

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความเจริญด้านเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันของคนเรามาก การเกิดเครื่องมือการสื่อสารที่ใช้ในการประกอบกิจการงานมากมาย เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ วิทยุติดตามตัว นอกจากนี้ในยุคที่เราเรียกว่า “ยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ” (Information Age) ได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารระบบดาวเทียม เคเบิลใยแก้วนำแสง รวมทั้งเทคโนโลยีซีดี-รอม และเทคโนโลยีหลายสื่อ (Multimedia) ด้วยอุปกรณ์ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็ก ทั้งไมโครชิพ และไมโครโปรเซสเซอร์ ส่งเสริมให้ระบบต่างๆ ทำงานได้เร็วขึ้น

นอกเหนือจากนั้นการพัฒนาอุปกรณ์ต่อเนื่องเพื่อเสริมความสามารถในการทำงานได้อย่างเต็มรูปแบบ เช่น อุปกรณ์ชุดหลายสื่อ (Multimedia) คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก หรือ แฟกซ์โมเด็ม เป็นต้น เทคโนโลยีต่างๆ เหล่านี้จะช่วยเสริมการส่งข้อมูลข่าวสารเป็นไปในลักษณะที่รวดเร็วมากขึ้น ที่สำคัญในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศนั้นยังมีการพัฒนาระบบการเชื่อมโยงข้อมูลที่เราเรียกว่าระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Computer Networking) ซึ่งถูกสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ทางด้าน การสื่อสาร และเชื่อมโยงทรัพยากรต่างๆ ที่เต็มไปด้วยข้อมูล และกระแสนการตื่นตัวต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

ดร.บวร ปภัสราทร อาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กล่าวถึงประโยชน์ของระบบอินเทอร์เน็ตว่า ¹ “เราไม่สามารถปฏิเสธประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต มันเป็นนวัตกรรมอำนวยความสะดวกเหมือนโทรศัพท์หรือวิทยุ ครั้งหนึ่งในอดีต โทรศัพท์เคยเป็นเทคโนโลยีสื่อสารทันสมัยที่สุด ซึ่งในขณะนี้แม้ว่าวิทยุเป็นสื่อที่แพร่หลายได้ทำหน้าที่เป็นตัวกลางเผยแพร่ข้อมูล แต่สื่อโทรศัพท์เองก็ก้าวเข้ามาเป็นเครื่องมือสื่อสาร อิเล็กทรอนิกส์ที่จำเป็นสำหรับหลายครัวเรือน

¹ “รู้จักอินเทอร์เน็ตจากสื่อออนแอร์” ,ผู้จัดการรายวัน ,12 ส.ค. 2539 , หน้า 17.

ปัจจุบันเมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูลอักษรและภาพเคลื่อนไหวผ่านสารโทรทัศนพัฒนาขึ้นจนสามารถเชื่อมต่อกันได้ทั่วโลกเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจึงเข้ามามีบทบาท ซึ่งนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายรวมทั้งในสังคมไทย แต่ขณะนี้ยังจำกัดอยู่ในกลุ่มชนชั้นสูงหรือผู้มีฐานะเพราะอินเทอร์เน็ตยังเป็นเทคโนโลยีชนิดใหม่ที่คนส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักดีพอประกอบกับเป็นสื่อที่ต้องอาศัยต้นทุนที่สูงพอสมควรในการซื้อหาหรือนำเข้ามาใช้”

สำหรับที่มาและการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยนั้น ส่วนหนึ่งมาจากกรอบแนวคิดของรัฐบาลซึ่งเริ่มมาตั้งแต่สมัยรัฐบาลของนายชวน หลีกภัย ในช่วงปี พ.ศ.2537² และได้มีการก่อตั้งหน่วยงานเกี่ยวกับนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือเนคเทค (NECTEC) ซึ่งนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศกับการพัฒนาประเทศเชื่อมั่นว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology –IT) จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยได้ ดังตัวอย่างจากหลายประเทศ ที่ได้รับการลงทุนในเทคโนโลยีในอัตราสูงตลอดรอบทศวรรษที่ผ่านมา

คณะกรรมการนโยบายเทคโนโลยีแห่งชาติ ถือว่าเป็นหน่วยงานหนึ่งที่สนับสนุนและสร้างความแข็งแกร่งแก่การพัฒนาอุตสาหกรรมสารสนเทศภายในประเทศ ดังที่คณะกรรมการชุดดังกล่าวระบุเขียนไว้ในเอกสาร ไอที 2000 โดยกำหนดเป็นนโยบายและเป้าหมายที่จะสนับสนุนให้เกิดความแพร่หลายของระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งประกอบไปด้วย การส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาและเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยแผนลงทุนที่ต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นวิทยาด้านฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ เครือข่ายสารสนเทศ สื่อรูปแบบต่างๆ จนถึงกระบวนการผลิตและให้บริการ รวมถึงสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจด้วยมาตรการภาษีและการเงิน แหล่งเงินทุน การจัดจ้างบริษัททั้งใหญ่และเล็กในโครงการต่างๆ ของรัฐเพื่อให้เอกชนมีบทบาทและส่วนร่วมอย่างเด่นชัดในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศทุกด้าน ส่งเสริมให้เอกชนมีส่วนร่วมในการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศทุกด้าน การผลิตอุปกรณ์ให้บริการสารสนเทศ การสร้างสื่อรูปแบบต่างๆ การวิจัยและการพัฒนา การถ่ายทอดเทคโนโลยี การฝึกอบรมและสร้างบุคลากรที่จำเป็น รวมทั้งส่งเสริมให้ภาคเอกชนลงทุนในการจัดการและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างกว้างขวางควบคู่กันไปด้วย

² “ไอที 200 นโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ” ,สำนักงานเลขานุการ คณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ ,2540 ,หน้า 22.

ภาระกิจที่คณะกรรมการนโยบายเทคโนโลยีแห่งชาติให้การสนับสนุนเกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศขั้นพื้นฐานประกอบไปด้วย บริการโทรศัพท์ และโครงสร้างคมนาคมต่าง ๆ ชนิดความเร็วสูงที่เชื่อมทุกส่วนของประเทศ เสมือนเป็นถนนที่ผู้คนใช้ขนส่งสินค้า และมีไว้เพื่อทุกคนและเข้าถึงได้ทุกคน ซึ่งนโยบายสนับสนุนดังกล่าวคือแรงผลักดันให้เกิดเทคโนโลยีสารสนเทศในประเทศ ซึ่งระบบอินเทอร์เน็ตเองคือส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่รัฐบาลผลักดันให้เกิดขึ้นในประเทศไทย

สำหรับอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์การเกิดขึ้นของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตคือช่องทางใหม่ที่ให้บริการอันเป็นประโยชน์ทางการสื่อสาร โดยระบบแล้วเราสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อด้านข่าวสาร ความบันเทิง โฆษณาประชาสัมพันธ์ ตลอดจนทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลสามารถโต้ตอบแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันได้โดยผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ดร.สมชาย ภคภาสวณิช นักวิชาการและอาจารย์ประจำคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวว่า การขยายตัวของเทคโนโลยีโทรคมนาคม ซึ่งจะทำให้การติดต่อสื่อสารตลอดจนการให้ข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว และทั่วถึง และสร้างแรงกดดันให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ซึ่งแรงกดดันดังกล่าวจะทำให้สื่อหรือธุรกิจสิ่งพิมพ์จำเป็นต้องขยายสายผลิตภัณฑ์ (Product Line) หรืออีกทางหนึ่งคือเข้าสู่ธุรกิจมีเดีย (Media Industry) และอีกทางหนึ่งคือเข้าสู่ธุรกิจสารสนเทศ (Information)

โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเกิดขึ้นของระบบอินเทอร์เน็ต ก็เป็นกระแสหนึ่งที่จะได้รับความนิยมอย่างมากในเวลาอันรวดเร็ว และผลักดันให้ผู้ประกอบการธุรกิจสิ่งพิมพ์ต้องเร่งขยายเครือข่ายเข้าไปในระบบอินเทอร์เน็ต เพราะนอกจากอินเทอร์เน็ตจะเป็นช่องทางที่ผู้ใช้จะได้ข้อมูลข่าวสารที่มีฐานข้อมูลครอบคลุมทั่วโลกแล้ว การนำเสนอข่าวสารยังเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้หนังสือพิมพ์รายวันต้องเผชิญกับคู่แข่งที่สามารถนำเสนอข่าวสารเร็วกว่าลึกกว่าเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง นอกเหนือจากคู่แข่งเดิมคือวิทยุและโทรทัศน์³

³ สมชาย ภคภาสวณิช ,คิดเชิงกลยุทธ์,กรุงเทพ 2539.

นายไพศาล ศรีจรัสจรรยา กรรมการผู้จัดการ บริษัทสยามโพสต์ จำกัด ในฐานะตัวแทนอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทย กล่าวว่า “ในเวลานี้อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ ได้พบกับอุปสรรคมากมาย โดยเฉพาะในปีพ.ศ. 2540 โดยมี 3 ปัจจัยหลัก คือ ราคาต้นทุนของสิ่งพิมพ์เพิ่มขึ้น รายได้จากโฆษณาที่ซบเซาและคู่แข่งที่มีจำนวนมากขึ้น ทั้งหนังสือพิมพ์ไทยและอังกฤษ

สำหรับอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทยในปัจจุบัน ใช้กระดาษประมาณ 300,000 ตันต่อปี โดยส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ เพราะการร่วมทุนระหว่างไทยกับเกาหลีเพื่อผลิตกระดาษภายในประเทศเมื่อต้นปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2540) นั้น สามารถผลิตได้ในจำนวนน้อยกว่า 1 ใน 3 ของปริมาณความต้องการทั้งหมด ขณะที่เยื่อกระดาษที่นำมาใช้ในการผลิตกระดาษหนังสือพิมพ์ก็ไม่ได้มีราคาถูกกว่ากระดาษหนังสือพิมพ์ที่สั่งซื้อเข้ามา จนทำให้ค่าใช้จ่ายสำหรับกระดาษพิมพ์โดยรวม ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายในการผลิตทั้งหมดเพิ่มสูงขึ้น จากเดิมมากกว่าร้อยละ 40

ขณะเดียวกัน แม้การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ในปี 2539 จะมีประมาณ 1 หมื่นล้านบาท เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 12.7 ของปีที่ผ่านมา แต่ในปี 2540 ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเริ่มชะลอตัวอย่างเห็นได้ชัด ทำให้อัตราโฆษณาลดลงกว่าร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และคาดว่าอัตราการเติบโตของโฆษณาจากนี้ไป 2-3 ปี จะอยู่ในเกณฑ์ต่ำเมื่อเทียบกับ เมื่อ 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งอัตราการเติบโตเฉลี่ยถึงร้อยละ 25-30 ต่อปี

ถ้าพิจารณาภาพรวมธุรกิจสิ่งพิมพ์ในอนาคตแนวโน้มการขยายตัว คงเป็นไปได้ยาก เนื่องจากปัจจัยความซบเซาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งคาดว่าจะกินเวลายาวนานถึง 2-3 ปี (พ.ศ.2541-2543) จะทำให้อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ต้องพยายามประคองตัวเอง อาจจะต้องเลือกวิธีการลดค่าใช้จ่ายบางส่วนรวมทั้งลดจำนวนพนักงาน”⁴

อย่างไรก็ตามบริษัทที่เป็นผู้นำทางด้านการพิมพ์ของไทยยังคงมุ่งมั่นและขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางด้านการผลิตหนังสือพิมพ์ เนื่องจากเชื่อว่ายังมีช่องว่างเพียงพอสำหรับการเติบโต แต่ในช่วงเดียวกันก็เร่งสร้างธุรกิจใหม่ๆ นั้นหมายความว่า บางทีจุดหมายที่แตกต่างมากที่สุดคือ การผันแปรตัวเองเข้าสู่สื่อสารข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นทิศทางเดียวกับประเทศทางตะวันตกกำลังทำอยู่

⁴ หนังสือพิมพ์สยามโพสต์ , 25 ธ.ค. 2539 , หน้า 2.

เนื่องจากผลของการเกิดขึ้นของระบบอินเทอร์เน็ต กลายเป็นช่องทางใหม่ที่สามารถส่งผ่านข้อมูลข่าวสารได้สะดวกรวดเร็วและสามารถดำเนินธุรกรรมต่างๆได้ไม่แพ้การประกอบธุรกิจหนังสือพิมพ์ ซึ่งโดยคุณสมบัติเฉพาะของอินเทอร์เน็ต นั้น ถือได้ว่าเป็นเทคโนโลยีใหม่ที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมสื่อสาร ซึ่งบรรดากลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ได้มีการนำระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามายังองค์กรโดยแบ่งออกเป็น วัตถุประสงค์คือ เพื่อใช้บริการ เช่นใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางส่งข้อมูลข่าวสาร , ใช้เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นของบุคคลหรือหน่วยงานต่างๆรวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ระหว่างบุคคล , เป็นเครื่องมือช่วยในการค้นหาข้อมูล เช่นค้นหาข้อมูลจากบริษัท ห้างร้าน หน่วยงานราชการ ห้องสมุด ต่างๆ ทั่วโลก , ใช้บริการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่เรียกว่า E-mail

นอกจากนั้นการเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตของกลุ่มผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์ ยัง วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ อันประกอบไปด้วย รายได้ค่าสมาชิก ซึ่งผู้ให้บริการจะได้รับค่าธรรมเนียมแรกเข้าจากสมาชิกและค่า ธรรมเนียมรายเดือนจากการใช้เครือข่ายของสมาชิก , รายได้จากค่าบริการเพิ่ม ซึ่งในสหรัฐอเมริการายได้จากการคิดค่าบริการเพิ่มเป็นรายได้ที่สำคัญของผู้ให้บริการเลยทีเดียว บริการเหล่านี้เช่น ข้อมูลทางการเงิน ข้อมูลทางธุรกิจ ข่าวการเรียนแบบออนไลน์ (online) เกมส์ การตอบปัญหา ฯลฯ , การหารายได้ค่าบริการจากการตั้งแม่ข่ายย่อย อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการให้บริการองค์กรในการตั้งแม่ข่ายอินเทอร์เน็ตขึ้นในบริษัทของตนเอง โดยการให้บริการในลักษณะนี้จะให้รายได้ดีกว่าการเก็บค่าสมาชิกรายบุคคล , การให้เช่าเพื่อตั้งเว็บไซต์ เป็นการให้เช่าเนื้อที่ในแม่ข่ายเพื่อให้บริการเว็บไซต์ไว้ได้เว็บ ในการสร้างภาพพจน์หรือให้บริการข้อมูลเพื่อการโฆษณาบริษัทอย่างเดียว ซึ่งบริษัทผู้เช่าจะจ่ายค่าเช่าตามระยะเวลา โดยค่าใช้จ่ายจะต่ำกว่าการตั้งแม่ข่ายเอง , การขายโฆษณา ผู้ให้บริการจะใช้วิธีการขายเนื้อที่โฆษณา แบบเดียวกันกับการขายโฆษณาของหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

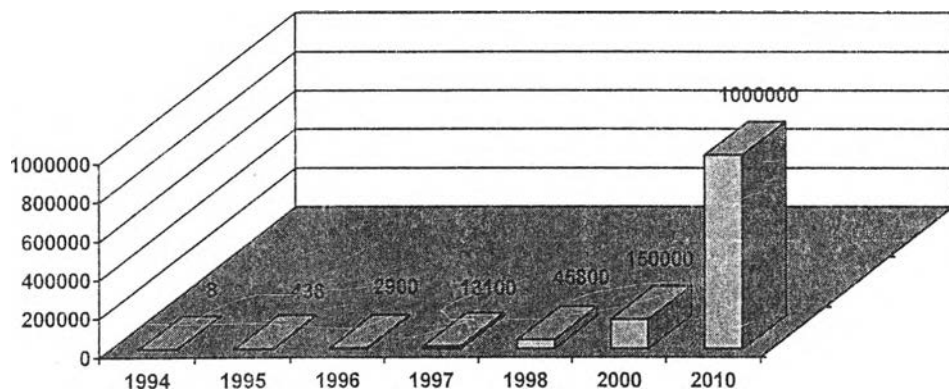
นอกจากนี้ผู้ประกอบการสิ่งพิมพ์อีกกลุ่มหนึ่งทำการเช่าเว็บไซต์ หรือเปิดโฮมเพจของตัวเองนั้น จะมีวัตถุประสงค์เพียงแค่ต้องการโฆษณาบริษัท หรือสร้างภาพพจน์ ให้เป็นที่รู้จักของสาธารณะชนเท่านั้น ส่วนรายได้ที่มาจากมาให้เช่าพื้นที่โฆษณานั้น ถือเป็นเพียงผลพลอยได้

จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบทั้งสองอย่างที่กล่าวมาเป็นตัวกระตุ้นให้อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ มองเห็นช่องทางในการปรับตัว ซึ่งในต่างประเทศโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกานั้น อิทธิพลของระบบอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการปรับตัวของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ ค่อนข้างมาก

จากการรายงานของ นิตยสารเอเชียวิก⁵ ซึ่งให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างอินเทอร์เน็ตกับอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ที่มีแนวโน้มการปรับตัวอย่างชัดเจน โดยผลการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดประชากรชาวอินเทอร์เน็ตมีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 6.6 ล้านรายใน 150 ประเทศทั่วโลก โดยในเอเชียมีสมาชิกประมาณ 1.5 ล้านราย ในจำนวนนี้ 2 ใน 3 อยู่ในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งได้มีผู้ประมาณการว่า ในแต่ละเดือน จะมี พีซี (personal computer) จำนวน 150,000 เครื่องพุ่งต่อเข้ากับอินเทอร์เน็ต และในทุก ๆ 53 วันจะมีเว็บไซต์เพิ่มขึ้นเป็นสองเท่า ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันได้ว่าบริการอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น

และท่ามกลางกระแสสังคมสารสนเทศนี้เอง ธุรกิจสิ่งพิมพ์หลายแห่งได้ก้าวเข้าสู่การปฏิวัติตัวเองครั้งใหญ่ จากข้อมูลที่พิมพ์ในนิตยสาร “เอเชีย วิก” ซึ่งให้เห็นว่า ตลาดอินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ทั่วโลกมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดทุกปี จากปีค.ศ.1994 (พ.ศ.2537) ซึ่งมีมูลค่ารวมทั้งสิ้นเพียง 8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นเป็น 436 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปีค.ศ.1995 (พ.ศ.2538)

M.dollars



แผนภาพแสดงการขยายตัวของมูลค่าตลาดของอินเทอร์เน็ต

ที่มา : เอเชียวิก

และสำหรับปีค.ศ. 1996 (พ.ศ.2539) คาดว่ามูลค่าตลาดรวมจะเพิ่มขึ้นเป็น 2,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และจะเพิ่มขึ้นอีกเป็น 45,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปีค.ศ. 1998 (พ.ศ.2541) โดยจากสถิติการขยายตัวของมูลค่าตลาดดังกล่าว ได้มีการประมาณการไว้ว่าในปี 2000 ตลาดอินเทอร์เน็ตทั่วโลกน่าจะมีมูลค่าถึง 150,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,000,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2010 (พ.ศ.2552)

⁵“อินเทอร์เน็ต ชุมคลังทางปัญญาโลกไร้พรมแดน”, คู่แข่งธุรกิจ , 17 มิ.ย.2539, หน้า พิเศษ 8.

ด้วยตัวเลขการขายตัวของตลาดอย่างรวดเร็ว จึงเป็นสิ่งจูงใจให้ธุรกิจสิ่งพิมพ์ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการขายข้อมูลข่าวสารมุ่งเป้าหมายที่จะใช้พื้นที่ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างแหล่งรายได้ใหม่ให้เกิดขึ้นในอนาคต และปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นสื่อชนิดใหม่ที่เป็นที่นิยมมากในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ของสหรัฐอเมริกา

นายเนล บัต คอลัมน์นิสต์หนังสือพิมพ์ดิเอเชียนวอลล์สตรีทเจอร์นัล ระบุว่าหนังสือพิมพ์ในอเมริกาประมาณ 370 ฉบับซึ่งรวมถึงหนังสือพิมพ์ยักษ์ใหญ่หลายฉบับ อาทิ เดอะนิวยอร์กไทม์ ยูเอสเอทูเดย์ ดิวอลสตรีทเจอร์นัล และเดอะวอชิงตันโพสต์ ต่างก็มีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง และเสนอข่าวสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต โดยมีผู้อ่านมากกว่า 40,000 คนที่รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ฉบับดังกล่าวผ่านจอคอมพิวเตอร์ กับจำนวนสื่อที่เข้าอินเทอร์เน็ตมากขึ้น แต่ละฉบับจึงต้องแข่งขันกันด้านเนื้อหาหลายร้อยไซด์ และนำเสนอหลายรูปแบบด้วยกัน ทั้งข่าวทั่วไปแล้วยังมีข่าวกีฬา แมกกาซีน และบทความพิเศษ หรือบทความเกี่ยวกับธุรกิจการค้า เป็นต้น⁶

ความเป็นที่นิยมของอินเทอร์เน็ต ได้ทำให้เกิดการทำหายอย่างใหญ่หลวงสำหรับนักหนังสือพิมพ์ ในขณะที่แหล่งข้อมูลด้านข่าวสารมีให้ผู้อ่านได้เลือกมากขึ้นเป็นเท่าทวีคูณ และการแข่งขันที่จะเสนอข่าวก็รุนแรงมากขึ้น ฉะนั้นความสามารถที่นักหนังสือพิมพ์ต้องการก็คือการเร่งความเร็วในการเสนอข่าวให้ทันต่อผู้อ่านให้มากที่สุด

ในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้เกิดวิชาชีพใหม่ขึ้นมาสนองความต้องการของอินเทอร์เน็ต นั่นคือ “ผู้สื่อข่าวออนไลน์” ซึ่งจะทำการรายงานข้อมูลข่าวสารได้ในเวลาที่เหตุการณ์เกิดขึ้น (Real Time) อย่างรวดเร็ว และกำลังเป็นที่ยอมรับในวงการสื่อสหรัฐ

แต่ทั้งนี้ ยังคงเป็นที่ถกเถียงของกลุ่มคนที่อยู่ในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ว่าระหว่างสิ่งพิมพ์แบบเล่มกับหนังสือพิมพ์ดิจิทัล ที่ต่อสายตรงเข้าระบบอินเทอร์เน็ตควรเลือกทิศทางใด เพราะหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ระบบอินเทอร์เน็ต สามารถดำเนินธุรกรรมได้เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ธรรมดา เช่นสามารถขายโฆษณา ขายสมาชิก คิดค่าบริการดั่งที่กล่าวมา

⁶“แนวโน้มสื่อเอเชียเปลี่ยนแปลงมุ่งตลาดออนไลน์ตามอย่างอเมริกา” ,ฐานเศรษฐกิจ ราย 3 วัน , 17 ก.ค.2539, หน้า 11.)

อย่างไรก็ตามในประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างสหรัฐอเมริกา หนังสือพิมพ์จำนวนมากต่างยอมรับว่าระบบอินเทอร์เน็ตเป็นนวัตกรรมใหม่ที่มีการยอมรับอย่างแพร่หลาย และเป็นไปอย่างรวดเร็ว จะเห็นได้ว่า เวลานี้มีสิ่งพิมพ์กว่า 450 แห่ง ได้หันไปหาทางเลือกใหม่ด้วยการเสนอสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้อ่านในเน็ตเวิร์ค เฉพาะเครือข่ายคอมพิวเตอร์ COMPU SERVE อย่างเดียวก็นิตยสารถึง 200 ฉบับ และหนังสือพิมพ์อีก 50 ฉบับ⁷ จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่ธุรกิจหนังสือพิมพ์จะผลักดันตัวเองไปสู่ธุรกิจสื่ออิเล็กทรอนิกส์บนเวปไซด์ไว้แล้ว

นายไมลส์ โกรฟส์ หัวหน้านักเศรษฐศาสตร์ของสมาคมนักหนังสือพิมพ์อเมริกา กล่าวว่า ภาวะถดถอยตั้งแต่ช่วงปีพ.ศ. 2534 ถึงปัจจุบัน (พ.ศ.2540) ทำให้หนังสือพิมพ์สูญเสียรายได้ จากโฆษณาไปถึงร้อยละ 6 เป็นเหตุสำคัญที่ทำให้กำไรของกลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์ตกต่ำลง ขณะที่ต้นทุนการผลิตก็สูงขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้ก็เพราะราคากระดาษพิมพ์เพิ่มขึ้นประมาณ 2 เท่าตัว และผลจากการที่ราคากระดาษเพิ่มขึ้นทำให้หนังสือพิมพ์หลายฉบับต้องปรับกลยุทธ์และแผนการตลาด บ้างก็ขึ้นราคาประมาณร้อยละ 10-50 บ้างก็ลดคนงานเพื่อเป็นการประหยัดต้นทุน

8

นายเวโรนีส โซห์เรอร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อของธนาคารนิวยอร์ก อินเวสเมนต์ แบงก์ กล่าวว่า ซึ่งการขึ้นราคาหนังสือพิมพ์เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ トラบไตที่ราคากระดาษยังคงขึ้นราคา แต่เป็นที่น่าวิตกมากกว่านั้นคือ ในระยะยาวอนาคตของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ มีแนวโน้มไม่ค่อยจะสดใส อันเนื่องมาจากภาวะถดถอยทางด้านเศรษฐกิจโดยเฉพาะในแถบเอเชีย ซึ่งได้รับผลกระทบด้านธุรกิจการเงิน อาจจะมีผลกระทบต่อยอดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ที่ผลิตออกมามียอดจำหน่ายที่ลดลง ยิ่งไปกว่านั้นการปฏิวัติเทคโนโลยีการสื่อสารเข้าสู่ระบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร คือสัญญาณเตือนภัยที่น่ากลัวของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ อีกทั้งการปฏิวัติรายการข่าววิทยุและโทรทัศน์ก็เป็นเหตุผลที่หนุนให้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ช้าและล้าสมัย⁸

⁷ “ปิดฉากหนังสือพิมพ์กระดาษ:สู่โลกสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ไซเบอร์สเปซ” ,ผู้จัดการรายวัน ,1 มิ.ย. 2539 ,หน้า 33.

⁸ “หนังสือพิมพ์สื่อเก่าแก่ไม่มีวันตาย” ,กรุงเทพธุรกิจ ,19 ธ.ค.2539 , หน้า 33.

⁹ “อนาคตธุรกิจสิ่งพิมพ์ไทย” , คู่แข่งธุรกิจรายวัน, 3 ก.ค.2540,หน้า พ.6.

ในต่างประเทศ ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำข่าวของนักข่าวเช่นกัน ผลมาจากการมีระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ จะเห็นได้ชัดเจนว่า อินเทอร์เน็ตคือแหล่งข้อมูลแหล่งใหม่ที่พวกเขาสามารถนำมาใช้ในการเขียนข่าวและแสวงหาข่าว แต่สำหรับอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทยในยุคการแข่งขันเสรีนั้น เมื่อดำเนินมาถึงยุคเศรษฐกิจตกต่ำ(พ.ศ.2539-2540) ทำให้ธุรกิจหนังสือพิมพ์ต้องประกอบตัวเอง โดยพยายามลดต้นทุนในทุกๆ ด้าน แต่ขณะเดียวกันหลายบริษัทก็ยังเชื่อมั่นว่าความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศยังมีความสำคัญและจำเป็นต่อธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์อีกจำนวนหนึ่งที่มีมองว่ากระแสความนิยมของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ต้องเกิดขึ้นอย่างแน่นอนในประเทศไทย ซึ่งคุณสุทธิชัย หยุ่น บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น กล่าวว่า ความเป็นหลายสื่อหรือ Multimedia ของอินเทอร์เน็ตยังก้าวต่อไปในสังคมได้ และสำหรับกลุ่มเนชั่น ซึ่งเพิ่งจะเปลี่ยนชื่อจาก Nation Group เป็น Nation Multimedia Group เพื่อให้สอดคล้องกับกิจกรรมที่พุ่งเป้าไปข้างหน้า ก็จะทำให้การพัฒนาการนำเสนอไปโดยไม่หยุดอยู่เพียงเท่านั้น แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมจะยังไม่เอื้ออำนวยก็ตาม¹⁰

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์ของไทยส่วนหนึ่ง ยังมีความเชื่อในระบบอินเทอร์เน็ต และมองอนาคตว่าอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ในอนาคตต้องปรับเปลี่ยน อันหมายถึงการปรับตัวของคนทำข่าวเพราะเมื่อสื่อกลายเป็น Multimedia คนทำข่าวและนักสื่อสารมวลชนก็ต้องการเป็น Multimedia Journalist ซึ่งกำลังเพิ่มบทบาทมากขึ้น ผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์หลายแห่งให้ความสนใจ และเตรียมพร้อมที่จะเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตโดยมีธุรกิจสิ่งพิมพ์ที่ประกาศเปิดตัวไปแล้ว 7 แห่งด้วยกันคือ บางกอกโพสต์ เดอะเนชั่น-กรุงเทพฯธุรกิจ บิซิเนสเดย์ ผู้จัดการ วัฏจักร สยามธุรกิจ คู่แข่ง นอกจากนี้ยังมีอีกหลายค่ายต่างก็ศึกษาเพื่อหาช่องทางเข้าสู่อินเทอร์เน็ตในอนาคต โดยการเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตของกลุ่มสิ่งพิมพ์ไทยที่เกิดขึ้นมีลักษณะการเข้าสู่เครือข่าย 2 ลักษณะใหญ่ๆคือ

1. การเปิดให้บริการในลักษณะของการเป็น อินเทอร์เน็ตเซอร์วิสโพรไวเดอร์ หรือไอเอสพี ซึ่งเป็นการให้บริการแบบครบวงจร ตั้งแต่ขั้นตอนการติดตั้งอุปกรณ์จนถึงการให้บริการซ่อมบำรุงและการออกแบบโฮมเพจ กลุ่มสิ่งพิมพ์ที่เข้ามาดำเนินการในลักษณะนี้จะมีการตั้งเป็นบริษัทใหม่ขึ้นมา นอกจากจะให้บริการทั่วไปแล้ว ยังดำเนินการนำสิ่งพิมพ์ต่างๆในเครือเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตซึ่งได้แก่กลุ่มวัฏจักร , กลุ่มเอ็มกรุป , กลุ่มคู่แข่ง

¹⁰ สุทธิชัย หยุ่น , “คอลัมน์ก้าแฟด้า” , กรุงเทพฯธุรกิจ , 16 มิ.ย.2540, หน้า 2.

2. เปิดรูม (room) หรือเข้าโฮมเพจ (homepage) เป็นของตัวเองเพื่อเป็นช่องทางธุรกิจบนระบบอินเทอร์เน็ตโดยมีการเสนอเนื้อหาในสิ่งพิมพ์ลงในโฮมเพจ

ทั้งนี้ผู้ประกอบการแต่ละรายมีเป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินการแตกต่างกัน ดังนั้นการเข้าสู่อินเทอร์เน็ตของสื่อสิ่งพิมพ์ของไทยจึงออกมาในรูปแบบที่แตกต่างกันตามนโยบายของผู้บริหารหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ และต้นทุนในการดำเนินการ

สำหรับประเทศไทย เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต นับว่าเป็นเรื่องใหม่และมีการยอมรับและไม่ยอมรับ ขณะที่หนังสือพิมพ์หลายฉบับเปิดรับอินเทอร์เน็ต และเปิดตัวที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตอย่างเต็มตัว แต่ก็มีหนังสือพิมพ์หลายฉบับที่อยู่ระหว่างการตัดสินใจและศึกษาข้อมูลและไม่ได้แสดงออกอย่างเต็มที่ เนื่องจากมองว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีข้อกัตมากมาย ทำให้คนที่จะมีโอกาสใช้จึงอยู่ในวงจำกัดบางกลุ่มเท่านั้นจึงทำให้ผู้ประกอบการสิ่งพิมพ์ยังไม่เห็นถึงความสำคัญมากนัก หรือเข้ามาดำเนินการด้านสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์อย่างจริงจัง แต่ก็มีมีการนำระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร ซึ่งในเบื้องต้นต่างคาดหวังการใช้ประโยชน์จากแหล่งข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตของสื่อสิ่งพิมพ์ไทยส่วนใหญ่จะเป็นเพียงรูปแบบของการนำข้อมูลเก่าที่มีอยู่มาเรียบเรียงใหม่ แล้วนำเสนอบนโฮมเพจหรือเว็บไซต์ในลักษณะที่ให้มองดูง่ายต่อการค้นคว้าและใช้งานเท่านั้น แต่คาดว่าในไม่ช้าคงจะมีการพัฒนาไปมากขึ้นโดยมีแนวโน้มว่าจะพัฒนาไปในทิศทางเดียวกับที่เกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศแม่ผู้ให้กำเนิดระบบอินเทอร์เน็ตขึ้นในโลก ซึ่งอินเทอร์เน็ตมีบทบาทเป็นส่วนหนึ่งของกิจวัตรประจำวันของคนในสังคม และเมื่อความเข้าถึงผู้รับของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีระดับที่สูงมาก เช่นในต่างประเทศ อิทธิพลของสื่อใหม่ตัวนี้คงมีไม่แพ้สื่อหนังสือพิมพ์ที่ครองความเป็นผู้นำทางความคิดของคนไทยมาเป็นเวลานาน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

สำหรับงานวิจัยเรื่อง “การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ และการปรับตัวขององค์กร” นั้นมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงกระบวนการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ว่ามีลักษณะอย่างไร มีอัตราการรับช้า-เร็ว อย่งไร รวมถึงศึกษาอิทธิพล ของการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงในองค์กร อาทิ รูปแบบพฤติกรรมการทำงานของผู้สื่อข่าว ฝ่ายโฆษณา ฝ่ายศิลป์ และโครงสร้างองค์กร

ปัญหำนำวิจัย

1. กระบวนการรับนวัตกรรมของกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ เป็นอย่างไร และมีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต ของกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์
2. อัตราการรับนวัตกรรมของกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์มีความ เร็ว - ช้า อย่งไร
3. กลุ่มบุคคลที่อยู่ในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์รายวันมีระดับการรับนวัตกรรมจัดอยู่ในระดับใด
4. การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการปรับตัวภายในองค์กรหนังสือพิมพ์หรือไม่ อย่งไร
5. หนังสือพิมพ์ทั้ง 7 แห่งมีรูปแบบการปรับตัวเหมือนหรือแตกต่างกันอย่งไร

ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านธุรกิจ รวมไปถึงคุณลักษณะของอินเทอร์เน็ต มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมของกลุ่มคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์
2. กลุ่มบุคคลในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์มีอัตราการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตค่อนข้างเร็วหรือจัดอยู่ในกลุ่มนำสมัย

3. กลุ่มบุคคลในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์มีระดับการรับกรรมอินเทอร์เน็ตอยู่ใน
ขั้นที่นำมาใช้งานโดยมีแนวโน้มการใช้งานเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ
4. การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการปรับตัวภายในองค์กรหนังสือพิมพ์ อัน
ประกอบไปด้วย
 - 4.1 การปรับตัวของบุคลากร
 - 4.1.1 การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง
รูปแบบการปฏิบัติงานของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์
 - 4.1.2 การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต ส่งผลต่อการเปลี่ยน
แปลงรูปแบบการปฏิบัติงานของฝ่ายโฆษณา
 - 4.1.3 การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต ส่งผลต่อการเปลี่ยน
แปลงรูปแบบการปฏิบัติงานของฝ่ายศิลป์
 - 4.2 การปรับโครงสร้างองค์กร
 - 4.2.1 การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง
หน่วยงานภายในองค์กร
 - 4.2.2 การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง
ขนาดขององค์กร

5. การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ 7 ฉบับมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน

ขอบเขตงานวิจัย

เป็นการศึกษาในลักษณะของการวิจัยเชิงคุณภาพ ในลักษณะของการสัมภาษณ์แบบ
เจาะลึก (Depth Interview) และใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณมาเพิ่มบางส่วนเพื่อให้เกิดความ
ชัดเจนมากขึ้นในการวัดอัตราการรับนวัตกรรมและแบ่งระดับการรับนวัตกรรม ในลักษณะของการ
การคำนวณอัตราส่วน โดยกำหนดขอบเขตศึกษาเฉพาะหนังสือพิมพ์รายวัน ที่มีการนำระบบอิน
เทอร์เน็ตเข้ามาเป็นส่วนประกอบขององค์กรและมีการเปิดโฮมเพจหรือเว็บไซต์จำนวน 7 ฉบับ
อันประกอบไปด้วย

หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ , เดอะเนชั่น - กรุงเทพธุรกิจ , บิสซิเนสเดย์ช , ผู้จัดการรายวัน, วัฏจักร , คู่แข่ง และ สยามธุรกิจ โดยกลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์เป็นกลุ่มที่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ เพื่อจะได้ข้อมูลที่มีลักษณะเปรียบเทียบได้ชัดเจน

นิยามศัพท์เฉพาะ

อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ : หมายถึง หนังสือพิมพ์ 7 ฉบับที่อยู่บนเว็บไซต์ ไซด์เว็บ อันประกอบไปด้วยหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ , เดอะเนชั่น - กรุงเทพธุรกิจ , บิสซิเนสเดย์ช , ผู้จัดการรายวัน, วัฏจักร , คู่แข่ง และ สยามธุรกิจ

นวัตกรรมอินเทอร์เน็ต : หมายถึงเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารช่องทางใหม่ ผ่านทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงกันทั่วโลกด้วยระบบการสื่อสารโทรคมนาคม โดยคุณลักษณะของอินเทอร์เน็ตที่มีผลทำให้เกิดการยอมรับประกอบไปด้วย

1. ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือการที่ผู้รับอินเทอร์เน็ตคิดว่าระบบอินเทอร์เน็ตดีกว่า มีประโยชน์มากกว่า มีประโยชน์มากกว่าระบบเก่าๆที่ใช้อยู่
2. ความเข้ากันได้ (Compatibility) คือการที่ผู้ยอมรับเชื่อ หรือคิดว่า อินเทอร์เน็ตนั้นไปได้ด้วยกัน หรือเข้ากันได้ สอดคล้องกับงานที่ทำอยู่ ประสบการณ์ที่ผ่านมา ตลอดจนความต้องการใช้งานของผู้รับ
3. ความยุ่งยากและสลับซับซ้อน (Complexity) คือการที่ผู้รับรู้สึกว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตนั้นไม่ยุ่งยากสลับซับซ้อนเกินกว่าจะเข้าใจ และนำไปใช้

4. ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ (Trainability) คือการที่ผู้รับอินเทอร์เน็ตสามารถทดลองใช้ระบบได้ นำไปปฏิบัติงานได้จริง

5. สามารถสังเกตผลได้ (Observability) คือการที่ผู้รับสามารถสังเกตประโยชน์ ผลดีของการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ได้อย่างชัดเจน ยิ่งผู้รับสามารถมองเห็นผลดีของการรับอินเทอร์เน็ตได้ง่ายเพียงใด การยอมรับก็จะเกิดได้ง่ายขึ้นเท่านั้น

การรับนวัตกรรม : หมายถึงการตัดสินใจที่จะนำอินเทอร์เน็ตไปใช้งานอย่างเต็มที่ เพราะคิดว่าระบบอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่ดีกว่าระบบเก่า ๆ ที่ใช้มา

ระดับการรับนวัตกรรม : หมายถึงขั้นตอนของกระบวนการรับนวัตกรรม อินเทอร์เน็ต ซึ่งเกิดขึ้นติดต่อกันโดยใช้ระยะเวลาานพอสมควร โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ อันประกอบไปด้วย

1. ขั้นรับทราบ (Awareness Stage) คือระยะแรกที่บุคคลได้รับทราบถึงข่าวสารความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต เช่น รู้ว่ามีการคิดค้นระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารชนิดใหม่ และสื่อแบบใหม่เกิดขึ้น
2. ขั้นความสนใจ (Interest Stage) หมายถึงระยะเวลาที่บุคคลได้เกิดความสนใจระบบอินเทอร์เน็ต และเริ่มแสวงหารายละเอียดศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติม

3. ขั้นการประเมินผล (Evaluation Stage)
เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับรู้ ศึกษารายละเอียดของระบบอินเทอร์เน็ตแล้วมีการประเมินคุณค่าของอินเทอร์เน็ต โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ ผลได้ ผลเสีย ของการที่จะยอมรับนวัตกรรม หรือปฏิเสณวัตกรรม
4. ขั้นทดลอง (Trail Stage) เป็นระยะเวลาที่บุคคลทำการประยุกต์ แนวความคิด โดยทำการทดลองใช้อินเทอร์เน็ต หรือให้หน่วยงานที่คิดว่าจะมีความเกี่ยวข้องกัน นำไปใช้ เป็นต้น
5. ขั้นการยอมรับ (Adoption Stage) หมายถึงระยะเวลาที่บุคคลในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ มีการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้งานอย่างเต็มที่และสม่ำเสมอ

อัตราการรับนวัตกรรม

: หมายถึงความเร็วเชิงเปรียบเทียบ (relative speed) ที่อินเทอร์เน็ตถูกยอมรับ โดยวิธีการวัดอัตราการยอมรับสามารถทำได้โดยพิจารณาจากระยะเวลาที่บุคคลในกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ใช้ในการยอมรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต

ทั้งนี้ระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาในประเทศไทยในช่วงปีพ.ศ.2530 ในลักษณะของการใช้งานเพื่อการศึกษา จึงจัดให้กลุ่มผู้ที่เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงปี 2530 อยู่ในกลุ่มชอบของใหม่ (Innovators) หรือกลุ่มล้ำสมัย

ต่อมาในปี 2537 จึงมีการเปิดให้ใช้ในเชิงพาณิชย์ ดังนั้นผู้ที่เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงปีพ.ศ. 2537 จะจัดให้อยู่ในกลุ่มรับเร็วส่วนแรก หรือกลุ่มนำสมัย

สำหรับผู้เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงปี พ.ศ .2538 ถือว่าอยู่ในกลุ่มรับเร็วส่วนมาก (Early Majority) หรือกลุ่มทันสมัย

ส่วนผู้เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงปี 2539 ถือว่าอยู่ในกลุ่มรับช้าส่วนมาก (Late Majority) หรือกลุ่มตามสมัย

และผู้เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตหลังปี พ.ศ.2539 ถือว่าอยู่ในกลุ่มล่าหลัง (Laggards) หรือกลุ่มล่าสมัย

การปรับตัว

: หมายถึงการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรของหนังสือพิมพ์ อันเนื่องมาจากการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต โดยแบ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการปฏิบัติงานของบุคลากร และการปรับโครงสร้างองค์กร อันประกอบไปด้วยการเปลี่ยนแปลงหน่วยงานภายในองค์กร และการเปลี่ยนแปลงของขนาดองค์กร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงกระบวนการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของกลุ่มบุคคลในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ โดยทราบถึงลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของกลุ่มคนในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์
2. สามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ หรือใช้ประกอบการวางแผนงาน และการตัดสินใจในองค์กรหนังสือพิมพ์ เมื่อจำเป็นต้องปรับตัว และนำระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในองค์กร