

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

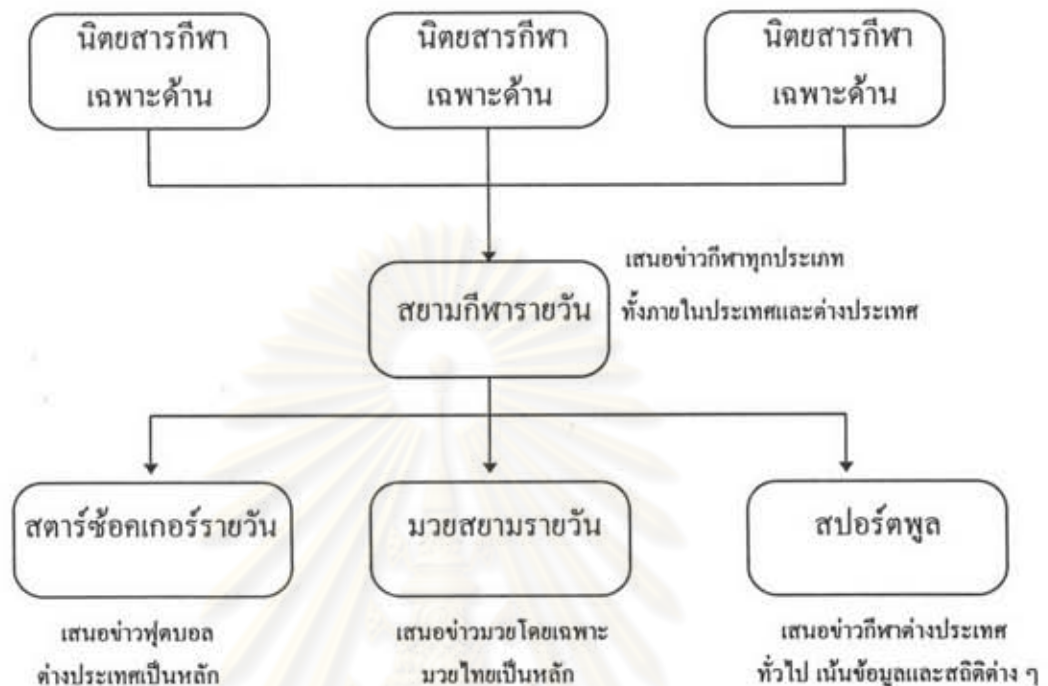
ลักษณะการขยายตัวของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน

จากการศึกษาพบว่า “ลักษณะการขยายตัวของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน” นั้น มีพื้นฐานมาจากกลุ่มผู้บริหารที่มีประสบการณ์ด้านการผลิตข่าวกีฬา และมีกิจการเกี่ยวกับนิตยสารกีฬาอยู่ก่อนแล้ว เมื่อมีแนวคิดในการจัดทำ “หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน” ขึ้น จึงมีความเข้าใจถึงการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดีประกอบกับใช้ต้นทุนในการผลิตต่ำ เพราะบริษัทฯ มีวัตถุดิบในการผลิตครบครันทั้งบุคลากร อุปกรณ์การพิมพ์ วัสดุการพิมพ์ ฯลฯ ซึ่งหนังสือพิมพ์กีฬาที่ผลิตขึ้นมาใหม่ได้ใช้ร่วมกับนิตยสารต่าง ๆ ที่มีอยู่ก่อนแล้ว

เมื่อหนังสือพิมพ์กีฬาฉบับแรก คือ “สยามกีฬารายวัน” ซึ่งเสนอเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาทั่ว ๆ ไป ได้รับความนิยมนอกจากผู้อ่านเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทางบริษัทผู้ผลิตคือ “บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)” จึงได้ทำการผลิตหนังสือพิมพ์กีฬารายวันที่เสนอข่าวกีฬาเฉพาะด้านออกมาอีกจำนวน 3 ชื่อฉบับ คือ สตาร์ช็อคเกอร์รายวัน มวยสยามรายวัน และสปอร์ตพูล รวมทั้งมีการปรับโครงสร้างต่างๆ เพื่อรองรับการขยายตัวของบริษัทฯ ที่มีอัตราการเติบโตสูงและสามารถสรุปลักษณะการขยายตัวของหนังสือพิมพ์กีฬารายวันได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภาพที่ 15 : ลักษณะการขยายตัวของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน



จากแผนภาพลักษณะการขยายตัวของหนังสือพิมพ์กีฬารายวันนั้น จะเห็นได้ว่ามีลักษณะการเติบโตที่เป็นลักษณะเฉพาะขององค์กร โดยหนังสือพิมพ์กีฬาฉบับแรก คือ “สยามกีฬารายวัน” ซึ่งเสนอข่าวกีฬาทุกประเภทร่นั้น กำเนิดขึ้นมากจากพื้นฐานของนิตยสารกีฬาเฉพาะด้าน ที่ผู้ผลิตหนังสือพิมพ์ทำการผลิตอยู่ก่อนแล้ว ทำให้วัตถุประสงค์ต่าง ๆ อุปกรณ์การพิมพ์ ข่าวสาร รวมทั้งบุคลากรที่มีประสบการณ์ ความรู้เจาะลึก ในกีฬาแต่ละชนิด ถูกนำมาใช้ร่วมกัน ระหว่างนิตยสารกับหนังสือพิมพ์กีฬา โดยหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน จะเป็นการนำเอาข่าวสารที่เคยผลิตเสนอในนิตยสารกีฬาเฉพาะด้าน จำหน่ายเป็นรายสัปดาห์ หรือ รายเดือน มาเสนอรวมกันในหนังสือพิมพ์กีฬาเล่มเดียว แล้วจำหน่ายเป็นรายวัน

เมื่อถึงจุดที่หนังสือพิมพ์ “สยามกีฬารายวัน” ได้รับความนิยมจากผู้อ่านเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ประกอบกับกระแสสังคม ที่ให้การยอมรับและเปิดรับข่าวกีฬาเพิ่มมากขึ้น ทำให้ทางผู้ผลิตฯ ตัดสินใจผลิตหนังสือพิมพ์กีฬาที่เจาะเฉพาะกีฬา โดยเริ่มจากกีฬาที่ผู้อ่านสนใจเป็นพิเศษ คือ ฟุตบอลต่างประเทศ และมวย จึงทำการผลิตหนังสือพิมพ์กีฬาขึ้นมาอีก 3 ชื่อฉบับ คือ “สตาร์ซ็อคเกอร์รายวัน” (2535) “มวยสยามรายวัน” (2538) และ “สปอร์ตพูล” (2539) ซึ่งก็เป็น

การย้อนกลับไปเสนอข่าวกีฬาเฉพาะด้าน เหมือนในยุคเริ่มต้นจากนิตยสาร เพียงแต่เปลี่ยนจากการจำหน่ายเป็นรายสัปดาห์ หรือรายเดือน มาเป็นรายวันแทนนั่นเอง นอกจากนั้นยังขึ้นอยู่กับ “ปัจจัยเงื่อนไข” อีกหลายประการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ซึ่งก็เป็นไปในลักษณะของการส่งเสริมและเป็นอุปสรรคควบคู่กันไป ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน

1. ปัจจัยผู้ส่งสาร

ได้แก่ ทุนประกอบการ ผู้บริหาร นโยบาย แผนการตลาด การจัดการภายในองค์กร บุคลากร เทคโนโลยีในการผลิต การจัดระเบียบเนื้อหาและรูปลักษณ์

2. ปัจจัยผู้รับสาร

ได้แก่ ค่านิยม ทักษะคติ สังคม

3. ปัจจัยแวดล้อม

ได้แก่ แนวโน้มของสังคม นโยบายของรัฐ การส่งเสริมจากสื่ออื่น เศรษฐกิจ โฆษณา มหกรรมกีฬา คู่แข่งขัน

โดยองค์ประกอบของปัจจัยผู้ส่งสาร ปัจจัยผู้รับสาร และปัจจัยแวดล้อมภายนอกนั้น มีส่วนส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวันแตกต่างกันออกไป แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นผู้ศึกษาก็มีอาจจะระบุได้ชัดถึงระดับของการส่งผลกระทบต่อแต่ละปัจจัยได้ว่ามีพลังอำนาจ (Power) ในการสร้างผลกระทบได้มากน้อยต่างกันเพียงใด เพียงแต่บอกถึง “ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์” ระหว่างกัน

หากพิจารณาถึง “ปัจจัยหลัก” ที่มีส่วนส่งเสริมการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ตามทัศนะของผู้ศึกษา ในส่วนของ “ผู้ส่งสาร” ก็น่าจะได้แก่ ปัจจัยด้านทุนประกอบการ ผู้บริหาร บุคลากร และเนื้อหาข่าวสาร

ซึ่งหนังสือพิมพ์กีฬารายวันทั้ง 4 ชื่อฉบับนั้น ใช้ “ทุนประกอบการ” ต่ำมาก เพราะวัตถุประสงค์ต่าง ๆ นั้นมีอยู่พร้อม จากการที่บริษัทผู้ผลิตฯ ได้ดำเนินกิจการด้านนิตยสารกีฬาอยู่ก่อนแล้ว

นั่นเอง และยังเมื่อมีการระดมทุนจากตลาดหลักทรัพย์ฯ ทำให้องค์กรหนังสือพิมพ์ สามารถนำ
ทุนมาพัฒนาคุณภาพ และขยายองค์กรได้เพิ่มมากขึ้น

ส่วน “ผู้บริหาร” คือ คุณระวี โหลทอง นั้น ถือว่ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ตั้งแต่ความคิด
ริเริ่มในการจัดทำหนังสือพิมพ์กีฬาขึ้นในเมืองไทย รวมทั้งแนวทางบริหารงานที่พยายามสร้าง
ความเชื่อมั่นให้กับพนักงานทุกคนในบริษัทว่า หนังสือพิมพ์กีฬารายวันสามารถอยู่และเติบโต
ได้ ประกอบกับประสบการณ์ที่เคยเป็นนักหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะทางด้านกีฬา จึงเข้าใจ
สภาพการทำงานและปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งวิสัยทัศน์ที่มองว่าหนังสือพิมพ์กีฬาต้องเติบโตในเมือง
ไทยได้

ปัจจัยต่อมา คือ “บุคลากร” ของหนังสือพิมพ์กีฬาทั้ง 4 ชื่อฉบับนั้น เป็นผู้ที่มีความ
สามารถและรอบรู้เกี่ยวกับวงการกีฬาอย่างละเอียดแตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล รวมทั้งมี
ใจรักงานทางด้านกีฬาเป็นพื้นฐานอยู่ก่อนแล้ว ประกอบกับความมีชื่อเสียงของบุคลากรหลาย ๆ
คนที่ได้รับการยอมรับจากผู้อ่านมานาน ตั้งแต่สมัยที่บริษัทฯ ยังผลิตแค่นิตยสารกีฬาอยู่

ปัจจัยสุดท้ายคือ เนื้อหาข่าวสาร ซึ่งหนังสือพิมพ์กีฬาทั้ง 4 ชื่อฉบับนั้น มีนโยบายใน
การเสนอเนื้อหาให้ตรงตามความต้องการของผู้อ่าน รวมทั้งมีความละเอียดเจาะลึกในเนื้อหาข่าว
ต่าง ๆ ที่สำคัญ คือ มีความสด และรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งในเรื่องนี้เป็นข้อได้เปรียบ
หนังสือพิมพ์อื่น ๆ เพราะระยะเวลาในการปิดข่าวนั้นช้ากว่า ทำให้สามารถรอผลการแข่งขัน
กีฬาจากต่างประเทศ ที่มักจะแข่งขันกันในช่วงกลางดึกของประเทศไทย

สำหรับ “ปัจจัยผู้รับสาร” คือ ผู้อ่านนั้น ทั้งค่านิยม ทัศนคติ และสังคมของผู้อ่านนั้น
ต่างมีผลสำคัญที่ทำให้หนังสือพิมพ์กีฬาสามารถเติบโตได้ โดย การใช้ประโยชน์ และความพึง
พอใจ (Uses and Gratifications) ของผู้รับสาร มีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตมาก คือ ผู้รับ
สารจะสนใจที่จะเปิดรับข่าวสารกีฬาเพิ่มมากขึ้น โดยมีทั้งการเปิดรับเพื่อความบันเทิง และเปิด
รับเพื่อใช้ประโยชน์จากข่าวนั้น ๆ เช่น เป็นข้อมูลในการเล่นพนัน เป็นต้น

ในส่วนของ “ปัจจัยแวดล้อม” นั้น องค์กรประกอบที่มีส่วนส่งเสริมให้เกิดการเติบโต
ของหนังสือพิมพ์กีฬาอย่างต่อเนื่อง ก็คือ “มหกรรมกีฬา” สำคัญ ๆ ต่าง ๆ ที่จัดสลับหมุนเวียน

กันทุกปี ทำให้ข่าวก็มีประเด็นที่น่าสนใจมานำเสนอได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ยอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นตลอดทุกปี

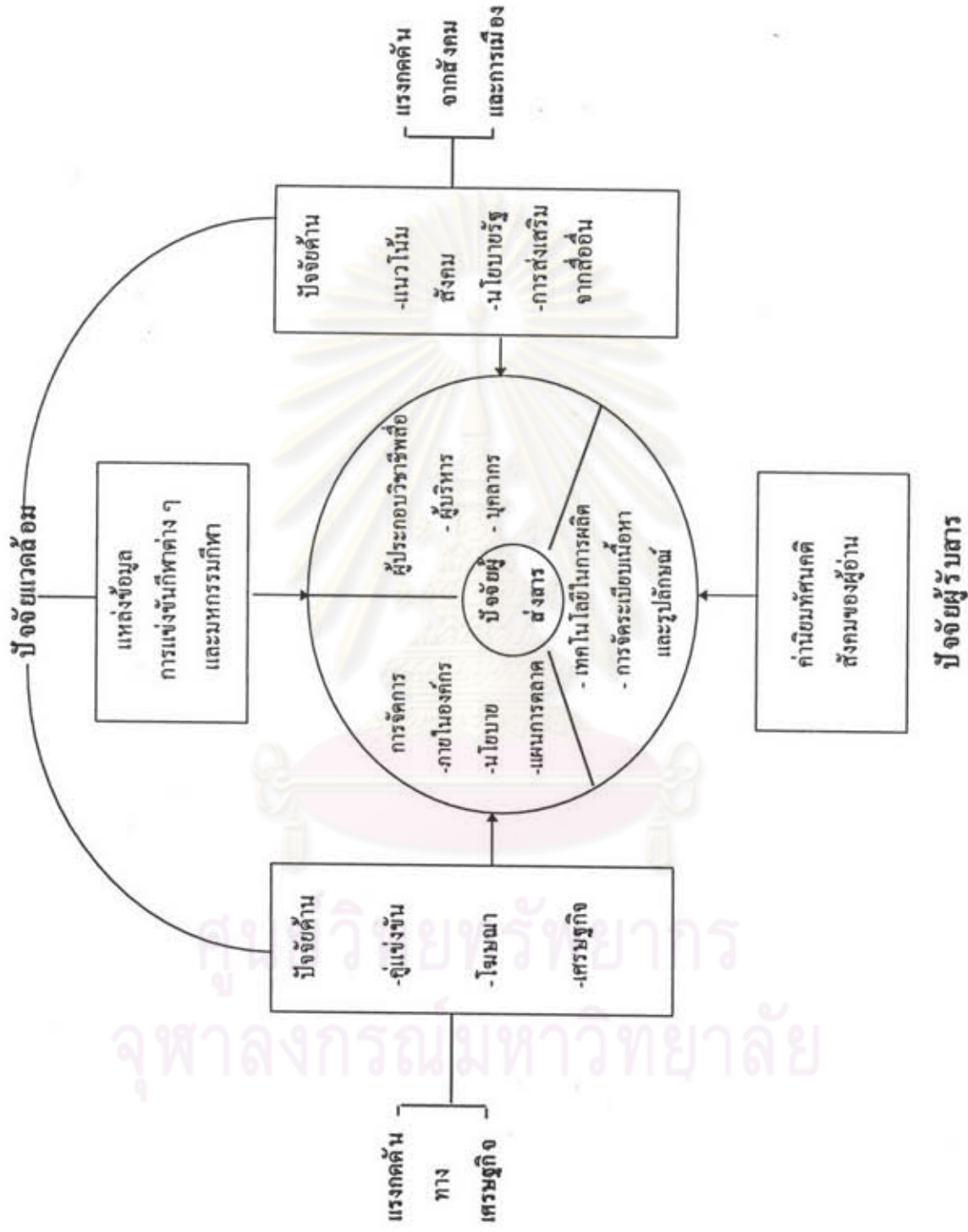
สำหรับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬาที่เด่นชัดที่สุด คือ ปัจจัยด้าน “เศรษฐกิจ” ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ค่าใช้จ่ายในส่วนของวัตถุดิบเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะราคากระดาษ ที่เพิ่มสูงขึ้นในปี 2538 ทำให้หนังสือพิมพ์กีฬาต้องปรับราคาจำหน่ายตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวันนั้น อาจสรุปเป็น แผนภาพตามกรอบแนวคิดทฤษฎีองค์การสื่อสารมวลชน (Media Organization Theory) ของ Denis McQuail ที่ได้ศึกษา ดังนี้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภาพที่ 16: ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน



ดังนั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้ จึงสามารถสรุปได้ว่าทั้ง “ปัจจัยผู้ส่งสาร” “ปัจจัยผู้รับสาร” และ “ปัจจัยแวดล้อม” ต่างก็มีความสำคัญต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวันไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากันเลย และแต่ละปัจจัยก็อาจส่งผลกระทบต่อเนื่องเป็นกระบวนการเชื่อมโยงถึงกันและกันได้ เนื่องจากองค์กรผู้ผลิตหนังสือพิมพ์กีฬา คือ “บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)” นั้น เป็นระบบย่อย (Internal System) ระบบหนึ่งในระบบสังคม (Social System) และดำเนินงานอยู่ภายใต้ระบบใหญ่ภายนอก (External System) ซึ่งแวดล้อมและเกี่ยวข้องกับคู่ค้าอย่างมีอาจหลีกเลี่ยงได้นั่นเอง

อภิปรายผล

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ซึ่งผู้ศึกษาได้เลือกศึกษาหนังสือพิมพ์กีฬา 4 ชื่อฉบับ ของบริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) นั้น พบว่า

1. สาเหตุที่ทำให้หนังสือพิมพ์กีฬาได้รับความนิยมจากผู้อ่านเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบันนั้นก็เพราะว่า ข่าวกีฬามี คุณค่าข่าว (news value) สูง มีธรรมชาติของความน่าสนใจ ตามที่ มาลี บุญศิริพันธ์ ได้กล่าวไว้ใน “หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น” ว่าปัจจัยที่ทำให้ “ข่าว” มีคุณค่า และน่าสนใจนั้น มีหลายประการด้วยกัน คือ ความสดทันสมัย (Immediacy) ความใกล้ชิด (Proximity) ความเด่น (Prominence) ความผิดปกติ (Unusualness) สิ่งที่มีมนุษย์สนใจ (Human interest) ความขัดแย้ง (Conflict) ความลึกลับจับจ้อง (Suspense) ความกระทบกระเทือน (Consequence) ความก้าวหน้า (Progress) เพศ (Sex) ซึ่งคุณสมบัติของข่าวกีฬาที่เสนอในหนังสือพิมพ์กีฬารายวันที่ทำการศึกษาทั้ง 4 ชื่อฉบับนั้น มีคุณสมบัติของ คุณค่าข่าว อยู่หลายประการ คือ

มีความสดทันสมัย นำเสนอข่าวและผลการแข่งขันกีฬาที่รวดเร็วกว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไป โดยได้พัฒนาคุณภาพในด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้สามารถนำเสนอข่าวกีฬาจากทั่วมุมโลกได้อย่างละเอียดและรวดเร็ว เช่น การรายงานผลการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ ที่ทำการแข่งขันกันในเวลาประมาณ 2.00-4.00 น. หนังสือพิมพ์กีฬาสามารถที่จะรายงานผลการแข่งขันอย่างละเอียดพร้อมนำเสนอภาพเหตุการณ์ต่าง ๆ ในระหว่างการแข่งขันในหนังสือพิมพ์กีฬารายฉบับเช้าและบ่ายของวันนั้น ๆ ได้อย่างทันทั่วทั้งที่ เป็นต้น

ในเรื่องของ ความใกล้ชิด แม้ว่าข่าวกีฬาต่างประเทศจะได้รับความนิยมนอย่างสูงในสังคมไทยปัจจุบัน แต่ในหลาย ๆ เหตุการณ์ ความใกล้ชิด ก็เป็นคุณสมบัติที่ทำให้ข่าวกีฬาได้รับความสนใจเพิ่มสูงขึ้นมาก เช่น ข่าว สมรักษ์ คำสิงห์ นักกีฬามวยสากลสมัครเล่น ทีมชาติไทย ที่สามารถคว้าเหรียญทองจากการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ซึ่งได้รับความสนใจจากคนไทยเป็นอย่างมาก โดยมีการนำเสนอข่าวเรื่องนี้ในหน้า 1 ของหนังสือพิมพ์ทุกฉบับ ติดต่อกันเป็นระยะเวลาหลายวันเลยทีเดียว

ความเด่น เป็นอีกคุณสมบัติหนึ่งที่มีอยู่ในข่าวกีฬา เพราะเป็นการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน ความสามารถที่โดดเด่นของนักกีฬาดัง ๆ แต่ละบุคคล เช่น การนำเสนอข่าว ไทเกอร์วูดส์ นักกอล์ฟลูกครึ่งไทย-อเมริกัน ที่สามารถชนะเลิศการแข่งขันกอล์ฟรายการใหญ่ ๆ ได้หลายรายการ ทั้ง ๆ ที่มีอายุเพียง 20 ปีเท่านั้น ซึ่งถือเป็น ความเด่น ของนักกีฬา ส่งเสริมความน่าสนใจให้ผู้อ่านสนใจติดตามข่าว เป็นต้น

ความคิดปกติ ในข่าวกีฬาที่มีเกิดขึ้นอยู่เสมอ ในการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ เช่น การทำลายสถิติการแข่งขันต่าง ๆ ที่ยังไม่เคยมีมนุษย์คนไหนเคยทำได้มาก่อน อาทิ การทำลายสถิติการแข่งขันกรีฑา การทำลายสถิติการแข่งขันยกน้ำหนัก เป็นต้น

คุณค่าข่าวในเรื่องของ สิ่งที่น่าสนใจ นั้นมีอยู่ในข่าวกีฬาทั้งการให้ ความบันเทิง กับผู้ชม หรือผู้อ่านในทุกประเภทกีฬา ซึ่งเป็นการผ่อนคลายความเครียดจากภาวะสังคมที่เต็มไปด้วยการแข่งขันและผู้ชมหรือผู้อ่านสามารถติดตามเชียร์นักกีฬา หรือทีมที่ตนเองชื่นชอบได้อีกด้วย เช่น คนไทยสนใจที่จะติดตามชมหรือเชียร์นักกีฬาไทย ในการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ เป็นต้น

ความขัดแย้ง เป็นคุณสมบัติที่เด่นที่สุดที่มีอยู่ในข่าว เพราะในการแข่งขันแต่ละครั้ง มักจะมีผู้ชนะผู้แพ้เสมอ ซึ่งเป็นความขัดแย้งที่ทำให้ผู้ที่ติดตามชม ต้องเชียร์หรือลุ้นนักกีฬาที่ตนเองชื่นชอบให้เป็นผู้ชนะในการแข่งขันแต่ละครั้ง เช่นการติดตามเชียร์การแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ โดยปัจจุบันมีการรวมกลุ่มกันตั้งชมรมหรือแฟนคลับขึ้นมากมายเพื่อเชียร์ทีมที่ตนเองชื่นชอบ อาทิ แฟนคลับสโมสรธนาคารกสิกรไทย ชมรมคนรักหงส์แดง ชมรมแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ดไทยแลนด์แฟนคลับ เป็นต้น ซึ่งความขัดแย้ง ในการแข่งขันกีฬานี้เป็นอีกองค์ประกอบที่ทำให้ ข่าวกีฬา มีสีสัน น่าสนใจติดตาม และมีคุณค่าข่าวสูง

คุณค่าข่าวในเรื่องของความลึกซึ้งซับซ้อน หรือ ความมีเงื่อนงำ ในข่าวกีฬานั้น จะเกี่ยวกับ การพีดซ้อม การเตรียมตัวของนักกีฬา หรือทีมที่กำลังจะทำการแข่งขันกีฬา ว่ามีความพร้อมมากน้อยขนาดไหน ผลการแข่งขันจะออกมาอย่างไร ผู้อ่านจึงสนใจที่จะติดตามความเคลื่อนไหวก่อนการแข่งขันกีฬานั้น ๆ เช่น การฝึกซ้อมของนักฟุตบอล การเตรียมทีมก่อนไปแข่งขันกีฬาซีเกมส์ของนักกีฬาไทย เป็นต้น

คุณค่าข่าวในเรื่อง ความกระทบกระเทือน ที่มีอยู่ในข่าวกีฬานั้น ส่วนใหญ่จะเป็นไปในทางที่ดี เช่น เมื่อนักกีฬาชนะเลิศการแข่งขันมหกรรมกีฬาที่สำคัญ ๆ ก็สามารถทำให้ ประเทศชาติได้รับชื่อเสียง ได้รับคำชื่นชมทั้งจากประชาชนในชาติ และจากนานาประเทศ เป็นต้น

ความก้าวหน้า ที่เกิดขึ้นในวงการกีฬา ก็มีส่วนเพิ่มคุณค่าของข่าวกีฬา การพัฒนาความสามารถของนักกีฬาให้สามารถทำลายสถิติการแข่งขันกีฬาต่างๆ รวมทั้งการปรับปรุงเทคโนโลยี กฎกติกาการแข่งขัน หรือแม้แต่อุปกรณ์การแข่งขันกีฬาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความน่าสนใจในการแข่งขัน และการติดตามชมหรือเชียร์ ทำให้ไม่เกิดความซ้ำซาก น่าเบื่อ เช่นความก้าวหน้าในเรื่องเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่สามารถถ่ายทอด และสัมภาษณ์ทั้งนักกีฬา กองเชียร์ ถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด หรือ รายงานผลการแข่งขันได้ภายในระยะเวลารวดเร็ว การปรับปรุงพัฒนา อุปกรณ์การแข่งขัน อาทิ อุปกรณ์รถแข่งที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

องค์ประกอบของคุณค่าข่าวในเรื่องของ เพศ ก็มีปรากฏอยู่ในข่าวกีฬาเหมือนกัน ซึ่งการแข่งขันในกีฬาบางประเภทก็เป็นการนำเสนอความแข็งแกร่ง หรือความสวยงามของทั้งเพศชายและหญิง เช่นการแข่งขันยิมนาสติกในประเภทชายที่แสดงถึงความแข็งแกร่ง หรือการแข่งขันยิมนาสติกลีลาใหม่ การแข่งขันระบำได้น้ำที่แสดงถึงความงดงามอ่อนช้อยของเพศหญิง เป็นต้น

องค์ประกอบต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ในกีฬานิตต่าง ๆ นี้ ทำให้ข่าวกีฬา มี คุณค่า ข่าวสูง ซึ่งกีฬาแต่ละประเภท ก็จะมีองค์ประกอบของคุณค่าข่าวหลาย ๆ ประการประกอบกัน ทำให้เกิดความน่าสนใจที่จะติดตามการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ ของคนในสังคม โดยสามารถหาอ่านได้จากหนังสือพิมพ์กีฬาซึ่งเป็นสื่อหนึ่งที่นำเสนอข่าวอย่างละเอียดและรวดเร็วนั่นเอง

2. หนังสือพิมพ์กีฬา ถือเป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่งที่เข้าถึงประชาชนจำนวนมาก และปัจจุบันผู้อ่านกลุ่มเยาวชนก็เพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง การเสนอข่าวสารต่าง ๆ แม้จะเป็นข่าวกีฬาที่มีเนื้อหาเพื่อความบันเทิงและผ่อนคลายความเครียดของผู้อ่าน แต่อิทธิพลของสื่อมวลชน ก็มีผลต่อผู้รับสารหรือผู้อ่านหนังสือพิมพ์ในหลาย ๆ ด้าน

อิทธิพลของสื่อมวลชน ประการแรกก็คือ การเสริมสร้างสติปัญญา โดยการให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แก่ผู้อ่าน ซึ่งหนังสือพิมพ์กีฬาก็เป็นอีกสื่อหนึ่งที่สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับกีฬาแต่ละประเภท ทำให้ผู้อ่านได้เข้าใจถึงวิธีการเล่นกีฬาด่าง ๆ รวมทั้งความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปของสังคมโลก โดยเฉพาะในยุคข้อมูลข่าวสารนี้ กีฬาเป็นสื่อหนึ่งที่สามารถเสริมสร้างสติปัญญาให้ผู้อ่านมีโลกทัศน์ที่กว้างไกลเพิ่มมากขึ้น

ประการที่สอง อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อ ทศนคติ และ ค่านิยม ของผู้รับสาร โดยการเสนอข้อมูล ข่าวสาร หรือ ความคิดเห็นในหนังสือพิมพ์กีฬา สามารถโน้มนำประชาชนในเรื่องของทศนคติ และค่านิยม ให้เปลี่ยนแปลง หรือคล้อยตามไปได้ ซึ่งผู้เขียนบทความกีฬาในปัจจุบันเป็นที่รู้จักและได้รับความเชื่อถือจากผู้อ่านเป็นอย่างมาก เช่น เอกชัย นพจินดา (ช.โย่ง) สาธิต กรีกุล (บ๊ิกจ๊ะ) ธราวุธ นพจินดา (น้องหนู) ที่รับผิดชอบเขียนคอลัมน์ตอบจดหมาย แฟนกีฬา ทั้งในอดีตและปัจจุบัน สามารถที่จะชักนำให้ผู้อ่าน โดยเฉพาะเยาวชนหันมาสนใจกีฬากันมากขึ้น แต่สิ่งหนึ่งที่มีเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน คือ เนื้อหาที่ส่งเสริมการพนันในหนังสือพิมพ์กีฬาทั้ง 4 ชื่อฉบับ แม้ทางองค์กรผู้ผลิตหนังสือพิมพ์กีฬาจะไม่มีนโยบายสนับสนุนการพนันก็ตาม แต่เนื้อหาทางด้านการพนันที่เพิ่มมากขึ้นนี้ ก็ส่งผลให้เกิดการแพร่หลายของการเล่นพนันทายผลการแข่งขันกีฬา สังเกตได้จากผลการวิจัยของศูนย์วิจัย ธนาคารกสิกรไทย ที่วิจัยพบว่า ปัจจุบันการพนันเกี่ยวกับฟุตบอลต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก และสื่อหนึ่งที่เป็นแหล่งให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพนันก็คือ หนังสือพิมพ์กีฬา และเนื้อหาที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์กีฬานี้ ก็อาจส่งผลต่อทศนคติและค่านิยมของผู้รับสารให้เปลี่ยนแปลงไป นิยมการเล่นพนันทายผลการแข่งขันกีฬามากขึ้น ซึ่งจะส่งผลเสียต่อสังคมส่วนรวมได้

ประการที่สาม อิทธิพลต่ออารมณ์ของผู้รับสาร ข่าวกีฬาเป็นข่าวที่นำเสนอเกี่ยวกับการแข่งขันซึ่งถือเป็นความขัดแย้ง แม้จะมุ่งเสนอเพื่อความบันเทิง ผ่อนคลายความเครียด แต่ก็มียุทธิพลต่อผู้รับสาร ที่ติดตามเชียร์นักกีฬา หรือทีมที่ชื่นชอบ บางครั้งก็มีผลต่ออารมณ์ของผู้อ่าน ทั้งในด้านดี และในด้านร้าย ทั้งอารมณ์สนุก ตื่นเต้น หรือเศร้าเสียใจ ซึ่งการนำเสนอ

เนื้อหาในข่าว หรือบทความอาจมีส่งเสริมหรือขั้วยุ เช่นการใช้คำพูดที่รุนแรง ต่อเหตุการณ์ หรือความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ เป็นต้น

ประการที่สี่ อิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้รับสาร หนังสือพิมพ์กีฬาสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้อ่านได้ในหลาย ๆ โอกาส เช่น การสร้างประชาคมติ ต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะในปัจจุบันที่เยาวชนหันมาให้ความสนใจในหนังสือพิมพ์กีฬามากขึ้น เช่นการแข่งขันกีฬา เพื่อต่อต้านยาเสพติด มีการรวมกลุ่มกันเพื่อเชียร์ทีมที่ตนเองชื่นชอบ ซึ่งก็เป็นอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อพฤติกรรมของผู้รับสารด้วยส่วนหนึ่ง ซึ่งในเรื่องนี้ ถ้าองค์กรผู้ผลิตหนังสือพิมพ์ตระหนักถึงอิทธิพลที่มีต่อผู้รับสาร ในการนำเสนอเนื้อหาข่าวสาร ก็ควรคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก มิควรมุ่งแต่เพียงผลประโยชน์หรือผลกำไรของบริษัทเท่านั้น

ประการที่ห้า หนังสือพิมพ์กีฬา มีผลต่อผู้รับสาร หรือผู้อ่านในด้านคุณธรรมจริยธรรม การส่งเสริมให้ประชาชนในสังคมหันมาสนใจกีฬา เป็นการยกระดับจิตใจอย่างหนึ่ง เนื้อหาที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ ควรสอดแทรกความรู้ที่มีส่วนส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมให้กับผู้อ่าน เช่น การรู้แพ้ รู้ชนะ มีน้ำใจเป็นนักกีฬา เป็นต้น

ประการสุดท้าย อิทธิพลต่อการใช้ภาษา ประชาชน หรือ ผู้อ่านจะเรียนรู้การใช้ภาษา จากสื่อที่ตนเองเปิดรับเป็นประจำ หนังสือพิมพ์กีฬาเป็นสื่อหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญกับอิทธิพลต่อการใช้ภาษาของผู้อ่าน การใช้ภาษาแสดง หรือคำสบถ สองแง่ สองง่าม พบได้เป็นประจำในเนื้อหาข่าว และบทความในหนังสือพิมพ์กีฬา ซึ่งผู้อ่านก็จะเรียนรู้และจดจำ และนำไปใช้อย่างผิด ๆ

ดังนั้นผู้บริหารหนังสือพิมพ์กีฬา ควรมีการตรวจสอบ และคำนึงถึงอิทธิพลที่มีต่อผู้อ่าน ทั้งนี้เนื่องจากหนังสือพิมพ์จัดเป็นสถาบันสาธารณะ ที่มีบทบาทต่อสาธารณชน และเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนในสังคมมากขึ้น ไม่ว่าเด็กหรือผู้ใหญ่

3. ปัจจุบัน "กีฬา" กลายเป็นเรื่องสำคัญในการหยิบยกขึ้นมาเป็น ประเด็นทั้งทางด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมือง

ในทาง สังคม และ วัฒนธรรม นั้น สื่อมวลชนให้ความสำคัญกับข่าวกีฬาเพิ่มมากขึ้น

โดย การกำหนดประเด็นข่าวสาร (Agenda-setting) เกี่ยวกับกีฬา ให้คนในสังคมรู้สึกข่าวนั้นมีความสำคัญ คือถ้าสื่อมวลชนยังเลือกเสนอข่าวเกี่ยวกับประเด็น หรือ ปัญหาใดมาก ผู้รับสารก็จะรับรู้ หรือตระหนักถึงความสำคัญของประเด็น หรือปัญหานั้นมากขึ้นตามไปด้วย เช่น ข่าว สมรภักย์ คำสิงห์ ได้รับรางวัลเหรียญทอง จากการแข่งขันชกมวยในกีฬาโอลิมปิก สื่อมวลชนก็จะเสนอข่าวเกี่ยวกับสมรภักย์ คำสิงห์ กันอย่างละเอียดและต่อเนื่อง ทำให้ประชาชนรู้สึกถึงความสำคัญของการได้รับรางวัลในครั้งนี้มากตามไปด้วย หรือข่าวไทเกอร์วู้ดส์ นักกอล์ฟลูกครึ่งไทย-อเมริกัน ที่เดินทางมาเมืองไทยเป็นต้น แต่ในขณะที่เดียวกัน ถ้ามีการนำเสนอข่าวน้อย ความสำคัญที่ประชาชนจะรู้สึกก็จะลดน้อยลงไปด้วย เช่นข่าวการชกมวยชิงแชมป์โลกในปัจจุบัน ที่มีมากจนสื่อมวลชนไม่สนใจที่จะนำเสนอ ทำให้ประชาชนในสังคมให้ความสนใจลดน้อยลงไปจากอดีตมาก

ในด้านเศรษฐกิจ ปัจจุบัน "กีฬา" ได้กลายเป็นธุรกิจ ที่มีผลประโยชน์มหาศาล ทำให้มีการพัฒนารูปแบบการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ ให้มีความสนุกเร้าใจ มีการลงทุนในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งจะเห็นได้จาก มหกรรมกีฬาใหญ่ ๆ จะมีผู้เสนอตัวของจัดการแข่งขันกันอย่างมาก มีการแข่งขันกันเพื่อที่จะได้สิทธิในการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬานั้น ๆ กันอย่างสูง เพราะการที่สามารถได้สิทธิในการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาใหญ่ ๆ เช่น โอลิมปิก หรือ ฟุตบอลโลก นอกจากจะเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศตนแล้ว ยังมีผลทำให้เศรษฐกิจของประเทศติดตามไปด้วย เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจจากการขายลิขสิทธิ์การแข่งขัน ซึ่งมีมูลค่ามหาศาล รวมทั้งธุรกิจทางด้านการเสนอข่าวสารกีฬา ทั้งสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ต่างปรับปรุงเทคโนโลยีทางการสื่อสาร เพื่อที่จะนำเสนอข่าวสารกีฬาได้อย่างรวดเร็ว อันจะส่งผลดีต่อธุรกิจของตนนั่นเอง

ในทางการเมือง ปัจจุบัน "กีฬา" เป็นสิ่งที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงพ้นการเข้าไปเกี่ยวข้องกับการเมืองทั้งในระดับชาติ และระดับท้องถิ่น นักการเมืองใช้กีฬาเป็นเครื่องมือในการหาเสียงของตนเองอีกวิธีหนึ่ง เช่นการจัดการแข่งขันชกมวยชิงแชมป์โลกในจังหวัดที่ตนลงสมัครรับเลือกตั้ง หรือแม้แต่การเสนอตัวของจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาใหญ่ ๆ ซึ่งถ้าสำเร็จ ก็จะทำให้คะแนนนิยมของตนเอง หรือพรรคที่สังกัดเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้ในปัจจุบันการเมืองได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับการกีฬาเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก

4. หนังสือพิมพ์กีฬาทั้ง 4 ชื่อฉบับ มีส่วนแบ่งการตลาดถึงร้อยละ 95 ของหนังสือพิมพ์กีฬาที่วางจำหน่ายทั้งสิ้น 6 ชื่อฉบับในปัจจุบัน ถือได้ว่าเป็นการครอบครองตลาดหนังสือ

พิมพ์กีฬาแต่เพียงผู้เดียว (monopoly) ซึ่งก็เป็นเพราะปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่มีส่วนส่งเสริมดังที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 5 และจากการผูกขาดตลาดหนังสือพิมพ์กีฬารายวันนี้ แม้จะเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการของหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับ ในด้านธุรกิจที่ปราศจากคู่แข่ง แต่ในขณะที่เดียวกันก็จะทำให้พัฒนาการทางด้านคุณภาพของหนังสือพิมพ์นั้นลดน้อยลงตามไปด้วย อันเนื่องมาจากภาวะไร้คู่แข่งกัน ส่งผลให้บุคลากรขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน การอนุมัติโครงการใหญ่ ๆ ที่จะมีส่วนพัฒนาคุณภาพของหนังสือพิมพ์เป็นไปอย่างล่าช้า ซึ่งผลเสียที่ตามมาต้องตกอยู่กับผู้บริโภคข่าวสาร หรือผู้อ่านที่มีทางเลือกน้อย ในการที่จะเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวสารทางด้านกีฬาโดยเฉพาะ แม้ว่าในปัจจุบันจะมีหนังสือพิมพ์กีฬาให้เลือกซื้อถึง 6 ชื่อฉบับ แต่ก็มาจากผู้ผลิตเพียง 2 บริษัทเท่านั้น และเนื้อหาข่าวสารในแต่ละชื่อฉบับ ก็มีได้แตกต่างกันมากมายนัก

5. จากการศึกษาลักษณะการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวันนั้น สิ่งหนึ่งที่ทำให้เกิดการขยายตัวก็คือ การขยายกิจการไปประกอบกิจการอื่น ซึ่ง John Child ได้กล่าวไว้ใน Organization: A Guide to Problems and Practice ว่า ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้องค์กรเติบโต และต้องปรับโครงสร้างคือ การขยายกิจการไปประกอบกิจการอื่น (Diversification) โดยการให้เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานเดิมดูแล หรือจัดตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นมารับผิดชอบ ซึ่งองค์กรผู้ผลิตหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ที่ทำการศึกษาคั้งนี้ นั้น ก็มีการขยายกิจการไปประกอบกิจการอื่น ทั้งทางด้านสื่อสารมวลชน คือ สื่อนิคมสาร สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์ และธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ซึ่งทุกกิจการที่ทำการขยายนั้น เป็นการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับกีฬาทั้งสิ้น อันเป็นการทำธุรกิจที่เชี่ยวชาญที่สุด (Stick to the knitt) สามารถประสบความสำเร็จได้โดยง่าย และการที่มีสื่อหลากหลายชนิด ก็ส่งผลดีต่อธุรกิจของตนเอง ทั้งทางด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำ และผลทางการตลาด ซึ่งทำให้คู่แข่งที่จะเกิดขึ้นมาใหม่นั้นสามารถเติบโตขึ้นมาได้ยาก

6. ในส่วนของเนื้อหาโฆษณา ที่ลงในหนังสือพิมพ์กีฬา จะสังเกตได้ว่า มีโฆษณาที่เสนอขายบริการทางเพศ เป็นจำนวนมาก ซึ่งในเรื่องนี้อาจจะส่งผลเสียต่อเยาวชนที่เป็นผู้อ่านกลุ่มใหญ่ ผู้บริหารของหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับ มิได้ทำหน้าที่ คัดเลือก หรือ กลั่นกรอง (Gatekeeper) เนื้อหาโฆษณาที่อาจส่งผลเสียต่อศีลธรรม และมีจรรยาบรรณที่ดี ซึ่ง Kurt Lewin นักสังคมวิทยา ได้อธิบายว่า ในกระบวนการสื่อสารนั้น จะต้องมีการส่งข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสาร และช่องทางนี้ จะต้องมีผู้หนึ่งที่ทำหน้าที่ในการกลั่นกรองข่าวสาร และผู้

กลั่นกรองนี้ ก็คือ gatekeeper ซึ่งสอดคล้องกับ Schramm ที่กล่าวไว้ว่า gatekeeper เป็นผู้มีสิทธิในการเปิดเผยหรือปิดบังข่าวสารที่จะส่งผ่านไปยังประชาชน เป็นเสมือนนายทวารของการรับข่าวสารของประชาชน เมื่อพิจารณาถึงหนังสือพิมพ์กีฬาทั้ง 4 ชื่อ ฉบับ การทำหน้าที่นายทวารข่าวสารมีน้อยมาก แม้ว่าโฆษณาจะเป็นรายได้หลัก รองจากรายได้จากการจำหน่าย แต่การคัดเลือกเนื้อหาที่จะลงโฆษณาก็ควรจะคำนึงถึงด้วย เพราะนอกจากจะเป็นการแสดงความรักพิชชอบต่อสังคม แล้ว ยังเป็นการยกระดับหนังสือพิมพ์กีฬาของตนเองในสูงขึ้นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาถึงลักษณะการขยายตัว และปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวันนั้น สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาคุณภาพของหนังสือพิมพ์กีฬารายวันให้ดียิ่งขึ้นไป ออกมาเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. จากการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า บุคลากรของบริษัทฯ ต้องปฏิบัติงานในหลาย ๆ สื่อพร้อมกัน ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์ ซึ่งอาจจะเป็นผลเสียต่อคุณภาพของหนังสือพิมพ์กีฬา ดังนั้น บริษัทฯ ควรคำนึงถึงปริมาณงานที่มอบหมายให้บุคลากรแต่ละคนนั้น ไม่ควรมีมากจนเกินไป โดยอาจจะรับบุคลากรเพิ่ม ในส่วนที่มีความสามารถทางด้าน สื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์โดยเฉพาะ เพราะอาจจะเป็นการช่วยรักษาคุณภาพของหนังสือพิมพ์กีฬา และเพิ่มประสิทธิภาพให้กับสื่อวิทยุ และโทรทัศน์อีกทางหนึ่งด้วย

2. จัดให้มีการอบรม/สัมมนา องค์กรที่สร้างความคาดหวังให้แก่ผู้ปฏิบัติงานได้ว่า จะมีการพัฒนาและก้าวหน้าในอนาคตนั้น ควรให้ความสำคัญต่อ “การจัดฝึกอบรม” หรือ “การสัมมนา” อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ในแง่ของ “การจัดฝึกอบรม” (Training) เช่น แนวทางและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการผลิตข่าวกีฬาของบริษัทเทคนิคการเขียนข่าว เทคนิคการตกแต่งต้นฉบับ การออกแบบ และการจัดหน้าหนังสือพิมพ์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์เกี่ยวกับการผลิตสิ่งพิมพ์ เป็นต้น จะช่วยเอื้อให้ “บุคลากรใหม่” ได้ทราบถึงแนวความคิดและวิธีปฏิบัติที่เหมาะสม สอดคล้องกับลักษณะของหนังสือพิมพ์ และบรรทัดฐานของบริษัทฯ เพราะแต่ละองค์กรนั้น ต่างมีรายละเอียดในการดำเนินงานที่แตกต่างกันไป นอกจากนี้ ในส่วนของ “บุคลากรเก่า” ก็จะได้มี

โอกาสพัฒนาวิธีคิด และปฏิบัติใหม่ ๆ ที่รับมาจากการฝึกอบรม ประยุกต์เข้ากับความสามารถของตนเองที่มีอยู่ก่อนหน้า สำหรับ “การสัมมนา” (Seminar) นั้น จะช่วยให้เกิดการสำรวจข้อบกพร่องของทุกคน ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่นการสรุปผลการดำเนินงานประจำปีของแต่ละฝ่าย การพัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากรในการปฏิบัติงาน เป็นต้น ซึ่งจะทำให้เกิดความพยายามร่วมมือกันในการระดมความคิด เพื่อแก้ไขและพัฒนาแนวทางใหม่ ๆ ที่อาจเป็นไปได้มาใช้ และหากจะให้ได้ผลคืออย่างแท้จริง ก็ควรมีการหยิบยกขึ้นมาเป็นนโยบายเพื่อการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

3. การจัดทำระบบ “ฐานข้อมูล” เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งบริษัทฯ ยังไม่มีส่วนนี้ โดยลงทุนในเรื่องของเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลเพิ่มขึ้น เช่น มีคอมพิวเตอร์เก็บรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ และถ้าให้ดียิ่งขึ้น ควรจัดให้มีแผนกจัดเก็บฐานข้อมูลโดยเฉพาะ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการค้นคว้าแก่นักหนังสือพิมพ์กีฬา และสื่ออื่น ๆ ของบริษัทฯ

4. บริษัทฯ ยังขาดงานด้าน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ อยู่ ซึ่งจะช่วยสร้างภาพพจน์ให้กับผลิตภัณฑ์ คือ หนังสือพิมพ์กีฬา ที่ถูกมองว่ากลุ่มเป้าหมายแคบนั้น ให้เป็นที่รู้จัก และยอมรับจากสังคมมากขึ้น อันจะส่งผลดีต่องานในส่วนของการขายพื้นที่โฆษณาที่ปัจจุบันรายได้ในส่วนนี้มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 30 ของรายได้ทั้งหมดของหนังสือพิมพ์กีฬา

5. ควรปรับปรุง การจัดหน้าและภาพ ของหนังสือพิมพ์กีฬาทั้ง 4 ชื่อฉบับโดยคำนึงถึงหลักการวางหน้าหนังสือพิมพ์ที่ดี เพื่อสะดวกแก่การอ่าน และเพื่อความสวยงามของรูปเล่ม ง่ายแก่การจดจำของผู้อ่าน

6. ควรจัดให้มี การประเมินผลผู้รับสาร โดยอาจจะเป็นการประเมินผลประจำปีจากผู้อ่าน ในเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหาส่วนต่าง ๆ ทั้งลักษณะของข่าวสาร บทความ คอลัมน์ที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์กีฬา แต่ละชื่อฉบับ รวมทั้งอาจจะสำรวจความคิดเห็นของผู้ลงโฆษณา ที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา ตามสภาวะของสังคม

7. เนื่องจากพบว่าเนื้อหาที่มีส่วนส่งเสริมการเล่นการพนัน อยู่ในหนังสือพิมพ์กีฬาทั้ง 4 ชื่อฉบับ ดังนั้นทางบริษัทควรจะกำหนดเป็นนโยบายที่ชัดเจนในการต่อต้านการเล่นพนัน

โดยเฉพาะในหมู่เยาวชน และผู้อ่านทั่วไป เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่หนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ต่อไป

ข้อจำกัดในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัดหลายประการ คือ

1. บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรธุรกิจเอกชนที่ต้องแข่งขันกับองค์กรธุรกิจอื่น ๆ ที่ประกอบการคล้ายคลึงกันในตลาด ทำให้ข้อมูลหรือแง่คิดทางธุรกิจบางอย่างไม่อาจเปิดเผยต่อสาธารณชนได้

2. เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีส่วนที่ศึกษาย้อนไปในอดีต จึงปรากฏข้อจำกัดบางประการในการเก็บรวบรวมข้อมูล อาทิ การที่ผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถจดจำรายละเอียดต่าง ๆ ได้อย่างแน่ชัด รวมทั้งข้อมูลในยุคแรก ๆ ไม่มีการจดบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร จึงอาจจะทำให้ขาดความสมบูรณ์ของเนื้อหาอยู่บ้าง

3. การดำเนินงานกิจการในช่วงก่อนที่บริษัทฯ จะเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ยังไม่มีการจัดเก็บข้อมูล และรวบรวมผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ทำให้ผู้ศึกษาไม่ได้ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ และผลกำไรที่แน่ชัดในช่วงก่อนเข้าตลาดหลักทรัพย์

4. การดำเนินงานขององค์กรหนังสือพิมพ์กีฬารายวันที่ทำการศึกษาฯ อาจมีการปรับเปลี่ยนภาระหน้าที่ หรือตำแหน่งงานได้ตลอดเวลา ดังนั้น เมื่อผลงานวิจัยนี้เผยแพร่ ออกสู่สาธารณะ การดำเนินงานขององค์กรฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปจากที่ได้กล่าวถึงในงานวิจัยนี้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

ในการศึกษา เรื่อง "ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน" นี้เป็นการศึกษาเฉพาะหนังสือพิมพ์กีฬาที่ผลิตโดยบริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ซึ่งเป็นบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจหนังสือพิมพ์กีฬาสูงสุด หากต้องการให้ภาพของพัฒนาการ และการเติบโตของธุรกิจด้านนี้ชัดเจนขึ้น ผู้ศึกษาเห็นควรว่า

1. น่าจะศึกษาองค์กรที่ผลิตหนังสือพิมพ์กีฬาอื่น ๆ ด้วยว่า มีพัฒนาการและการเติบโตเป็นไปในทิศทางที่สนับสนุนการวิเคราะห์เบื้องต้นนี้หรือไม่
2. ควรมีการศึกษาองค์กรที่ผลิตข่าวสารกีฬา ในสื่ออื่น ๆ ทั้งสื่อวิทยุ โทรทัศน์ เพื่อเปรียบเทียบว่ามีพัฒนาการและการเติบโตเป็นไปในทิศทางที่เหมือน หรือ ต่างจากการวิเคราะห์จากสื่อหนังสือพิมพ์กีฬา และมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันหรือไม่ อย่างไร
3. ในส่วนของ บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ซึ่งปัจจุบันดำเนินกิจการผลิตสื่อด้านกีฬาแบบครบวงจร ทั้ง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์ นั้นน่าจะมีการศึกษาถึงลักษณะการดำเนินงานผลิตสื่อด้านกีฬาแบบครบวงจรของบริษัท และวิเคราะห์ถึงผลดี ผลเสีย ที่มีต่อพัฒนาการของสื่อกีฬาในเมืองไทย
4. น่าจะมีการศึกษาถึง บทบาทของสื่อกีฬาในการส่งเสริมการพนัน เพื่อวิเคราะห์ถึงอิทธิพลของสื่อ และผลกระทบต่อสังคมว่ามีลักษณะอย่างไร
5. ควรที่จะมีการศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ทั้ง ในส่วนของทัศนคติ ค่านิยม และสังคม ว่ามีลักษณะอย่างไร
6. ในการศึกษาครั้งนี้ มิได้มีการศึกษาวิเคราะห์ถึงเนื้อหาข่าวกีฬาในหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน จึงควรที่จะมีการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาของข่าวกีฬาที่มีการนำเสนอข่าวกีฬาในหนังสือพิมพ์กีฬารายวันเป็นอย่างไร
7. เนื้อหาโฆษณา ในหนังสือพิมพ์กีฬารายวันมีลักษณะเฉพาะแตกต่างไปจากหนังสือพิมพ์ทั่วไป จึงควรที่จะมีการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาของโฆษณา ว่ามีลักษณะอย่างไรและมีความเหมาะสมเพียงไร