

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ยุคสังคมข่าวสาร (Information Society) เป็นผลจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เข้ามาพัฒนารูปแบบของการสื่อสารให้มีความหลากหลายในการนำเสนอหรือส่งข้อมูลให้ถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และครอบคลุมพื้นที่ได้อย่างกว้างขวาง การสื่อสารรูปแบบใหม่จะสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ทำให้มีแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกันได้โดยง่าย ในปัจจุบันมีเครือข่ายคอมพิวเตอร์เชื่อมโยงไปทั่วโลก ผู้ใช้ในโลกหนึ่งสามารถติดต่อกับผู้ใช้ในโลกหนึ่งได้อย่างรวดเร็วที่รู้จักกันดีคือ อินเทอร์เน็ต (Internet) ซึ่งเป็นเครือข่ายที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในยุคของสังคมข่าวสารปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตมีขอบข่ายครอบคลุมพื้นที่แทบทุกมุมโลก สมาชิกในอินเทอร์เน็ตสามารถใช้คอมพิวเตอร์ที่ตั้งอยู่ที่จุดใด ๆ เพื่อส่งข่าวสารและข้อมูลระหว่างกันได้ด้วยการบริการหลากหลายรูปแบบในอินเทอร์เน็ต

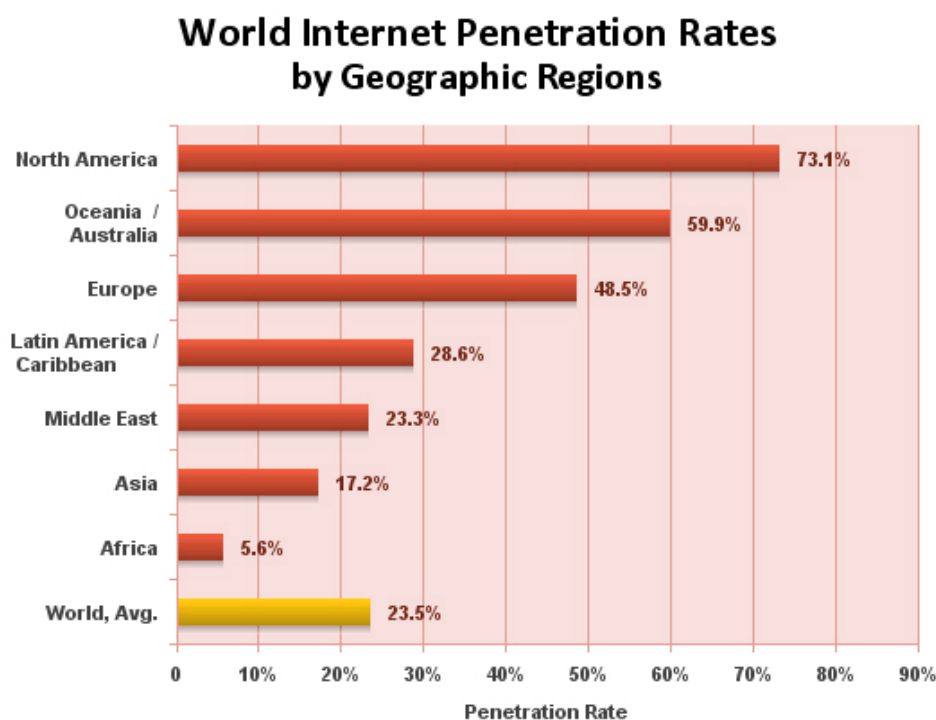
สื่ออิเล็กทรอนิกส์จึงถือว่าเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศที่เข้ามามีบทบาทอย่างมาก ในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ รวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ต่างมีศักยภาพในการปรับเปลี่ยนข้อมูลและส่งผ่านไปให้ผู้รับสารได้ในรูปแบบแตกต่างกัน สื่ออิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นสื่อที่เอื้อประโยชน์ต่อการขยายขอบเขตการสื่อสาร การเข้าถึงข่าวสารของมวลชนด้วยความฉับไวและทันสมัย รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งและผู้รับสารได้ตลอดเวลา ทั้งยังมีแนวโน้มในการเผยแพร่ข้อมูลที่มีความแตกต่างจากสื่อดั้งเดิม ทำให้ความนิยมของการสื่อสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มการใช้งานมากขึ้นทุกวัน ดังที่ในวงการวิชาการและวงการทั่วไปมักจะพูดถึงยุคสมัยปัจจุบันว่าเป็นยุคแห่งการปฏิวัติทางสารสนเทศหรือการปฏิวัติของข้อมูลข่าวสาร โดยอาศัยตรรกะที่ว่าเกิดความเปลี่ยนแปลงอันยิ่งใหญ่ที่มีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของมนุษย์ การดำรงอยู่และการสืบทอดของสังคมในทิศทางเดียวกัน

นอกจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของมนุษย์ที่ได้รับผลจากความนิยมในการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์แล้ว ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารก็ได้สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อวงการสื่อสารมวลชนอย่างมหาศาลเช่นกัน ทั้งแนวปฏิบัติทางวิชาชีพวารสารศาสตร์ ซึ่งผลกระทบจากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารสามารถเชื่อมโยงแบบบูรณาการสอดคล้องประสานลักษณะการ

สื่อสารทุกรูปแบบได้อย่างฉับพลัน สื่ออิเล็กทรอนิกส์จึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการบริหารงาน รวมถึงกลยุทธ์ที่สำคัญขององค์กรที่นำมาประยุกต์ ปรับปรุงเพื่อสอดคล้องกับการดำเนินงานของธุรกิจทางด้านสื่อสารมวลชนที่มีความแพร่หลาย เพราะสามารถใช้งานสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้หลากหลายและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ยังถือเป็นช่องทางสำคัญในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารอันเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันด้วย

ภาพที่ 1.1

จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแยกตามทวีป



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats.htm
 Penetration Rates are based on a world population of 6,710,029,070
 for full year 2008 and 1,574,313,184 estimated Internet users.
 Copyright © 2009, Miniwatts Marketing Group

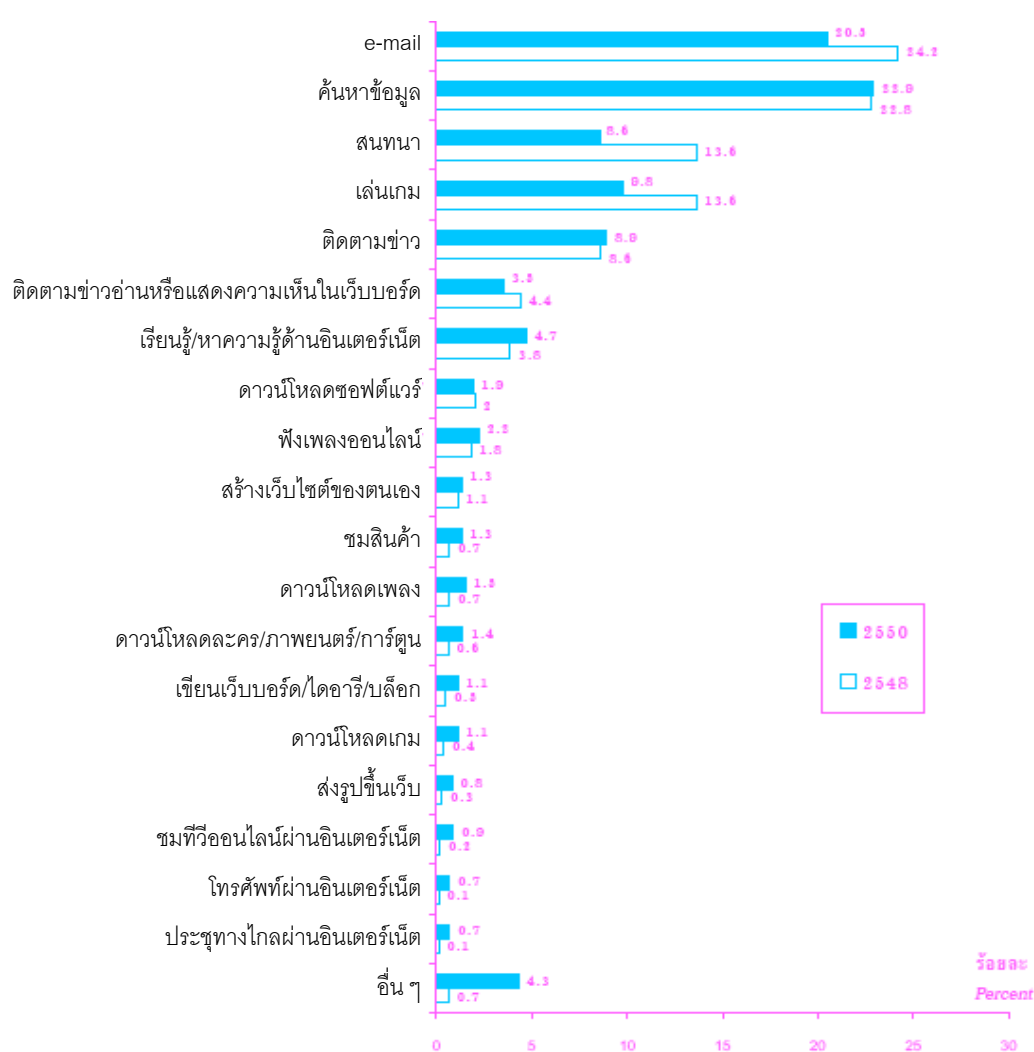
ที่มา: www.internetworldstats.com/stats.htm

การสำรวจข้อมูลของ Internet World Stat ในปี 2551 แสดงให้เห็นถึงจำนวนประชากรโลกประมาณ 6,710 พันล้านคน ที่มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกประมาณ 1,573 พันล้านคน โดยแบ่งออกตามลักษณะทางภูมิศาสตร์และทำการเปรียบเทียบทวีปต่าง ๆ ทั่วโลกพบว่า ทวีปที่มี

ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ ทวีปอเมริกาเหนือ คิดเป็นร้อยละ 73.1 รองลงมาคือ ทวีปโอเชียเนีย และออสเตรเลีย ร้อยละ 59.9 ทวีปยุโรปคิดเป็นร้อยละ 48.5 และทวีปละตินอเมริกา ร้อยละ 28.6 โดยมีทวีปตะวันออกกลาง ทวีปเอเชียและทวีปแอฟริกาที่มีสัดส่วนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยลง มาตามลำดับ

ภาพที่ 1.2

ประเภทกิจกรรมของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2550



ที่มา: รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2550 ของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC)

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ได้ทำการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2550 เกี่ยวกับประเภทยุทธศาสตร์ของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตพบว่าการค้นหาข้อมูล (Information Search) เป็นกิจกรรมที่ทำบนอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 22.9 การใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ตามมาเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 20.5 และตามมาด้วยการเล่นเกม ร้อยละ 9.8 และการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดตามข่าว (News, Timely Report) คิดเป็นร้อยละ 8.9 ซึ่งการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดตามข่าวสารของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของไทยถือว่ามีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากเดิมเมื่อปี 2548 ที่คิดเป็นร้อยละ 8.6 ด้วย

ผลการสำรวจดังกล่าวสามารถบ่งบอกถึงความต้องการในการรับรู้ข่าวสารที่กำลังขยายตัวเพิ่มขึ้นของมวลชน จนทำให้สื่อมวลชนดั้งเดิมต่างต้องมีการปรับแนวทางของการเผยแพร่ข่าวสารจากเดิม ด้วยการนำสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่สื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเข้ามาประยุกต์เป็นสื่อเสริมในการนำเสนอข่าวสารได้มากขึ้น องค์การสื่อสารมวลชนทั่วโลกต่างก็ตอบรับการเติบโตของอินเทอร์เน็ตในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ด้วยการกำหนดนโยบายและแนวทางการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อเสริม รวมถึงรูปแบบการรายงานข่าวสำหรับสื่อใหม่ จึงเห็นได้ว่าองค์การสื่อสารมวลชนชั้นนำของโลกทุ่มเทงบประมาณและทรัพยากรเพื่อการพัฒนาการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้งในแง่ของบุคลากร เทคโนโลยี และการตลาด ซึ่งองค์การสื่อสารมวลชนจะใช้ประโยชน์จากคุณสมบัติพิเศษของสื่ออิเล็กทรอนิกส์คือ เป็นสื่อที่สามารถแพร่กระจายไปยังผู้รับสารที่ไม่จำกัดสถานที่และผู้ส่งสารสามารถร่วมสื่อสารในกระบวนการสื่อสารเดียวกันได้พร้อม ๆ กัน กล่าวคือ มีข้อได้เปรียบในการผสมผสานทั้งรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลและรูปแบบการสื่อสารแบบมวลชน จึงเป็นช่องทางใหม่ที่อาศัยศักยภาพของเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายทุกรูปแบบในการส่งผ่านเนื้อหาข่าวสารไปยังผู้บริโภค คุณสมบัติดังกล่าวจึงทำให้การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อเสริมมีบทบาทสำคัญยิ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์การสื่อสารมวลชนได้ดียิ่งขึ้น

ธุรกิจหนังสือพิมพ์ก็เป็นองค์การสื่อสารมวลชนที่มีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เข้ามาเป็นสื่อเสริม ทำให้การเผยแพร่ข่าวสารในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้มีบทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่คนทั่วโลกเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของผู้คนปัจจุบันที่มีพฤติกรรมในการบริโภคข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือพิมพ์นำมาใช้ที่เห็นเด่นชัดมากที่สุดคือ การผลิตเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ควบคู่ไปกับการผลิตหนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารและเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคจะได้ข้อมูลข่าวสารที่มีฐานข้อมูลครอบคลุมทั่วโลก การนำเสนอข่าวสารยังเป็นไปอย่างรวดเร็วพร้อมกับสนองตอบแนวโน้มการเติบโตของการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย

เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์จะมีการนำเสนอเนื้อหาข่าว บทความทุกชนิดเหมือนหนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษ แต่ถูกรวบรวมไว้ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนข้อมูลได้ตลอดเวลาและสามารถสืบค้นข้อมูลออนไลน์ รวมทั้งการค้นหาข้อมูลย้อนหลังได้ โดยการเริ่มใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจหนังสือพิมพ์เริ่มเกิดขึ้นในปี 2537 ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ตามด้วยบริษัทในเครือหนังสือพิมพ์ผู้จัดการในนามของบริษัทข้อมูลผู้จัดการบริการจำกัด และเครือสำนักพิมพ์เนชั่นกรุ๊ป ได้จัดทำบริการข้อมูลของหนังสือพิมพ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่คนเริ่มรู้จักกันว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ และก็มีการทำและพัฒนาให้หลากหลายมากขึ้น (บุริรัตน์ สามัตติยะ และคณะ, อ้างถึงใน วลณี โอฟารโซติสถานนท์, 2548, น. 3)

หนังสือพิมพ์ในบริษัท เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และหนังสือพิมพ์คมชัดลึกได้มีการจัดทำเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ขึ้น ด้วยทัศนะที่ว่าอินเทอร์เน็ตจะเข้ามาเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในโลกอนาคต และเป็นช่องทางใหม่ในการเผยแพร่กระจายข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ให้กว้างไกลและรวดเร็วกว่าเดิม ที่สำคัญคือ การตื่นตัวเรื่องสื่อใหม่นี้ไม่ได้เกิดจากความสนใจของผู้บริหารระดับสูงเท่านั้น ทว่ายังเกิดจากแรงผลักดันจากภายในเครือเนชั่นเอง โดยเฉพาะจากทีมข่าวของเนชั่นด้วย (เอกรัตน์ สารธรรม, 2545, น. 8) และในปี 2543 สื่อในเครือมติชนก็ได้มีการปรับตัวตามมาเพื่อสนองตอบตามความต้องการของผู้อ่านโดยการสร้างเว็บไซต์ขึ้นมาเช่นกัน ด้วยเหตุผลที่ว่ากลุ่มผู้อ่านมีความนิยมในการหาข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลายจึงจัดทำสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้่านอีกกลุ่มหนึ่ง (ข่าวสด, 30 ธันวาคม 2549, น. 28, อ้างถึงใน แสงสุรีย์ อินทเดช, 2550, น. 5)

นอกจากการจัดทำเว็บไซต์ที่เป็นสื่อออนไลน์เพื่อการแข่งขันในตลาดของหนังสือพิมพ์แล้ว ผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์ยังได้มีการปรับกลยุทธ์ด้วยการนำหนังสือพิมพ์ขึ้นไปบนอินเทอร์เน็ต เอาใจผู้บริโภครุ่นใหม่และเป็นการเพิ่มช่องทางการกระจายข่าวสารผ่านโลกอีกรูปแบบหนึ่งคือการผลิตหนังสือพิมพ์ดิจิทัล (E-newspaper) ที่ปัจจุบันได้มีการพัฒนารูปแบบขึ้นไปอีกขั้น โดยจะมีหน้าตาเหมือนหนังสือพิมพ์ที่เป็นกระดาษและสามารถเปิดอ่านได้ที่ละหน้าเหมือนกับหนังสือพิมพ์จริงทุกประการ ไม่ได้เป็นลักษณะการคลิกอ่านทีละข่าวอย่างในอดีต

หนังสือพิมพ์ต่างประเทศทั้งในอังกฤษหรืออเมริกาต่างก็ผลิตหนังสือพิมพ์ดิจิทัลอาทิหัวหนังสือพิมพ์ต่างประเทศที่เข้ามาขายในบ้านเรา เช่น หนังสือพิมพ์ The Sun, Daily Mirror, Daily Mail เป็นต้น ที่ปัจจุบันจะใช้วิธีส่งไฟล์มาทางอินเทอร์เน็ตให้กับสมาชิกในเมืองไทยและนำมาถ่ายสำเนาเพื่อขาย ทำให้ผู้บริโภครับรู้ข่าวสารได้ทันทั่วทั้งที่พร้อม ๆ กับหนังสือพิมพ์ฉบับจริงที่ออกขายในประเทศนั้น ๆ (หนังสือพิมพ์การปรับตัวสู่โลกไซเบอร์, 2551) หนังสือพิมพ์ไทยก็

ต้องปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยที่มีภาวะการแข่งขันสูงเช่นกัน โดยต้องนำนวัตกรรมเข้ามาใช้หรือหาช่องทางใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ตัวหนังสือพิมพ์ ด้วยการจัดทำเว็บไซต์ในการเผยแพร่ข่าวสาร การจัดทำหนังสือพิมพ์ดิจิทัลผ่านช่องทางการรับสมัครสมาชิก ซึ่งอาจจะรับหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับหรือเลือกรับเฉพาะข่าวที่ตรงกับความสนใจของผู้อ่าน เช่น รับเฉพาะข่าวกีฬา ข่าวการเมือง เป็นต้น หรือหนังสือพิมพ์ที่เน้นเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ เนื้อหาสาระก็จะเน้นไปที่สุขภาพ ตัวหนังสือก็จะต้องมีขนาดใหญ่ให้เหมาะสมกับสายตา ดังนั้นหนังสือพิมพ์ในอนาคตจะมีการเจาะเฉพาะกลุ่มมากขึ้น

หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์เป็นหนึ่งในสื่อสิ่งพิมพ์ที่ก้าวเข้าสู่การผลิตหนังสือพิมพ์ดิจิทัลเพื่อเผยแพร่ข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต โดยมีการตั้งแผนก Post Digital ขึ้นเพื่อให้บริการเนื้อหาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ และยังได้ทำหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ทั้งฉบับให้เป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการร่วมมือกับค่าย Newspaper Direct จากแคนาดา พร้อมกับสร้างจุดเด่นในการแข่งขันคือ รูปแบบคอลัมน์เหมือนกับหนังสือพิมพ์ทุกประการ สามารถแปลเป็นภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ได้อีก 10 ภาษา อาทิ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี เยอรมัน สเปน และสามารถเลือกฟังเสียงในข่าวต่าง ๆ ได้

การพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและพฤติกรรมผู้บริโภคข่าวสารของมวลชนยุคปัจจุบันที่ผลักดันให้เกิดการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจหนังสือพิมพ์ สภาวะเศรษฐกิจโลกที่ถดถอยก็ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจหนังสือพิมพ์หันมาเลือกใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เนื่องจากต้นทุนในการผลิตหนังสือพิมพ์เพิ่มสูงขึ้น การบริโภคข่าวสารด้วยการซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษมีจำนวนลดลงอย่างมากเพราะผู้บริโภคหันไปเลือกรับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย แทน โดยจากข้อมูลของสมาคมหนังสือพิมพ์แห่งอเมริกา (NAA) ระบุว่า นับตั้งแต่ต้นปี 2550 ที่ผ่านมารายได้โฆษณาของสื่อสิ่งพิมพ์ลดลงอย่างรวดเร็ว ในไตรมาสแรกของปีรายได้โฆษณาของสื่อสิ่งพิมพ์ลดลงราว 4.8% อยู่ที่ 10.6 พันล้านดอลลาร์ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีตัวเลขรายได้โฆษณาที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัดทั้งในส่วนข่าวในประเทศและโฆษณาต่างประเทศปรับตัวลดลง (รายได้โฆษณาลดฮวบ ตอกย้ำวิกฤตสื่อสิ่งพิมพ์, กรกฎาคม 2550) และสมาคมหนังสือพิมพ์แห่งอเมริกา (NAA) ยังระบุถึงพฤติกรรมของผู้ซื้อโฆษณาและผู้อ่านในปัจจุบันว่าไม่ค่อยให้ความสำคัญกับหนังสือพิมพ์ที่เป็นกระดาษมากนัก แต่จะหันเหความสนใจไปหาเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตมากกว่า

ข้อมูลจากสมาคมหนังสือพิมพ์แห่งอเมริกา (NAA) แสดงยอดขายที่ลดลงของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับแล้ว จำนวนผู้อ่านหนังสือพิมพ์กระดาษก็ลดลงเช่นกันร้อยละ 2.8 ในช่วงเดือนเมษายน - กันยายน 2549 นอกจากนี้ยังระบุว่าในปี 2549 เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์มียอดผู้

อ่านเฉลี่ยร้อยละ 22 คือ อยู่ที่ 56.40 ล้านคน หรือแม้แต่ในยุโรปก็ประสบปัญหาไม่ต่างกัน อาทิ ใน อังกฤษที่ยอดขายหนังสือพิมพ์กระดาษลดลงร้อยละ 3 ช่วงปี 2548 ในขณะที่เยอรมันลดลงถึงร้อยละ 11 (ผู้จัดการรายวัน, 2550, น. 8, อ้างถึงใน แสงสุรีย์ อินทเดช, 2550, น. 7) จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ก็ได้รับผลกระทบจากการเติบโตที่ชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีหลังจากจำนวนผู้อ่านหนังสือพิมพ์ลดลงโดยเฉพาะระยะ 1-2 ปีที่ผ่านมา และยังถูกซ้ำเติมจากวิกฤติเศรษฐกิจทั่วโลกทรุดตัวเมื่อช่วงปี 2550-2551 ก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงของผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์ในการพยายามรักษาเม็ดเงินการโฆษณาเอาไว้ เนื่องจากเม็ดเงินที่ไหลเวียนในตลาดมีจำนวนลดน้อยลง รวมถึงการแข่งขันสื่อทางเลือกอื่น ๆ ที่เข้ามาแบ่งตลาดจากสื่อหนังสือพิมพ์ด้วย

สำนักพิมพ์หลายแห่งจึงมีการปรับตัวของภาคธุรกิจ การปรับตัวที่สำคัญคือ การหันไปลงทุนในการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือเรียกได้ว่าเป็นการเคลื่อนตัวสู่ยุคดิจิทัลที่เข้ามามีบทบาทเพื่อการนำเสนอข่าวมากขึ้น รวมทั้งเพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันในการเป็นทางเลือกใหม่ในการบริโภคข่าวสารของผู้บริโภค โดยนักหนังสือพิมพ์ต่างมองว่าการเติบโตของสื่อออนไลน์จะยังคงมีอยู่และเข้ามาช่วยในส่วนหนังสือเดิม ถึงแม้ว่าสื่อออนไลน์จะได้รับผลกระทบจากความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจเช่นกัน แต่ก็คงเป็นการปรับตัวของผู้ประกอบการที่เหมาะสมที่สุดในเวลานี้ หากลงทุนทำสื่อออนไลน์ด้วยเม็ดเงินการลงทุนที่เท่ากับการทำสื่อออฟไลน์ (Online migration will help media face downturn, 2009)

หนังสือพิมพ์เฉพาะทาง (Special service newspaper) ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่ดำเนินกิจการเพื่อกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มหรือเฉพาะกลุ่ม (Segmentations) เท่านั้น จึงทำให้การนำเสนอสารสนเทศมีลักษณะเฉพาะตามไปด้วย และเหมาะสมกับความสนใจเป็นพิเศษที่เพิ่มเติมจากหนังสือพิมพ์ทั่วไป (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, น. 164) และเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ประเภทอื่น ๆ ที่แหล่งรายได้มาจากการโฆษณา อันเปรียบเสมือนเส้นเลือดใหญ่ในการหล่อเลี้ยงธุรกิจให้อยู่รอด บางหัวก็เป็นหนังสือพิมพ์แจกฟรี (Free copy) ที่แหล่งรายได้คือค่าโฆษณาเพียงอย่างเดียว และต่างก็หันมาเลือกใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์อันเป็นเทคโนโลยีทางเลือกสำคัญเช่นกัน เพื่อนำมาเสริมสื่อหลักให้แข็งแรงมากขึ้น จากประโยชน์ของเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ที่มีความรวดเร็ว ทันสมัย ส่งผลดีต่อทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยระบบอิเล็กทรอนิกส์สามารถสนับสนุนการร้องขอข้อมูลของลูกค้า การจัดเก็บประวัติ และพฤติกรรมของลูกค้าเอาไว้ ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ที่สามารถจะอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจได้อย่างครบวงจร นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางใหม่ของการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างโอกาสและความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดสื่อสิ่งพิมพ์ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันด้วย

หนังสือพิมพ์เฉพาะทาง TTR Weekly ของ Ross Publishing Ltd. ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 1978 เป็นหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย และประเทศแถบลุ่มแม่น้ำโขงทั้งรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และถือเป็นหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีการตีพิมพ์มากเป็นอันดับต้นของเอเชีย ซึ่งมีเนื้อหาจะนำเสนอข้อเท็จจริง และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นของการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Travel) Outbound travel และ Inbound travel ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศแถบลุ่มแม่น้ำโขง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านในการรับทราบข่าวสารซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มผู้อ่านทุกคน โดยหนังสือพิมพ์ TTR Weekly ก็เป็นหนึ่งในหนังสือพิมพ์เฉพาะทางที่มีปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตที่ขยับตัวสูงขึ้น และต้องเผชิญกับเม็ดเงินการโฆษณาของภาคธุรกิจที่ลดลง เนื่องจากกลุ่มลูกค้าต่างลดค่าใช้จ่าย และจำกัดงบประมาณการโฆษณา ทำให้องค์กรพยายามหาพื้นที่ของตนเองเพื่อให้ยืนระยะอยู่ในโลกสิ่งพิมพ์ต่อไปอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการจึงได้เลือกใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อมาเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและนำมาสนับสนุนสื่อหลักขององค์กรให้ดำรงได้ในภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน

ผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์เฉพาะทางจึงต้องปรับตัวด้วยการนำสื่ออิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้เพื่อการแข่งขันไม่แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ประเภทอื่น ๆ หรือหนังสือพิมพ์หัวใหญ่ในตลาด ดังนั้นจึงน่าสนใจที่จะศึกษาว่าผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์เฉพาะทางมีการวางแผนทางในการบริหารสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มความสามารถและศักยภาพทางการแข่งขันภายใต้สภาพการณ์ตลาดในปัจจุบันอย่างไรและมีการบริหารการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อกระตุ้นความสนใจของลูกค้า หรือผู้อ่านกลุ่มเป้าหมายอย่างไร รวมถึงศึกษาถึงแนวโน้มการใช้และการพัฒนาสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อประสิทธิภาพในการแข่งขันของธุรกิจในอนาคตด้วย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการแข่งขันของธุรกิจหนังสือพิมพ์เฉพาะทาง
2. เพื่อศึกษาแนวโน้มการใช้และการพัฒนาสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการแข่งขันของธุรกิจหนังสือพิมพ์เฉพาะทางในอนาคต

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการแข่งขันของธุรกิจหนังสือพิมพ์เฉพาะทางประเภทอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือ TTR weekly ภายใต้การบริหารของ Ross Publishing Ltd. โดยช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์คือ เดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม 2552

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง เทคโนโลยีการสื่อสารที่ประกอบด้วย อินเทอร์เน็ต (Internet), จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-Mail), หนังสือพิมพ์ดิจิทัล, ฐานข้อมูล (Database) เป็นต้น ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่นำมาช่วยในการทำการตลาดเพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจและลูกค้าได้

หนังสือพิมพ์เฉพาะทาง หมายถึง หนังสือพิมพ์แนวที่มุ่งเน้นนำเสนอเนื้อหาเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง มีกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายจำเพาะเจาะจง อาทิ หนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น หนังสือพิมพ์ TTR Weekly เป็นต้น

หนังสือพิมพ์ออนไลน์ หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่นำเสนอข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีเนื้อหา ข่าว บทความ ทุกชนิดเหมือนหนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษ แต่ถูกรวบรวมไว้ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ มีความทันสมัยอยู่เสมอจากการสามารถปรับเปลี่ยนข้อมูลได้ตลอดเวลาและสามารถสืบค้นข้อมูลออนไลน์ รวมทั้งการค้นหาข้อมูลย้อนหลังได้

หนังสือพิมพ์ดิจิทัล หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่อยู่ในรูปแบบของไฟล์คอมพิวเตอร์ ซึ่งผู้อ่านสามารถดาวน์โหลดผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาไว้อ่านทางหน้าจอคอมพิวเตอร์ของตนได้ และสามารถส่งพิมพ์ได้เองทางเครื่องพิมพ์ ทั้งนี้เนื้อหา รูปแบบ หน้าโฆษณา และการจัดหน้าจะเหมือนหนังสือพิมพ์ที่ตีพิมพ์ทุกประการ และมีวิธีการเปิดอ่านแต่ละหน้าไม่แตกต่างกัน และสามารถที่จะเลือกอ่านเฉพาะหน้าที่ต้องการได้ทันที ทั้งยังสามารถเชื่อมโยงข้อมูลไปยังเว็บไซต์อื่น ๆ ที่ระบุไว้ในหน้าหนังสือพิมพ์ดิจิทัลได้ด้วย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้สามารถกำหนดทิศทางการใช้และการบริหารสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันของธุรกิจหนังสือพิมพ์เฉพาะทางอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. ทำให้ทราบถึงวิสัยทัศน์ในการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างสอดคล้องกันเพื่อเสริมศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจหนังสือพิมพ์เฉพาะทางได้ดียิ่งขึ้น
3. เป็นองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันได้
4. สามารถนำผลวิจัยไปวิเคราะห์หรืออ้างอิง รวมทั้งเป็นแนวทางแก่บุคคลอื่นที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการแข่งขันในประเด็นอื่น ๆ ต่อไป