทศ ผู้ที่เป็นสมาชิกของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ สามารถเข้ามาใช้บริการใน เอ็มบล็อก (MBlog) ได้



ภาพที่ 4.18 หน้าเว็บบอร์ด

เว็บบอร์ด (webboard) คือ พื้นที่ ที่ใช้สำหรับการแลกเปลี่ยนบทสนทนา การพูดคุย การอภิปรายในสังคมออนไลน์ นอกจากชื่อเว็บบอร์ดแล้ว ยังมีเรียกกันหลายชื่อไม่ว่า กระดานข่าว กระดานข่าวสาร กระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ กระดานสนทนา กระดานสนทนาออนไลน์ ฟอรัม เว็บฟอรัม เมสเสจบอร์ด บูลิตินบอร์ด ดิสคัสชันบอร์ด ฯลฯ หรือเรียกอย่างสั้นว่า บอร์ด ก็มี เรื่องราวที่มีการพูดคุยในแต่ละเว็บบอร์ดจะมีการแตกต่างกันไปในแต่ละเว็บบอร์ด บางเว็บบอร์ดจะมีหลายหัวข้อ โดยแบ่งแยกย่อยออกไป

The screenshot shows the dtac SMS Package website. The page is titled "SMS Package" and features a table of service options. The table is organized into three columns: "ประเภท" (Category), "บริการสมัคร" (Service Sign-up), and "บริการยกเลิก" (Service Cancellation). The table lists three categories of SMS packages: "Mgr Hot News", "SMS พิเศษสำหรับคอลล่าข่าวการเมือง" (Special SMS for political news), and "SMS พิเศษสำหรับคอลล่าข่าวหุ้น/ธุรกิจ" (Special SMS for stock/business news). Each category has two options: "กด * 7513 โทรออกแล้วกด 1" (Press * 7513, dial out, then press 1) and "กด * 7513 โทรออกแล้วกด 2" (Press * 7513, dial out, then press 2). The prices for each option are listed in Thai Baht (฿).

ประเภท	บริการสมัคร	บริการยกเลิก
Mgr Hot News	กด * 7513 โทรออกแล้วกด 1	กด * 7513 โทรออกแล้วกด 2
SMS พิเศษสำหรับคอลล่าข่าวการเมือง	เข้าเมนู write Message พิมพ์ R ส่งไปหมายเลข 1951520	เข้าเมนู write Message พิมพ์ C ส่งไปหมายเลข 1951520
SMS พิเศษสำหรับคอลล่าข่าวหุ้น/ธุรกิจ	เข้าเมนู write Message พิมพ์ R ส่งไปหมายเลข 1951530	เข้าเมนู write Message พิมพ์ C ส่งไปหมายเลข 1951530
SMS พิเศษสำหรับคอลล่าข่าวกีฬา/บันเทิง	เข้าเมนู write Message พิมพ์ R ส่งไปหมายเลข 1951540	เข้าเมนู write Message พิมพ์ C ส่งไปหมายเลข 1951540

At the bottom of the page, there is a footer with the text "Page: 30 of 39", "Words: 9,454", and "Thai". The Windows taskbar at the bottom shows the start button, several open applications (Google, Windows, chapter4, chapter1, chapter2, 10บทที่4.p...), and the system clock showing 9:53.

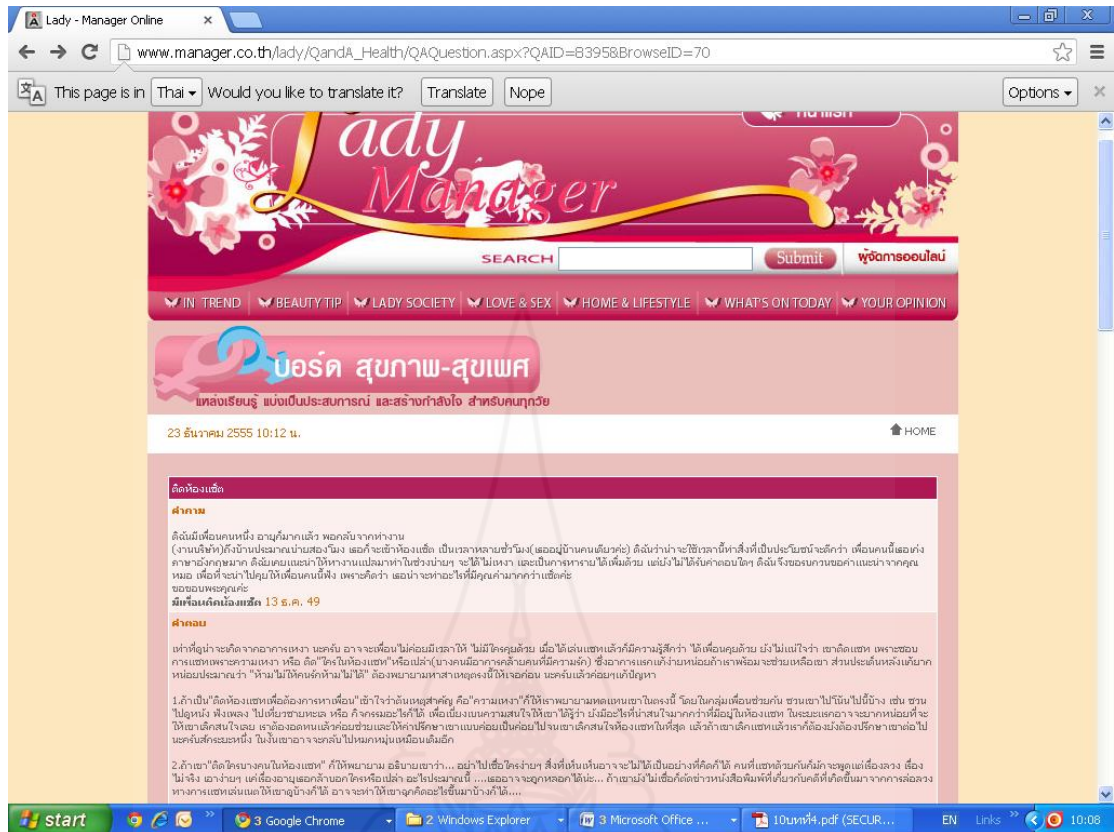
ภาพที่ 4.19 สมัครอ่านข่าวบนมือถือ

ASTVผู้จัดการ CONTACT US

บริการ	เบอร์โทร	เบอร์โทร	เบอร์โทร	เบอร์โทร	E-mail
ASTVผู้จัดการออนไลน์	02 629 4488 ต่อ 1300	02 632 7279			wm@manager.co.th
ASTVผู้จัดการรายวัน	02 629 4488 ต่อ 1300	02 282 2800 ต่อ 2508-2530	02 629 4488 ต่อ 2431-2434	02 629 4488 ต่อ 2435-2436	wm@manager.co.th
ผู้จัดการ 360 รายสัปดาห์	02 629 4488 ต่อ 1207	02 632 6600 ต่อ 1100-1108 Fax : 02 632 6645	02 629 4488 ต่อ 2431-2434	02 629 4488 ต่อ 2435-2436	
นิตยสาร ผู้จัดการ 360	02 629 4488 ต่อ 1281	02 629 4488 ต่อ 1146-1149	02 629 4488 ต่อ 2431-2434	02 629 4488 ต่อ 2435-2436	magazine@golomanager.com
นิตยสาร Positioning	02 629 4488 ต่อ 1281	02 629 4488 ต่อ 2221, 2237, 2259, 2258	02 629 2211 ต่อ 2226, 2236	02 629 2211 ต่อ 2226, 2236	magazine@positioningmag.com
นิตยสาร mars	02 629 2211 ต่อ 2230	02 629 2211 ต่อ 2226	02 629 2211 ต่อ 2243	02 629 2211 ต่อ 2243	mars.magazine@gmail.com
นิตยสาร Campus	02 629 2211 ต่อ 2256	02 629 2211 ต่อ 2217, 2229	02 629 2211 ต่อ 2256	02 629 2211 ต่อ 2256	campusmag@thaidav.com
ASTVผู้จัดการรายวัน PDF	02 629 4488 ต่อ 1300		02 629 4755-6	02 629 4755-6	thaidavusa@gmail.com
ASTVผู้จัดการ SMS	02 629 4488 ต่อ 1511		02 629 4755-6	02 629 4755-6	
วิทยุ ผู้จัดการ	02 629 4484 ต่อ 1496-7				managerradio@astvmanager.com
ASTV	02 629 3949	02 632 6600 ต่อ 3100-3106	02 910 6338	02 587 0234	info@astv-tv.com
News 1	02 629 4433				
ASTV NEWS	02 629 4433				astvnewsman@hotmail.com

Page: 28 of 39 Words: 9,563 Thai

ภาพที่ 4.20 ติดต่อเว็บมาสเตอร์



ภาพที่ 4.21 ห้องสนทนา (Chat Room) พุดคุยถามตอบ

ห้องสนทนา (Chat Room) เป็นพื้นที่ในการสนทนาออนไลน์อีกประเภทหนึ่ง ที่มีการส่งข้อความถึงกัน ได้ตอบกันได้อย่างรวดเร็วแม้ไม่ได้อยู่ในสถานที่เดียวกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ทันที ไม่จำกัดอายุและเพศ ซึ่งการเข้าไปสนทนาเราจำเป็นต้องเข้าไปในเว็บไซต์ที่ให้บริการห้องสนทนา

ภาพที่ 4.22 ความคิดเห็นท้ายข่าว
ซึ่งแสดงได้ทั้ง เว็บบอร์ดเอเอสทีวีผู้จัดการ เฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์

การจัดวางหน้าเว็บไซต์ โดยการวิเคราะห์เว็บไซต์ www.manager.co.th ซึ่งประกอบด้วย โครงสร้างบนเว็บไซต์ การจัดวางหน้าเว็บ ระบบเนวิเกชัน สี ตัวอักษร ภาพประกอบข่าว สื่อประสม และลักษณะพิเศษต่าง ๆ จากการศึกษาพบว่า มีขนาดของการตั้งค่าเว็บและหน้าจอ มีความยาวในการเลื่อนหน้าจอถึง 12 – 13 ครั้ง นับว่ายาวมาก แต่การดาวน์โหลดข้อมูลใช้เวลาเร็วมาก มีระบบเนวิเกชันทางด้านซ้ายบนเห็นเด่นชัด โทนสีโดยรวมของเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์เป็นสี ขาว เทา น้ำเงิน ตัวอักษรใช้ font ตระกูล Arial Tohoma Ms.SansSerif Courier New ขนาดของตัวอักษรของเว็บไซต์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ แบ่งเป็น 2 ขนาดได้แก่ หัวข่าว และ เนื้อข่าว ได้แก่ หัวข่าว ขนาดตัวอักษร 24 เนื้อข่าว ขนาด 13.5 โดยผู้อ่านสามารถปรับขนาดฟอนต์และขนาดพิกเซลได้เองเมื่อคัดลอกไป ข่าวหน้าแรกและข่าวภูมิภาคจะมีภาพประกอบข่าว ส่วนข่าวเกาะติดสถานการณ์จะไม่มีภาพประกอบ นอกจากนี้ยังมีสื่อประสมบนเว็บไซต์เช่น มีไฟล์แฟลช เป็นภาพเคลื่อนไหว ประกอบในส่วนของโฆษณา และเนวิเกชันวิทยุ และ ASTV Sattellite TV มีการใช้วิดีโอคลิป และเสียง ในส่วนของข่าวบางข่าว ด้านใน มีเสียงประกอบ ในส่วนของ 97.75 MHz

จะเห็นได้ว่า จากข้อมูลข้างต้น การบริหารการผลิตของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ มีกระบวนการจัดทำที่ยังใช้กระบวนการแบบเดียวกันกับทำจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษแต่มีความทันสมัยด้านเทคโนโลยีทำให้น่าเสนอข่าวได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ และมีพื้นที่ไม่จำกัด ซึ่งทำให้ได้เปรียบหนังสือพิมพ์กระดาษ โดยหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ มีนโยบายการนำเสนอข่าวให้น่าสนใจไปในเรื่องการเมือง เว็บไซต์มีความเร็วในการนำเสนอข่าว และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่านบนเว็บไซต์อยู่ตลอด

3. การบริหารรายได้ของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

จากการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ มีรายได้จาก แหล่งต่าง ๆ ดังนี้

1. การขายแบนเนอร์ (Banner) โฆษณบบนเว็บไซต์
2. การขายสินค้าบนเว็บไซต์ บริษัท ASTV Product จำกัด
3. การขายพื้นที่โฆษณาขายสินค้าบน Job Roads และ Market Guide
4. การขายข้อมูลหรือบริการพิเศษ ห้องสมุด
5. การสมัครสมาชิก มูลนิธิยามเฝ้าแผ่นดิน
6. การสมัครรับข่าวบนมือถือ
7. ร้านหนังสือผู้จัดการ

8. การขายสมาชิกหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการรายวันฉบับ PDF

9. การขอสนับสนุนเงินจากผู้อ่าน

จากการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ พบว่าหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์มีกลุ่มเป้าหมายผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนชั้นกลาง ตั้งแต่ระดับมหาวิทยาลัย คนทำงานใหม่ ๆ ไปจนถึงวัยกลางคน ซึ่งส่วนใหญ่ กำลังสร้างฐานะ เริ่มหาบ้านของตัวเอง หรือรถคันแรก เป็นกลุ่มเดียวกับหนังสือพิมพ์กระดาศ ส่วนกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสนใจโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์ จำนวนมาก เพราะเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดในการทำธุรกิจ ส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มบ้านคอนโดที่อยู่อาศัย รองลงมา เป็น รถยนต์ และธนาคาร

“กลุ่มเป้าหมายผู้อ่าน เป็นกลุ่มเดียวกับหนังสือพิมพ์กระดาศ คือ กลุ่มอายุ 30-50 ปี แต่ผู้จัดการยังมีเนื้อหาข่าวที่ตอบสนองกลุ่มคนรุ่นใหม่ กลุ่มคนทำงาน กลุ่มแม่บ้าน ผู้อ่านในประเทศ คิดเป็น 70 เปอร์เซ็นต์ และต่างประเทศอีกประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ ผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นผู้อ่านในสหรัฐอเมริกา รองลงมาคือ ออสเตรเลีย เยอรมนี อังกฤษ จีน และญี่ปุ่นผู้อ่านผู้จัดการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนชั้นกลาง ตั้งแต่ระดับมหาวิทยาลัย คนทำงานใหม่ ๆ ไปจนถึงวัยกลางคน ซึ่งส่วนใหญ่ กำลังสร้างฐานะ เริ่มหาบ้านของตัวเอง หรือรถคันแรก ดังนั้นลูกค้าโฆษณาส่วนใหญ่ในเว็บไซต์ผู้จัดการจะเป็นโครงการบ้านจัดสรร คอนโดมิเนียม และรถยนต์ใหม่ (นายนิรันดร์ เยาวภาวี บรรณาธิการบริหาร เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

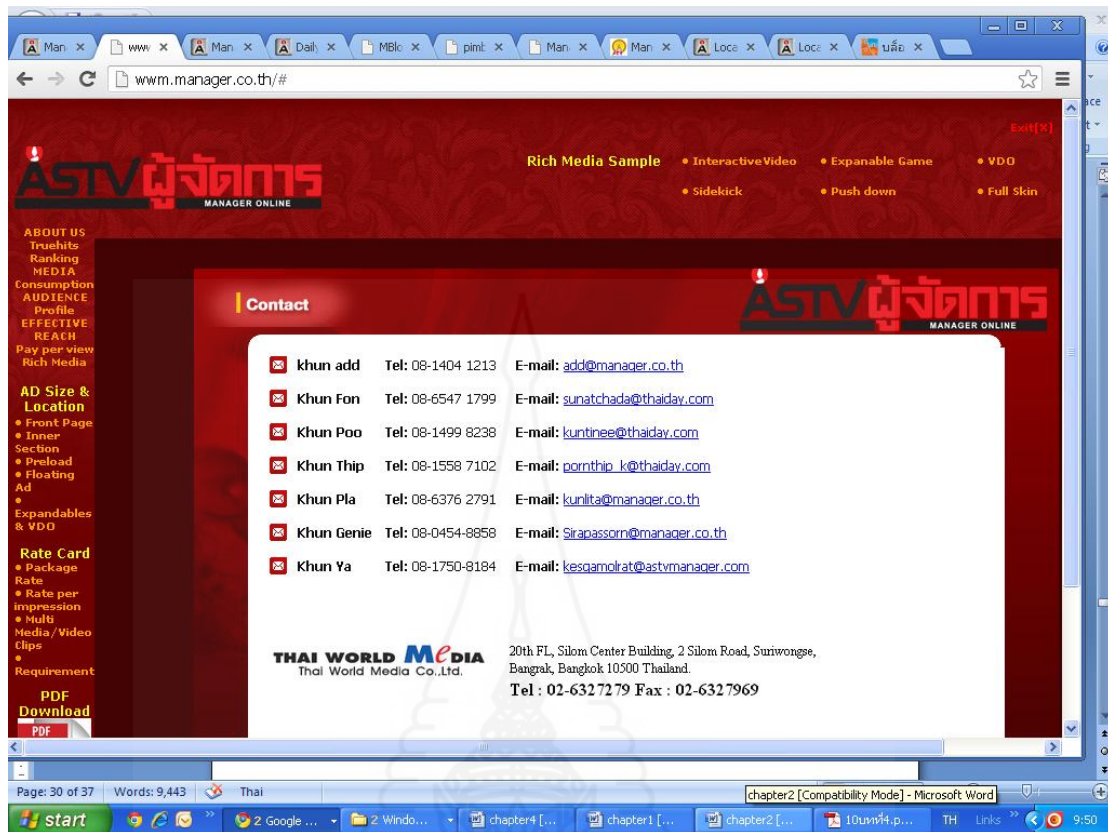
“แนวโน้มของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มากขึ้น ทำให้มีลูกค้าให้ความสนใจโฆษณาบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์มากขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดในการทำธุรกิจ เนื่องจากได้เปรียบในแง่มีสถิติผู้ชมที่เห็นได้ชัดเจน และวัดได้ ยอดดังกล่าวก็นำไปใช้กำหนดในการขายโฆษณาได้ง่ายขึ้น สามารถเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ หรือแม้กระทั่งการจูงใจการขาย ผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกรวดเร็ว” (นายวิรัช ลิ้มทองกุล ผู้อำนวยการเว็บไซต์ เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

ตารางที่ 4.5 การลงโฆษณาบนเว็บไซต์ ผู้วิจัยได้ศึกษาประเภทสินค้าที่ลูกค้าสนใจลงโฆษณา โดยติดแบนเนอร์ บนเว็บไซต์ www.manager.co.th ซึ่งเป็น กลุ่มลูกค้าที่ลงโฆษณาบนเว็บไซต์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ เป็นดังนี้

ประเภทโฆษณา	ครั้งที่ 1 : 5 มี.ค. – 30 เม.ย. 54		ครั้งที่ 2 : 5 พ.ค. – 30 ก.ย. 54	
	จำนวนแบนเนอร์	ร้อยละ	จำนวนแบนเนอร์	ร้อยละ
บ้าน คอนโด ที่อยู่อาศัย	13	21.67	12	20.0
รถยนต์	12	20.0	11	18.33
ธนาคาร	7	11.67	6	10.0
การศึกษา/อบรม	6	10.0	5	8.33
เครื่องใช้ไฟฟ้า/IT	6	10.0	6	10.0
สายการบิน	3	5.0	3	5.0
โรงแรม	3	5.0	4	6.67
เครื่องสำอาง	2	3.33	1	1.67
บริษัทนำเที่ยว	2	3.33	3	5.0
ธุรกิจสมัครงาน	2	3.33	4	6.67
อื่น ๆ	4	6.67	5	8.33

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ลงโฆษณา จากการศึกษทั้ง 2 ครั้ง เป็นไปในแนวทางเดียวกัน คือ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้ากลุ่มบ้าน คอนโด ที่อยู่อาศัย รองลงมาเป็นรถยนต์ และธนาคาร ตามลำดับ โดย ครั้งที่ 1 ระหว่างวันที่ 5 มีนาคม – 30 เมษายน 2554 ส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มบ้านคอนโดที่อยู่ออาศัย ร้อยละ 21.67 รองลงมา เป็น รถยนต์ ร้อยละ 20 และธนาคารร้อยละ 11.67 ตามลำดับ ส่วนครั้งที่ 2 ระหว่างวันที่ 5 พฤษภาคม – 25 กันยายน 2555 พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มบ้านคอนโด ที่อยู่ออาศัย ร้อยละ 20 รองลงมาเป็น รถยนต์ ร้อยละ 18.33 และ ธนาคารร้อยละ 10.0

จะเห็นได้ว่า จากข้อมูลข้างต้น การบริหารการผลิตของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ มีกระบวนการจัดทำที่ยังใช้กระบวนการแบบเดียวกันกับทำจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษแต่มีความทันสมัยด้านเทคโนโลยีทำให้น่าเสนอข่าวได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ และมีพื้นที่ไม่จำกัด ซึ่งทำให้ได้เปรียบหนังสือพิมพ์กระดาษ โดยหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ มีการรายงานข่าว ให้น่าสนใจไปในเรื่องการเมือง เว็บไซต์มีความน่าอ่านน่าสนใจเกี่ยวกับความเร็วในการนำเสนอข่าว และมีกลุ่มลูกค้าสนใจโฆษณาบนเว็บไซต์อยู่ตลอด



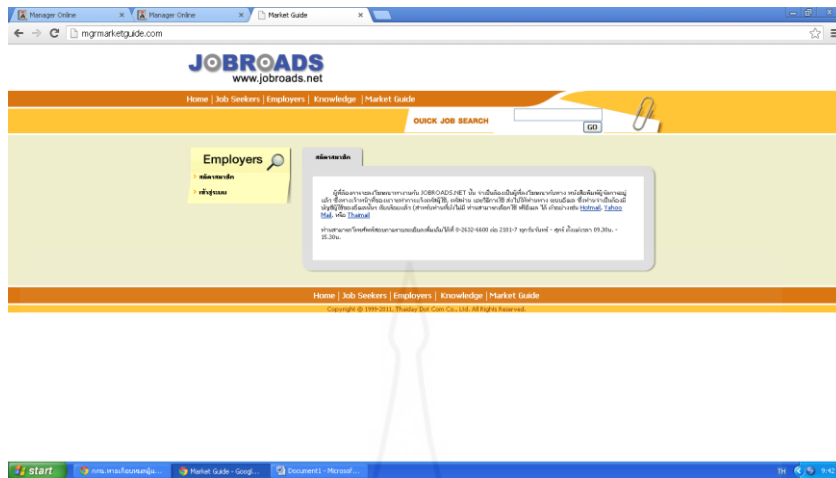
ภาพที่ 4.23 การติดต่อขายโฆษณาบนเว็บไซต์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์



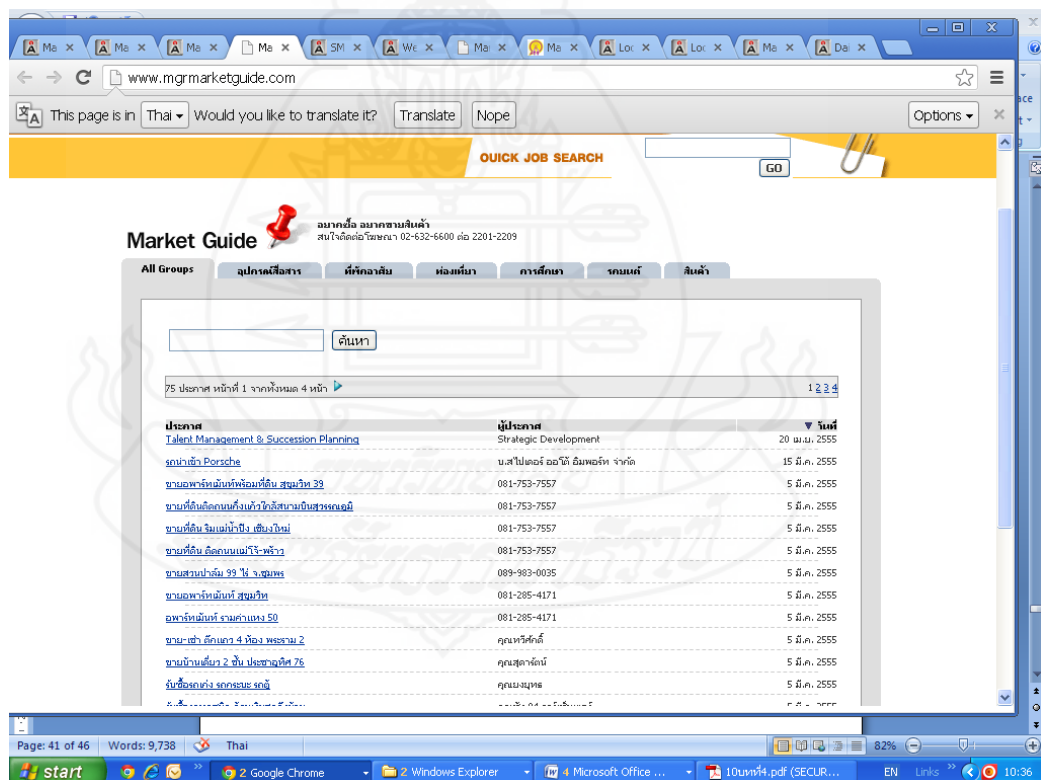
ภาพที่ 4.24 แบนเนอร์โฆษณาด้านบนสุดของเว็บไซต์
(สินค้า มาสด้า 2)



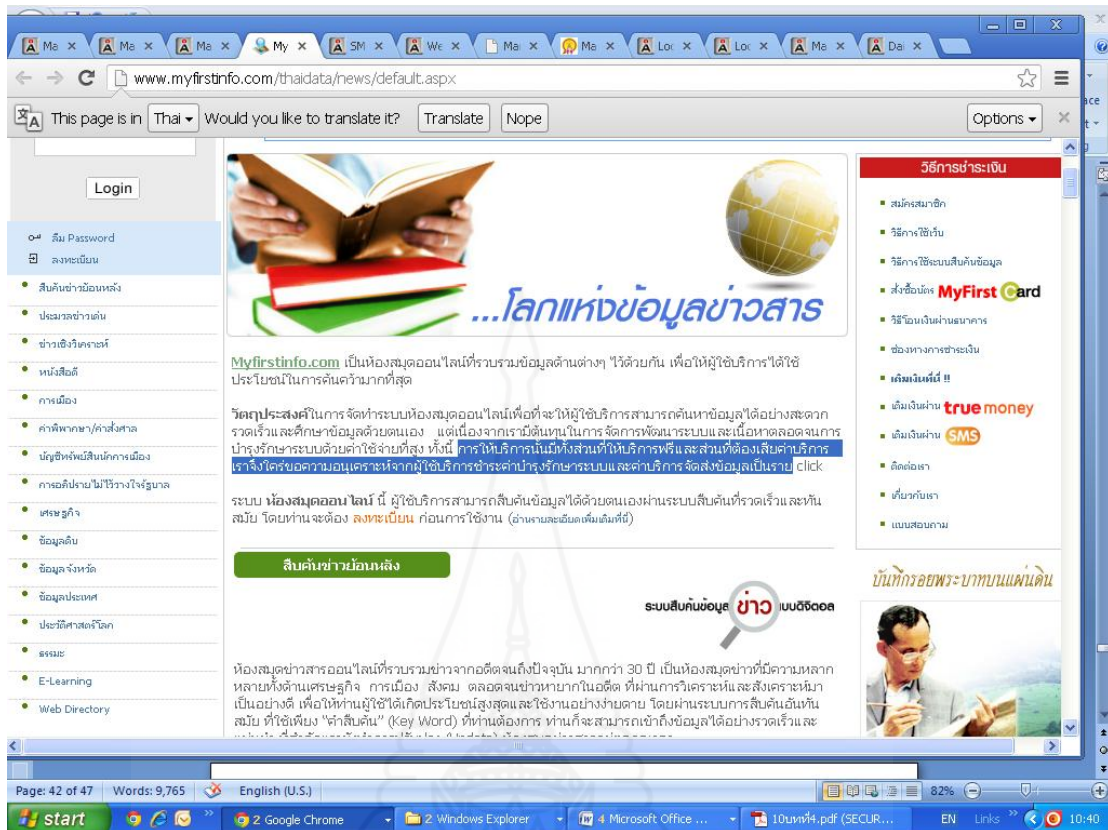
ภาพที่ 4.25 การขายสินค้า เอเอสทีวี



ภาพที่ 4.26 การขายพื้นที่บน Job Roads ประกาศรับสมัครงาน



ภาพที่ 4.27 การขายพื้นที่ หน้า Market Guide ซื้อขายสินค้า



ภาพที่ 4.28 การสมัครสมาชิก ห้องสมุด My First Info

Myfirstinfo.com เป็นห้องสมุดออนไลน์ที่รวบรวมข้อมูลด้านต่างๆ ไว้ด้วยกัน เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้ใช้ประโยชน์ในการค้นคว้ามากที่สุด

วัตถุประสงค์ในการจัดทำระบบห้องสมุดออนไลน์เพื่อที่จะให้ผู้ใช้บริการสามารถค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็วและศึกษาข้อมูลด้วยตนเอง แต่เนื่องจากเรามีต้นทุนในการจัดการพัฒนาระบบและเนื้อหาตลอดจนการบำรุงรักษาระบบด้วยค่าใช้จ่ายที่สูง ทั้งนี้ การให้บริการนั้นมีทั้งส่วนที่ให้บริการฟรีและส่วนที่ต้องเสียค่าบริการ เราจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากผู้ใช้บริการชำระค่าบริการบำรุงรักษาระบบและค่าบริการจัดส่งข้อมูลเป็นราย



ภาพที่ 4.29 การสมัครสมาชิกมูลนิธิยามเฝ้าแผ่นดิน

SMS Package AIS ค่าบริการเพียง 29 บาท ต่อเดือน ฟรี 15 วัน

ประเภท	วิธีการสมัคร	วิธีการยกเลิก
Mgr Hot News	โทรไปที่ * 468200011	โทรไปที่ * 468200099
SMS พิเศษสำหรับคอลล่าร์การเมือง	โทรไปที่ * 468200111	โทรไปที่ * 468200199
SMS พิเศษสำหรับคอลล่าร์หุ้น/ธุรกิจ	โทรไปที่ * 468200211	โทรไปที่ * 468200299
SMS พิเศษสำหรับคอลล่าร์กีฬา/บันเทิง	โทรไปที่ * 468200311	โทรไปที่ * 468200399

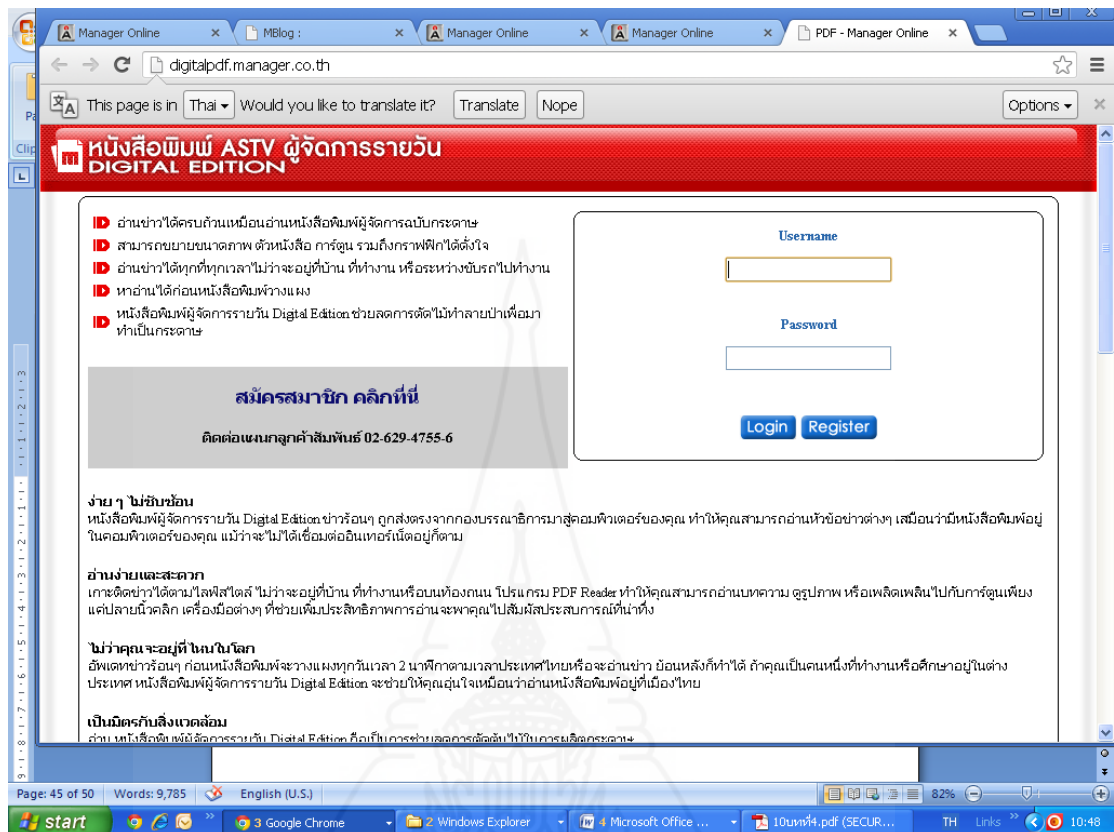
SMS Package true move ค่าบริการเพียง 29 บาท ต่อเดือน ฟรี 15 วัน

ประเภท	วิธีการสมัคร
Mgr Hot News	Write Message พิมพ์ HOT ส่งไปที่หมายเลข 4682000
SMS พิเศษสำหรับคอลล่าร์การเมือง	Write Message พิมพ์ POL ส่งไปที่หมายเลข 4682000
SMS พิเศษสำหรับคอลล่าร์หุ้น/ธุรกิจ	Write Message พิมพ์ BIZ ส่งไปที่หมายเลข 4682000
SMS พิเศษสำหรับคอลล่าร์กีฬา/บันเทิง	Write Message พิมพ์ ENT ส่งไปที่หมายเลข 4682000

ภาพที่ 4.30 การสมัครรับข่าวบนมือถือ



ภาพที่ 4.31 ร้านหนังสือผู้จัดการ

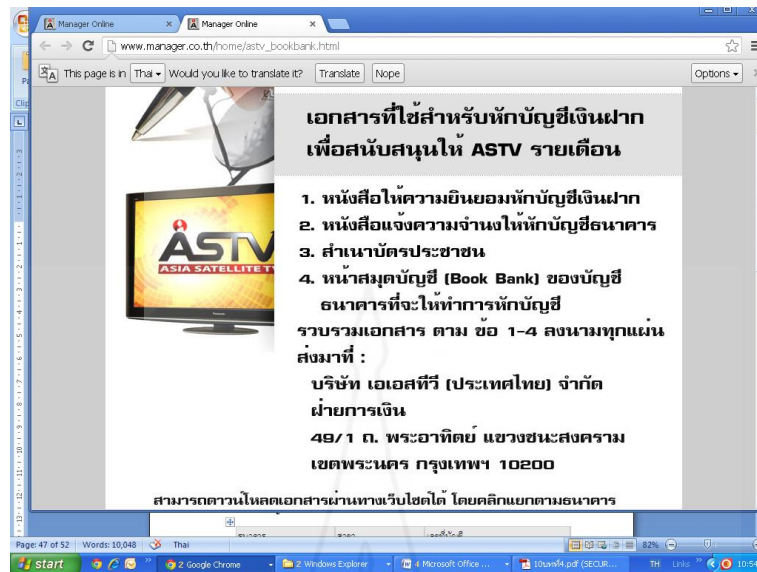


ภาพที่ 4.32 การสมัครสมาชิกหนังสือพิมพ์ ASTV ผู้จัดการรายวัน

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน Digital PDF คืออะไร?

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน Digital Edition คือรูปแบบหนึ่งของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ที่ทำให้สามารถอ่านได้จากคอมพิวเตอร์ที่บ้านหรือที่ทำงาน โดยเนื้อหาทั้งหมดไม่ว่าจะเป็น ข่าว บทความ รูปภาพ และการ์ตูนจะปรากฏอยู่บนหน้าจอคอมพิวเตอร์เหมือนกับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันฉบับกระดาษ สามารถอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน Digital Edition ผ่านทางโปรแกรม Adobe Reader ได้แล้ว

ผู้ให้บริการจำนวนมากใน Manager Online ต้องการอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันทั้งฉบับ ได้มีการนำเสนอหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน Digital Edition ผ่านโปรแกรม Adobe Reader ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ใช้กันอย่างแพร่หลายทั่วโลก โดย Web Browser ของระบบปฏิบัติการมาตรฐานเช่น PC ทั่วไป MAC หรือ UNIX ต่างรองรับโปรแกรมนี้อย่างดี ด้วยความพิเศษและใช้งานง่ายของ Adobe Reader มันจึงเป็นโปรแกรมที่เหมาะสมที่สุดสำหรับอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน Digital Edition



ภาพที่ 4.33 การขอบริจาคเงินจากผู้อ่าน

การบริจาคเงินเพื่อสนับสนุน ASTV

1. ให้ธนาคารหักบัญชี เป็นประจำทุกเดือน สามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มที่ใช้สำหรับหักบัญชีเงินฝาก เพื่อสนับสนุนให้ ASTV รายเดือน ตามรายละเอียดด้านบน
2. โอนเงินผ่านบัญชี (โอนได้ทั้ง บัญชีกระแสรายวัน และออมทรัพย์)

ประเภทบัญชีกระแสรายวัน

ธนาคาร	สาขา	เลขที่บัญชี
ไทยพาณิชย์	ราชวัตร	130-3-00770-7
กรุงไทย	บางลำพู	167-6-00667-2
กสิกรไทย	บางลำพู	008-1-09911-1
กรุงเทพ	บางลำพู	116-3-13493-3

3. โอนเงินทาง ATM ประเภทบัญชีออมทรัพย์

ธนาคาร	สาขา	เลขที่บัญชี
ไทยพาณิชย์	ราชวัตร	130-2-23001-4
กรุงไทย	บางลำพู	167-0-10546-6
กสิกรไทย	บางลำพู	008-2-37333-2
กรุงเทพ	บางลำพู	116-4-42208-9

4. ปัจจัยความสำเร็จของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์

จากการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์มีปัจจัยความสำเร็จจาก 4 ด้าน ได้แก่ ความกล้าเสี่ยง คุณภาพ บุคลากร และผู้อ่าน ดังนี้

4.1 ความกล้าเสี่ยง

สนธิ ลิ้มทองกุล เจ้าของหนังสือพิมพ์ในเครือผู้จัดการ ผู้ก่อตั้งหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ กล้าเสี่ยงที่จะเสี่ยงลงทุนเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ การที่ผู้ก่อตั้ง กล้าที่จะลงทุนในยุคแรก ๆ ทั้ง ๆ ที่ไม่รู้ว่าจะมีรายได้มาทางไหนบ้าง จากจุดเริ่มที่มองเห็นถึงศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีใหม่ต่าง ๆ ของสื่อในปัจจุบันที่จะมาช่วยหนังสือพิมพ์กระดาษในการลดต้นทุนการผลิต ทำให้ปัจจุบันเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีประสบความสำเร็จมีรายได้จากค่าโฆษณา และมียอดผู้เข้าชมเว็บจำนวนมาก

“เว็บไซต์ก่อตั้งมาเกินสิบปีแล้ว เพราะเราเชื่อมั่นในไอเดียของผู้ก่อตั้ง คือ คุณสนธิ ลิ้มทองกุล เจ้าของหนังสือพิมพ์ในเครือผู้จัดการ ที่อ่านเกมขาดมาก กล้าเสี่ยงกล้าลงทุนก่อตั้งเว็บไซต์ตอนนั้น ทั้ง ๆ ที่ไม่รู้เลยว่ามันจะมีรายได้จากทางไหนบ้าง ผู้ก่อตั้งมองเห็นศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีใหม่ ถือเป็นไฟล์ทบังคับของทุกองค์กรสื่อ เพื่อลดต้นทุนการผลิต เพราะสถานการณ์ข่าวในปัจจุบันว่า เป็นยุคที่คนอ่านข่าวฟรี หนังสือพิมพ์หนึ่งฉบับมีต้นทุนอยู่ที่ 30-50 บาท ขณะที่ราคาขายอยู่ที่ 8-20 บาท หนังสือพิมพ์ หากไม่ปรับให้มีฉบับออนไลน์บนเว็บไซต์ก็มีแต่ตายแน่นอน การหาเงิน การอยู่รอดในยุคนี้จึงเป็นไปอย่างยากลำบาก ทำให้การหลอมรวมสื่อเกิดขึ้นเพื่อลดต้นทุนการผลิต ขณะเดียวกันสื่อต้องให้ทันตามเทคโนโลยี ไม่เช่นนั้นจะตกลูกทันที โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการโฆษณามีรูปแบบที่เปลี่ยนไป สื่อออนไลน์ต้องตระหนัก นอกจากผลิตเนื้อหาอย่างเดียวยังแล้ว อนาคตอาจต้องคิดถึงเรื่องเทคโนโลยีและคู่แข่งที่เพิ่มขึ้นด้วย” (นายวรวิษฐ์ ลิ้มทองกุล ผู้อำนวยการเว็บไซต์ เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

4.2 คุณภาพ

จากการสัมภาษณ์พบว่าทั้งผู้บริหารและกลุ่มผู้ปฏิบัติการมีความเห็นตรงกันว่า คุณภาพ ความสำเร็จของเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ ซึ่งได้แก่ ความสดของข่าว ความเร็วในการนำเสนอข่าว และความถูกต้อง กระชับชัดเจน รวมทั้งสำเร็จจากการนำเสนอข่าวจากอินเทอร์เน็ตมาใช้มากที่สุด คือ ความทันสมัยของเทคโนโลยี ทำให้เกิดความรวดเร็วด้านเวลา การไม่จำกัดเวลา และพื้นที่

“มีการแข่งขันสูงในการทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จึงต้องนำเสนอข่าวสารที่มีคุณภาพสูง ได้แก่ มีความสด ทันเหตุการณ์ รวดเร็ว หลากหลาย เชื่อถือได้ รวมทั้งมีการเพิ่มเนื้อหาเพื่อตอบสนองผู้อ่านกลุ่มใหม่ โดยมีระบบสมาชิก มีความคิดเห็นท้ายข่าว และผู้อ่านสามารถติดต่อ

ตรงถึงบรรณาธิการข่าวแต่ละโต๊ะข่าวได้ มีทั้งเบอร์โทรมือถือและอีเมลไว้ให้แล้ว รวมทั้งเพิ่มช่องทางการรับข่าวสารผ่านโทรศัพท์มือถือได้ด้วย นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มบริการด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ” (นายนิรันดร์ เยาวภาว บรรณาธิการบริหารเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

“ความสำเร็จด้านคุณภาพของงาน เป็นผลมาจากคุณภาพของบุคลากร และการสนับสนุนขององค์กรในด้านวัสดุอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ รวมทั้งการจัดสรรงบประมาณด้วย” (นายเสนา สุชี เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเว็บไซต์ เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

4.3 บุคลากร

บุคลากร พบว่า หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์มีความสำเร็จมาจากความสามารถ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ ความเสียสละ ความทุ่มเทของผู้บริหารและพนักงานทุกคน ฝ่ายบริหารเห็นว่า ความเสียสละ ความทุ่มเทของพนักงานทุกคน ตั้งแต่ก่อตั้งเว็บไซต์ทุกฝ่าย ทั้งฝ่ายผลิตเนื้อหา ฝ่ายไอที ฝ่ายการตลาด ทุกคนมีส่วนในความสำเร็จ ส่วนกลุ่มผู้ปฏิบัติงานบนเว็บไซต์ เห็นว่า ความประสบความสำเร็จของผู้จัดการ มาจากสำคัญก็คือคนทำงานเบื้องหลัง ซึ่งดูแลความเป็นไปของเว็บทั้งหมด

“นักข่าว ต้องปฏิบัติงานตามที่ได้รับหมายให้ไปทำข่าว รวมทั้งต้อง เสาะแสวงหาข่าว เจาะข่าว และทำข่าว การถ่ายภาพและการบันทึกเทปเสียงเป็นสิ่งสำคัญที่เราต้องทำด้วยกัน เราต้องทำงานเป็นทีมกับช่างภาพ นักข่าวเขียนข่าวตามรูปแบบของการเสนอข่าวที่ถูกต้องชัดเจน โปร่งใส และนำรูปภาพที่ช่างภาพถ่าย ส่งข่าวให้กับกองบรรณาธิการ เพื่อพิจารณาก่อนเผยแพร่” (นางจันจิรา สิตบุศย์ หัวหน้าศูนย์ข่าวภูเก็ต หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์)

“พวกเราต้องทำงานเวลาที่ต้องการรายงานข่าวด่วน เวลาไม่ใช่ข้ออ้างที่จะหยุดงาน คนอื่นเขานอนกันแล้วแต่ถ้ามีเหตุการณ์มีข่าวเราก็ต้องไปด้วยกัน บางข่าวอย่างทำข่าวผลของการเลือกตั้ง หรือเหตุการณ์ประท้วงใน พื้นที่จริงที่อยู่ในที่ห่างไกล ลำบาก จีบเรือขนยาเสพติดเราต้องลงเรือไปในทะเลพร้อมทหารเรือ ทำข่าวบุกรุกที่ดิน เหตุการณ์มูมโดมมูมหนึ่งที่ยากจะเข้า ทั้งช่างภาพและผู้สื่อข่าว เราต้องไปด้วยกัน อย่างน้อย ๆ พวกเราจะต้องได้ข่าวอย่างน้อยวันละ 1 ชิ้นงาน แต่บางข่าวต้องวิเคราะห์เจาะลึกอาจต้องใช้เวลาหลายวัน แต่เมื่อผลงานออกมาก็ทำให้เราพอใจ ได้งานคุณภาพ” (นายอรรณพ เพ็ชรภิมล ช่างภาพหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์)

4.4 ผู้อ่าน

จากการศึกษาพบว่า ความสำเร็จของหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์มาจากผู้อ่านเข้าถึงอินเทอร์เน็ตกันมากขึ้นและเข้ามาอ่านข่าวบนอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ผู้อ่านที่มีความสนใจเรื่องการเมืองมากขึ้น

“ผู้อ่านทำให้เกิดความสำเร็จ ในอนาคตปริมาณคนใช้อินเทอร์เน็ตจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหลายประเภท เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ฯลฯ มากขึ้น สมัยก่อนมีคอมพิวเตอร์ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ คนละเครื่อง แต่เดี๋ยวนี้คนคนหนึ่งมีทั้งพีซี มีโน้ตบุ๊ก มีโทรศัพท์ ทำให้มีช่องทางเข้าถึงเว็บฯ ได้หลากหลายมากขึ้น ปี 53 เว็บไซต์ เอเอสทีวีผู้จัดการ หรือผู้จัดการออนไลน์ มียอดคนเข้าชมเว็บที่ 1,000,000,000 (หนึ่งพันล้าน) ครั้ง ซึ่งยืนยันถึงผู้อ่านที่สนใจเข้าไปอ่านข่าว” (นายนิรันดร์ เยาวภาว์ บรรณาธิการบริหารเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

“การที่เว็บไซต์ เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ ประสบความสำเร็จ ส่วนหนึ่งก็มาจากเรื่องของเทรนด์โลก(world trend) และไลฟ์สไตล์ (life style) ของผู้คนที่เปลี่ยนไป” (นายเสนา สุชี เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเว็บไซต์ เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเว็บไซต์ เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ 2553)

ในภาพรวมเกี่ยวกับความสำเร็จของ หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์ พบว่ามีผู้เข้าชมสูงสุดเป็นอันดับ 5 ของประเทศไทย เมื่อปี 2554 ซึ่งเป็นผลจากคุณภาพของเว็บไซต์ที่ มาจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น และการพัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากรและเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง

