

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารงานข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเครือเนชั่น” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบ ประกอบด้วย วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และรวบรวมเอกสารที่มีอยู่ เพื่อให้ทราบถึงนโยบายและแนวทางในการบริหารงานข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเครือเนชั่น ซึ่งมีการพัฒนารูปแบบการให้บริการตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงยุคปัจจุบันอย่างไร รวมถึงมีขั้นตอน กระบวนการทำงานในการนำเสนอข่าวอย่างไร พร้อมทั้งศึกษาและวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายในที่มีผลต่อการบริหารงานให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด และปัจจัยภายนอกที่อาจมีผลกระทบต่อการทำงาน อีกทั้งทิศทางการให้บริการข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเครือเนชั่นในอนาคต โดยสามารถนำผลการศึกษาทั้งหมดมาเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อแข่งขันทางธุรกิจต่อไป

#### ข้อสรุปที่ 1 แนวทางการบริหารงานข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเครือเนชั่น

เครือเนชั่นเป็นองค์กรสื่อสารมวลชนขนาดใหญ่ดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร จึงใช้กลยุทธ์ซินเนอร์ยี (Synergy) สื่อทุกส่วนเข้าด้วยกัน เพื่อใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทั้งในแง่เนื้อหาและบุคลากรที่มีอยู่ทั้งหมดมาสนับสนุนการขยายตัวสู่ธุรกิจสื่อใหม่ ภายใต้แนวคิด Changes for Growth ประกอบด้วย การลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการหาข่าว (News Gathering) โดยกำลังพัฒนาระบบถึงข่าว SMS และถึงข่าววีดีโอเห็นเตอร์เพื่อรองรับการส่งข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉพาะ, การปรับปรุงขั้นตอนการทำงานของกองบรรณาธิการข่าวใหม่ ยึดแนวคิด Multimedia Convergence Newsroom ที่หลอมรวมกองบรรณาธิการทุกสื่อเข้าด้วยกัน ผู้สื่อข่าวหนึ่งคนต้องผลิตข่าวป้อนสื่อทุกประเภทได้ ด้วยสไตล์การทำงานแบบ Remote Office คืออยู่ที่ไหนก็ทำงานได้ ไม่จำเป็นต้องเข้าออฟฟิศ, การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านข่าวให้มีทักษะความสามารถเฉพาะตัวที่หลากหลาย (Multi Skill) และสามารถปรับใช้ความสามารถที่อยู่ผลิตงานป้อนสื่อหลายประเภทได้ (Multi Media) ทั้งนี้ เนชั่นได้ปรับโครงสร้าง

ทางการเงินเกี่ยวกับทรัพย์สินและหนี้สิน โดยตัดสินใจขายอาคารสำนักงานที่ถนนบางนา-ตราด เพื่อนำเงินมาลงทุนขยายธุรกิจสู่สื่อใหม่ต่อไป

## ข้อสรุปที่ 2 ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการบริหารงานข่าวบนโทรศัพท์มือถือของเนชั่น

ปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งของเนชั่นได้แก่ บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านงานข่าว เปิดกว้างต่อการเรียนรู้สื่อใหม่ ๆ ยึดมั่นในหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาชีพอย่างเคร่งครัด โดยบุคลากรในทีมสื่อใหม่เป็นกลุ่มคนร่วมบุกเบิกบริการ ข่าวบนมือถือมาตั้งแต่ยุคเพจเจอร์ ร่วมหัวจมท้ายฝ่าฟันกันมากกว่า 10 ปี จึงมีความเข้าใจในสื่อใหม่อย่างลึกซึ้ง ตลอดจนบุคลากรข่าวที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับของประชาชน สามารถสร้างจุดขายที่แตกต่างให้กับบริการ ข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเนชั่นได้ ที่สำคัญคือผู้นำขององค์กร คือคุณสุทธิชัย หยุ่น มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล เป็นแกนนำสำคัญในการผลักดันเนชั่นให้เข้าสู่ยุคสื่อใหม่ สร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งสื่อใหม่ ด้วยการลงมือทำเรื่องสื่อดิจิทัลอย่างจริงจัง เป็น Role Model ของทุกคน สำหรับปัจจัยภายในที่เป็นจุดอ่อนของเนชั่นก็คือ ด้านเงินทุน

ส่วนปัจจัยภายนอกที่ส่งผลบวกและผลลบต่อบริการข่าวบนมือถือ ได้แก่ ปัจจัยด้านการเมืองและเศรษฐกิจ ด้วยสถานการณ์ความไม่สงบเรียบร้อย ความแตกแยกในสังคมที่ทวีความรุนแรงขึ้นทุกวัน และสภาพเศรษฐกิจซบเซา ทำให้ประชาชนต้องการรับรู้ข่าวสาร เกาะติดเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวอย่างใกล้ชิด แต่ในมุมกลับกัน เศรษฐกิจไม่ดีประชาชนต้องควบคุมค่าใช้จ่ายในการครองชีพ ทำให้ยกเลิกใช้บริการเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้ใช้มือถือ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อบริการข่าวบนมือถือ รวมถึงปัจจัยด้านคู่แข่งทางธุรกิจที่มีกลยุทธ์ทางการตลาดแบบเจาะลึกและเข้มข้นกว่าเนชั่นมาก

## ข้อสรุปที่ 3 ทิศทางการให้บริการข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเนชั่นในอนาคต

เนชั่นต้องการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มตลาดระดับล่าง ชาวบ้าน คนต่างจังหวัด โดยวางแผนพัฒนาเนื้อหาข่าวที่เฉพาะกลุ่ม (Customized) เจาะลึกตามพื้นที่ (Location) ได้แก่ ชาวภูมิภาค ชาวท้องถิ่นประจำจังหวัด และเนื้อหาที่มีลักษณะเป็นคอมมูนิตี้ ผ่านบริการ mBLOG ของ oknation.net รวมไปถึงบริการในรูปแบบ TV on Mobile และ VDO on demand นับเป็น

ความพยายามของเนชั่นในการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวที่มีอยู่ในเครือข่ายทั้งหมดนำขึ้นมาให้บริการบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อสร้างให้เกิดรายได้สูงสุด

## อภิปรายผล

การอภิปรายผลในส่วนนี้ เป็นการนำผลการศึกษาที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้กรอบแนวคิดการบริหารงานเชิงสถานการณ์ และผลการวิจัยชิ้นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

### 1. แนวทางในการบริหารงานข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

เป็นการขยายธุรกิจสู่สื่อใหม่อีกก้าวหนึ่งของเนชั่น หากพิจารณาด้วยกรอบเรื่องการบริหารงานเชิงสถานการณ์แล้ว พบว่าตลอดเวลาที่ดำเนินธุรกิจ เนชั่นถือเป็นองค์กรที่มีพัฒนาการในการปรับตัวสูงเพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เห็นได้จากนโยบายในการขยายธุรกิจข้ามสื่อมาอย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบันเมื่อเนชั่นมีธุรกิจสื่อแบบครบวงจร ทั้งสื่อเก่าและสื่อดิจิทัล จึงได้ใช้กลยุทธ์ซินเนอร์ยี (Synergy) ผสานสื่อทั้งหมดเข้าด้วยกัน เพื่อใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งหมด ทั้งในแง่เนื้อหาและบุคลากรเพื่อมาสนับสนุนการขยายตัวสู่ธุรกิจสื่อใหม่ที่เกิดจากการหลอมรวมสื่อทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์, สิ่งวิทยุโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต โดยมีสื่อโทรศัพท์มือถือเป็นปัจจัยสนับสนุนให้มาบรรจบกัน เมื่อพิจารณาถึงศักยภาพของเนชั่นแล้ว มีความพร้อมด้านสื่อทุกประการที่เลือกอำนวยความสะดวกการบริหารงานสื่อใหม่

โดยเนชั่นได้พัฒนาแนวคิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อการเติบโต (Changes for Growth) ขึ้นมารองรับการบริหารงานข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉพาะ ถือเป็น การสร้างเทคนิคการบริหารรูปแบบใหม่ที่เหมาะสมกับองค์กรตามสถานการณ์ในขณะนี้ อันประกอบด้วย 3 แนวทางหลัก คือ

1. แนวทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการหาข่าว (News Gathering) ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อกระบวนการทำงานข่าวของทุกสื่อในเครือ โดยกำลังพัฒนาระบบดึงข่าว SMS และดึงข่าววิดีโอเซนต์เตอร์ เตรียมพร้อมต่อการให้บริการข่าวบนมือถืออย่างเต็มรูปแบบ รอวันที่เครือข่าย 3G มาถึง ซึ่งแม้ไม่รู้ว่าจะเป็นเมื่อไรก็ตาม แต่การเตรียมความพร้อมต่อสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคตครั้งนี้ จะทำให้เนชั่นมีโอกาสทางธุรกิจที่เหนือคู่แข่ง

2. แนวทางด้านโครงสร้างการบริหาร มีการปรับปรุงขั้นตอนการทำงานของกองบรรณาธิการใหม่ ยึดแนวคิด Multimedia Convergence Newsroom ที่หลอมรวมกองบรรณาธิการทุกสื่อเข้าด้วยกัน เพื่อลดการทำงานที่ซ้ำซ้อนกัน ซึ่งเป็นปัญหาที่มักจะพบใน

องค์กรที่มีธุรกิจสื่อหลายประเภท ซึ่งเนชั่นก็ได้สังเกตเห็นถึงการปรับโครงสร้างองค์กรให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน รวมไปถึงการรณรงค์ให้พนักงานเนชั่นทำงานแบบ Mobile Office คืออยู่ที่ไหนก็ทำงานได้ ไม่จำเป็นต้องเข้าออฟฟิศ หากเทียบกับองค์กรอื่นแล้ว ยังไม่มีใครกล้าใช้นโยบายนี้กับพนักงาน ของตน แต่เนชั่นกล้าที่เดินไปในแนวทางนี้ ด้วยสังเกตเห็นว่าสอดคล้องกับสภาพสังคม เศรษฐกิจ การจราจรที่ติดขัดในกรุงเทพฯ ช่วยประหยัดพลังงานในการเดินทาง และช่วยลดค่าใช้จ่ายจากการใช้อาคารสำนักงานที่สิ้นเปลืองและเกินความจำเป็น

3. แนวทางด้านพัฒนาบุคลากร เป็นการบริหารบุคคลตามสถานการณ์ มุ่งพัฒนาทักษะความสามารถของบุคลากรให้สามารถทำงานได้หลากหลาย (Multi Skill) สามารถผลิตเนื้อหาข่าวป้อนสื่อหลายประเภทได้ (Multi Skill) ถือเป็นการบริหารบุคลากรให้พร้อมรับต่อสถานการณ์การดำเนินธุรกิจสื่อที่มีแนวโน้มปรับตัวสู่มิติของการหลอมรวมสื่อ ในอนาคตอันใกล้

4. เนชั่นยังได้ปรับโครงสร้างทางการเงินเกี่ยวกับทรัพย์สินและหนี้สิน โดยการขายอาคารสำนักงานที่ถนนบางนา-ตราด เพื่อนำเงินมาลงทุนขยายธุรกิจสื่อใหม่ สำหรับการขายสำนักงานอันเป็นฐานที่ตั้งหลักขององค์กร ถือเป็น การตัดสินใจครั้งใหญ่ของเนชั่น ที่อาจกระทบกระเทือนต่อความเชื่อมั่นขององค์กรในสายตาสาธารณชน จึงต้องอาศัยการคำนวณและคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้นอย่างรอบคอบและถี่ถ้วน ว่าสิ่งที่ยอมเสียไปนั้น คู่กับสิ่งที่ได้มาหรือไม่ ซึ่งฝ่ายบริหารของเนชั่นก็ตัดสินใจอย่างเฉียบขาดเพื่อจัดการกับภาระหนี้สิน ผลคือทำให้เนชั่นสามารถลดต้นทุนได้ 200-3000 ล้านบาท หรือจะช่วยลดค่าใช้จ่ายได้ประมาณปีละ 150 ล้านบาท แล้วติดต่อเช่าพื้นที่อาคารสำนักงานในเมืองที่สะดวกต่อการเดินทางแทน

ในส่วนของวัตถุประสงค์ที่หนึ่ง เมื่อทำการวิเคราะห์ตามแนวคิดบริหารงานตามสถานการณ์ จะเห็นได้ว่า เนชั่นได้ยึดหลักการบริหารงานตามสถานการณ์ โดยได้มีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นล่วงหน้า ระหว่างสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงกับปัจจัยภายในองค์กรที่มีอยู่ นำมาวางแผนเทคนิควิธีการบริหารเฉพาะอย่าง เพื่อใช้กับสถานการณ์เฉพาะกรณี เพื่อสางปัญหาต่าง ๆ ขององค์กรให้เกิดผลเสียน้อยที่สุด พร้อมทั้งกฤษฎาให้องค์กรสามารถเติบโตไปในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน

ดังที่ผ่านมา เนชั่นต้องเผชิญหน้าต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจมาอย่างต่อเนื่อง ในยุคแรกที่ดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นเพียงฉบับเดียว เนชั่นต้องใช้แผนการบริหารงานรูปแบบหนึ่งที่เหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจสื่อเดียว ในขณะที่เดียวกันก็เตรียมการวางแผนที่จะขยายตัวทางธุรกิจ เมื่อวันทีเนชั่นมีศักยภาพความพร้อมทั้งด้านบุคลากรได้บ่มเพาะความรู้ความสามารถมาถึง 15 ปี และรากฐานทางปัจจัยการผลิตที่มั่นคง ประกอบกับ

สภาพแวดล้อมภายนอกใน ณ ขณะนั้น ที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจการค้าโลก ประชาชนต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ทางธุรกิจ เนชั่นจึงออกหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจรายวัน ออกมาตอบสนองความต้องการของตลาดผู้บริโภค

ก้าวต่อมา เนชั่นได้ขยายธุรกิจข้ามสื่อไปสู่สื่อวิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งก็เป็นการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในขณะนั้นอีกเช่นกัน ที่ประชาชนต้องการข่าวสารแบบทันเวลา ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์ไม่อาจตอบสนองได้ ประกอบกับการเปิดแข่งขันเสรีซึ่งเอื้อต่อการขยายตัวทางธุรกิจ เมื่อเนชั่นมีธุรกิจ在手แบบครบวงจร ทั้งสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ เน้นอนว่าต้องมีการออกแบบองค์กรและนโยบายการบริหารใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ขององค์กรที่เปลี่ยนไป

จนกระทั่ง ถึงยุคสื่อใหม่ที่มีปัจจัยแวดล้อมหลายประการเป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทำให้เนชั่นต้องขยับตัวสู่ธุรกิจสื่อใหม่ มีการบริหารจัดการสภาพแวดล้อมภายในองค์กรใหม่ ทั้งโครงสร้างการบริหารงาน, เทคโนโลยีการผลิต, บุคลากร, ข้อมูลข่าวสาร เพื่อรองรับต่อการขยายธุรกิจ นำข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะเป็นข่าวหนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์ เผยแพร่สู่ช่องทางใหม่ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต, โทรศัพท์มือถือ ฯลฯ ก็ถือเป็นการบริหารงานตามสถานการณ์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดของเนชั่น

## 2. ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการบริหารงานข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

เนชั่นมีการบริหารงานเป็นไปตามสภาพแวดล้อมในการบริหารเชิงสถานการณ์ โดยในส่วนของปัจจัยภายในที่ได้ทำการศึกษา ได้แก่ บุคลากร วัฒนธรรมองค์กร โครงสร้างการบริหาร เทคโนโลยีการผลิต ด้านการเงิน พบว่า ปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งของเนชั่นซึ่งเอื้อต่อการบริหารงานข่าวบนสื่อใหม่ ได้แก่ บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านงานข่าว เปิดกว้างต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ยึดมั่นในหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาชีพอย่างเคร่งครัด โดยบุคลากรในทีมสื่อใหม่ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่บุกเบิกบริการข่าวบนมือถือมาตั้งแต่ยุคเพจเจอร์มากกว่า 10 ปี จึงมีความเข้าใจและประสบการณ์ในสื่อใหม่ สามารถอ่านสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นได้ ตลอดจนบุคลากรข่าวที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับของประชาชน สามารถนำมาสร้างจุดขายที่แตกต่างในการแข่งขัน โดยบุคลากรที่สำคัญที่สุด คือผู้นำขององค์กร คือคุณสุทธิชัย หยุ่น มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล เป็นแกนนำสำคัญในการผลักดันเนชั่นให้เข้าสู่ยุคสื่อใหม่ สร้างวัฒนธรรมแห่งสื่อใหม่ ด้วยการลงมือทำเรื่อง สื่อดิจิทัลอย่างจริงจัง เป็น Role Model ของทุกคน ทั้งนี้ หากพิจารณาตามแบบจำลองความเป็นผู้นำตามสถานการณ์ วิเคราะห์ได้ว่า ผู้นำของเนชั่นมีความสอดคล้องกับความเป็นผู้นำ

เชิงสถานการณ์ โดยคุณสุทธิชัย หยุ่น เป็นทั้งผู้นำองค์กรและคนข่าวตัวจริงที่บุคลากรเนชั่นให้การยอมรับและนับถือ บวกกับการเป็นนักคิดและนักปฏิบัติด้วยที่ลงมือทำเรื่องสื่อใหม่อย่างจริงจัง ทำให้บุคลากรได้เห็นเป็นแบบอย่าง รวมถึงผู้นำมีการแบ่งโครงสร้างหน้าที่ที่ชัดเจน คุณธนาชัย ธีรพัฒวงศ์ รับผิดชอบเป็นมือบริหารและการตลาด ส่วนคุณสุทธิชัย หยุ่น อยู่ในฐานะสื่อสารมวลชนแบบอุดมคติ ทำให้ผู้นำแต่ละคนสามารถทำหน้าที่ในบทบาทของตนเองได้อย่างเต็มที่ ส่งผลดีต่อการบริหารงาน ทำให้องค์กรสามารถเคลื่อนตัวไปข้างหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดภาพลักษณ์ที่ดี ในขณะเดียวกัน บุคลากรก็เป็นจุดอ่อนต่อการพัฒนา เนื่องจากมีคนบางกลุ่มที่ยังมีมุมมองแบบเก่า (Conservative) ไม่ยอมปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมสื่อใหม่ขององค์กร ซึ่งเป็นปัญหาที่ฝ่ายบริหารต้องหาทางแก้ไขต่อไป

ด้านโครงสร้างการบริหาร เนชั่นใช้การบริหารงานแบบผสมผสาน ทั้งแบบแยกย่อยเป็น Business Unit และรวมศูนย์ เพื่อให้กองบรรณาธิการสามารถทำหน้าที่สื่อมวลชนได้อย่างเต็มที่และไม่อยู่ภายใต้ความกดดันทางการตลาด เช่นเดียวกับการบริหารงานข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เนชั่นเลือกที่จะรวมศูนย์เรื่องการตลาดและการดูแลระบบเทคนิคไว้ที่หน่วยงานสื่อใหม่ แต่เรื่องการผลิตเนื้อหาข่าวให้กองบรรณาธิการแต่ละสื่อจัดการเอง จากส่วนนี้วิเคราะห์ได้ว่าเนชั่นในฐานะขององค์กรสื่อที่ต้องดำเนินธุรกิจเพื่อความอยู่รอดขององค์กร จำเป็นต้องสร้างสมดุลระหว่างรายได้และจรรยาบรรณาทางวิชาชีพ เนชั่นจึงได้ออกแบบโครงสร้างการบริหารในลักษณะนี้ ซึ่งนับเป็นการปรับตัวให้เข้าสถานการณ์ด้านการดำเนินธุรกิจสื่อในปัจจุบัน

ส่วนปัจจัยภายนอกซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และกฎหมาย นับว่าทุกปัจจัยมีผลต่อการบริหารงานข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งสิ้น โดยเฉพาะปัจจัยด้านการเมือง สถานการณ์ความไม่สงบ ความแตกแยกในสังคม และสภาพเศรษฐกิจผันผวน ทำให้ประชาชนกระหายต้องการเกาะติดความเคลื่อนไหว ในขณะเดียวกันก็ส่งผลให้เศรษฐกิจไม่ดี ประชาชนยกเลิกบริการข่าวเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย เหล่านี้เป็นปัจจัยที่มีผลทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อองค์กร จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารจะต้องมีกลยุทธ์ในการรองรับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาส ซึ่งต้องมองเหตุการณ์ให้ทะลุว่า หากเกิดเหตุการณ์แบบนี้ขึ้นจะส่งผลกระทบทำให้เกิดอะไรขึ้นบ้าง ส่วนปัจจัยด้านเทคโนโลยี ถือเป็นโอกาสทำให้เกิดการพัฒนาข่าวบริการรูปแบบใหม่ ๆ

ส่วนปัจจัยภายนอกอีกลักษณะหนึ่งคือ สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน โดยงานวิจัยชิ้นนี้ได้พิจารณาดังนี้ ปัจจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ใช้มือถือ เป็นปัจจัยที่บริษัทผู้ผลิตเนื้อหาทั้งหลายต้องปรับตัวให้ทันตามกระแสความนิยมของผู้ใช้มือถือ โดยบริษัทจำเป็นต้องทำการ

สำรวจตลาดและค้นหาคำตอบความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ซึ่งที่ผ่านเนชั่นยังขาดการศึกษาวิจัยอย่างเป็นระบบในเรื่องนี้ ส่วนปัจจัยคู่แข่งทางธุรกิจ มีสำนักข่าวที่ให้บริการข่าวบนมือถือรวมจำนวนกว่า 20 ราย โดนคู่แข่งรายสำคัญของเนชั่นคือสำนักข่าวไอ.เอ็น.เอ็น ซึ่งครองอันดับหนึ่งในธุรกิจนี้มาอย่างต่อเนื่อง ด้วยกลยุทธ์การทำตลาดเจาะลึกและเข้มข้น มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน คือกลุ่มลูกค้าระดับรากหญ้า ดังนั้น เนชั่นจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบหลากหลายออกมาแข่งขัน โดยเฉพาะกับลูกค้าระดับรากหญ้าที่เนชั่นต้องการเข้าไปแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดมาจากสำนักข่าวไอ.เอ็น.เอ็น

ในส่วนของวัตถุประสงค์ที่สอง เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลการศึกษาในครั้งนี้ กับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องถึงรายละเอียดเรื่องปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารงานพบว่า บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ไม่มีการตั้งหน่วยงานขึ้นมาบริหารงานสื่อใหม่ (New Media) อย่างชัดเจน แม้ว่าจะมีความพยายามตั้งกองบรรณาธิการเข้ามาดูแลโดยเฉพาะ แต่ภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารองค์กรใหม่ โดยมุ่งเน้นสื่อที่สร้างรายได้ให้กับบริษัท และมีผลกำไรตอบแทนนักลงทุน ทำให้มีการย้ายหน่วยงานเว็บไซต์ไปสังกัดภายใต้งานวิศวกรรม ซึ่งแตกต่างจากองค์กรสื่อสารมวลชนในระดับโลก อาทิ บีบีซี เอบีซีนิวส์ ที่มีการตั้งหน่วยงานชื่อว่า "New Media" เพื่อดูแลงานด้านข่าวที่นำเสนอบนเว็บไซต์ และอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ ๆ ในอนาคต อันเป็นแสดงให้เห็นว่า การที่องค์กรสื่อต้องการพัฒนาสู่ธุรกิจสื่อใหม่ จำเป็นต้องมีการกำหนดโครงสร้าง การบริหารให้ผู้เข้ามารับผิดชอบส่วนงานนี้โดยตรง นอกจากนี้ การพัฒนาสื่อใหม่ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยแนวโน้มการผสมผสานระหว่างระหว่างเทคโนโลยีไอที สื่อสาร และบันเทิงด้วย เพื่อที่องค์กรจะสามารถออกแบบรูปแบบการเผยแพร่ผ่านสื่อใหม่ให้ผู้ชมได้รับความสะดวกในการรับชมมากที่สุด (ศรีสุดา วิณิชสุวรรณ, 2548, น.(1)) ส่วนสำนักข่าวไอ.เอ็น.เอ็น มีการจัดตั้งกองข่าวอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นรับผิดชอบข่าวผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีโครงสร้างการบริหารงานแบบกระจายอำนาจ และไม่ซับซ้อน เพื่อความคล่องตัวในการทำงาน (เนติมา ทองน้ำ, 2550, น.54)

ซึ่งส่วนนี้ มีความคล้ายคลึงกับโครงสร้างการบริหารของเนชั่น ที่มีการจัดตั้งหน่วยงาน "สื่อใหม่" ขึ้นมาเพื่อรับผิดชอบงานด้านสื่อใหม่โดยเฉพาะ อันประกอบด้วย ทีมงานกองบรรณาธิการข่าว รับผิดชอบผลิตข่าวบนสื่อใหม่ที่มีรูปแบบเนื้อหาแตกต่างจากสื่อดั้งเดิม ฝ่ายเทคนิค ดูแลความเสถียรของระบบและการเชื่อมต่อกับเครือข่ายภายนอก รวมถึงฝ่ายการตลาดดูแลเรื่องการสร้างรายได้จากสื่อใหม่ เหล่านี้ ทำหน้าที่บริหารงานข่าวบนสื่อใหม่อย่างสมบูรณ์และครบวงจร โดยเนชั่นใช้การบริหารแบบผสมผสาน ทั้งแบบกระจายอำนาจ

แยกย่อยเป็นแต่ละ Business Unit กองบรรณาธิการแต่ละสื่อรับผิดชอบด้านเนื้อหาข่าวของตนเอง และแบบรวมศูนย์เรื่องระบบเทคนิคและการตลาดไว้ที่หน่วยงานสื่อใหม่

ในขณะที่งานวิจัยเรื่องผลกระทบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่อการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ในเครือบริษัทเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ระบุว่า กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์กระดาษและหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังไม่การประสานงานกันอย่างชัดเจน กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์กระดาษยังคงมีการทำงานในรูปแบบเดิม ส่วนหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นเพียงการดึงเนื้อหาข่าวที่นักข่าวกองบรรณาธิการทำเรียบร้อยแล้วมาจัดหน้าลงในเว็บไซต์ในรูปแบบที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไข โดยอยู่ในความรับผิดชอบของแผนกที่ดูแลด้านระบบคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตขององค์กร (เอกรัตน์ สาธุธรรม, 2545, น.(1)) ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลงานวิจัยในครั้งนี้ได้ผลการศึกษาที่ขัดแย้งกัน เนื่องจากในอดีต ปี 2545 เนชั่นยังไม่มีการจัดตั้งหน่วยงานสื่อใหม่ ขึ้นมาดูแลงานด้านสื่อใหม่อย่างจริงจัง ทำให้ไม่มีกองบรรณาธิการข่าวสื่อใหม่ทำหน้าที่รับผิดชอบเนื้อหาข่าวบนเว็บไซต์โดยตรง แสดงให้เห็นว่า องค์กรสื่อส่วนใหญ่จึงมักจะนำงานด้านเว็บไซต์ข่าวไปรวมอยู่ภายใต้หน่วยงานฝ่ายเทคนิค คอมพิวเตอร์ และวิศวกรรม เช่นเดียวกับ บริษัทอสมท และเครือเนชั่นในอดีต

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการขยายธุรกิจข้ามสื่อของเนชั่น พบว่า มีความใกล้เคียงกับผลการศึกษาในครั้ง นี้ คือปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ นโยบาย และวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร วัฒนธรรมองค์กร ผู้นำองค์กร บุคลากร ฐานข่าว และภาพลักษณ์ที่เข้มแข็ง อันเป็นผลดีต่อการขยายธุรกิจข้ามสื่อ

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาในครั้ง นี้ มีข้อแตกต่างจากผลการวิจัยอื่น ๆ กล่าวคือ ปัจจัยภายในองค์กรที่เนชั่นเคยเชื่อว่าเป็นจุดแข็งขององค์กร ก็อาจกลายเป็นจุดอ่อนของเนชั่นได้เช่นกัน นั่นคือปัจจัยบุคลากรบางส่วนที่มีทัศนคติแบบหัวเก่า มีอีโก้สูง และปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดติดกับขนบธรรมเนียมปฏิบัติเดิม ๆ ทำให้ไม่เอื้อต่อการปรับตัวและพัฒนาสู่สื่อใหม่ เหล่านี้กลายเป็นอุปสรรคในการบริหารงานของเนชั่น ซึ่งผู้บริหารต้องให้ความสำคัญและเร่งปรับปรุงแก้ไข โดยด่วน รวมถึงปัจจัยความมั่นคงทางด้านการเงิน ที่เนชั่นได้รับผลกระทบมาจากสภาพเศรษฐกิจที่ซบเซาอย่างต่อเนื่อง

ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี สังคม และคู่แข่ง ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การขยายธุรกิจข้ามสื่อของเนชั่นเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ จากการศึกษา การบริหารงานข่าวบนสื่อใหม่อย่าง “โทรศัพท์เคลื่อนที่” ในครั้ง นี้ กลับพบข้อแตกต่างจากผลการวิจัยอื่น ๆ ในประเด็นที่น่าสนใจดังนี้ ปัจจัยด้านการเมือง สถานการณ์ความไม่สงบ

เศรษฐกิจที่ผันผวน และความแตกแยกทางความคิดของคนในสังคม มีผลกระทบต่อการบริหารงานข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งในด้านบวกและด้านลบ กล่าวคือ ในด้านบวก ทำให้ประชาชนมีความกระหายต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสาร เกาะติดความเคลื่อนไหวอย่างใกล้ชิด และทันท่วงที ส่วนด้านลบ เมื่อเศรษฐกิจไม่ดี ทำให้ประชาชนต้องประหยัดค่าใช้จ่าย เกิดการยกเลิกใช้บริการข่าวซึ่งมีค่าใช้จ่ายเป็นรายเดือน ปัจจัยเหล่านี้ ผู้บริหารต้องใช้ศิลปะในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อรองรับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ตามหลักของแนวคิดการบริหารงานตามสถานการณ์ เพื่อพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาสให้ได้

รวมถึงปัจจัยด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เน้นจำเป็นต้องมีการสังส่องความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคโนโลยีไอทีและสื่อสาร ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดทิศทางการพัฒนาบริการรูปแบบใหม่ ๆ และปัจจัยเกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์มือถือของประชาชน ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่เนชั่นไม่มี ความเชี่ยวชาญและคุ้นเคย แต่ก็จำเป็นต้องพิจารณาถึงปัจจัยเหล่านี้ ในการวางแผนการบริหารงานในสถานการณ์แห่งสื่อใหม่นี้ด้วย สุดท้ายคือปัจจัยด้านการแข่งขันทางธุรกิจ ซึ่งเป็นจุดอ่อนของเนชั่น ที่จำเป็นต้องเร่งแก้ไข พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบต่าง ๆ ออกมาเพื่อเจาะให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่หลายกลุ่ม

### 3. ทิศทางการให้บริการข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเครือเนชั่นในอนาคต

วิเคราะห์ได้ว่า เนชั่นมีการวางแผนทิศทางการดำเนินงานในอนาคต ที่สอดคล้องกับแนวคิดการบริหารตามสถานการณ์ เนื่องจากมีการคาดการณ์และอ่านสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นล่วงหน้า ว่าในสถานการณ์ของสื่อใหม่ ปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดต่อการพัฒนาบริการใหม่ ๆ ก็คือความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ และความต้องการด้านข่าวสารของประชาชน ผวนเข้ากับปัจจัยด้านการผลิตขององค์กรที่พร้อมสรรพ ออกแบบเป็นบริการใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่ม (Customized) มากยิ่งขึ้น ได้แก่ ข่าวภูมิภาค เพื่อตอบสนองลูกค้าต่างจังหวัด บริการเนชั่นแซนแนลออนโมบาย ในรูปแบบของ TV on Mobile และ VDO on Demand เพื่อตอบสนองกลุ่มไฮเทคโนโลยี และบริการ mBLOG ของ oknation.net เพื่อดึงสมาชิกของบล็อกที่อยู่บนเว็บไซต์มาใช้บนโทรศัพท์มือถือ อันเป็นความพยายามของเนชั่นในการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวที่มีอยู่ในเครือข่ายทั้งหมดให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้เนชั่นจะมีการวางแผนการปฏิบัติงานอย่างรอบด้าน แต่ประเด็นที่ผู้ศึกษาเห็นว่าต้องปรับปรุงอยู่มากคือ ทิศทางการทำตลาด เนชั่นยังไม่ให้ความสำคัญกับการทำตลาดเท่าที่ควร โดยที่ผ่านมา มักจะเน้นหนักไปทาง Content Lead มากกว่า Marketing

Lead ทำให้ขาดสี่สันดึงดูดใจลูกค้า ส่งผลให้รายได้เติบโตตามเป้าที่วางไว้ เนื่องเนชั่นไม่มีการวางแผนกลยุทธ์การทำตลาดที่ชัดเจน อีกทั้งไม่มีการทำตลาดเชิงรุกและลึกเท่ากับคู่แข่ง การมีกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายจำเป็นต้องมีแผนการทำตลาดที่หลากหลาย เพื่อเจาะเข้าไปในถึงแต่ละกลุ่ม ไม่อาจใช้กลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบเดียวกันกับกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มได้ ดังนั้น หากเนชั่นต้องการก้าวเป็นที่หนึ่งในสนามเนื้อหาข่าวบนธุรกิจสื่อใหม่ ผู้นำต้องปรับกระบวนการบริหารองค์กรใหม่ ด้วยการให้ความสำคัญกับการทำตลาดมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การบริหารงานข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเครือเนชั่น” ในครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงการวางแผนนโยบายการบริหาร แนวทางการบริหาร และกระบวนการในการทำงาน รวมถึงปัจจัยทางสภาพแวดล้อมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องและมีผลต่อการดำเนินงาน ตลอดจนทิศทางการให้บริการข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอนาคต สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษา ไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานในอนาคตขององค์กรได้ดังนี้

1. จัดทำแบบสำรวจความคิดเห็นของบุคลากรต่อนโยบายขององค์กรในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นแนวคิด Multimedia Convergence Newsroom ที่จะมีการหลอมรวมกองบรรณาธิการทุกสื่อเข้าด้วยกัน โดยผู้สื่อข่าวหนึ่งคนต้องผลิตข่าวป้อนสื่อทุกประเภทนั้น พนักงานเนชั่นยอมรับต่อนโยบายนี้แค่ไหน มีความพร้อม และเต็มใจทำงานในลักษณะนี้หรือไม่ หรือความพึงพอใจในการใช้โปรแกรม IES หรือระบบถึงข่าว ว่าช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงานแค่ไหน ค้นหาข่าวได้ง่ายหรือไม่ เนื่องจากปัจจุบันยังมีบุคลากรส่วนหนึ่งที่ไม่ยอมปรับตัวและปรับสไตล์การทำงานให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่และสื่อใหม่ เช่น ไม่นำข่าวที่หามาได้ ใสลงไปในตะกร้าข่าว ทำให้ข่าวของเนชั่นล่าช้ากว่าคู่แข่ง เป็นต้น เพราะบางคนยังเคยชินกับการทำงานรูปแบบเก่าที่ไม่พึ่งพาสื่อดิจิตอลให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุด ซึ่งบุคลากรที่มีมุมมองแบบเก่าเหล่านี้ อาจเป็นอุปสรรคต่อการบริหารงานข่าวบนสื่อใหม่ และกระทบต่อการดำเนินงานของฝ่ายอื่น ๆ ได้

2. จัดกิจกรรมสร้างความร่วมแรงร่วมใจให้เกิดขึ้นภายในองค์กร เพื่อปลุกกระดมให้พนักงานทุกฝ่าย ทั้งส่วนกองบรรณาธิการ และฝ่ายขายและการตลาด ร่วมมือกันนำพาองค์กรเนชั่นให้ก้าวหน้าไปพร้อมกัน เนื่องจากเป็นที่ทราบกันดีว่า นักข่าวเป็นกลุ่มคนที่มีอีโก้สูง บางครั้งยึดติดมุมมองแบบเก่า และกรอบวิชาชีพมากเกินไป จนอาจมองข้ามประโยชน์โดยรวมขององค์กร

ทำให้ไม่เกิดการผกผันความร่วมมือกันผลักดันบริการใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น เช่น เมื่อเนชั่นออกบริการใหม่ ๆ จำเป็นต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการให้คนรู้จัก นอกเหนือจากการใช้ House AD แล้ว การลงข่าวในพื้นที่ข่าวจะเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์บริการได้อีกทางหนึ่ง เมื่อฝ่ายการตลาดขอความร่วมมือไปทางกองบรรณาธิการ บางครั้งที่ถูกตำหนิว่าฝ่ายการตลาดเข้ามาออกคำสั่งและครอบงำการตัดสินใจของกองบรรณาธิการ เป็นต้น ดังนั้น การจัดกิจกรรมเปิดอกเพื่อทำความเข้าใจในเจตนาซึ่งกันและกัน ก็จะช่วยให้สถานการณ์ดีขึ้น

3. วางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดที่ชัดเจน เพื่อเจาะเข้ากลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม อาทิ กลุ่มคนทำงาน คนเมือง, ชาวบ้านรากหญ้า คนต่างจังหวัด กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันต้องใช้ กลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกัน เพราะกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มย่อมมีพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร ความสนใจ และรูปแบบการใช้ชีวิตที่ต่างกัน

4. มีการวางแผนการสร้างแบรนด์อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเนชั่นมีรูปแบบเป็น Multi Brand คือมีแบรนด์แม่เป็นเนชั่น และมีแบรนด์ลูก ได้แก่ หนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ รายการโทรทัศน์ วิทยุ ซึ่งแต่ละฉบับมีตำแหน่งทางผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน มีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

5. ทบทวนเรื่องภาพลักษณ์ขององค์กรใหม่ ด้วยบุคลิกภาพของเนชั่นที่ดูขึงขัง จริงจัง เข้มแข็ง นำเสนอแต่ข่าวหนัก ประเภทข่าวการเมือง เศรษฐกิจ มาโดยตลอด ดังนั้น เมื่อเนชั่นขยายไปให้บริการประเภทข่าวบันเทิง ข่าวเบา ไลฟ์สไตล์ คนจะเกิดความรู้สึกว่าไม่ใช่สิ่งที่เนชั่นเชี่ยวชาญ หรือไม่ใช่ทางของเนชั่น ซึ่งจุดนี้อาจเป็นอุปสรรคต่อการขยายตลาดของเนชั่นที่ผู้นำไม่ควรมองข้าม

6. อาศัยสื่อในเครือทั้งหมดมาช่วยสนับสนุนการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างเต็มที่ เนื่องจากการศึกษาพบว่าผู้ที่สมัครรับบริการ ส่วนใหญ่เป็นผู้อ่านประจำของหนังสือพิมพ์เล่มนั้น แสดงให้เห็นว่าฐานผู้อ่านมีแนวโน้มที่จะเคลื่อนตัวจากสื่อเก่าไปยังสื่อใหม่ ดังนั้น สื่อที่เหมาะสมที่สุดที่จะใช้โปรโมทบริการก็คือสื่อเล่มนั้น

7. จัดทำวิจัยอย่างเป็นทางการเพื่อสำรวจความพึงพอใจและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อบริการข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเนชั่น โดยเฉพาะกลุ่มที่ยกเลิกใช้บริการว่ามีสาเหตุจากอะไร รวมถึงกลุ่มที่มีลักษณะการใช้งานแบบเข้า ๆ ออก ๆ จากระบบ เนื่องจากที่ผ่านมา ยังไม่มีการทำวิจัยสำรวจเกี่ยวกับเนื้อหาข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่มาก่อน อาจทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ไปปรับปรุงการทำงานต่อไป

ในทางวิชาการหนังสือหรือตำราเรียนที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจโมบายเนื้อหาและงานข่าวบนสื่อใหม่น้อยมาก รวมถึงยังไม่มียานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารงานข่าวบน

โทรศัพท์เคลื่อนที่มาก่อน ส่วนใหญ่ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นข้อมูลที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต ดังนั้น หากผู้ที่ทำงานอยู่ในวงการสื่อสารมวลชนและสื่อสารโทรคมนาคมมาช่วยถ่ายทอดความรู้อันเกิดจากการปฏิบัติงานจริง จะมีส่วนช่วยในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กับผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจได้เป็นอย่างมาก

ทั้งนี้ การศึกษาเกี่ยวกับการบริหารงานข่าวบนสื่อใหม่ อันได้แก่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่นับวันจะเข้ามามีบทบาทต่อการนำเสนอข่าวสารมากขึ้นทุกขณะ ผู้ศึกษามีความเห็นว่ายังมีอีกหลายประการที่น่าสนใจในการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อองค์กรสื่อสารมวลชนหรือผู้ประกอบการที่ต้องการเข้ามาดำเนินธุรกิจโมบายเนื้อหา หรืออาศัยโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยขอเสนอแนะให้ดำเนินการศึกษาเชิงวิชาการดังนี้

1. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการให้บริการรายงานข่าวบนโทรศัพท์เคลื่อนที่
2. ผลกระทบของข่าวสั้น SMS ต่อสังคมไทย
3. กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดบริการข่าวสั้น SMS
4. ความพึงพอใจของผู้รับข่าวสั้น SMS
5. การปรับตัวขององค์กรสื่อในยุคหลอมรวมสื่อ