

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) หรือยุคสังคมข่าวสาร (Information Society) หรือที่เรียกกันว่า “โลกไร้พรมแดน” ข้อมูลข่าวสารถือเป็นตัวแปรสำคัญในการดำเนินชีวิต รวมทั้งองค์กรธุรกิจต่าง ๆ ต้องสั่งสมข้อมูลเพื่อการพัฒนาธุรกิจให้อยู่รอด การพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน ข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกใบนี้ ก่อให้เกิดผลกระทบไปสู่ทุกสังคมทุกประเทศอย่างรวดเร็วเช่นกัน

องค์กรสื่อสารมวลชน ถือเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารสำหรับสาธารณะ ไม่ว่าจะไปในรูปแบบใดก็ตาม แต่มีหลักการที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ การเสนอข่าวสารต้องยึดมั่นในความถูกต้อง รวดเร็ว และเชื่อถือได้ หนังสือพิมพ์ก็เป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ต้องยึดมั่นหลักการดังกล่าวเช่นเดียวกัน ตลอดจนต้องดำรงไว้ซึ่งจริยธรรมของวิชาชีพให้มากที่สุด

มาลี บุญศิริพันธ์¹ ได้นิยามบทบาทของหนังสือพิมพ์ไว้ว่า

การทำหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ต้องพยายามสะท้อนภาพที่เป็นจริงให้ชัดเจนมากที่สุด เป็นไปอย่างเที่ยงตรง มีความสำนึกต่อความถูกต้อง คำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติมากกว่าจะมุ่งแสวงหาผลประโยชน์ทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว

หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อแบบดั้งเดิม (Traditional media) ที่ก่อกำเนิดขึ้นก่อนสื่อประเภทอื่น ๆ มีบทบาทในฐานะอาหารสมองของประชาชน เพราะเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวสาร คลังความรู้ และแหล่งให้ความบันเทิง ประการสำคัญเหนือสิ่งอื่นใดคือ หนังสือพิมพ์มีอิทธิพลต่อความเปลี่ยนแปลง กระทั่งการครอบงำระบบวัฒนธรรมทางความคิดของคนในสังคม หนังสือพิมพ์จึงต้องมีหน้าที่ หรือปฏิบัติงานด้วยความเป็นกลาง ถูกต้อง และครบถ้วน เพื่อสร้างและรักษาความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นแก่ผู้อ่านในสังคม

¹ มาลี บุญศิริพันธ์, วารสารศาสตร์เบื้องต้น ปรัชญาและแนวคิด (ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดา: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550), น. 12.

จากกระแสสังคมโลกที่เปลี่ยนแปลงไป นับจากยุคของสังคมชนบทกลายเป็นยุคของสังคมอุตสาหกรรม ทำให้แนวความคิดของระบบของทุนนิยมและจักรวรรดินิยมรุกคืบเข้ามาแทนที่สังคมในรูปแบบเดิม ภาคเศรษฐกิจมีบทบาทเป็นตัวขับเคลื่อนให้ประเทศได้พัฒนาหรือเจริญก้าวหน้าเพื่อความทัดเทียมอารยประเทศ และเศรษฐกิจได้เข้ามามีบทบาทในวิถีชีวิตของบุคคลในสังคมมากขึ้น เนื่องจากต้องเกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วนของสังคมนั่นเอง

ส่งผลให้การบริโภคข่าวสารของประชาชนเริ่มให้ความสำคัญกับข่าวเศรษฐกิจมากขึ้น และจากอดีตถึงปัจจุบันหนังสือพิมพ์แนวเศรษฐกิจได้รับการพัฒนา ตั้งแต่ในช่วงปี พ.ศ. 2520 เป็นต้นมา หนังสือพิมพ์ที่เสนอเนื้อหาข่าวเศรษฐกิจเป็นหลักเริ่มมีบทบาทโดดเด่นมากขึ้น จากเศรษฐกิจของประเทศที่พัฒนาดีขึ้น ประกอบกับการก่อตั้งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2518 ทำให้หนังสือพิมพ์แนวเศรษฐกิจได้รับความนิยม จึงทำให้ข่าวเศรษฐกิจเริ่มมีความสำคัญต่อความเป็นไปในสังคม

บทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ Julien Elfenbein² กล่าวว่า หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจที่ดีควรประกอบไปด้วย คุณลักษณะ 5 ประการ คือ

1. เป็นเครื่องมือส่งเสริมความก้าวหน้าของวงการอุตสาหกรรม และการประกอบอาชีพนี้
2. เป็นเครื่องกระตุ้นและทำให้การแข่งขันทางเศรษฐกิจเป็นไปอย่างยุติธรรม เพื่อเพิ่มผลผลิต ปรับปรุงวิธีการและเทคโนโลยี ลดต้นทุน ยกกระตือรือร้นการทำงานและมาตรฐานการครองชีพของพนักงาน
3. เป็นผู้แนะนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ยกกระตือรือร้นมาตรฐานการครองชีพของประชาชนและให้ประชาชนมีกำลังซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น
4. เป็นผู้ฝึกหัด สร้างระเบียบ สร้างแรงกระตุ้นให้ประชาชนมีความคิดริเริ่มและเป็นผู้นำ
5. เป็นสถาบันที่เป็นกลาง เป็นแหล่งความรู้ เป็นผู้วิพากษ์วิจารณ์และสอดส่องการทำงานของเอกชน

² Julien Elfenbein อ้างถึงใน ชัดตียะ เหลี่ยมไธยะ, “การจัดวางสาระในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ: การวิเคราะห์สาร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534), น. 26.

ดังนั้น ความสำคัญและคุณค่าของข่าวเศรษฐกิจ นอกจากจะเป็นภาพสะท้อนถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจว่า มีความก้าวหน้าเติบโตมากน้อยเพียงใด ในอีกแง่มุมหนึ่งสามารถชี้นำผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ให้สาธารณชนรับทราบ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนทั้งในปัจจุบัน และในอนาคตอันจะนำไปสู่การค้นหาลู่ทางที่ดีพร้อม³

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจมีจำนวนมากขึ้น การจำหน่ายแพร่หลายมากขึ้น ในด้านจำนวนผู้อ่านหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจมียอดจำนวนผู้อ่านเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ นับจากมีหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจของเอกชนฉบับแรก คือ ธุรกิจเมืองไทย ซึ่งเกิดขึ้นช่วงที่มีการเปิดตลาดหลักทรัพย์ เนื่องจากเศรษฐกิจไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประชาชนเริ่มเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจมากขึ้น พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ผู้อ่านก็หันมาอ่านข่าวเศรษฐกิจ ประกอบกับผู้ประกอบการต่าง ๆ ต้องการข่าวสารข้อมูลในการตัดสินใจทางธุรกิจมากขึ้น เพราะการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันนี้ไม่ได้อ้างอิงข้อมูลเฉพาะในไทยเท่านั้น แต่รวมถึงข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจของโลก เพราะเศรษฐกิจทุกวันนี้เกี่ยวพันกันทั้งโลก ในด้านการจัดวางระสรวลของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจแต่ละฉบับ มีการพัฒนาปรับปรุงไปตามยุคสมัย ส่วนใหญ่มักเน้นเสนอเนื้อหาในภาคธุรกิจต่าง ๆ โดยพิจารณาจากแนวโน้มการเจริญเติบโตของธุรกิจเหล่านั้นโดยตรง⁴

นับจากช่วงเวลาดังกล่าวจนถึงปัจจุบันส่งผลให้เกิดหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจหลากหลายทั้งรายวัน รายสามวัน และรายสัปดาห์ รวมถึงรายเดือน ซึ่งการสำรวจหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจในปัจจุบันจากการสมัครเป็นสมาชิกของสมาคมผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ พบว่า

³ อัญชลาลัย ตรงต่อศักดิ์, “สองหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ,” (สารนิพนธ์วารสารศาสตร์บัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539), น. 13.

⁴ ชัดติยะ เหล็กโสภา, “การจัดวางระสรวลในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ: การวิเคราะห์สาร,” น. 35-45.

ตารางที่ 1.1

หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ ปี 2551

ชื่อหนังสือพิมพ์	
1. หนังสือพิมพ์กระแสน	8. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจบีบีซี
2. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ	9. หนังสือพิมพ์คอห่าน
3. หนังสือพิมพ์ข่าวหุ้นธุรกิจ	10. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ
4. หนังสือพิมพ์ทันหุ้น	11. หนังสือพิมพ์ดอกเบี๋ยธุรกิจ
5. หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ	12. หนังสือพิมพ์ประชาชาติ
6. หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์	13. หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ
7. หนังสือพิมพ์โลกวันนี้	14. หนังสือพิมพ์เส้นทางเศรษฐกิจ

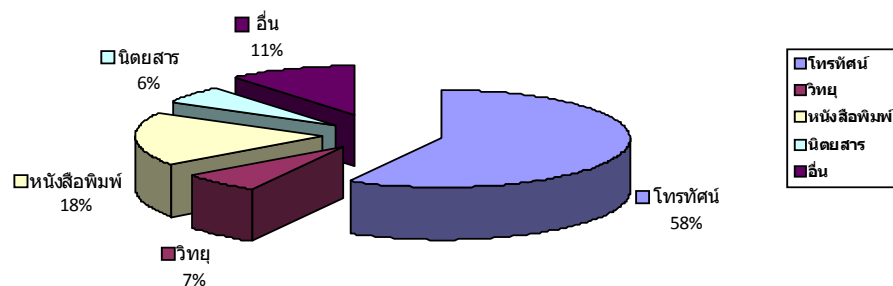
ที่มา: สมาคมผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ, “สมาชิกสมาคมผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ,”

<http://www.econmass.com/content/view/4/5>, 1 กรกฎาคม 2551.

จากตารางที่ 1.1 หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจทั้งรายวัน รายสามวัน รายสัปดาห์ และรายเดือนที่วางแผงขายอยู่ในท้องตลาดทั่วไปมีประมาณ 14 ฉบับ ที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ ทำให้ผู้ผลิตหรือผู้เป็นเจ้าของจำเป็นต้องดำเนินการนโยบายตามความเหมาะสมกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน

สำหรับภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะผู้ประกอบการสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์นั้นมีรายได้ 2 ทางคือ รายได้จากการขายเนื้อที่โฆษณาในหนังสือพิมพ์ และรายได้จากการจำหน่ายหนังสือ การมีรายได้จากการขายเนื้อที่โฆษณานี้ ทำให้การตั้งราคาขายหนังสือสามารถกำหนดไว้ในระดับต่ำเพื่อจูงใจและส่งเสริมการอ่านให้แพร่หลาย ซึ่งในส่วนของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจก็มีรายได้หลักมาจากการขายโฆษณา 70 เปอร์เซ็นต์ และที่เหลือ 30 เปอร์เซ็นต์ มาจากยอดจำหน่าย ดังนั้น ความสำคัญของการลงโฆษณาก็จึงจำเป็นต่อหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ รวมถึงสื่อประเภทอื่นๆ ซึ่งมีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร เพราะถือว่าปัจจัยจากค่าโฆษณายเป็นรายได้หลักที่คอยหล่อเลี้ยงหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ นอกเหนือจากรายได้ของยอดจำหน่าย ดังจะเห็นได้จากแผนภูมิดังต่อไปนี้

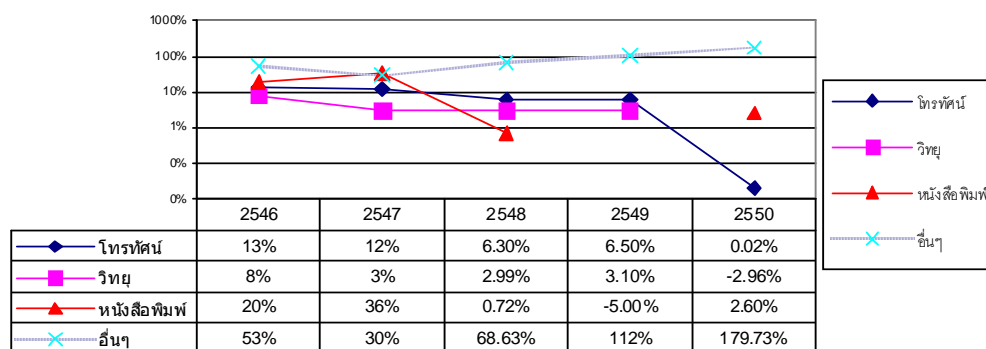
แผนภูมิที่ 1.1
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาแยกตามสื่อในปี 2550



(มูลค่า 92, 010 ล้านบาท)

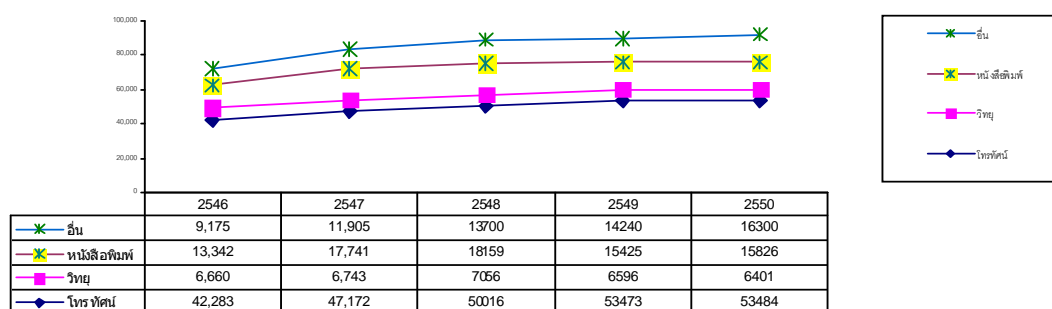
ที่มา: บริษัท เนชั่น มัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน), “รายงานประจำปี 2550,”
<<http://www.set.or.th/set/companyprofile>>, 1 กรกฎาคม 2551.

แผนภูมิที่ 1.2
อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมโฆษณาภายในระยะเวลา 5 ปี
สำหรับปี 2546 –ปี 2550



ที่มา: บริษัท เนชั่น มัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน), “รายงานประจำปี 2550,”
<<http://www.set.or.th/set/companyprofile>>, 1 กรกฎาคม 2551.

แผนภูมิที่ 1.3
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาทั้งระบบ ภายในระยะเวลา 5 ปี
สำหรับปี 2546 –ปี 2550



ที่มา: บริษัท เนชั่น มัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน), “รายงานประจำปี 2550,”
<<http://www.set.or.th/set/companyprofile>>, 1 กรกฎาคม 2551.

จากแผนภูมิที่ 1.1 - 1.3 ข้อมูลของบริษัท เนชั่น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) พบว่าอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2550 มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 92,010 ล้านบาท โดยมีอัตราการขยายตัว 2.5 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งถือว่าเป็นไปตามการคาดการณ์ เนื่องจากผลกระทบทางเศรษฐกิจจากปัจจัยต่าง ๆ ตั้งแต่ต้นปี โดยผู้ประกอบการเลือกใช้สื่อที่ให้บริการแบบครบวงจรในราคาที่ไม่สูงมากนัก และสื่อ นั้นจะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสื่อสิ่งพิมพ์มีมูลค่าโฆษณาในปี 2550 เท่ากับ 15,826 ล้านบาท หรือคิดเป็น 17.20 เปอร์เซ็นต์ ของค่าใช้จ่ายโฆษณาทั้งหมด ซึ่งได้รับความนิยมนอกจากสื่อโทรทัศน์ โดยปีที่ผ่านมาอัตราการโฆษณาของสื่อสิ่งพิมพ์คิดเป็นอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 2.60 เปอร์เซ็นต์ หรือมีมูลค่าคิดเป็น 15,826 ล้านบาท

ด้านภาวะการแข่งขันทางด้านหนังสือพิมพ์ธุรกิจ เช่น หนังสือพิมพ์ธุรกิจราย 3 วัน คือ ประชาชาติธุรกิจและฐานเศรษฐกิจ ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายสัปดาห์ เช่น กรุงเทพธุรกิจบีชีวีดี ผู้จัดการรายสัปดาห์ และหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน เช่น กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการรายวัน โพสต์ทูเดย์ โลกวันนี้ ตลาดหนังสือพิมพ์กลุ่มนี้เริ่มมีบทบาทมากขึ้นตามการพัฒนาของธุรกิจ แต่เป้าหมายการจำหน่ายยังคงเป็นเขตเมืองใหญ่ทั่วประเทศ แนวโน้มการเติบโตสูง เพราะเป็นที่สนใจของกลุ่มนักธุรกิจผู้ประกอบการ พนักงานบริษัท นายธนาคาร นักเขียน นิสิต นักศึกษา ตลอดจนครูบาอาจารย์

ที่สนใจติดตามข้อมูลข่าวสารเพื่อประกอบการเรียนการสอน ดังนั้น การแข่งขันของหนังสือพิมพ์ประเภทนี้จึงมีความรุนแรง

จากตารางที่จะแสดงต่อไปนี้ ซึ่งเป็นการอ้างถึงข้อมูลในส่วนแบ่งการตลาดของหนังสือพิมพ์ทั้งในส่วนของหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ โดยเฉพาะในส่วนหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจซึ่งจัดอยู่ในส่วนหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพที่มีการแข่งขันกันรุนแรง เนื่องจากมีตัวเลือกให้อ่านน้อยกว่าหนังสือพิมพ์ปริมาณ เพราะถือว่าเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีลักษณะเฉพาะ ทำให้ผู้อ่านมีเฉพาะกลุ่มไม่กว้างเท่ากับหนังสือพิมพ์ปริมาณดังจะเห็นได้จากตาราง 1.2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1.2

รายได้หนังสือพิมพ์และส่วนแบ่งตลาดโดยประมาณ

ชื่อ	ส่วนแบ่งตลาดโดยประมาณ % (ยอดจำหน่าย)
<u>หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย</u>	
1. ไทยรัฐ	49 %
2. เดลินิวส์	25 %
3. มติชน	9 %
4. ข่าวสด	9 %
5. คมชัดลึก	5 %
6. อื่น ๆ	3 %
รวม	100 %
<u>หนังสือพิมพ์ธุรกิจ รายวัน</u>	
1. ผู้จัดการ	34 %
2. กรุงเทพธุรกิจ	41 %
3. โพสต์ทูเดย์	25 %
รวม	100 %

ตารางที่ 1.2 (ต่อ)

ชื่อ	ส่วนแบ่งตลาดโดยประมาณ % (ยอดจำหน่าย)
หนังสือพิมพ์ธุรกิจ ราย 3 วัน	
1. ประชาชาติธุรกิจ	50 %
2. สุวันเศรษฐกิจ	50 %
รวม	100 %

ที่มา: บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน), “รายงานประจำปี 2550,”

<<http://www.set.or.th/set/companyprofile>>, 1 กรกฎาคม 2551.

นอกจากนี้ แนวทางในการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจแต่ละฉบับนั้น ย่อมแตกต่างกันไป ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับนโยบายข่าวเศรษฐกิจของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ ว่าให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายในระดับใด แต่โดยทั่วไปกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจจะอยู่ในระดับปีขึ้นไป เพราะผู้ที่อ่านข่าวธุรกิจได้ด้วยความเข้าใจนั้น ต้องมีพื้นฐานความรู้ด้านนี้เป็นอย่างดี ซึ่งก็ได้แก่ บรรดาเจ้าของกิจการธุรกิจต่าง ๆ และรวมไปถึงบุคคลที่อยู่ในแวดวงเหล่านั้นเอง⁵

ตารางที่ 1.3

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านหนังสือพิมพ์ (54, 585,000 คน)

หนังสือพิมพ์	กลุ่มผู้อ่านตั้งแต่ 12 ปีขึ้นไป	
	คน	%
ไทยรัฐ	12,669,000	23.21
เดลินิวส์	7,073,000	12.96
ข่าวสด	1,157,000	2.12

⁵ อัญชลาลัย ตรงต่อศักดิ์, “สองหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ,” น. 12.

ตารางที่ 1.3 (ต่อ)

หนังสือพิมพ์	กลุ่มผู้อ่านตั้งแต่ 12 ปีขึ้นไป	
	คน	%
มติชน	998,000	1.83
คมชัดลึก	873,000	1.6
สปอร์ตพูล	521,000	0.95
สยามกีฬาสตาร์	331,000	0.61
สปอร์ตแมน	261,000	0.48
สยามกีฬา	230,000	0.42
ผู้จัดการ	184,000	0.34
กรุงเทพธุรกิจ	179,000	0.33
สยามรัฐ	130,000	0.24
บ้านเมือง	95,000	0.17
คิกออฟ	85,000	0.16
โพสต์ทูเดย์	84,000	0.15
บางกอกโพสต์	71,000	0.13
บางกอกทูเดย์	70,000	0.13
เดอะเนชั่น	55,000	0.1
แนวหน้า	53,000	0.1
มวยสยาม	29,000	0.05
ไทยโพสต์	16,000	0.03
ทันหุ้น	5,000	0.01
ทูเดย์ เอ็กซ์เพส	3,000	0.01
โลกวันนี้	2,000	

ที่มา: บริษัท นีลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย), Thailand NMR MEDIA INDEX 2008-1

(Jan 07-Dec 07).

จากตารางที่ 1.3 ซึ่งแสดงจำนวนผู้อ่านหนังสือพิมพ์ตั้งแต่อายุ 12 ปีขึ้นไปตั้งแต่ มกราคมถึงธันวาคม ในปี 2550 โดยแสดงให้เห็นถึงจำนวนผู้อ่านที่หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจที่มีจำนวนผู้อ่านน้อยกว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไป ทั้งหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ หรือแม้แต่หนังสือพิมพ์ข่าวสด แต่ก็ถือว่าได้รับความนิยมในระดับหนึ่ง ทั้งหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันที่มีคนอ่านในปี 2550 จำนวน 1.8 แสนคน ในขณะที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมีผู้อ่านเพียง 1.7 แสนคน แต่มีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่า ดังนั้น ในความคิดเห็นของผู้ทำการวิจัยมองว่า เนื่องจากกำลังซื้อของกลุ่มผู้อ่านของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมีกลุ่มเป้าหมายที่มีระดับรายได้ที่สูงกว่าซึ่งอาจทำให้ผู้อ่านมีจำนวนน้อยกว่าแต่มีปริมาณยอดขายที่สูงกว่าเพราะกำลังซื้อของกลุ่มผู้อ่านที่ต่างกัน ในขณะที่หนังสือพิมพ์โพสทูเดย์มีกลุ่มผู้อ่านที่เรียกได้ว่าสูงในระดับหนึ่งเมื่อเทียบว่าเป็นหนังสือพิมพ์ที่เกิดขึ้นใหม่ไม่เกิน 5 ปี โดยมีผู้อ่าน 8.4 หมื่นคน

นับแต่ความเจริญรุ่งเรืองทางด้านเศรษฐกิจในช่วงภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่ส่งผลให้หนังสือพิมพ์ธุรกิจเติบโตแบบก้าวกระโดด จากแรงผลักดันจากความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจรวมกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร การใช้คอมพิวเตอร์และเครื่องจักรในการผลิตที่ทันสมัยเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจขยายตัวเติบโตได้อย่างรวดเร็ว ทำให้หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับได้ปรับตัวในด้านต่าง ๆ ทั้งรูปแบบ คุณภาพของเนื้อหาข่าวสารที่มีความถูกต้อง แม่นยำ หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจมีจุดขายที่ชัดเจนตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

ทั้งนี้ เนื่องจากหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจได้เปิดตัวเพื่อตอบสนองต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจในอดีตและส่งผลมาจนถึงปัจจุบันที่ประชาชนได้หันมาสนใจเศรษฐกิจมากขึ้นเพราะมีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ทำให้ข้อมูลข่าวสารมีความสำคัญ เพราะเศรษฐกิจมีความจำเป็นที่ใช้ในการพัฒนาประเทศและสังคมให้เติบโต

แต่จากการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจยังต้องประสบปัญหาสภาพปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่มีราคาปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะราคากระดาษ ซึ่งส่งผลสำคัญต่อการดำเนินงานและนโยบายรวมถึงการบริหารของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ

จากข้อมูลรายงานประจำปีของ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ NMG⁶ ในอดีตพบว่าราคากระดาษหนังสือพิมพ์จะเปลี่ยนแปลงระดับราคาขึ้นลงไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับ

⁶ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน), "รายงานประจำปี 2550,"

กับราคาเยื่อกระดาษ และปัจจัยที่มีผลได้แก่ ราคาน้ำมัน โดยกระดาษหนังสือพิมพ์เป็นสินค้าประเภทโภคภัณฑ์ หากในบางช่วงที่ราคากระดาษเริ่มปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน ถือเป็นความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ เพราะวัตถุดิบหลักที่สำคัญของธุรกิจหนังสือพิมพ์คือกระดาษ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและกำไรสุทธิของบริษัท และคาดการณ์ว่าราคากระดาษจะมีแนวโน้มสูงขึ้น ตลอดจนวัตถุดิบของการผลิตกระดาษที่สูงขึ้น อาจมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของบริษัท

ในขณะที่ หนังสือพิมพ์ โฟสต์ ทูเดย์⁷ เป็นหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวันภาษาไทยที่มีการวางตำแหน่งสินค้าให้เหมาะสมกับนักธุรกิจรุ่นใหม่ ที่ผ่านมาก็ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นหนังสือพิมพ์ที่เติบโตเร็วที่สุด และมีผู้อ่านมากที่สุดของกลุ่มหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจรายวัน แต่รายได้และผลการดำเนินงานของบริษัท ส่วนใหญ่ยังขึ้นอยู่กับหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

ด้านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน⁸ จัดอยู่ในกลุ่มสื่อประเภทที่มีเนื้อหาเป็นธุรกิจ แม้ว่าความตื่นตัวและพัฒนาการของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งหมายถึง วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต ได้รับความสนใจจากประชาชน เนื่องจากประสิทธิภาพความเร็วและความหลากหลายรูปแบบที่สามารถสร้างความสนใจต่อผู้บริโภครุ่นใหม่ได้มาก แต่สื่อสิ่งพิมพ์ก็ยังคงดำรงสถานะความนิยมในระดับต้นและมีบทบาทกว้างขวางกว่า ดังนั้น การแข่งขันในเชิงเปรียบเทียบของคุณภาพและประสิทธิภาพ การเผยแพร่ยังมีอย่างต่อเนื่อง เป็นสิ่งกดดันให้สื่อสิ่งพิมพ์จำเป็นต้องปรับตัวในการทำงานและพิมพ์เผยแพร่ ประกอบกับหลังจากมีการปรับโครงสร้างการบริหารให้กะทัดรัด และจัดการระบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพอย่างได้ผล สรุปได้ว่า บริษัทอยู่ในฐานะที่สามารถแข่งขันได้ทั้งในแง่การบริหารต้นทุน และการผลิตสินค้ามีจุดเด่นเป็นที่น่าพอใจของตลาด

อย่างไรก็ดี จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นนั้น การดำเนินงานของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจมีข้อจำกัดในการบริหารหรือพัฒนาตัวเอง ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่องค์กรสิ่งพิมพ์จะมีโครงสร้างหลักเหมือนกัน คือ กองบรรณาธิการ ฝ่ายจัดการ และฝ่ายผลิต แต่ก็มีปัจจัยจากภายนอกเป็นตัวช่วยกำหนด โดยเห็นได้จากความสนใจจากผู้อ่านหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจที่ยังจำกัดอยู่ในวงแคบและมี

⁷ บริษัท โฟสต์ พลับลิชชิง จำกัด (มหาชน), “รายงานประจำปี 2550,” <<http://www.set.or.th/set/companyprofile>>, 1 กรกฎาคม 2551.

⁸ บริษัท แมเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน), “รายงานประจำปี 2550,” <<http://www.set.or.th/set/companyprofile>>, 1 กรกฎาคม 2551.

ผู้อ่านที่น้อยกว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไปซึ่งเป็นประเด็นหลัก เนื่องจากหนังสือพิมพ์จำเป็นต้องตอบสนองกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

การที่หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจจะสามารถแข่งขันและอยู่รอดในธุรกิจนี้นั้น นอกเหนือจากนโยบายที่ต้องมีความชัดเจนในการดำเนินงานแล้ว การกำหนดกลุ่มเป้าหมายก็มีส่วนในการที่จะกำหนดทิศทางการบริหารงานทั้งในส่วนของเนื้อหาข่าว และองค์กร เพื่อตอบโจทย์ของกลุ่มเป้าหมายและมุ่งไปสู่ความสำเร็จที่วางไว้ โดยจะต้องบริหารงานให้มีความสมดุล (Balance) ทั้งในส่วนของ การนำเสนอข่าว และการสร้างรายได้เพื่อความอยู่รอด นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยจากภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็นทั้งในส่วนของเศรษฐกิจที่จะส่งผลกระทบต่อรายได้โฆษณา ที่หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจยังต้องพึ่งพิงเป็นหลัก

ข้อมูลในอดีตพบว่า การลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ค่อนข้างอ่อนไหวต่อภาวะเศรษฐกิจมากกว่าสื่ออื่น ๆ ประกอบกับปัจจัยทางการเมืองที่มีผลต่อภาวะเศรษฐกิจที่เป็นลูกโซ่ เพราะหากการเมืองดี ก็จะส่งผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และเป็นผลยังธุรกิจสื่อที่จะได้รับความนิยม แต่ในทางกลับกัน หากการเมืองแย่ เศรษฐกิจแย่ ก็จะทำให้ธุรกิจต่าง ๆ มีความยากลำบากในการดำเนินงานไม่เว้นแม้แต่ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

อนึ่ง ยังไม่นับรวมจากปัจจัยอื่นๆ ทั้งการพัฒนาของระบบเทคโนโลยีที่มีผลต่อธุรกิจสื่อที่มีความเจริญก้าวหน้าและก้าวไกลไปสู่ยุคดิจิทัล รวมถึงพฤติกรรมของผู้่านที่เปลี่ยนไปโดยนิยามที่จะเสพสื่อที่ไม่ใช่กระดาษแต่เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์แทน ประกอบกับการแข่งขันของสื่อที่เกิดขึ้นไม่ได้เพียงแค่เฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจด้วยกันเองเท่านั้น แต่ยังรวมถึงหนังสือพิมพ์ทั่วไป สื่อใหม่ เช่น วิทยูและโทรทัศน์ ที่เป็นคู่แข่งกันมานาน หรือคู่แข่งใหม่ อย่างสื่อใหม่ เช่น สื่อออนไลน์ หรือสื่อจากระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เริ่มจะได้รับความนิยมมากขึ้น

ดังนั้น ปัจจัยอะไรที่เป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะส่งเสริมและพัฒนาให้หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจมีความอยู่รอดในภาวะเศรษฐกิจและการเมืองในปัจจุบัน รวมถึงการรับมือกับการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ปัญหานำการศึกษา

1. ปัจจัยภายในอันได้แก่ นโยบาย แนวทางการบริหารงาน และการนำเสนอข่าว ซึ่งส่งผลต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจไทยในปัจจุบันอย่างไร
2. ปัจจัยภายนอก ซึ่งได้แก่ปัจจัยทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี รวมถึงการแข่งขัน ส่งผลต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจไทยในปัจจุบันอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยภายในที่มีผลต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพแบบเฉพาะเจาะจง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยศึกษาการบริหาร นโยบาย การทำหน้าที่ของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ และศึกษาถึงทิศทางและบทบาทแนวโน้มของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจในอนาคต ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น นักวิชาการและวิชาชีพด้านการสื่อสารและด้านเศรษฐศาสตร์

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่เน้นหนักในการนำเสนอข่าวสาร กิจกรรมหรือความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการคลัง การเงิน ตลาดทุน การอุปโภคบริโภค สินค้า และการดำเนินธุรกิจภายในประเทศ ในที่นี้หมายถึง หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน และหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์

ปัจจัยที่มีผลต่อความอยู่รอด หมายถึง ปัจจัยภายในและปัจจัยจากภายนอกในการศึกษานโยบาย แนวทางการบริหารของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ ศึกษาการนำเสนอและวิเคราะห์

เนื้อหา ที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ รวมถึงการทำหน้าที่และบทบาทของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

นโยบาย หมายถึง การศึกษานโยบายของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ แนวทางในการปฏิบัติ และรูปแบบในการดำเนินงาน รวมถึงการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ โดยการดำเนินงานของกองบรรณาธิการ

การบริหารงาน หมายถึง กระบวนการบริหารขององค์กรหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจที่จะต้องดำเนินงานบริหารงานให้เกิดความเหมาะสมทั้งจากการบริหารกองบรรณาธิการในส่วนของการนำเสนอข่าวที่เชื่อถือได้ และการบริหารฝ่ายการจัดการ ในการใช้ทรัพยากรได้คุ้มค่า ลดต้นทุนและสร้างผลกำไร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ความอยู่รอด หมายถึง การดำเนินนโยบายและการบริหารงานของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจในปัจจุบันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและประชาชน ซึ่งสะท้อนออกมาในรูปแบบของยอดจำหน่ายและรายได้ ซึ่งทำให้ผู้บริหารหรือเจ้าของตัดสินใจดำเนินธุรกิจต่อไปได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบหลักการในการกำหนดนโยบายของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ
2. ทำให้ทราบถึงหลักการบริหาร รูปแบบองค์กร และโครงสร้างของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ
3. ทำให้ทราบข้อมูลพื้นฐาน ปริมาณของรูปแบบ และเนื้อหา ความรู้ ความคิดเห็นของการนำเสนอข่าวเศรษฐกิจ
4. เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแนวทางการนำเสนอ รูปแบบ และนโยบายเนื้อหาด้านข่าวเศรษฐกิจผ่านหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจและหนังสือพิมพ์รายวันฉบับอื่น ๆ
5. เพื่อสะท้อนบทบาทและหน้าที่รวมถึงนโยบายของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ
6. เพื่อวิเคราะห์ถึงทิศทางและแนวโน้มของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจในอนาคต