

รายการอ้างอิง



ภาษาไทย

- กาญจนา กาญจนทวี. แรงจูงใจ พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- กาญจนา แก้วเทพ. การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ : แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2541.
- กิตติพงษ์ ไทยเจริญ. การกำหนดนโยบายองค์กรและลักษณะการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต (WWW) ของสื่อมวลชนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- จอห์น ไนซ์บิตต์. เมกาเทรนด์. แปลโดย สันติ ตั้งรพีพากร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์รวมธรรม, 2532.
- จักร์กฤษ เพิ่มพูล. การเป็นเจ้าของข้ามสื่อ และผลกระทบ : วิเคราะห์จากกลุ่มเดอะเนชั่น. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ชุตินธรา วัฒนกุล. สัมภาษณ์, 17 มีนาคม 2543.
- ชมพูนุท สวนกระต่าย. การใช้คอมพิวเตอร์ระบบเครือข่ายในธุรกิจนิตยสารและหนังสือ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ชวรงค์ ลิมป์ปัทมาณี. สัมภาษณ์, 24 กรกฎาคม 2543.
- ชวกิจ หันประดิษฐ์. สัมภาษณ์, 24 มี.ค. 2543.
- ณรงค์ ขำวิจิตร. “หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของไทย ภาพลักษณ์ทันสมัยแต่ต้องสร้างสรรค์”. วารสารนิเทศศาสตร์ 16 (เม.ย.-มิ.ย. 2541) : 51-57.
- ธทรง อัครเสนา. สัมภาษณ์, 24 กรกฎาคม 2543.
- ประวุฒิ เพิ่มทรัพย์. การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์กับการปรับตัวขององค์กร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- รัฐสภา แก่นแก้ว. การใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์. มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ : กรณีศึกษา www.danlip.com และ www.sanook.com. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

วีระพันธ์ ไตมีบุญ. สัมภาษณ์, 21 มีนาคม 2543.

วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ. Cyber Being ผมคือไซเบอร์. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ด, 2543.

วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ. สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2543.

วุฒินันท์ สุวิมลพันธ์. การตระหนักรู้และพฤติกรรมการรับสื่อโฆษณาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ศุภิกา ดวงมณี. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน World wide web ของสื่อมวลชนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สุกรี เหมือนชัยนิมิต. สัมภาษณ์, 24 มีนาคม 2543.

สมคิด เลิศพิริยประเสริฐ. ปัจจัยด้านโครงสร้างสังคม และทัศนคติของคนไทยที่สัมพันธ์กับการพัฒนาของอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2543.

สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ. สัมภาษณ์, 10 สิงหาคม 2543.

อัญชลี ธรรมวิจารณ์. อนาคตของการใช้อินเทอร์เน็ตทางเวปไซด์ไวด์เว็บเพื่อการโฆษณาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

อดิศักดิ์ อนันนนับ. ธุรกิจการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ภาษาอังกฤษ

Banker, Christian and Gronne, Peter. Advertising on world wide web. Thesis Copenhagen
• school of management, 1996.

Cerf G.Vinton. Computer networking : Global Infrastruction for the 21st century internet phenomenon [World wide web]. USA. Washington. Available from :
<http://www.cs.washington.edu/homes/lazowska/cra/networks.html>, 1995.

- Chyi, Hsiang iris. Competing with whom? where? and how? A structure analysis of the electronic newspaper market. *The journal of media economics*. 11,2 (1998) : 1-18
- Leenutaphong, Deborah. Interview, 17 March 2543.
- Gersh, Ruth. Circulation power newspaper find new life online [World wide web]. USA. Available from : <http://ajr.newslink.org/airstep1.html>.
- Hoffman, D.L., T.P. Novak and P. Chatterjee. Commercial scenarios for the web : Opportunities and challenges, *Journal of computer mediated communication*, [World wide web]. Available from : <http://www.jmc.huji.ac.il/hoffman.html>, 1995.
- Lapham, Chris. CMC magazine : The evolution of the newspaper of the future [World wide web]. USA. North Carolina. Available from : <http://www.sunsite.unc.edu/cmc/mag/1995/jul/lapham.html>, 1995.
- Lee, Maggie and Shi, Somei. Computer as a mass medium for other media [Word wide web]. Hongkong. Available from : http://www.cuhk.hk/journal/staff/int_8/maggie.html, 1995.
- Li, Xigen. Web page design and graphic use of three US newspapers. *Journalism and mass communication quarterly*, 75,2 (Summer 1998) : 353-365.
- Massey, Brian L. Interactivity, online journalism, and english-language web newspaper in asia. *Journalism and mass communication quarterly*, 76,1 (Spring 1999) : 138-151.
- Meyer, Eric k. An unexpectedly wider web for the world's newspaper. [World wide web]. USA. Available from : <http://ajr.newslink.org/emcol10.html>.
- Middleberg, Donald and Ross, Steven. The media in cyberspace [World wide web]. USA. Available from : <http://www.mediasource.com/study/Cont.htm>, July 1997.
- Pelton, J.N. Global Talk : The marriage of the computer world communication&man. Netherland : The Harvester press limited, 1981.
- Poster, M. Cyber Democracy : Internet and the public sphere [World wide web]. California : University of California, Irvine. Available from : <http://www.hnet.uci.edu/mposter/writings/democ.html>, 1995.
- Russial, John and Wanta, Wayne. Digital imaging skills and the hiring and training of photojournalists. *Journalism and mass communication quarterly*, 75,3 (Autumm 1998) : 593-605.

Srysko, Paul. From web–offset to cyberspace : A look at traditional media on the web

[World wide web]. United Kingdom. Available from :

<http://www.initiative.co.uk/media/medan.htm>, 1995.

Toffler, A. Third wave. New York : William Marrow&Co.,1980.

Toffler, A. Powershift. New York : Bantam book, 1990.

http://www.nua.ie/survevs/how_many_online/index.html.

<http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue3/hoffman.html>.

ภาคผนวก

แบบสอบถามสำรวจพฤติกรรมการอ่านของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ “แนวโน้มหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย” ระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจลักษณะทางประชากรศาสตร์, พฤติกรรม, ความพึงพอใจ และความต้องการของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

1. เพศ

_____ ชาย _____ หญิง

2. อายุ

_____ ต่ำกว่า 15 ปี	_____ 16-20ปี	_____ 21-25ปี
_____ 26-30ปี	_____ 31-35ปี	_____ 36-40ปี
_____ 41-45ปี	_____ 46-50ปี	_____ 51-55ปี
_____ 56-60ปี	_____ 60ปีขึ้นไป	

3. การศึกษา

_____ ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	_____ มัธยมศึกษา
_____ ปริญญาตรี	_____ ปริญญาโท
_____ ปริญญาเอก	

4. อาชีพ

_____ นักเรียน/นักศึกษา	_____ ครู/อาจารย์
_____ แพทย์	_____ นักธุรกิจ
_____ นักข่าว	_____ โปรแกรมเมอร์
_____ โบรมเกอร์หุ้น	_____ วิศวกร
_____ ทนายความ	_____ ข้าราชการ
_____ เจ้าของกิจการ	_____ ว่างาน
_____ อื่น ๆ	

5. ที่อยู่ปัจจุบัน

_____ กรุงเทพฯและปริมณฑล(นนทบุรี,ปทุมธานี และสมุทรปราการ)
 _____ ต่างจังหวัด _____ ต่างประเทศ

พฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของผู้่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

6. ปกติสถานที่ที่คุณอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์คือที่ใด

_____ บ้าน _____ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย
 _____ ที่ทำงาน _____ สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต
 _____ อื่น ๆ

7. ปกติเนื้อหาประเภทใดที่คุณอ่านทุกครั้งเมื่อเข้าสู่เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

_____ การเมือง	_____ เศรษฐกิจ
_____ สตรี	_____ สังคม
_____ สิ่งแวดล้อม	_____ คอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต
_____ ต่างประเทศ	_____บันเทิง
_____ การศึกษา	_____ กีฬา
_____ เกษตรกรรม	_____ สารคดี
_____ ท้องเที่ยว	_____ อาชญากรรม
_____ อื่น ๆ	

8. ใน 1 สัปดาห์เฉลี่ยแล้วคุณมีความถี่ในการเข้ามาอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์กี่ครั้ง

_____ ทุกวัน _____ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์
 _____ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ _____ 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์

9. ปกติคุณใช้เวลาในการหนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ละครั้งเท่าไร

_____ ต่ำกว่า 30 นาที _____ 31-60 นาทีต่อครั้ง
 • _____ 61-90 นาทีต่อครั้ง _____ 91-120 นาทีต่อครั้ง
 _____ มากกว่า 120 นาทีต่อครั้ง

10. คุณอ่านหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิมหรือไม่

_____ อ่าน

_____ ไม่อ่าน(ข้ามไปข้อ12)

11. คุณอ่านหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิมฉบับเดียวกับที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์หรือไม่

_____ ใช่ ฉบับเดียวกับที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

_____ ไม่ใช่ฉบับเดียวกับที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

12. เหตุผลหลักที่คุณเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เพราะเหตุใด

_____ ไม่เสียค่าใช้จ่าย

_____ มีเนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม

_____ ที่ที่อาศัยอยู่ไม่มีหนังสือพิมพ์ที่ต้องการอ่านจำหน่าย

_____ มีส่วนให้แสดงความคิดเห็น เว็บบอร์ดหรือห้องสนทนา

_____ มีการอัปเดตข่าวตลอดเวลา

_____ มีการให้บริการจัดหางาน

_____ อื่น ๆ

ความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีต่อองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์
ในประเทศไทย

พึงพอใจมากที่สุด	=	5 คะแนน
พึงพอใจมาก	=	4 คะแนน
พึงพอใจปานกลาง	=	3 คะแนน
ไม่พึงพอใจ	=	2 คะแนน
ไม่พึงพอใจมากที่สุด	=	1 คะแนน

องค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจมาก	พึงพอใจปานกลาง	ไม่พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจมากที่สุด
ความง่ายในการค้นหาข้อมูล					
การเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง					
การเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง					
ข่าวด่วน					
การออกแบบหน้าเว็บเพจ					
การใช้ภาพประกอบ					
การดาวน์โหลดหน้าเว็บเพจ					
การสำรวจความคิดเห็น					
เนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม					
เนื้อหาข่าว/บทความ/คอลัมน์					
การให้บริการฉบับย้อนหลัง					
เว็บบอร์ด/ฟอรัม					
การแบ่งประเภทเว็บบอร์ด/ฟอรัม					
การเตรียมอีเมลล์ถึงผู้ดูแลเว็บไซต์					
การเตรียมอีเมลล์ถึงโต๊ะข่าว					
การเตรียมอีเมลล์ถึงคอลัมน์นิสต์					
การตอบกลับอีเมลล์					

องค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจมาก	พึงพอใจปานกลาง	ไม่พึงพอใจ	ไม่พึงพอใจมากที่สุด
ปรับเปลี่ยนและแก้ไขเนื้อหาจากฉบับเล่มเพื่อนำเสนอบนฉบับออนไลน์โดยเฉพาะ					
เครื่องมือค้นหา					
เกมส์/การทายปัญหา					
ห้องสนทนา					
การแบ่งประเภทห้องสนทนา					
การให้บริการจัดหางาน					
การปรับเปลี่ยนและแทนที่เนื้อหา					

ความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีต่อองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย

ต้องการมากที่สุด	=	5 คะแนน
ต้องการมาก	=	4 คะแนน
ต้องการปานกลาง	=	3 คะแนน
ต้องการน้อย	=	2 คะแนน
ต้องการน้อยที่สุด	=	1 คะแนน

องค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์	ต้องการมากที่สุด	ต้องการมาก	ต้องการปานกลาง	ต้องการน้อย	ต้องการน้อยที่สุด
ภาพเคลื่อนไหว/เสียง (Video Clip and Sound)					

องค์ประกอบของ หนังสือพิมพ์ออนไลน์	ต้องการ มากที่สุด	ต้องการ มาก	ต้องการ ปานกลาง	ต้องการ น้อย	ต้องการ น้อยที่สุด
การให้บริการข้อมูลคำ ถามที่ถูกลืมบ่อยๆ (FAQ)					
ห้องสนทนา					
การสนทนากับคอลัม นิสต์					
การสนทนากับบุคคลที่ มีชื่อเสียง					
การให้บริการข่าวสาร เฉพาะบุคคล					
เกมส์/การทายปัญหา					
การใช้ภาพประกอบ เว็บบอร์ด					
ความเร็วในการดาวน์โหลด หน้าเว็บเพจ					
ข่าวด่วน					
การจัดเตรียมอีเมลถึงผู้ ดูแลเว็บไซต์					
การจัดเตรียมอีเมลถึง โต๊ะข่าว					
การจัดเตรียมอีเมลถึง คอลัมนิสต์					
การตอบกลับอีเมล					
ปรับเปลี่ยนและแก้ไข เนื้อหาจากฉบับเล่ม เพื่อนำเสนอฉบับ ออนไลน์โดยเฉพาะ					
การเชื่อมโยงไปยังเนื้อ หาที่เกี่ยวข้อง					

องค์ประกอบของ หนังสือพิมพ์ออนไลน์	ต้องการ มากที่สุด	ต้องการ มาก	ต้องการ ปานกลาง	ต้องการ น้อย	ต้องการ น้อยที่สุด
การเชื่อมโยงไปยัง เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง					
การสำรวจความคิดเห็น					
ความสวยงามของการ ออกแบบหน้าเว็บเพจ					
ความง่ายในการค้นหา ข้อมูล					
เครื่องมือค้นหา					
การเป็นชุมชนออนไลน์					
นำเสนอหลายภาษา					
การให้บริการฟรีอีเมล					
การให้บริการจัดหางาน					
การแจ้งข่าวสารทาง อีเมล					
เนื้อหาที่ไม่ปรากฏใน ฉบับเล่ม					
การขยายขนาดฐานข้อ มูลหรือฉบับย้อนหลัง					

A questionnaire on behaviors of Thai-online newspaper readers.

This Questionnaire is part of a thesis, "Trend of online newspaper in Thailand" ,of a master degree student of Communication Arts in Chulalongkorn University. The purpose of this questionnaire are to find out demographics, behaviors, satisfaction and needs of Thai online newspaper readers.

Demographics of online newspaper reader

1. Sex

_____ Male _____ Female

2. Age

_____ Below 15	_____ 16-20	_____ 21-25
_____ 26-30	_____ 31-35	_____ 36-40
_____ 41-45	_____ 46-50	_____ 51-55
_____ 56-60	_____ Over 60	

3. Education

_____ Below secondary school	_____ Secondary School
_____ Bachelor Degree	_____ Master Degree
_____ Doctoral Degree	

4. Occupation

_____ Student	_____ Teacher	_____ Doctor
_____ Businessman	_____ Reporter	_____ Lawyer
_____ Programmer	_____ Stock Broker	_____ Engineer
_____ Government official	_____ Self employed own business	
_____ Unemployed	_____ Others	

5. Currently residing

_____ Bangkok or circle cities (Nontaburi, Pratumthani and Samutprakarn)
 _____ Provinces _____ Overseas

Behavior of online newspaper reader

6. Where do you read online newspaper?

_____ Home _____ School/University _____ Office
 _____ Internet cafe _____ Others

7. Which section do you read regularly? (Select all that apply)

_____ Politicals _____ Economics _____ Sports
 _____ Women _____ Environments _____ Features
 _____ Entertainments _____ Computer/Internet _____ Crimes
 _____ Educations _____ Foreigns _____ Travels
 _____ Socials _____ Agricultures _____ Others

8. How frequently do you visit online newspaper per a week?

_____ Everyday _____ 1-2 day once
 _____ 3-4 day once _____ 5-6 day once

9. On average, each time you read online newspaper how much time do you spend?

_____ Less than 30 minutes _____ 31-60 minutes
 _____ 61-90 minutes _____ 91-120 minutes
 _____ Over 120 minutes

10. Do you read traditional newspaper?

_____ Yes _____ No (Skip to no. 12)

11. Is it the same newspaper you read on the internet?

_____ Yes _____ No

12. What is the main reason you choose to read online newspaper?

- _____ No expense.
- _____ Having the additional information that is not available on the print edition.
- _____ On my residing, haven't the newspaper I want to read on sale.
- _____ Providing the section to express/exchange the opinion such as web board, chat room etc.
- _____ All time news updating.
- _____ Providing the job seeking section.
- _____ Others.

Satisfaction of online newspaper readers about the composition of thai online newspaper.

How much satisfaction do you get from reading thai online newspaper? Please rate your satisfaction on these online newspaper compositions?

Extremely satisfied	=	5 point
Somewhat satisfied	=	4 point
Neutral	=	3 point
Somewhat dissatisfied	=	2 point
Extremely dissatisfied	=	1 point

Online newspaper composition	Extremely satisfied	Somewhat satisfied	Neutral	Somewhat dissatisfied	Extremely dissatisfied
Easy to navigation					
Offering links to related information					
Offering links to related website					
Breaking news					
Webpage design					
Graphics/photos					
Webpage downloading					

Online newspaper compositon	Extremely satisfied	Somewhat satisfied	Neutral	Somewhat dissatisfied	Extremely dissatisfied
Poll					
Adding the content that isn't available in the print edition					
News/Articles/columns					
Archieve					
Web board/Forum					
Categories of web board/forum					
Providing e-mail to webmaster					
Providing e-mail to news desk					
Providing e-mail to columnist					
E-mail replying					
Contents from the print edition are edited for the online edition					
Search engine					
Games					
Chat room					
Categories of chat room					
Providing job seeking section					
Deleting and adding new information					

Needs of thai online newspaper readers about the composition of thai online newspaper.

Which composition do you need to add more on the thai online newspapers ? Please rate your needs on these online newspaper compositions?

Extremely	=	5 point
Somewhat	=	4 point
Neutral	=	3 point
Little	=	2 point
Least	=	1 point

Online newspaper compositon	Extremely	Somewhat	Neutral	Little	Least
Providing Voice data or video clips					
Frequently asked questions service					
Chat room					
Chat with columnists					
Chat with celebrities					
Customize service					
Games					
Adding more graphics or photos					
Web board					
Spending less time to access to the newspaper web site					
Bbreaking news					
Providing e-mail to webmaster					
Providing e-mail to news desk					
Providing e-mail to columnist					
E-mail replying					
Contents from the print edition are edited for the online edition					
Offering links to related information					

Online newspaper composition	Extremely	Somewhat	Neutral	Little	Least
Offering links to related web site					
Poll					
The beauty of web page design					
Ease of navigation					
Search engine					
Online community					
Offering the variety of languages					
Free e-mail service					
Offering job seeking section					
Newsletter					
Adding the content that unavailable in the print edition					
Extending the database/archieve					

แนวคำถามในการสัมภาษณ์กลุ่มผู้รับผิดชอบการจัดทำเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในเรื่อง
“แนวโน้มของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยในอนาคต”

1. นโยบายและวัตถุประสงค์หลักในการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ขององค์กรของท่านเป็นอย่างไร
2. กลุ่มเป้าหมายของหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเดิมและหนังสือพิมพ์ออนไลน์คือกลุ่มใด
3. องค์กรของท่านมีกลยุทธ์อย่างไรบ้างในการที่จะขยายฐานกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบัน
4. ท่านคิดว่าแนวโน้มกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตจะเป็นอย่างไร
5. แผนกใดในองค์กรของท่านที่รับผิดชอบในการผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์
6. ในแผนกที่ผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ มีทีมงานทั้งหมดกี่คน มีตำแหน่งงานอะไรบ้าง และแต่ละตำแหน่งมีหน้าที่อย่างไรบ้าง
7. องค์กรของท่านมีแนวทางในการคัดเลือกพนักงานทางด้านข่าวอย่างไรบ้าง
8. ท่านคิดว่าบุคคลที่จะเข้ามาทำงานทางด้านการผลิตหนังสือพิมพ์ตลอดจนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ควรมีความสมบัติทางด้านใดบ้าง
9. ท่านคิดว่าในอนาคตคุณสมบัติทางด้านใดที่น่าจะเป็นคุณสมบัติที่เป็นส่วนสำคัญในการคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานในองค์กรของท่านมากที่สุด
10. ท่านคิดว่าสถาบันการศึกษาควรที่จะมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาการเรียนการสอนทางด้านนิเทศศาสตร์อย่างไร เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรสื่อมวลชน
11. ในปัจจุบันหนังสือพิมพ์ออนไลน์ขององค์กรของท่านมีลักษณะการนำเสนอเนื้อหาอย่างไรบ้าง เพราะเหตุใด
12. ท่านคิดว่าลักษณะการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับการรายงานข่าวบนอินเทอร์เน็ตควรจะเป็นแบบใด
13. ท่านคิดว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ควรจะมีการปรับปรุงข้อมูลอย่างไรที่จะช่วยให้ผู้อ่านหันมาอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์กันมากขึ้น
14. ท่านคิดว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตจะมีลักษณะการนำเสนอเนื้อหาอย่างไรบ้าง เพราะเหตุใด
15. ท่านคิดว่าในปัจจุบันหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของท่านจะต้องแข่งขันกับสื่อใดบ้าง
16. ท่านคิดว่าด้วยรูปแบบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยในปัจจุบันมีศักยภาพเพียงพอที่จะแข่งขันกับสื่อเดิมที่มีอยู่เดิมหรือไม่ อย่างไร
17. ทำคิดว่าสภาพการแข่งขันของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตจะเป็นอย่างไร

18. ท่านคิดว่าสิ่งที่หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบันควรปรับปรุงเพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับสื่อที่มีอยู่เดิมได้ ควรจะปรับปรุงในด้านใดบ้าง
19. ท่านคิดว่ามีหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของท่านจะต้องแข่งขันกับสื่อที่อยู่ในลักษณะเดียวกัน เช่น หนังสือพิมพ์ออนไลน์ หรือเว็บไซต์ทางด้านข่าวสารเฉพาะด้าน รวมทั้งเว็บไซต์ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์ ท่านคิดว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของท่าน ควรจะต้องสร้างความแตกต่างหรือข้อได้เปรียบเหนือสื่ออื่น ๆ อย่างไร
20. ในปัจจุบันหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของท่านมีรายได้จากอะไรบ้าง และรายได้ที่ถือเป็นรายได้หลักคือรายได้จากอะไร
21. รายได้ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ขององค์กรของท่านในปัจจุบันมีปริมาณมากพอที่จะใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของท่านหรือไม่ อย่างไร
22. ท่านคิดว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถหารายได้จากส่วนใดอีกบ้าง นอกเหนือจากการโฆษณา
23. ท่านคิดว่ารายได้หลักของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตน่าจะมาจากส่วนใด เพราะเหตุใด
24. ท่านคิดว่าปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ, รัฐบาล, โครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารและการศึกษา มีผลต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างไรบ้าง

แนวคำถามในการสัมภาษณ์ผู้มีความรู้ทางการรายงานข่าวบนอินเทอร์เน็ต

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบัน
2. ท่านคิดว่าลักษณะการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับการรายงานข่าวบนอินเทอร์เน็ต ควรจะเป็นแบบใด
3. ท่านคิดว่ารายได้หลักของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะมาจากส่วนใด เพราะเหตุใด
4. ท่านคิดว่าสภาพการแข่งขันของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบัน และอนาคตจะเป็นอย่างไร
5. ท่านคิดว่าปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ, รัฐบาล, โครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารและการศึกษา มีผลต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างไรบ้าง

แนวคำถามในการสัมภาษณ์อาจารย์ที่ควบคุมการผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต

1. เหตุผลที่มีการจัดทำเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของมหาวิทยาลัยรังสิต
2. ลักษณะการเรียนการสอนมีการปูพื้นฐานของนักศึกษาอย่างไรก่อนที่จะมีการผลิตหนังสือพิมพ์
3. ทางคณะมีความคาดหวังต่อทักษะความสามารถของนักศึกษา หลังจากได้มีโอกาสผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างไรบ้าง
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบัน
5. ท่านคิดว่าลักษณะการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับการรายงานข่าวบนอินเทอร์เน็ต ควรจะเป็นแบบใด
6. ท่านคิดว่ารายได้หลักของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะมาจากส่วนใด เพราะเหตุใด
7. ท่านคิดว่าสภาพการแข่งขันของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบัน และอนาคตจะเป็นอย่างไร
8. ท่านคิดว่าปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ, รัฐบาล, โครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารและการศึกษา มีผลต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างไรบ้าง

คำถามที่ใช้สำหรับการสำรวจการติดต่อของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

1. ขอทราบที่อยู่อีเมลติดต่อโต๊ะข่าวเศรษฐกิจ
2. ขอทราบที่อยู่อีเมลติดต่อคอลัมน์นิสต์คอลัมน์.....
3. ตอนนี้กำลังทำรายงานเรื่องประวัติความเป็นมาขององค์กรหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย จึงต้องการข้อมูลในสวนนี้ ไม่ทราบว่าสามารถหาได้จากที่ใด
4. ขอทราบที่อยู่อีเมลติดต่อโต๊ะข่าวไอที/อินเทอร์เน็ต
5. ขอทราบที่อยู่อีเมลติดต่อคอลัมน์นิสต์คอลัมน์.....
6. ไม่สามารถอ่านเนื้อหาภายในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ ไม่ทราบว่าจะมีวิธีการแก้ปัญหาอย่างไร
7. ขอทราบที่อยู่อีเมลติดต่อโต๊ะข่าวไอที/อินเทอร์เน็ต
8. ขอทราบที่อยู่อีเมลติดต่อคอลัมน์นิสต์คอลัมน์.....
9. ต้องการสมัครสมาชิกหนังสือพิมพ์ ไม่ทราบว่าต้องทำอย่างไร และติดต่อที่ใด
10. ขอทราบที่อยู่อีเมลติดต่อคอลัมน์นิสต์คอลัมน์.....

ปัจจุบันในโลกยุคสังคมแห่งข้อมูลข่าวสาร สื่ออินเทอร์เน็ตถูกใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารส่งผ่านข้อมูลจากซีกโลกหนึ่งไปยังอีกซีกโลกหนึ่งได้ภายในเสี้ยววินาที โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ และด้วยศักยภาพของอินเทอร์เน็ตนี้เองที่ทำให้สื่อมวลชนในโลกยุคเก่าต่างหันมาให้ความสนใจกับการนำเสนอข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งสื่อหนังสือพิมพ์ก็เป็นสื่อมวลชนแขนงแรก ๆ ที่ได้ใช้ประโยชน์จากศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตนี้ในการส่งผ่าน และกระจายข้อมูลข่าวสารออกไปสู่สาธารณชนทั่วโลกโดยไม่มีข้อจำกัดเหมือนสื่อแบบเก่าในรูปแบบของ “หนังสือพิมพ์ออนไลน์” ซึ่งเป็นสื่อที่ผสมผสานความสามารถต่าง ๆ ของสื่อแบบเก่าเข้าไว้ด้วยกัน ทำให้ประสิทธิภาพในการนำเสนอมีมากขึ้น คือสามารถนำเสนอได้ทั้งในรูปแบบของตัวหนังสือ ภาพเคลื่อนไหว เสียง ภาพนิ่ง รวมทั้งยังสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่านได้อย่างทันทีทันใด ไม่ว่าจะเป็นการใช้อีเมล, เว็บบอร์ด หรือห้องสนทนา ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ Hoffmann และ Novak (1995) ที่กล่าวว่า “ในขณะที่โลกได้พัฒนาเข้าสู่ยุคสังคมสารสนเทศ สินค้าที่สำคัญที่สุดในเชิงเศรษฐศาสตร์ก็คือ “ข้อมูลข่าวสาร” ซึ่งสามารถแพร่กระจายไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรวดเร็วกว่าโดยไม่จำกัดสถานที่ผ่านทาง World Wide Web”

เช่นเดียวกับความคิดเห็นของ McCarthy (1995) ที่ได้กล่าวไว้ว่า “ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนแปลงบทบาทเป็นช่องทางสำหรับการสื่อสารอย่างแท้จริง และมีใช้เป็นเพียงช่องทางสำหรับผู้ใช้งานทางด้านคอมพิวเตอร์เท่านั้น แต่เป็นช่องทางสำหรับสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ด้วย ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนี้ เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นในยุคสังคมสารสนเทศ และกำลังมีบทบาทอย่างมากในปัจจุบัน”

นอกจากนี้การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการแพร่กระจายข่าวสารของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังเป็นไปตามแนวความคิดของทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดแห่งสำนักโทรอนโต (Communication Technology Determinism) ที่ระบุว่า “เทคโนโลยีเป็นสาเหตุหลักในการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับสังคม ทำให้องค์กรสื่อมวลชนซึ่งเป็นองค์กรธุรกิจที่ดำรงอยู่ท่ามกลางภาวะแวดล้อมทางสังคมจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนองค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป”

จากแนวความคิดข้างต้นองค์กรหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยจึงได้มีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการแพร่กระจายข่าวสารไปยังกลุ่มผู้อ่าน โดยในช่วงที่อินเทอร์เน็ตเริ่มแพร่หลายเข้ามาในประเทศไทยองค์กรหนังสือพิมพ์หลายฉบับก็ได้มีการจัดทำเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ขึ้น เช่น หนังสือพิมพ์ไฟแนนเชียลเดย์ออนไลน์ หนังสือพิมพ์คู่แข่งออนไลน์ หนังสือพิมพ์วิญจักรออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งหนังสือพิมพ์ออนไลน์เหล่านี้ในปัจจุบันก็ได้ปิดตัวเองไปเนื่องจากไม่ประสบความสำเร็จทางด้านหารายได้เพื่อมาหล่อเลี้ยงให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้

“เมื่อ 6 ปีก่อนเราคิดว่าเราทำได้แล้ว คือจะเอาข้อมูลข่าวสารไปใส่ในคอมพิวเตอร์ ให้คนบอกรับสมาชิก ออนไลน์ผ่านโมเด็มไป แต่ขนาดเรารอมานานหลายปี พอทำแล้วกลับเจ็บตัวสมาชิกน้อย” (ธนาชัย อีร์พัฒน์วงศ์ ประธานกรรมการบริษัทเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป, ผู้จัดการรายเดือน 2543)

เช่นเดียวกับภาวะเศรษฐกิจซึ่งเมื่อมองย้อนไปถึงช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจในประเทศตกต่ำ องค์กรสื่อมวลชนต่างได้รับผลกระทบกันอย่างหนัก มีทั้งการปลดบุคลากร การรีเอนจิเนียริงองค์กร ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกันกับอินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามาในประเทศไทย และมีหนังสือพิมพ์ออนไลน์หลายฉบับเกิดขึ้นในช่วงนั้น แต่เมื่อประสบปัญหาเศรษฐกิจต่างก็ปิดตัวกันหมดตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

ขณะที่เมื่อมองถึงธุรกิจการให้บริการข่าวสารออนไลน์ในต่างประเทศจะเห็นว่ามีมีการปลดพนักงานกันเป็นอย่างมาก เนื่องจากขาดสภาพคล่อง และประสบปัญหาการขาดทุนที่ไม่สามารถหารายได้มาประดับประดาการดำเนินงานได้ ไม่เว้นแม้แต่ CNN.comยักษ์ใหญ่ในวงการสื่อสารมวลชนของโลกที่มีการปลดพนักงานในส่วนขงสื่อออนไลน์ถึง 130 ตำแหน่ง รวมทั้งCNBC.com ที่ประกาศปลดพนักงาน 26 คน จากจำนวน 100 คนเพื่อลดค่าใช้จ่ายและรวมแผนกทีวีเข้ากับธุรกิจออนไลน์

นอกจากนี้ก็มี NBC Internet ประกาศปลดพนักงาน 20%

AOL ลดพนักงาน 3% หรือ 2,400 ตำแหน่ง

News Corp. ของรูเพิร์ต เมอร์โดค(Rupert Murdoch) ปลดพนักงานในส่วนออนไลน์ 200 ตำแหน่ง

The New York Times ปลดพนักงานในแผนกหนังสือพิมพ์ออนไลน์ 17% เช่นเดียวกับยักษ์ใหญ่ในวงการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของสหรัฐอีกฉบับคือ Knight Ridder ที่สั่งปลดพนักงานในส่วนออนไลน์ 16 %

นอกจากนั้นเว็บไซต์ TheStreet.com และ Motley Fool ก็ประกาศปลดพนักงาน 20% และ 33% ตามลำดับ ขณะที่ Disney ใช้เงินไปกว่า 790 ล้านดอลลาร์ในการปิดเว็บไซต์ Go.com

จากปัญหาของธุรกิจสื่อออนไลน์ข้างต้น ทำให้อาจจะเป็นข้อได้เปรียบของธุรกิจสื่อออนไลน์ในประเทศไทยที่เพิ่งเริ่มต้นที่จะใช้เป็นบทเรียนในการดำเนินงานทั้งในปัจจุบันและอนาคต เนื่องจากสื่อออนไลน์ในต่างประเทศก่อนหน้าที่จะมีการปลดพนักงานกันขนานใหญ่ ต่างก็ระดมทั้งบุคลากร และเงินทุนในการพัฒนาเว็บไซต์ของตนเองกันอย่างหนัก เพราะเห็นว่าเป็นสื่อใหม่ที่กำลังเข้ามาแทนที่สื่อที่มีอยู่เดิม และต่างพยายามเข้ามาครอบครองพื้นที่ในสื่อใหม่กันอย่างเอิกเกริก โดยไม่คำนึงถึงการหารายได้เข้ามาจุนเจือธุรกิจ เพราะจะเห็นได้ว่าสื่อออนไลน์ส่วนใหญ่จะให้บริการข่าวสารโดยผู้ที่ไม่ต้องเสียค่าบริการใด ๆ เลย ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่ของสื่อออนไลน์เหล่านี้ก็จะมาจากการโฆษณาภายในเว็บไซต์

ขณะที่เมื่อหันมามองการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่ในประเทศไทยจะเห็นว่ายังมีลักษณะแบบค่อยเป็นค่อยไป คือยังไม่มีการลงทุนมากนัก แต่ก็มีการพัฒนาในการนำเสนอเนื้อหาเพิ่มมากขึ้น โดยส่วนใหญ่กำหนดให้เป็นสื่อเสริมสำหรับหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเล่มขององค์กร ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในการจัดทำเว็บไซต์ขึ้นเพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างเช่นที่ผ่านมา โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่จะเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ประจำอยู่ก่อนแล้ว เช่น ศูนย์ข้อมูล หรือแผนกคอมพิวเตอร์ โดยมีเพียงหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นออนไลน์และบางกอกโพสต์ออนไลน์เท่านั้นที่การจัดตั้งแผนกขึ้นมาเพื่อรับผิดชอบการจัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์โดยเฉพาะ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับอื่น ๆ จะไม่มีความจริงจังในการพัฒนาเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของตน จะเห็นได้จากการพัฒนาของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์เมื่อเปรียบเทียบกับกรวิจัยที่ผ่านมา โดยมีการพัฒนาการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับการรายงานข่าวบนอินเทอร์เน็ตคือ มีการนำเสนอเนื้อหาที่มีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับอินเทอร์เน็ต มีความสั้น กระชับ รวมทั้งมีการนำเสนอในส่วนของข่าวด่วนหรือ Breaking News และการเพิ่มเติมเนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม เช่นเดียวกับการพัฒนาของเว็บไซต์กรุงเทพธุรกิจ ที่มีการปรับเปลี่ยนในส่วนของการออกแบบหน้าเว็บเพจ รวมทั้งการเพิ่มเติมในส่วนของเนื้อหาที่ไม่ปรากฏในฉบับเล่ม และการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์ทั้งอีเมล เว็บบอร์ด การแสดงความคิดเห็น(Quick Vote) ข่าวด่วนหรือ Breaking News การนำเสนอในส่วนของมัลติมีเดีย และการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังภายนอกเว็บไซต์

ถึงแม้ว่าการพัฒนาของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ข้างต้นจะยังใช้ศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตได้ไม่เต็มที่มากนัก แต่ก็แสดงให้เห็นถึงความพยายามและแนวโน้มของการพัฒนาเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี ซึ่งในสภาวะปัจจุบันที่เศรษฐกิจในประเทศไทยยังไม่ดีขึ้น ประกอบกับอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่องค์กรหนังสือพิมพ์ทั้งหลายก็ควรที่จะค่อย ๆ ศึกษารูปแบบความเป็นไปได้ในการให้บริการ และช่องทางการหารายได้เพื่อมาจุนเจือการดำเนินงานให้ได้เสียก่อนก็เป็นสิ่งที่ควรกระทำ มากกว่าที่จะกระโจนเข้าหาสื่อใหม่ โดยไม่คำนึงถึงความอยู่รอดของธุรกิจเหมือนกับตัวอย่างของสื่อออนไลน์ในต่างประเทศที่กล่าวไว้ข้างต้น

ขณะที่เมื่อย้อนกลับมาถึงการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยในปัจจุบัน จะพบว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่จะยังไม่มีการนำเสนอเนื้อหาในส่วนของมัลติมีเดีย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Syrysko(1995) ที่พบว่า แม้หนังสือพิมพ์จะเป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ต แต่กลับมีข้อจำกัดในด้านการสร้างสรรค์หรือการนำเสนอ ซึ่งเป็นผลมาจากเหตุผล 2 ประการคือ

- 1.การยึดติดกับประเพณีด้านรูปแบบและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ เพราะหนังสือพิมพ์ไม่มีความจำเป็นต้องอยู่ในรูปแบบของมัลติมีเดีย ดังนั้นการนำเสนอข้อความและภาพนิ่งจึงเป็นสิ่งเพียงพอแล้ว

2. หนังสือพิมพ์ต้องนำเสนอข่าวสารประจำวันทำให้ไม่มีเวลามากพอที่จะนึกสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ

ซึ่งเมื่อมองถึงสภาวะการเติบโตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เจ็อนไซของความเร็วในการส่งผ่านข้อมูลของอินเทอร์เน็ต และสภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบัน การลงทุนในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ หรือการนำเสนอในรูปแบบมัลติมีเดียของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยคงจะไม่ใช้เป็นเรื่องเร่งด่วนมากนัก เพราะจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจากการสำรวจล่าสุดในปี 2543 โดยศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์แห่งชาติหรือ เนคเทค ร่วมกับ พลเรือตรีประสาธ ศรีผดุง ที่ปรึกษาชมรมผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตไทย พบว่าประชากรผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีประมาณ 2.3 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2542 มากกว่า 1 เท่าตัว

นอกจากนั้นยังพบว่าปัญหาใหญ่ที่สุดที่พบในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตก็คือ ความล่าช้าของการสื่อสาร ซึ่งประเด็นความล่าช้าของการสื่อสารนี้เองที่จะเป็นอุปสรรคสำคัญในการกระจายข้อมูลในรูปแบบของมัลติมีเดีย เพราะการเชื่อมต่อของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตโดยส่วนใหญ่จะอาศัยสายโทรศัพท์ซึ่งมีความสามารถในการส่งผ่านข้อมูลที่มีขนาดใหญ่แบบมัลติมีเดียต่ำหรือไม่สามารถใช้บริการได้เลย ขณะที่จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตก็ยังมีน้อยมากเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกไม่ว่าจะเป็นประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ผู้ใช้มีอยู่ รวมทั้งความคาดหวังของผู้ใช้ต่อความรวดเร็วในการเรียกข้อมูลซึ่งงานวิจัยของ Lynch และ Tilton (1995) ศึกษาถึงระยะเวลาที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถอดทนรอข้อมูลให้ปรากฏหลังจากการเรียกหาข้อมูลบนเว็บไซต์ พบว่าอยู่ในช่วงเวลาที่สั้นมากคือประมาณ 20 วินาที ถ้าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับนั้นยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่เปิดรับสารได้ในช่วงเวลาดังกล่าว จะมีแนวโน้มว่าผู้รับสารจะหยุดการเปิดรับสารจากเว็บไซต์นั้น และเข้าไปเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์อื่น ๆ แทน

เพราะฉะนั้นการลงทุนขององค์กรหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในการผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อนำเสนอบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์โดยเฉพาะในสภาวะการณ์ปัจจุบันคงไม่ใช่เรื่องที่จำเป็นมากนัก เนื่องจากองค์กรหนังสือพิมพ์ที่ผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์เพียงอย่างเดียว ทำให้ความคุ้มค่าในการลงทุนในด้านนี้คงเป็นไปได้ยาก

นอกจากนั้นด้วยลักษณะรูปแบบการนำเสนอของสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบันที่การอ่านข้อมูลจากหน้าจocomพิวเตอร์เป็นเวลานานยังส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับสารทำให้ผู้อ่านเมื่อยล้าและปวดตา พร้อมทั้งนี้ผู้ที่ไม่คุ้นชินกับการใช้เทคโนโลยีอาจพบว่าการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นเรื่องยุ่งยากและเสียเวลา ประกอบกับการที่ผู้รับสารเป็นผู้เลือกเปิดรับสารจากสื่อออนไลน์เองอาจส่งผลต่อบทบาทของสื่อมวลชนในฐานะผู้กำหนดประเด็นข่าวสารของสังคม (Agenda setting) ได้

เนื่องจากลักษณะการเปิดรับสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะอยู่ในรูปแบบ Information Pull คือเป็นไปตามความต้องการของผู้รับสารซึ่งเป็นผู้กำหนดประเภทและปริมาณข่าวสารที่เปิดรับ ซึ่งตรงข้ามกับสื่ออื่น ๆ ที่ผู้ส่งสารจะเป็นผู้กำหนด ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบ Information Push หรือแบบผลักดันข่าวสารสู่ผู้รับสาร(Hoffman,1995)

นอกจากนั้นลักษณะรูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็ทำให้ผู้อ่านไม่ตระหนักถึงข่าวเด่น(Headline News)ในแต่ละวัน เพราะจะนำเสนอเพียงเฉพาะหัวข้อข่าวในหน้าแรก เพื่อให้ผู้อ่านได้เลือกเข้าไปอ่านเนื้อหาที่ต้องการ หรือนำเสนอเพียงข่าวเด่นในวันนั้นเพียงหนึ่งข่าวและตามด้วยพาดหัวข่าวต่าง ๆ ตามประเภทข่าวนั้น ๆ โดยมีขนาดพาดหัวข่าวเท่ากันหมด

การอ่านข่าวของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จึงเป็นลักษณะการเลือกอ่านตามความสนใจ จากปัจจัยดังกล่าวทำให้เว็บไซต์หลายแห่งเริ่มให้บริการการคัดเลือกประเภทข่าวสารและนำเสนอเฉพาะข่าวที่ผู้อ่านสนใจเท่านั้น เช่นเว็บไซต์ของ CNN.com ที่มีบริการ Personal page เช่นเดียวกับเว็บไซต์ Yahoo.com ที่มีบริการ My Yahoo ซึ่งลักษณะการให้บริการดังกล่าวของสื่อมวลชนบนอินเทอร์เน็ตอาจจะส่งผลต่อบทบาทของสื่อในด้านการกำหนดประเด็นข่าวสารของสังคมในอนาคตได้

ส่วนการนำเสนอในส่วนของเว็บบอร์ดนั้น ตามการศึกษาของรัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์ ในหัวข้อ “มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ : กรณีศึกษา www.pantip.com และ www.sanook.com พบว่าลักษณะการสื่อสารและความสัมพันธ์ในมณฑลสาธารณะหรือเว็บบอร์ดนั้นนอกจากจะมีลักษณะของการช่วยเหลือเกื้อกูลกันแล้ว ยังมีลักษณะของความก้าวร้าว การใช้คำหยาบคาย ลามก หรือย้ายไปในทางกามารมณ์ ลบหลู่ดูหมิ่นศาสนา ใส่ร้ายผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์ในการวิจัยครั้งนี้ที่ระบุว่าเหตุที่ไม่มีกรนำเสนอเว็บบอร์ดบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็เพราะปัญหาในเรื่องเหล่านี้ ประกอบกับไม่มีบุคลากรมากเพียงพอที่จะสามารถดูแลเนื้อหาที่มีผู้โพสต์เข้ามายังเว็บไซต์ได้อย่างทั่วถึง และด้วยลักษณะของการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์อย่างอินเทอร์เน็ตนี่เองที่เป็นช่องทางให้เกิดปัญหาเหล่านี้ เนื่องจากการสื่อสารที่ไม่เห็นหน้า ทำให้ผู้ใช้รู้สึกว่ามีอิสระ สามารถทำอะไรก็ได้ ซึ่งแตกต่างจากในชีวิตจริงที่มีค่านิยม และบรรทัดฐานทางสังคมเป็นตัวกำหนดกรอบการกระทำของแต่ละคน และมีบทลงโทษสำหรับผู้ที่ไม่ปฏิบัติตาม ซึ่งเป็นไปได้ยากในโลกของอินเทอร์เน็ต

Poster กล่าวว่าเมื่อวิวัฒนาการการสื่อสารไร้พรมแดนมาถึง อินเทอร์เน็ตได้ก่อให้เกิดชุมชนเสมือน(Virtual Community) ซึ่งเป็นมณฑลสาธารณะใหม่ในปัจจุบัน เป็นมณฑลสาธารณะที่เกิดขึ้นในอาณาบริเวณเครือข่ายการสื่อสารทางคอมพิวเตอร์(Cyberspace) แตกต่างจากมณฑลสาธารณะในอดีต เพราะการสื่อสารโดยผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ทำให้เกิดความแตกต่างจากการสื่อสารแบบเผชิญหน้า(Face to Face Communication) มณฑลสาธารณะในสมัยก่อนเป็นสถานที่ที่ประชาชนสามารถพูดได้อย่างเท่าเทียมกัน เป็นการอภิปรายอย่างเปิดเผยโดยมีการกำหนดสถานที่

ภาพของแต่ละคนโดยชัดเจน แต่คำนิยามของมณฑลสาธารณะในอดีตไม่สามารถใช้ได้กับชุมชนเสมือน(Virtual Community) ที่เกิดขึ้นในระบบการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ถึงแม้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีสิทธิพูดได้เท่าเทียมกัน แต่เป็นการโต้แย้งกันอย่างไร้เหตุผลและไม่มีความสอดคล้องกันสาเหตุเพราะคุณสมบัติบางประการของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ดังนี้

เมื่อบุคคลต่าง ๆ ติดต่อกันก็ย่อมมีเอกลักษณ์ของตัวเอง เอกลักษณ์เป็นสิ่งที่ยึดติดกับลักษณะทางกายภาพของมนุษย์ ซึ่งเอกลักษณ์นี้เองทำให้บุคคลต้องรับผิดชอบต่อจุดยืนของตนเอง และมีความเชื่อใจระหว่างกันเพราะการสื่อสารที่เห็นหน้าซึ่งกันและกัน

แต่การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้สามารถเลือกเอกลักษณ์และสามารถเปลี่ยนแปลงตัวเองได้ตามต้องการ เช่น วันหนึ่งผู้ใช้อาจจะเป็นผู้ชายวัยสูงอายุที่มีชื่อว่า john@well.com แต่อีกวันผู้ใช้จะเปลี่ยนเป็นเด็กสาววัยรุ่นภายใต้ชื่อ kate@aol.com และด้วยเอกลักษณ์ที่ไม่ตามตัวของแต่ละคนนี้ ทำให้เกิดการรวมกลุ่มที่ไม่ค่อยลงตัว ไม่มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน และเกิดความคิดเห็นที่แตกต่างกันมากเกินไป (ทั้ง ๆ ที่อาจจะมาจากคน ๆ เดียวกันก็ได้) การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์จึงเป็นการแสดงความคิดเห็นตามความสนใจของผู้ใช้งาน เอกลักษณ์ของผู้ใช้แต่ละคนสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เพราะไม่มีสถานภาพของบุคคลที่แท้จริงอันเป็นสิ่งที่แตกต่างจากมณฑลสาธารณะในสมัยก่อน(อ้างถึง รัตนาวิ เกียรตินิยมศักดิ์,2542)

และเนื่องด้วยลักษณะของตัวสื่อที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานได้ใช้สื่อในการทำหน้าที่ต่าง ๆ ได้อย่างเสรี มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์จึงมีหน้าที่เป็นสภากาแฟ เป็นไดอารี่บันทึกชีวิตประจำวัน เป็นเหมือนเพื่อน เป็นลูกหวัด เป็นจิตแพทย์ เป็นยาคลายเครียด หรือแม้กระทั่งเป็นเครื่องสำเร็จความใคร่ให้ตัวเอง ดังที่ วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ(2543) ได้กล่าวว่า “ในโลกแห่งความเป็นจริง เราทุกคนมีหัวชนต้องใส่ และจำเป็นต้องดำเนินชีวิตไปตามบทบาทหลายหลาก เช่น บทบาทของลูกที่ดี ลูกน้องที่ดี เจ้านายที่ดี พ่อแม่ที่ดี หรือการเป็นคนดีของสังคม จึงเป็นการยากนักที่เราจะสามารถแสดงออกอะไรได้ดังใจคิดฝันไว้โดยมิให้ขัดกับบทบาทที่เราครอบครอง แต่ในโลกอินเทอร์เน็ตเป็นสถานที่ที่ทุกคนสามารถหลบอยู่ในมุมส่วนตัวของตัวเองคือหน้าเครื่องคอมพิวเตอร์ ไม่มีใครรู้จักกับใครเป็นการส่วนตัวทั้งในแง่รูปร่างหน้าตา และประวัติความเป็นมา จึงเป็นง่ายตายกว่าที่ทุกคนจะสามารถแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเองได้อย่างเต็มที่และไม่มีข้อจำกัด คุณสามารถเป็นใครก็ได้ มีบุคลิกลักษณะท่าทาง หรือมีความคิดอ่านอย่างไรก็ได้ตามที่คุณต้องการ” (อ้างถึง รัตนาวิ เกียรตินิยมศักดิ์,2542)

อย่างไรก็ตามเมื่อมองถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุดก็คือรัฐบาล เนื่องจากเป็นผู้วางนโยบายทั้งในเรื่องเศรษฐกิจ การศึกษา และการขยายตัวของโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสาร ซึ่งในปัจจุบันรัฐบาลก็เริ่มที่จะหันมาสนใจต่อการเติบโตของอินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยมีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อรับผิดชอบการพัฒนาของอินเทอร์เน็ต เช่น

1.การแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดนโยบายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เมื่อ 9 ธันวาคม 2540 เพื่อทำหน้าที่ประสานงานนโยบายและดำเนินการในภาครัฐ และภาคเอกชน โดยมีรองนายกรัฐมนตรีไทรรงค์ สุวรรณศิริ เป็นประธานอนุกรรมการ และกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวิทยาศาสตร์ และธนาคารแห่งประเทศไทยร่วมกันทำงานเป็นเลขานุการ

2.การผลักดันโครงการพัฒนากฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2541 เพื่อยกร่างกฎหมายที่จำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ของประเทศไทย จำนวน 6 ฉบับคือ

- 1)พ.ร.บ.ว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
- 2)พ.ร.บ.ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์
- 3)พ.ร.บ.เกี่ยวกับอาชญากรรมคอมพิวเตอร์
- 4)พ.ร.บ.การเงินทางอิเล็กทรอนิกส์
- 5)พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

6)พ.ร.บ.ลำดับรอง ตามมาตรา 78 ของรัฐธรรมนูญ ซึ่งมีบทบัญญัติตอนหนึ่ง กำหนดให้รัฐบาลมีหน้าที่ต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศในท้องถิ่นให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกันทั่วประเทศ

โดยมอบให้คณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ เป็นศูนย์กลางการดำเนินการ และประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ โดยมีเนทเทคและสวทช.เป็นผู้ดำเนินการ

3.การจัดตั้งศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขึ้นที่เนคเทค (ภายใต้สวทช.กระทรวงวิทยาศาสตร์) ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2541 ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูล สร้างความร่วมมือให้กับทุกหน่วยงานในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นประโยชน์

โดยพลเรือตรีประสพ ศรีผดุง ที่ปรึกษาชมรมผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตไทย กล่าวว่าปัจจัยที่จะส่งผลให้อินเทอร์เน็ตเติบโตขึ้นมากที่สุด คือการเร่งออกกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

นอกจากนี้ในส่วนของการผูกขาดของการสื่อสารแห่งประเทศไทยในการให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ทำให้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตมีราคาแพงนั้นก็ยังมีแนวโน้มที่ดีมากขึ้นในส่วนนี้ โดยนายสุเทพ เทือกสุบรรณ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมได้มีคำสั่งให้มีการถอนหุ้นในบริษัทไอเอสพีต่าง ๆ ที่กสท.ได้เข้าไปถือหุ้นอยู่ 35% ในทุก ๆ บริษัท ขณะเดียวกันทางการสื่อสารแห่งประเทศไทยและองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยก็มีนโยบายในการที่จะเปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตด้วยตนเอง รวมทั้งมีการเปิดโอกาสให้เอกชนรายอื่น ๆ ได้เข้ามาให้บริการฟรีอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย โดยล่าสุดมีการยื่นข้อเสนอเพื่อให้บริการฟรีอินเทอร์เน็ตกับองค์การ

โทรศัพท์แห่งประเทศไทย โดยผู้ใช้สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ทันทีสำหรับผู้ที่มิคอมพิวเตอร์และโมเด็ม รวมทั้งเลขหมายโทรศัพท์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย โดยคิดค่าบริการเฉพาะค่าโทรศัพท์ครั้งละ 3 บาทเท่านั้น

เช่นเดียวกับการเปิดโครงการ “คลิกทีเอ” ของบริษัททเลคอมเอเชีย ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้ที่มีเลขหมายของทเลคอมเอเชียเสียค่าบริการเดือนละ 100 แล้วสามารถเล่นอินเทอร์เน็ตได้ครั้งละ 2 ชั่วโมงต่อการต่อโทรศัพท์เข้าศูนย์ให้บริการของทีเอ 1 ครั้งโดยไม่จำกัดชั่วโมงการใช้งานหรือผู้ใช้ที่เปิดเลขหมายใหม่ได้มีโอกาสใช้อินเทอร์เน็ตฟรี 2 ปี โดยผู้บริโภคะจะเสียเพียงค่าโทรศัพท์ที่ต่อเข้าศูนย์ให้บริการอินเทอร์เน็ตของทีเอครั้งละ 3 บาทเท่านั้น

รวมทั้งการปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเปิดเสรีโทรคมนาคมของทั้งองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย และการสื่อสารแห่งประเทศไทย ซึ่งล่าสุดองค์การโทรศัพท์ก็มีโครงการที่จะให้บริการฟรีอินเทอร์เน็ตผ่านเลขหมายขององค์การโทรศัพท์ในชื่อ “TOT Net” ซึ่งคาดว่าจะสามารถเปิดให้บริการได้ประมาณต้นปี 2544

สิ่งที่กล่าวมาเหล่านี้แสดงให้เห็นว่ารัฐบาลได้หันมาให้ความสนใจต่อการเติบโตของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลดีทำให้มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น และจะทำให้ผู้ที่เข้ามาอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีมากขึ้นและมีความหลากหลายมากกว่าในปัจจุบัน รวมทั้งผู้อ่านที่อ่านหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มก็จะหันมาอ่านฉบับออนไลน์ควบคู่กันไปด้วย ซึ่งจะส่งผลให้การเติบโตของการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตและหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีมากขึ้น และการขยายบุคลากรและการพัฒนาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตมากขึ้นตามไปด้วย

นอกจากนั้นลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตก็น่าที่จะใช้ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้นด้วย เนื่องจากปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันมีความรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยได้ร่วมมือกับภาคเอกชนให้เข้าเชื่อมโยงเครือข่ายเพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 8 เมกะบิต โดยมีความเร็วในการส่งข้อมูล 64 กิโลบิต-1.5 กิโลบิต และความเร็วในการรับข้อมูล 2-8 เมกะบิต ด้วยเทคโนโลยีดีเอสแอล(Digital Subscriber Line) ผ่านคู่สายของทศท. ซึ่งทำให้สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา และไม่มีปัญหาสายหลุดระหว่างการใช้อินเทอร์เน็ต โดยขณะนี้เปิดให้บริการเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครสำหรับผู้ใช้เลขหมายโทรศัพท์ของทศท. ที่ขึ้นต้นด้วย 2,3,4 และ 5 โดยคิดค่าบริการชั่วโมงละ 10 บาท

นอกจากนี้ยังมีภาคเอกชนอีกหลายบริษัทที่เปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงด้วยเทคโนโลยี DSL เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด, บริษัทเลนโซ่ ดาต้าคอม จำกัด และบริษัทสามารถ บรอดแบนด์เซอร์วิส จำกัด โดยบริษัทสามารถยังเปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งใช้เทคโนโลยี ADSL(Asymmetric Digital Subscriber Line) ซึ่งมี

ความเร็วในการส่งผ่านข้อมูล 128 Kbps หรือมีความเร็วมากกว่ามาตรฐานของการให้บริการอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน 2 เท่า

ซึ่งด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการส่งผ่านข้อมูลอินเทอร์เน็ตข้างต้นก็จะเอื้อต่อการพัฒนาการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคตได้มากขึ้นกว่าในปัจจุบันที่ผู้ใช้ส่วนใหญ่ยังอาศัยสายโทรศัพท์ในการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะการนำเสนอสื่อในลักษณะของมัลติมีเดียที่น่าจะมีแนวโน้มการนำเสนอมากขึ้น เนื่องจากข้อจำกัดในการส่งผ่านข้อมูลที่มีขนาดใหญ่หมดไป โดยอาจจะมีการร่วมมือกับสถานีโทรทัศน์หรือสถานีวิทยุต่าง ๆ เพื่อช่วยในการนำเสนอเนื้อหาในส่วนนี้ นอกจากนี้ในอนาคตการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็น่าจะมีลักษณะของการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์และศักยภาพของอินเทอร์เน็ตเพื่อการรายงานข่าวมากขึ้น เช่น การรายงานข่าวเฉพาะบุคคลซึ่งจะเป็นส่วนช่วยสร้างรายได้นอกเหนือจากการโฆษณาอีกส่วนหนึ่ง การรายงานข่าวแบบ Real time อย่างที่หนังสือพิมพ์ออนไลน์บางฉบับในปัจจุบันได้ทำแล้วก็มีแนวโน้มที่จะขยายตัวมากขึ้น นอกจากนี้เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็น่าจะมีแนวโน้มที่จะพัฒนาไปจนเป็นชุมชนออนไลน์ด้วยศักยภาพของเนื้อหาที่มีอยู่ บุคลากรที่มีชื่อเสียง รวมทั้งเทคโนโลยีในการส่งผ่านข้อมูลเหล่านี้ จะเป็นตัวช่วยดึงดูดผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้หันมาสนใจเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้น โดยอาจมีการจัดเตรียมการสนทนากับคอลัมน์นิสต์ชื่อดังขององค์กรหรือการสนทนากับดาราดังหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงผ่านห้องสนทนาเหมือนกับเว็บไซต์ต่าง ๆ ในต่างประเทศที่มีการให้บริการในส่วนนี้มานานแล้ว

นอกจากนี้ในอนาคตความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเครื่องมือสื่อสารก็จะเป็นตัวจัดข้อจำกัดในเรื่องของการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ซึ่งในปัจจุบันยังต้องอาศัยเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่รวมทั้งยังต้องอาศัยสายโทรศัพท์หรือสายเคเบิลในการส่งผ่านข้อมูลทำให้เป็นอุปสรรคต่อการนำไปใช้ในที่ต่าง ๆ แต่แนวโน้มในอนาคตเครื่องมือสื่อสารจะมีลักษณะไร้สายที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ทันทีตามความต้องการโดยไม่ข้อจำกัดในเรื่องของสถานที่ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือ เครื่องPDA(Personal Digital Assistance) หรือที่คนส่วนใหญ่รู้จักในชื่อของ “ปาล์ม” ที่ปัจจุบันพยายามพัฒนาขีดความสามารถของเครื่องให้เป็นในลักษณะคอมพิวเตอร์พีซีมากขึ้น เพราะที่ผ่านมามีลักษณะเป็นเพียงเครื่องบันทึกช่วยจำ หรือเครื่องคำนวณเท่านั้น

เช่นเดียวกับพ็อกเกตพีซี ของบริษัทไมโครซอฟท์ ที่พยายามพัฒนาให้มีขนาดเล็กลง เพื่อจะได้พกพาไปตามที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกสบายมากขึ้น ซึ่งในอนาคตคาดการณ์ว่าอุปกรณ์ทั้ง 3 อย่างนี้คือ โทรศัพท์มือถือ เครื่องPDA และพ็อกเกตพีซีคงจะต้องหลอมรวมตัวเข้าด้วยกัน

“ต่อไปอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ โทรทัศน์ ปาล์มท็อป จะหาคำจำกัดความไม่ได้ว่าเป็นอุปกรณ์อะไร เพราะจะทำงานเหมือนกันทั้งหมด”บุญคลี ปลั่งศิริ ประธานกรรมการบริหารบริษัทชิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)

โดยล่าสุดบริษัทโนเกีย บริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือของประเทศฟินแลนด์ได้ประกาศเปิดตัวโนเกีย 9210 คอมมูนิเคเตอร์ ซึ่งรองรับระบบจีเอสเอ็มซึ่งมีความสามารถเป็นอุปกรณ์ท่องอินเทอร์เน็ตแบบเคลื่อนที่พร้อมจอภาพสี รวมทั้งอุปกรณ์จัดเก็บบันทึกข้อมูลส่วนตัว โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์ท่องเว็บ และอุปกรณ์รับ-ส่งอีเมลซึ่งเป็นไปตามความคาดการณ์ข้างต้น

นอกจากนี้ Danny Hills ซึ่งได้เขียนบทความกรณีศึกษาเรื่อง “The Bandwidth Bomb” ซึ่งลงตีพิมพ์ในนิตยสารฮาวาร์ดบิสซิเนสรีวิว ฉบับเดือนกันยายน-ตุลาคมโดยได้กล่าวว่า “Digital Technology จะเข้ามาปฏิวัติรูปแบบการสื่อสารที่มีอยู่ในปัจจุบันอย่างชนิดหน้ามือเป็นหลังมือด้วย Digital Technology ที่เรียกว่า Telecosm ซึ่งจะทำให้มนุษยชาติสามารถขยายคลื่นความถี่การสื่อสารแบบที่เรียกได้ว่า “ไร้ขอบเขต หรือไร้ข้อจำกัด” เพราะมนุษย์สามารถแปรเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใด(ตัวหนังสือ ตัวเลข ภาพนิ่ง ภาพยนตร์ ฯลฯ) เป็นในรูปตัวเลขที่เรียกว่า บิต แล้วส่งไปยังผู้รับโดยผ่านสายใยแก้ว หรือจานไมโครเวฟ หรือผ่านดาวเทียม

ยุคคอมพิวเตอร์กำลังจะหมดไปเพราะเทคโนโลยีการสื่อสารกำลังจะเข้ามาแทนที่คอมพิวเตอร์ในกระบวนการส่งข้อมูลข่าวสาร

ต่อไปโทรศัพท์ โทรศัพทมือถือ โทรศัพท์บ้าน ฯลฯ ทุกอย่างสามารถทำหน้าที่เป็นทั้งคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อเข้ากับอินเทอร์เน็ต เพื่อสั่งซื้อสินค้า ค้นหาข้อมูล หรือดูหนัง ฟังเพลงแบบมีภาพ หรือพูดคุยโทรศัพท์แบบเห็นหน้าภาพเป็นจริง

ด้วยสายเคเบิลเพียงเส้นเดียวที่ต่อเข้าไปในบ้าน หรือการสื่อสารแบบไร้สายที่ยังสัญญาณผ่านจานไมโครเวฟ หรือจานดาวเทียม ฯลฯ มนุษย์เราก็สามารถสื่อสารกับทั่วโลกได้ในทุกรูปแบบ

เนื่องจาก Digital Technology สามารถที่จะขยายคลื่นความถี่ให้มีมากมายอย่างมหาศาล และมีต้นทุนถูกแสนถูกนี้เอง จะนำไปสู่ระบบการสื่อสารที่มีมาตรฐานเดียวกันหรือใกล้เคียงกันซึ่งจะทำให้การสื่อสารข้ามระบบง่าย สะดวก รวดเร็ว และถูก”

เช่นเดียวกับแนวความคิดของนายเออร์โย นูโว ประธานฝ่ายเทคนิคบริษัทโนเกียโมบายโฟน และกรรมการบริหารบริษัทโนเกีย ที่กล่าวว่าการพัฒนาในระบบจีเอสเอ็มไปสู่การสื่อสารไร้สายยุคที่ 3 จะทำให้ความเร็วในการรับส่งข้อมูลแบบไร้สายเพิ่มขึ้นเป็น 384 บิตต่อวินาที ในปี 2544 และจะเพิ่มเป็น 2 เมกะบิตต่อวินาทีในอนาคต ซึ่งแนวโน้มในส่วนนี้ก็เริ่มที่จะมีความเป็นไปได้มากขึ้น

โดยปัจจุบันได้มีการพัฒนาการส่งผ่านข้อมูลอินเทอร์เน็ตไร้สายผ่านโทรศัพท์ในชื่อ Wap (Wireless Application Protocol) ซึ่งเป็นข้อกำหนดหรือค่ามาตรฐานของระบบการสื่อสารแบบไร้สาย ซึ่งจะใช้เป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างอินเทอร์เน็ตกับเครื่องมือสื่อสารไร้สาย โดยกำหนดขึ้นจากการรวมตัวกันของบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์ Nokia, Ericsson, Motorola และ Phone.com เมื่อปี 1997 มีความเร็วในการส่งผ่านข้อมูล 9.6Kbps ซึ่งทำให้ต้องใช้ภาษา WML (Wireless Markup Language) ที่ออกแบบมาเพื่อรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตในโทรศัพท์มือถือโดยเฉพาะ เนื่องมาจาก

ข้อจำกัดทางด้านความเร็วและหน้าจอที่แสดงผลมีขนาดเล็ก รวมทั้งแสดงผลได้แค่ภาพขาวดำเท่านั้น และคิดค่าบริการตามเวลาที่ใช้ในการเข้าสู่อินเทอร์เน็ต โดยปัจจุบันได้มีการเปิดให้บริการในยุโรปและอเมริกา รวมทั้งในประเทศไทยด้วย

นอกจาก Wap แล้วยังมีการพัฒนาเทคโนโลยีการส่งผ่านข้อมูลที่พัฒนาขึ้นโดยบริษัทโทรศัพท์มือถือของประเทศญี่ปุ่นคือ เอ็นทีทีโดโคโม ซึ่งได้พัฒนาเทคโนโลยี “ไอโหมด” เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้อินเทอร์เน็ตทางโทรศัพท์มือถือได้ซึ่งเปิดให้บริการมาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ปี 2542 จนเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายกว่า 20 ล้านคนในญี่ปุ่นและมีอัตราการเติบโตถึงวันละ 50,000 เครื่อง โดยมีอัตราการส่งข้อมูล 9.6 Kbps และคิดค่าบริการตามจำนวนข้อมูลที่ดาวน์โหลดมาและสามารถแสดงผลเป็นภาพสีได้ โดยใช้ภาษา C-HTML หรือ Compact Hypertext Markup language ซึ่งเข้ากันได้กับภาษา HTML ที่ใช้ในเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันที่ใช้ในการแสดงผลบนหน้าจอโทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้ในเดือนพฤษภาคม 2544 บริษัทเอ็นทีทีโดโคโมจะเปิดให้บริการโทรศัพท์มือถือ 3G ในชื่อ “FOMA” (Freedom of Mobile Multimedia Access) ซึ่งมีความเร็วในการส่งข้อมูลมากกว่าระบบปัจจุบัน 40 เท่า และยังสามารถอ่านภาษาจาวาได้อีกด้วย รวมทั้งสามารถส่งผ่านข้อมูลในลักษณะของมัลติมีเดียได้อีกด้วย

นอกจากนั้นในญี่ปุ่นยังมีผู้พัฒนาระบบคล้าย ๆ กับ I-Mode ออกมาแข่งขันอีก 2 รายคือระบบ EZ Service หรือที่เรียกว่า EZWeb หรือ Ezaccess ซึ่งพัฒนาโดยบริษัท DDI และบริษัท IDO โดยระบบนี้มีความเร็วในการส่งข้อมูลมากกว่า iMode ถึง 6 เท่าคือ 64 กิโลบิต และใช้ภาษาที่เรียกว่า HDML (Handheld Device Markup Language) ในการเขียนเว็บเพจ โดยปัจจุบันมีผู้ใช้อยู่ประมาณ 3 ล้านคน

ระบบ J-Sky ที่พัฒนาโดยกลุ่ม J-Phone Group มีอัตราการส่งข้อมูล 9.6 Kbps ต่อวินาที แต่ใช้ภาษา MML หรือ Mobile Markup Language ที่สามารถรวมภาพ สี เสียง และตัวหนังสือเข้าด้วยกันได้ ขณะนี้ระบบนี้มีผู้ใช้งาน 1.85 ล้านคน

รวมทั้งบริษัทเทลคอมในญี่ปุ่น 3 รายคือ ดีดีไอ เคดีดี และไอดีไอ ประกาศควมรวมกิจการภายใต้ชื่อใหม่ “เคดีดีไอ” และได้ประกาศจะแนะนำบริการสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงสุดของโลกเพื่อแข่งขันกับบริษัทเอ็นทีทีโดโคโม ด้วยความเร็วในการส่งข้อมูล 600Kbps และเทคโนโลยีที่เรียกว่า High Data Rate ซึ่งพัฒนาโดยบริษัทควอลคอมจากอเมริกา ทำให้บริการดังกล่าวมีความเร็วกว่าบริการโทรศัพท์มือถือ FOMA ที่โดโคโมจะเปิดตัวในเดือนพฤษภาคมปีหน้า 1.6 เท่า ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถส่งภาพวิดีโอผ่านอินเทอร์เน็ตได้ โดยจะเริ่มให้บริการในปี 2545

ในส่วนของประเทศไทยนั้น บริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือทั้งบริษัทโทเทิล แอ็คเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด และ บริษัทเอไอเอส จำกัด ต่างก็เปิดให้บริการการส่งผ่านข้อมูลผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยใช้เทคโนโลยี Wap โดยทั้ง 2 บริษัทต่างร่วมกับพันธมิตรในการพัฒนาเนื้อหาเพื่อนำเสนอบนโทรศัพท์มือถือโดย บริษัทโทเทิล แอ็คเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด ร่วมมือกับพันธมิตร

มิตรในการเปิดให้บริการ Wap ซึ่งประกอบไปด้วย Siam2you, Hotline soccer, MovieSeer, Jobpilot, Thaigolfer, Aroi.com, Jakfree, Pramool, Thai2hand, Idirex เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมียักษ์ใหญ่อย่างเซ็นทรัล แกรมมี่ อีจิวี แอมเวย์ เคเอฟซี ปตท. และสถาบันการศึกษาอย่างจุฬา เอแบค รวมทั้งบีไอไอ และหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

รวมทั้งยังได้เข้าร่วมกับพันธมิตรจากต่างชาติคือ บริษัทเทเลนอร์ เอเอส ของประเทศนอร์เวย์ โดยการเข้ามาเปิดบริการเว็บไซต์ทำที่สนับสนุนบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ (Wap) ในชื่อ www.djuice.com ซึ่งนับเป็นประเทศที่ 2 ต่อจากประเทศนอร์เวย์

ส่วนบริษัทเอไอเอส จำกัด ได้เปิดให้บริการข้อมูลผ่านโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่อ “โมบายไลฟ์” ในวันที่ 1 ธันวาคม 2543 ที่ผ่านมา โดยได้พัฒนาข้อมูลร่วมกับพันธมิตรหลายรายไว้ให้บริการ เช่น รับ-ส่งอีเมลส่วนตัว, ข่าวของเนชั่น และนิวยอร์ด ไทม์ส, สยามทูยู, เช็คราคาหุ้น, ข้อมูลภาพยนตร์, ซอปปิ้ง, เกมจากเอ็มเว็บ รวมถึงเข้าไปท่องอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งในช่วง 3 เดือนแรกจะเปิดให้บริการในราคาบาทละ 1 บาททั่วประเทศ

นอกจากนั้นทั้ง 2 บริษัทยังมีโครงการที่จะปรับปรุงระบบเครือข่ายเพื่อรองรับเทคโนโลยี GPRS (Global Package Relay System) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่มีความเร็วในการรับส่งข้อมูล 115Kbps ซึ่งมีความเร็วกว่าเทคโนโลยี Wap ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันที่มีความเร็วในการส่งข้อมูลเพียง 9.6Kbps เท่านั้น

นอกจากนั้นแนวโน้มการรวมตัวหรือร่วมเป็นพันธมิตรของธุรกิจที่มีจุดเด่นแตกต่างกันก็มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นเช่นกัน ดังแนวความคิดของ Danny Hills ที่ทำนายว่า “แนวโน้มของธุรกิจสื่อสารจะยังคงเป็นในรูปแบบกันในลักษณะ Conglomerate หรือเป็นกลุ่ม”

เช่นตัวอย่างการรวมตัวของบริษัทเอไอแอลและไทม์วอร์เนอร์ที่สหรัฐอเมริกา ที่ฝ่ายหนึ่งมีจุดเด่นทางด้านเทคโนโลยีด้านอินเทอร์เน็ตและเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในสหรัฐอเมริกา ขณะที่อีกฝ่ายหนึ่งมีจุดเด่นในด้านเนื้อหา และโครงสร้างพื้นฐานเนื่องจากเป็นบริษัทเคเบิลทีวีทำให้ครอบครองเครือข่ายสายเคเบิลที่มีปริมาณการส่งผ่านข้อมูลขนาดใหญ่ได้ เมื่อเทียบกับการส่งผ่านข้อมูลของสายโทรศัพท์ ซึ่งจากการรวมตัวในครั้งนี้ทำให้เกิดบริษัทสื่อที่มีมูลค่าสูงที่สุดในโลก และจุดเด่นของสื่อแต่ละสื่อยังเป็นตัวช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกันด้วย โดยเอไอแอลต้องการช่องทางในการส่งผ่านข้อมูลขนาดใหญ่และเนื้อหา ขณะที่ไทม์วอร์เนอร์ต้องการขยายตัวเข้าสู่อินเทอร์เน็ต และเปิดช่องทางใหม่ในการกระจายเนื้อหา

ขณะที่เมื่อมองมาในประเทศไทย แนวโน้มนี้ก็มีความเป็นไปได้มาก อย่างเช่นบริษัทเอ็มเว็บที่มีจุดแข็งทางด้านเนื้อหาจากการกว้านซื้อเว็บไซต์ต่าง ๆ เข้ามาอยู่ในมือมากมาย รวมทั้งยังเข้าไปซื้อหุ้นในบริษัทเคเอสซี อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นบริษัทผู้ให้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตรายใหญ่ในประเทศไทย โดยเป้าหมายของเอ็มเว็บก็คือต้องการจะเป็นแบบอเมริกาออนไลน์ “โมเดลที่เอ็มเว็บต้องการจะเป็นก็คือ อเมริกาออนไลน์” เครก ไวท์ (ผู้จัดการรายเดือน, เมษายน 2543)

การเป็นอย่างอเมริกาออนไลน์นั้นหมายถึงการที่เอ็มเว็บจะต้องมีธุรกิจอินเทอร์เน็ตครบถ้วนในเรื่องของเว็บไซต์ หรือเนื้อหา มีบริการไอเอสพี และอีคอมเมิร์ซ

การมีไอเอสพีก็เพื่อการมีท่อที่จะต่อเชื่อมอินเทอร์เน็ตเข้าสู่เว็บไซต์ หากมีไอเอสพีที่ให้บริการด้วยราคาไม่แพง บริการครอบคลุมไปทั่วประเทศก็ย่อมเป็นผลดีต่อธุรกิจContent หากค่าสมาชิกแพง ต่อสายยาก โอกาสที่คนจะเข้ามาดูเว็บไซต์ก็น้อยลง

ทำนองเดียวกัน หากอยากจะทำให้ตลาดไอเอสพีขยายตัว มีลูกค้ามาก ๆ ก็จำเป็นที่จะต้องมีความหลากหลาย มีเว็บไซต์ให้เลือกดูมาก ๆ

ทั้งหมดนี้จะนำไปสู่เรื่องอีคอมเมิร์ซที่ต้องการคู่สายความเร็วสูง มีความน่าเชื่อถือ มีเว็บไซต์เพื่อสร้างประชาคม สร้างชื่อให้คนมาดูเว็บไซต์มาก ๆ โอกาสที่ขายสินค้าและบริการก็เกิดขึ้น ทั้ง 3 ธุรกิจนี้จึงเกี่ยวเนื่องกันอย่างแยกไม่ออก

นอกจากนี้เอ็มเว็บยังเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับบริษัทชินนี่ในเครือชินวัตร ที่มีจุดแข็งทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร และโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสาร ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่เป็นการรวมตัวกันแบบเอไอแอลและโทมัวร์เนอร์ แต่ก็มีความหมายที่คล้ายคลึงกัน คือการเข้าสู่ตลาดใหม่ ตลาดใหม่ของเอ็มเว็บและชินนี่ก็คือ Wap (Wireless Application protocol) หรือตลาดการส่งผ่านข้อมูลไร้สาย โดยเอ็มเว็บต้องการโครงสร้างพื้นฐานที่ชินนี่ครอบครองอยู่ ขณะที่ชินนี่ต้องการเนื้อหาที่เป็นจุดแข็งของเอ็มเว็บ

นอกจากนั้นบริษัทชิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) ยังได้ร่วมลงทุนกับบริษัทเอ็นทีที คอมมูนิเคชั่นส์(NTT) ผู้ให้บริการโทรคมนาคมรายใหญ่จากประเทศญี่ปุ่น จัดตั้งบริษัทร่วมทุนดำเนินธุรกิจอินเทอร์เน็ตคาต้าเซ็นเตอร์ ที่ให้บริการเข้าใช้โครงข่ายกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต โดยมีเป้าหมายต้องการแบนด์วิธของเอ็นทีทีที่มีอยู่ทั่วโลก ซึ่งจะช่วยทำให้ชิน คอร์ปอเรชั่นมีเครือข่ายทั่วโลก ทำให้เป็น Global Player และช่วยให้ชิน คอร์ปอเรชั่นขยายไปสู่ Global Network ได้

โดยการรุกขยายของธุรกิจโทรคมนาคมต่ออุตสาหกรรมด้านสื่อเป็นตัวแปรที่สะท้อนได้ดีถึงการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น การขยายกิจการอินเทอร์เน็ต และการซื้อกิจการไอทีวีของกลุ่มชิน คอร์ปอเรชั่นคือสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มเหล่านี้ได้อย่างชัดเจน

ซึ่งปัจจุบันบริการเนื้อหาที่บริษัท ชินมีอยู่สามารถใส่เข้าไปในอินเทอร์เน็ต และวิทย์ติดตามตัวได้ทันที โดยในเว็บไซต์ชินบรอดแบนด์คอมพิวเตอร์ดูไอทีวีได้เหมือนกับในโทรทัศน์ และยังในอนาคตเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทำให้เกิดการรวมตัวของสื่อได้ดียิ่งขึ้นก็จะทำให้มีการกระจายของสื่อได้ครอบคลุมมากขึ้น และสามารถสร้างฐานโฆษณา และขายสินค้าเป็นได้

“ต่อไปคนออกจากบ้านจะใช้มือถือของชิน อยู่บ้านดูทีวี อยู่ทำงานก็เล่นอินเทอร์เน็ต” บุญคลี ปลั่งศิริ ประธานกรรมการบริหารบริษัทชินคอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)

เช่นเดียวกับการรุกรายของบริษัทเทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น หรือทีเอ ที่มีทั้ง โทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี และเป้าหมายของทีเอคือ ต้องการ พัฒนาเทคโนโลยีที่จะทำให้อุปกรณ์ปลายทางทุกประเภทสามารถเข้าถึงข้อมูลในอินเทอร์เน็ตได้ รวมทั้งการพัฒนาไปจนถึงการเปิดให้บริการเว็บทีวี

สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า เมื่อความแตกต่างไม่ได้เป็นข้อจำกัดอีกต่อไป สื่อถูกเปลี่ยนแปลงกลายเป็นคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ ผลที่ตามมาจะทำให้อุตสาหกรรมสื่อมวลชนถูกแยกออกเป็น 2 ส่วนคือ ผู้ที่เป็นเจ้าเครือข่ายและผู้ที่เป็นเจ้าของเนื้อหา

ซึ่งในส่วนของเนื้อหาที่กลุ่มธุรกิจหนังสือพิมพ์จะต้องพยายามเร่งหาพันธมิตร หรือการ รวมตัวกับธุรกิจทางด้านสื่อมวลชนอื่น ๆ เพื่อพัฒนาเนื้อหาที่เป็นจุดแข็งของตนเองให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะแนวโน้มการพัฒนาของทั้งอุปกรณ์การสื่อสารในอนาคตที่จะช่วยจำกัดข้อ จำกัดในเรื่องของสถานที่ ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ ทุกเวลาแล้ว รวมทั้งความเร็วในการ ส่งผ่านข้อมูลผ่านเครื่องมือสื่อสารแบบไร้สายก็มีแนวโน้มที่จะมีความรวดเร็วมากขึ้น ทำให้ขนาด ของข้อมูลข่าวสารไม่เป็นอุปสรรคในการเข้าถึงอีกต่อไป องค์กรธุรกิจหนังสือพิมพ์จึงจะต้อง พยายามหาช่องทางในการกระจายข้อมูลเนื้อหาของตนเองให้มากยิ่งขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ที่ การกระจายข้อมูลส่วนใหญ่ยังอยู่ใน 2 แหล่งใหญ่คือ หนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม และหนังสือพิมพ์ ออนไลน์ เพื่อสร้างมูลค่าของเนื้อหาให้มากยิ่งขึ้น

โดยเฉพาะช่องทางทางด้านอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม ซึ่งปัจจุบันองค์กรหนังสือพิมพ์บาง ส่วนได้มีการใช้ช่องทางนี้บ้างแล้วในการกระจายข้อมูลของตนเอง เช่น เนชั่น ให้บริการข้อมูลผ่าน โทรศัพท์มือถือของบริษัทเอไอเอส และบางกอกโพสต์ ให้บริการข่าวสารผ่านโทรศัพท์มือถือของ บริษัทโทเทิล แอคเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด

และด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการสื่อสารเหล่านี้เอง ที่ทำให้บุคคลที่จะก้าวเข้ามาสู่วิชาชีพทางด้านหนังสือพิมพ์ในอนาคตนั้น ควรจะต้องมีความรู้ในเรื่องการจัดการกับข่าวสาร รวมทั้งสามารถดัดแปลงเนื้อหาที่มีอยู่ให้สามารถกระจายตามสื่อต่าง ๆ และสอดคล้องกับลักษณะ ของสื่อแต่ละประเภทได้เป็นอย่างดี

“สื่ออินเทอร์เน็ตได้เปิดกว้างอย่างกว้างขวางที่สุดสำหรับนักข่าวอย่างไม่เคยมีมาก่อน เพราะประสบการณ์ของนักข่าวและบรรณาธิการก็คือ ประสบการณ์ที่มีอยู่ในสังคมอย่างสำคัญในการจัดการกับสาระในอินเทอร์เน็ตที่ดูเหมือนไม่มีประสบการณ์จากอาชีพอื่นที่สามารถนำมาใช้ได้ อย่างใกล้เคียงกับสื่ออินเทอร์เน็ตที่ว่าด้วยการจัดการกับสาระ ไม่เพียงกับข่าวสารในอินเทอร์เน็ต เท่านั้น หากรวมไปถึงเนื้อหาลักษณะอื่น ๆ ในอินเทอร์เน็ตก็ล้วนต้องใช้ประสบการณ์ของการเป็น นักข่าวและบรรณาธิการทั้งสิ้น” วิรัตน์ แสงทองคำ

เช่นเดียวกับแนวความคิดของ Ruth Gerth บรรณาธิการของสำนักข่าว AP ที่กล่าวว่า “ในยุคของเทคโนโลยีที่เติบโตอย่างรวดเร็ว เราต้องการบุคคลที่มีความสามารถและทักษะความ

ชำนาญในการทำงานในรูปแบบเก่า รวมทั้งทักษะที่จำเป็นในอนาคตข้างหน้า ซึ่งจะต้องสามารถทำงานในการจัดการกับวังวนของข่าวสารที่มีอยู่อย่างมากมาย ทั้งข้อความ รูปภาพ กราฟิก เสียง และวิดีโอซึ่งประกอบรวมกันเป็นมัลติมีเดียได้”

นอกจากนั้นในส่วนของสถาบันการศึกษาก็ควรที่จะมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วด้วย โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนในส่วนของทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันมีเพียงมหาวิทยาลัยรังสิตที่มีการเรียนการสอนในการให้นักศึกษาได้จัดทำหนังสือพิมพ์ออนไลน์ นอกจากนี้มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ก็มีโครงการที่จะเปิดสอนระดับปริญญาโททางด้านไอทีในภาควิชาวิทยาศาสตร์ในภาคการศึกษา 2544 ด้วย โดยจะเน้นทั้งในด้านการปฏิบัติคือการเรียนรู้ทักษะต่าง ๆ ทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต รวมทั้งทางด้านทฤษฎีคือ ทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต การวางแผนธุรกิจอีคอมเมิร์ซ เป็นต้น

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันแนวโน้มในด้านนี้จะยังไม่เกิดขึ้นในองค์กรสื่อหนังสือพิมพ์ แต่ในอนาคตด้วยจุดแข็งทางด้านเนื้อหาของสื่อหนังสือพิมพ์อาจจะมีการรวมตัวหรือเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับสื่ออื่น ๆ อย่างเช่น โทรทัศน์หรือเว็บไซต์ทางด้านอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางใหม่ในการกระจายเนื้อหาและส่งเสริมการนำเสนอซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งเป็นการก้าวเข้าสู่การแข่งขันในตลาดใหม่ คือ ตลาดแห่งยุคข้อมูลข่าวสารดิจิทัล

ส่วนการหารายได้นั้นแนวโน้มในอนาคตการโฆษณาบนเว็บไซต์ก็คงจะเป็นรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยมีการให้บริการทางด้านข่าวสารอื่น ๆ เช่น การให้บริการข่าวสารเฉพาะบุคคล การให้บริการฐานข้อมูลเพื่อสืบค้น การขายข่าว และการรับสมัครสมาชิก เป็นรายได้ที่เป็นส่วนเสริม

อินเทอร์เน็ตอาจจะทำให้อ่านางที่อิงกับเครื่องมือข่าวสารลดลง เพราะเมื่อมีช่องทางการสื่อสารมากขึ้น อ่านางของสื่อก็จะลดลงโดยอัตโนมัติ ในอนาคตผู้ที่ครอบครองสื่อจะมีบทบาทลดลง แต่อ่านางจะย้ายไปอยู่ที่การจัดการข้อมูลและผู้ที่สามารถหยิบจับข้อมูลมาจัดการได้เหมาะสม เช่น Yahoo ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมรายชื่อของเว็บไซต์ต่าง ๆ มาจัดเป็นหมวดหมู่ แล้วมีบริการสืบค้นตามที่คุณต้องการ ทำให้มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก ส่งผลให้ Yahoo ได้รับความนิยมและสามารถจะขายพื้นที่โฆษณาได้

เช่นเดียวกับการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคต อาจจะมีองค์กรที่เป็นผู้รวบรวมข่าวสารและข้อมูลจากสื่อมวลชนต่าง ๆ มาไว้ในที่เดียวกัน แล้วมีเครื่องมือสืบค้น เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเลือกดูข่าวได้ตามความพอใจของแต่ละคน และอาจจะมีการสร้างรายได้จากการเก็บค่าสมาชิกหรือการขายพื้นที่โฆษณา ตัวอย่างเช่นเว็บไซต์ Thaicast ของ Ksc และเว็บไซต์ Intercast ของ Loxinfo ในขณะที่องค์กรสื่อมวลชนแต่ละแห่งยังมีการจัดทำเว็บไซต์ของตนเองเช่นเดียวกัน

ส่วนการแข่งขันในอนาคตคงมีการแข่งขันที่มากกว่าในปัจจุบันมาก โดยเฉพาะในส่วนของ การแข่งขันเพื่อดึงดูดโฆษณาให้เข้ามาลงในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ ในอนาคตเมื่ออินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมมากขึ้น เอเจนซี่หรือบริษัทที่ต้องการลงโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตก็อาจจะหันมา โฆษณาบนเว็บไซต์แทนที่สื่อเดิมหรือการตีงบประมาณส่วนหนึ่งที่ลงในสื่อเดิมนั้นมาลงบนอิน เทอร์เน็ตมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสื่อที่มีอยู่เดิมแน่

โดยในปัจจุบันก็เริ่มที่จะเห็นแนวโน้มในส่วนนี้แล้ว เช่นในกลุ่มเนชั่นที่มีฐานสิ่งพิมพ์ใน เครือมากมายได้มีการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในอนาคตเมื่อการเติบโตของอินเทอร์เน็ตอาจ สร้างผลกระทบต่อภัยรายได้หลักขององค์กรคือ รายได้จากการโฆษณาสิ่งพิมพ์ในเครือโดยการเข้า ไปร่วมมือกับเว็บไซต์ Pantip.com ในการเข้าไปหาโฆษณาให้กับเว็บไซต์นี้ ในขณะเดียวกันก็ขยาย ฐานการหารายได้เข้าสู่อินเทอร์เน็ตมากขึ้น นอกเหนือจากการสร้างเว็บไซต์สิ่งพิมพ์และธุรกิจต่าง ๆ ในเครือเนชั่นแล้ว ยังมีการสร้างเว็บไซต์ขึ้นใหม่คือ Thailand.com เพื่อเข้ามาทำธุรกิจบนอิน เทอร์เน็ตโดยเฉพาะ

เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ที่เปิดโอกาสให้บริษัทเอ็มเว็บได้เข้ามาร่วมในการพัฒนา เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของตน รวมทั้งให้เอ็มเว็บเป็นพันธมิตรในการหาโฆษณามาลงใน เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์ด้วย

นอกจากนี้แนวโน้มในอนาคตอาจมีการรวมตัวของสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อหารายได้ทั้งจากการ ขายข้อมูลหรือโฆษณาเหมือนในต่างประเทศที่มีการรวมตัวกันของหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ในการ สร้างเป็นเครือข่ายการโฆษณาเพื่อเจาะให้ถึงกลุ่มเป้าหมายที่เจาะจงและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ที่ต้องการได้ง่ายขึ้น เช่นเดียวกับการร่วมมือของหนังสือพิมพ์ออนไลน์หลาย ๆ ฉบับที่สร้างเครือ ข่ายโฆษณาการสมัครงานขึ้น อย่างในสหรัฐอเมริกาที่มีการรวมตัวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จัดตั้ง Careerpath และ AdOne Classified Network ขึ้นมาเพื่อเป็นแหล่งเชื่อมโยงระหว่างผู้จ้างงานและ ผู้ที่กำลังหางานให้มาพบกัน

ประวัติผู้วิจัย

นายเกรียงไกร ทวีโชติกิจเจริญ เกิดเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2519 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวารสารศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในปี พ.ศ.2540

หลังจากนั้นได้เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2541