บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

หนังสือพิมพ์ในประเทศไทยโดยทั่วไป อาจจะแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท(ครุณี หิรัญรักษ์ ,2531) คือ

1. หนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ที่มักเสนอข่าวที่มีสาระหนัก อาทิเช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ หรือที่เรียกว่า ข่าวหนัก เพราะผู้อ่านต้องใช้ความคิดความรู้ในการทำความเข้าใจมากพอสมควร ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งให้ความรู้และความเข้าใจ แต่ให้ผลทางด้านจิตใจช้า รูปแบบในการจัดหน้าของหนังสือพิมพ์ประเภทนี้ จะเป็นแบบเรียบๆมีภาพประกอบไม่มากนัก มักจะไม่ใช้สีอื่น นอกจากขาว-ดำ ยอดจำหน่ายไม่สูง ผู้อ่านจำกัดอยู่ในแวดวงของผู้มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง อาจจะกล่าวได้ว่า หนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพของไทย อาทิเช่น หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฯลฯ

2. หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม ได้แก่ หนังสือพิมพ์ที่มักเสนอข่าวประเภทข่าวเบา เช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวที่มนุษย์สนใจ ได้แก่ ข่าวตื่นเต้น หวาดเสียว สนุกสนาน สะเทือนอารมณ์ และข่าวอื่นๆที่ไม่หนักเกินไป เสนอเนื้อหาสาระที่คนอ่านได้ทุกระดับ ตั้งแต่ผู้มีการศึกษาน้อยจนถึงผู้มีการศึกษาสูง ให้ความรู้สึกทางด้านจิตใจทันทีภายหลังที่อ่าน และผู้อ่านไม่ต้องใช้ความรู้ หน้าแรกจะประกอบไปด้วยพาดหัวข่าวใหญ่ๆหลายอัน มีภาพประกอบหลายๆภาพ ทั้งที่เป็นภาพประกอบข่าวและภาพข่าว มีการใช้สีสันอื่นๆ นอกจากขาว-ดำ เข้าประกอบในหน้าด้วย เช่น สีเขียว แสด ชมพู เป็นต้น ซึ่งแต่ละสีได้กลายเป็นสัญญลักษณ์ของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นๆ ยอดจำหน่ายของหนังสือพิมพ์ ประเภทนี้ค่อนข้างสูงในประเทศไทย หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมที่มียอดจำหน่ายสูง อาทิเช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์ข่าวสด ฯลฯ

3. หนังสือพิมพ์ประเภทผสมผสาน ปัจจุบันหนังสือพิมพ์รายวันของเมืองไทย มีลักษณะของประเภทที่สามเกิดขึ้น โดยมีลักษณะผสมผสานระหว่างหนังสือพิมพ์คุณภาพและหนังสือพิมพ์ประชานิยม คือ หน้าแรกจะมีลักษณะคล้ายหนังสือพิมพ์ประชานิยมทั่วไป คือ มีสี

สัน มีรูปภาพ ประกอบหลายภาพ มีพาดหัวขนาดใหญ่เสนอข่าวเบาเร้าอารมณ์ เช่น ข่าวอาชญากรรม เป็นต้น แต่เนื้อหาในเล่ม จะมีสาระค่อนข้างหนักที่ต้องใช้ความรู้ความคิดในการอ่านมาก เช่น เสนอข่าวเศรษฐกิจ การเมือง การศึกษาในเนื้อหาที่มากกว่า และให้สาระหนักกว่าที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ประชานิยมทั่วไป หนังสือพิมพ์ที่ถูกจัดอยู่ในประเภทนี้ เห็นจะได้แก่ หนังสือพิมพ์แนวหน้า หนังสือพิมพ์บ้านเมือง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "โครงสร้าง บทบาทในด้านการข่าวและธุรกิจของศูนย์ข่าวภูมิภาค" แนวคิด ทฤษฎีที่จะนำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ มีดังนี้

1. แนวคิด บทบาท หน้าที่ของหนังสือพิมพ์
2. แนวคิดการรายงานข่าวเชิงสืบสวน
3. ทฤษฎีองค์กรและการจัดโครงสร้างองค์กรสื่อสารมวลชน
4. แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารภายในองค์กร
5. แนวคิดด้านการตลาด

การนำทฤษฎีและแนวคิดดังกล่าวมาเป็นองค์ประกอบหนึ่งของกรอบการวิจัย เพราะศูนย์ข่าวภูมิภาค หรือศูนย์ข่าวต่างจังหวัด เป็นองค์กรหนังสือพิมพ์ที่มีลักษณะดำเนินงานเชิงธุรกิจที่ต้องการปรับสภาพการแข่งขันจากส่วนกลาง ขยายไปสู่ส่วนภูมิภาค เป็นการปรับทิศทาง กระบวนการข่าวที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าซึ่งเป็นผู้ซื้อหนังสือ ผู้พิจารณาจัดสรรงบประมาณสำหรับการตีพิมพ์โฆษณาสินค้า อันเป็นปัจจัยหลักสำหรับการหล่อเลี้ยงกิจการ เป็นการสร้างความหลากหลายเพื่อเพิ่มปริมาณของผู้บริโภคสื่อ

1. แนวคิด บทบาท หน้าที่ของหนังสือพิมพ์

สำนึกและความรับผิดชอบในการร่วมกิจกรรมหนังสือพิมพ์ เป็นภารกิจที่หนักหน่วงของผู้ได้รับการกล่าวขานว่าเป็นผู้ส่งสาร กลไกของบทบาท หน้าที่ของหนังสือพิมพ์จึงเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนยิ่ง

คำจำกัดความของคำว่า บทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร คือ การกระทำของการสื่อสารที่ได้ส่งผล กำลังส่งผลหรือจะส่งผลต่อชีวิตและสังคม โดยการกระทำเป็นไปตามธรรมชาติของการสื่อสารอาจเป็นไปตามจารีตประเพณี ตามศีลธรรมจรรยาของสังคม ตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้สำหรับอาชีพหรือวิชาชีพก็ได้ (สมควร กวียะ , 2539)

ทฤษฎีอิสรภาพนิยมที่สรุปบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในประเทศเสรีนิยม (สมควร กวียะ , 2539) ว่า

1. เป็นเครื่องมือแสดงความคิดเห็นของบุคคล
2. เป็นเครื่องมือแสดงสัจจะธรรมของสังคม
3. ควบคุมรัฐบาล เจ้าหน้าที่ของรัฐและพรรคการเมืองโดยการสอดส่องวิพากษ์วิจารณ์
4. แจ้งข่าวสารให้ความบันเทิงและเพื่อการค้า

ไม่เพียงแต่เท่านั้น ทฤษฎีเบ็ดเสร็จนิยมที่ว่าถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่จะละเลยเพิกเฉยไม่ได้ (สมควร กวียะ , 2539) ว่า

1. สื่อมวลชนที่จะต้องตอบสนองผลประโยชน์ชนชั้นกรรมาชีพ
2. สื่อมวลชนจะต้องมีบทบาทหน้าที่ในเชิงบวกต่อสังคม โดยการสังคมกรณ์ตามปทัสถานที่พึงปรารถนา โดยการให้การศึกษา ให้ข่าวสาร ให้การกระตุ้นเตือนและการระดมพลัง
3. สื่อมวลชนจะต้องเสนอสังคมทัศน์ และโลกทัศน์ที่สมบูรณ์ และเที่ยงธรรมตามหลักการมาร์กซิสต์-เลนินนิสต์
4. สื่อมวลชนจะต้องเป็นเครื่องมือของรัฐและพรรคในการเปิดเผยสภาพความเป็นจริงเบื้องหลังการต่อสู้ของชนชั้น
5. สื่อมวลชนจะต้องสนับสนุนความเคลื่อนไหวของฝ่ายหัวก้าวหน้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ
6. สื่อมวลชนจะต้องเป็นเครื่องมือในการโฆษณาชวนเชื่อและการปลุกระดม
7. สื่อมวลชนจะต้องตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของประชาชนผู้รับสารภายในกรอบของสังคม

ทฤษฎีสื่อสารเพื่อการพัฒนา สรุปในส่วนของบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนไว้ว่า

1. ควรต้องยอมรับหลักการและภาระในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมตามนโยบายและแผนที่ได้กำหนดไว้แล้ว โดยการเผยแพร่ข่าวสาร ความคิดเห็น การศึกษาไปในทิศทางที่เห็นด้วยและสนับสนุนแนวนโยบายและแผนเหล่านั้น
2. ควรจะต้องช่วยกันอนุรักษ์พัฒนาและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของชาติเพื่อให้เป็นมรดกและเอกลักษณ์ที่แสดงความเป็นชาติ

3. ควรจะต้องให้ความสำคัญการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ ที่มีความใกล้ชิดกันทางภูมิศาสตร์ ทางวัฒนธรรมและการเมือง

ทฤษฎีสื่อมวลชนของประชาชนหรือสื่อมวลชนแบบประชาธิปไตยได้มองถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนพอสังเขปว่า

1. ตอบสนองความต้องการของพลเมืองแต่ละคน ชุมชนขนาดเล็กและชนกลุ่มน้อยในด้านสิทธิการรู้และการสื่อสาร

2. เปิดโอกาสให้ผู้รับสารทุกระดับเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข่าวสาร ความคิดเห็นและการศึกษารวมทั้งในการบริหารในรูปแบบที่เหมาะสม

ลาสเวลล์ ได้กำหนดหน้าที่พื้นฐานของการสื่อสารในสังคมไว้อย่างกว้างๆ 3 ประการ (พูนทรัพย์ สินพรหม , 2539) คือ

1. การสื่อสารมีหน้าที่สำรวจสิ่งแวดล้อม
2. การสื่อสารมีหน้าที่จัดส่วนต่างๆในสังคมเพื่อตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม
3. การสื่อสารมีหน้าที่ถ่ายทอดมรดกทางสังคมจากยุคหนึ่งไปสู่ยุคหนึ่ง

ลาซาสเฟลด์ และเมอร์ตัน (Lazarsfeld and Morton) ได้ขยายถึงบทบาทหน้าที่การสื่อสารจากลาสเวลล์เพิ่มอีก 2 ประการคือ

1. การสื่อสารมีบทบาทและหน้าที่เสริมสร้างสภาพทางสังคม หมายถึง การสื่อสารมวลชนช่วยเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติยศของบุคคลให้สังคมยอมรับและโน้มน้าวให้สาธารณชนชื่นชมและเห็นความสำคัญของบุคคลมากยิ่งขึ้น

2. การสื่อสารมีบทบาทและหน้าที่ควบคุมพฤติกรรมทางสังคมให้อยู่ในกรอบของจริยธรรม ในการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือสื่อสารมวลชนที่เผยแพร่ตีพิมพ์ถึงพฤติกรรมที่ขัดต่อศีลธรรม จารีตประเพณีของสังคมในลักษระวิพากษ์วิจารณ์ ทำให้ผู้ตกเป็นข่าวเกิดความรู้สึกละอายใจเกรงกลัวการถูกสังคมตำหนิ ประณามก็พยายามแก้ไขตนเอง

ขณะเดียวกันชาร์ลไรท์ ได้เสนอบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารไว้ 4 ประการด้วยกันคือ

1. การสื่อสารมีบทบาทและหน้าที่ในการให้ข่าวสาร นับแต่บุคคลที่มีการสื่อสารระหว่างบุคคล ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน ตลอดจนให้ข้อเท็จจริง ข่าวสารของสื่อสารมวลชนอันยังผลให้เกิดความเข้าใจที่ดีในสังคม

2. การสื่อสารมีบทบาทและหน้าที่เสนอความคิดเห็น คนในสังคมมีการสื่อสารแสดงความคิดเห็นร่วมกัน โดยอยู่เงื่อนไขตามกรอบแห่งกฎหมายและระเบียบในสังคม

3. การสื่อสารมีบทบาทและหน้าที่ให้การศึกษา เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล ระหว่างกลุ่มและการศึกษานอกระบบ ให้ประชาชนได้มีความรู้ ความเข้าใจ เพื่อร่วมปกครองตนเอง อันมีผลต่อการพัฒนาประเทศ

4. การสื่อสารมีบทบาทและหน้าที่ให้ความบันเทิง ตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ โดยทั่วไปที่ต้องมีความบันเทิง ยิ่งในสังคมที่สับสนวุ่นวาย สื่อมวลชนจะให้ผู้รับสารได้มีการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด (พูนทรัพย์ สิทธิพรหม , 2539)

ในปี ค.ศ. 1980 องค์การสหประชาชาติมอบหมายให้กลุ่ม Mcbride Commission ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร จำนวน 16 คน ศึกษาถึงวิกฤตการณ์การสื่อสารด้วยการเสนอแนวคิดถึงบทบาทหน้าที่การสื่อสารแนวใหม่ ในวารสารวิชาการชื่อ Many Voices on World แยกเป็น 2 ประเด็นใหญ่คือ

1. บทบาทและหน้าที่การสื่อสารต่อปัจเจกชน เป็นการสื่อสารในบุคคลจำเป็นต้องแสวงหาแหล่งข่าวสารรอบ ๆตัวทั้งใกล้และไกล เพื่อเป็นข้อมูลในการประเมินสถานการณ์ จำแนกเป็น 8 ประการคือ

1. บทบาทหน้าที่การให้ข่าวสาร (Information) คือ การเก็บรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่อปัจเจกชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างถูกต้องสอดคล้องต่อสภาวะแวดล้อมของบุคคล ซึ่งจะช่วยนำไปสู่การตัดสินใจที่เหมาะสมต่อไป

2. บทบาทหน้าที่ต่อสังคมประกิต (Socialization) ได้แก่ การให้ความรู้ความเข้าใจแก่บุคคล ได้พัฒนาคุณภาพชีวิต พึ่งพาตนเองได้และนำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจต่อการพัฒนาประเทศต่อไป

3. บทบาทหน้าที่ต่อการกระตุ้นเร้า (Motivation) ได้แก่ การสื่อสารได้ส่งเสริมสนับสนุนด้วยการประชาสัมพันธ์ให้บุคคลได้เกิดความมุมานะที่จะแสวงหาแนวทางที่ดีในการดำรงชีวิตและมีพฤติกรรมให้ความร่วมมือต่อสังคมส่วนรวม

4. บทบาทหน้าที่ในการโต้แย้งอภิปราย (Debate and Discussion) คือการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นข้อเท็จจริงของบุคคลในกลุ่มต่างๆเพื่อหาข้อยุติที่จะส่งผลต่อความสงบราบรื่นในสังคม

5. บทบาทหน้าที่ในการให้การศึกษา (Education) การสื่อสารทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้เพื่อก่อเกิดสติปัญญา พัฒนาตนเองจนตลอดชีวิตตามปรัชญาว่า การศึกษาคือความเจริญงอกงาม

6. บทบาทหน้าที่ให้ความบันเทิง (Entertainment) คือ การถ่ายทอดศิลปะดนตรี วรรณกรรม นาฏศิลป์ การละเล่นสู่ปัจเจกชนได้ชื่นชมในสุนทรียภาพ

7. บทบาทหน้าที่ในการประสานสามัคคีวัฒนธรรม (Cultural Promotion) คือ การสืบสานศิลปวัฒนธรรมให้เป็นมรดกสืบทอดสู่ปัจเจกบุคคลได้คิดสร้างสรรค์สุนทรียภาพแห่งศิลปต่อไป

8. บทบาทหน้าที่ในการประสานสามัคคี (Integration) คือ การให้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนทัศนะที่ดีในการดำรงชีวิตในสังคมด้วยการประชาสัมพันธ์ในหมู่บุคคล

2. บทบาทหน้าที่การสื่อสารต่อสังคม โดยกลุ่มแม็คไบรด์เสนอแนวคิดว่าหากสังคมไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการเมือง เศรษฐกิจ สภาพสิ่งแวดล้อมของธรรมชาติแล้วยากที่สังคมจะดำรงอยู่ได้จึงกำหนดบทบาทของการสื่อสารต่อสังคมเอาไว้ 5 ประการด้วยกันคือ

1. การสื่อสารทำหน้าที่ที่สังคมต้องการ (Social need) เดิมการศึกษาได้ทำหน้าที่ให้กับเฉพาะองค์กร แต่สาธารณชนเห็นเป็นเรื่องของเทคโนโลยีมากกว่าที่จะเห็นเป็นเรื่องของปุถุชน องค์กรต่างๆของรัฐบาลแต่ละประเทศ จึงมุ่งพัฒนาโครงการที่จะเสริมศักยภาพของเทคโนโลยีทางการสื่อสารให้กว้างไกลและกลายเป็นเครื่องมือทางการเมืองและทางเศรษฐกิจของรัฐบาลมากกว่าที่จะคำนึงถึงการสื่อสารมาพัฒนาคุณภาพชีวิตของพลเมือง

2. การศึกษาทำหน้าที่เป็นเครื่องมือทางการเมือง (A Political Instrument) โดยการสื่อสารสามารถสร้างเสริมระบบของสังคมให้มั่นคง โดยการให้ข่าวสารการบริหารงานของรัฐบาลให้เกิดความเข้าใจ มั่นใจในหมู่ประชาชนที่จะทำให้ชีวิตประชาชนมีคุณภาพยิ่งขึ้น

3. การสื่อสารมีหน้าที่เสริมพลังทางเศรษฐกิจ (An Economic Force) การดำเนินธุรกิจตั้งแต่ระดับบุคคลไปจนถึงระดับชาติ ไม่ว่าจะเป็นการค้าปลีก การขายส่ง การส่งออก การลงทุน การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนการคลัง ล้วนต้องอาศัยระบบการสื่อสารข้อมูลในการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจว่า จะมีทิศทางไปในทางใด

4. การสื่อสารมีหน้าที่เสริมศักยภาพทางการศึกษา (An Education Potential) การสื่อสารเป็นกระบวนการหนึ่งของการศึกษา แต่เนื้อแท้จริงแล้ว การสื่อสารมีส่วนในการสร้าง"คน" ด้วย

การพัฒนาสติปัญญา บุคคลให้ความรู้และประสบการณ์จากสื่อมวลชนจะทำให้มีโลกทัศน์ที่กว้างไกล สร้างปฏิภาณไหวพริบในหมู่ประชาชนที่จะระแวดระวังตนเองในสังคมใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

5. การสื่อสารทำหน้าที่เป็นพลังดึงและพลังดันของวัฒนธรรม (Impuise and Treat to Culture) คือ การกระตุ้นส่งเสริม สร้างสรรค์ เผยแพร่พฤติกรรมของมนุษย์ที่สร้างสรรค์สังคม เพราะการสื่อสารถือเป็นพาหนะของวัฒนธรรม (Carrier of Culture) ที่มีส่วนผลักดัน (Impulse) ให้วัฒนธรรมและประเพณีสืบทอดตกทอดเป็นมรดกของมนุษยชาติ (พูนทรัพย์ สิทธิพรหม,2539)

โจเซฟ พูลิตเซอร์ (Joseph Pulitzer) นักหนังสือพิมพ์ในศตวรรษที่ 19 ได้กล่าวถึงบทบาทของหนังสือพิมพ์ไว้ว่า "หนังสือพิมพ์ คือ ยามรักษาการณ์ที่ยืนยันอยู่บนสะพานเรือแห่งรัฐนาวาเป็นผู้ที่คอยจับตาดูเรือที่แล่นผ่านไป คอยจับตาดูจุดเล็กๆซึ่งน่าสนใจซึ่งปรากฏอยู่ ณ ปลายขอบฟ้าในยามที่อากาศสดใส คอยรายงานเมื่อเห็นเรือแตกลอยคออยู่ในทะเลเพื่อให้เรือที่เขายืนอยู่ได้เข้าไปช่วยเหลือชีวิตคนเหล่านั้น จะเป็นผู้ที่คอยเพ่งมองฝ่าหมอกและพายุ เพื่อจะได้เตือนให้คนในเรือทราบถึงภยันตรายที่จะบังเกิดขึ้นข้างหน้า เขาไม่คำนึงถึงรายได้ของเขา หรือผลกำไรของเจ้าของกิจการของเขา แต่ที่หนังสือพิมพ์ยืนอยู่ ณ ที่นั่นก็เพื่อจะปกปักษ์รักษาความปลอดภัยและความผาสุกของประชาชนผู้ซึ่งได้มอบความไว้เนื้อเชื่อใจไว้แก่เขา ทำให้จำแนกบทบาท (Role) ของหนังสือพิมพ์ในระบอบประชาธิปไตยซึ่งไว้รับใช้สังคมมานานนับศตวรรษได้ 4 บทบาทคือ บทบาทการเป็นนายทวาร (Gatekeeper) บทบาทการเป็นผู้แจ้งข่าว (Informer) บทบาทการเป็นสุนัขยาม (Watchdog) และบทบาทการเป็นเจ้าหน้าที่รับเรื่องราวร้องทุกข์ (Ombudsman)

ได้มีการจำแนกบทบาทของหนังสือพิมพ์เป็น 5 ประเภทด้วยกัน (วานิช พลูวังกาญจน์ , 2529) คือ

1. บทบาทในฐานะช่วยในการพัฒนาประเทศ
2. บทบาทในฐานะสร้างประชามติ
3. บทบาทในฐานะผู้ให้ความรู้
4. บทบาทในฐานะผู้ลงทุนและผู้สร้างงาน
5. บทบาทในฐานะเป็นตัวกลางในการสร้างความเข้าใจในสังคม

ได้มีการจำแนกหน้าที่ของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับไว้ 4 ประเภท (วานิช พลูวังกาญจน์ , 2529) คือ

1. หน้าที่ในการรายงานข่าวสาร
2. หน้าที่ให้ความบันเทิงแก่ผู้อ่าน
3. หน้าที่ในการส่งเสริมการค้า
4. หน้าที่ให้ความคิดเห็นที่อาจจะมีบทบาทและประโยชน์ต่อสังคมและส่วนรวม

ได้มีการเปรียบเทียบ บทบาทหน้าที่และลักษณะหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นกับหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง ไว้อย่างแยบยลถึง 8 ประเด็น (พิศิษฐ์ ชวาลาธวัช , 2528) คือ

1. แง่การลงทุน การใช้งบประมาณการลงทุน จำนวนบุคคลที่ทำงานเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเครื่องจักร ทำให้ต้นทุนที่ใช้ผลิตหนังสือพิมพ์ต่อฉบับส่วนกลางสูงกว่าส่วนท้องถิ่น

2. ด้านการบริหาร ลักษณะการจัดองค์การ และการวางโครงสร้างในการบริหารงานหนังสือพิมพ์ส่วนกลางซับซ้อนกว่าส่วนท้องถิ่น

3. ขอบข่ายงาน หนังสือพิมพ์ส่วนกลางมีนโยบายในการทำงานระดับชาติสนใจปรากฏการณ์ ทางสังคมในมุมกว้างมากกว่าหนังสือพิมพ์ส่วนท้องถิ่นที่สนใจปรากฏการณ์เฉพาะเจาะจงลงไป

4. บทบาทหน้าที่ แม้มีจุดร่วมในบทบาทหน้าที่ที่มีแต่สถานะขอบข่ายงานต่างกันโดยเป้าหมาย

5. เนื้อหาและรูปแบบ ส่วนกลางจะนิยมประชานิยม (Popular Newspaper) หรือคุณภาพนิยม (Quality Newspaper) เป็นสำคัญ ส่วนท้องถิ่นเน้นเนื้อหาสาระต่างกัน

6. ปัญหาอิทธิพลมืด ส่วนกลางมีอำนาจและเสรีภาพในการแสดงออกทางข่าวสารและความคิดในสภาพที่มีความคล่องตัวและตรงไปตรงมาในลักษณะที่พร้อมจะชนกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับสาธารณชนตรงข้ามกับท้องถิ่นแสดงออกพร้อมจะชนกับปัญหา มีความยืดหยุ่นมากกว่า

7. ปัญหาต่างระดับ ส่วนกลางสนใจปัญหา ระดับชาติเป็นหลัก ท้องถิ่นสนใจปัญหาระดับจังหวัด ชีวิตความเป็นอยู่ของชาวนาชาวไร่ ฯลฯ

8. ปัญหาทางกฎหมาย ส่วนกลางมักมีความคล่องตัวมากกว่าในการประกันตัว ค่าทนายค่าสินไหมทดแทน ขณะที่ท้องถิ่นขาดความคล่องตัวมากกว่า

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์และสื่อมวลชนเข้ามาเพื่อแสดงให้เห็นถึงบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจและหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ที่พิสูจน์บทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าว โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีการถ่ายโอนอำนาจในการรับผิดชอบกำหนดสาระข่าวสารและจัดรูปหน้าหนังสือพิมพ์ ในที่ทำการศูนย์ข่าวแต่ละแห่งตามวันที่กำหนดในแผน ขณะที่หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจและหนังสือพิมพ์ผู้จัดการได้จัดหน้าภูมิภาคไว้เพื่อรองรับการรายงานข่าวของศูนย์ข่าวภูมิภาคในแต่ละแห่ง และเป็นการผสมผสานกันในการทำงานและสอดรับกับแนวทางของการวิจัย

2. แนวคิดการรายงานข่าวเชิงสืบสวน

การทำงานของผู้สื่อข่าวภูมิภาคที่ประจำในแต่ละจังหวัดจะมีความถนัดในการเจาะข่าว ทั้งนี้เพราะความต้องการบริโภคข่าวของประชาชนจำนวนมาก ต้องการข่าวที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตในองค์กร ข่าวเศรษฐกิจและการเมืองที่มีกระแสต่อเนื่องจากส่วนกลางที่จะต้องติดตาม ดังนั้นแนวคิดในการรายงานข่าวเชิงสืบสวนจึงเข้ามามีบทบาทในการผลักดันท้องถิ่นให้ตรงความต้องการของผู้อ่าน

ข่าวเชิงสืบสวนเจาะลึก (Investigative Reporting) เป็นรายงานข่าวเชิงลึกแบบเดียวกับข่าวเชิงตีความ แต่มีลักษณะอีกอย่างหนึ่งคือ เป็นข่าวต้องขุด ต้องเจาะ ต้องไช ต้องสืบสาวราวเรื่องที่ค่อนข้างลำบากยากเข็ญเสี่ยงอันตราย ผจญกับอุปสรรคต่างๆนานา และต้องใช้เวลา ต้องใช้ทรัพยากรมากกว่างานข่าวอื่นๆ ข้อมูลเท็จจริงของข่าวในลักษณะนี้จะถูกปฏิเสธ จะถูกซ่อนเร้นปกปิด แถมมีการป้องกันด้วย โดยเฉพาะในกรณีที่เป็นเรื่องไม่ชอบมาพากล ก็อาจจะมีการใช้อำนาจ ใช้อิทธิพลข่มขู่ จนถึงขั้นทำร้ายร่างกายและชีวิต นักหนังสือบางคนเรียกวิธีการทำข่าวนี้ว่า "ข่าวเสี่ยงภัย"

โจเซฟ พูลิตเซอร์ (Joseph Pulitzer) สนับสนุนให้มีการขุดคุ้ยคอร์รัปชั่นสืบเสาะพฤติกรรมอันเป็นภัยต่อผลประโยชน์ส่วนรวม เขาให้ทรรศนะว่าการรายงานข่าว "แบบทะลุทะลวง กัดไม่ปล่อย ตีไม่ยั้ง" เป็นหัวใจสำคัญข้อหนึ่งของหนังสือพิมพ์ (พีระ จิรโสภณ, มาลี บุญศิริพันธ์,2538:83)

องค์ประกอบของข่าว คือ ต้องทันเหตุการณ์ (Immediary) ใกล้ชิดตัว (Proximity) ความเด่นดัง (Prominence) ผลกระทบต่อการได้เสีย (Humen Interest) ความเหลือเชื่อ (Unusualness)

อุบัติภัย (Consequence) ความขัดแย้ง (Conllict) การประชันขันแข่งปรากฏการณ์ธรรมชาติ การค้นพบ ความลึกลับซับซ้อนเรื่องเพศ (ถาวร บุญปวัฒน์,2538)

ด้วยเหตุนี้ ความสำคัญของข่าว จึงขึ้นกับลักษณะ 4 ประการคือ นโยบายของหนังสือพิมพ์ ความต้องการของผู้อ่าน การควบคุมการเสนอข่าว และมรรควิธีในการเขียนข่าว

เดวิด แคปเลน (David Kaplan) นิยามความหมายการทำข่าวเชิงสืบสวนโดยชี้ประเด็นสำคัญ 12 ประการดังนี้

1. Systematic inquiry and Critique คือ มีลักษณะการแสวงหาความรู้หรือข้อเท็จจริงพร้อมกับการวิพากษ์วิจารณ์หรือวินิจฉัยอย่างเป็นระบบ

2. Indepth,Long-term research and reporting ศึกษาวิจัย ค้นคว้าและรายงานอย่างเจาะลึกและต่อเนื่อง

3. Tenacious and Determined Digging ขุดคุ้ยข้อเท็จจริงอย่างมุ่งมั่นชนิดกัดไม่ปล่อย

4. Documentary Research,the use of Public Records,Following the paper trail ศึกษาวิจัยค้นคว้าจากเอกสารทุกชนิด ใช้บันทึกข้อมูลสถิติจากหน่วยงานสาธารณะต่างๆและติดตามร่องรอยที่สงสัย จากการชี้นำในเอกสารข้อมูลนั้น ๆต่อไปโดยไม่หยุดยั้ง

5. Extensive interviews พูดคุย สัมภาษณ์ ซักถามและหว่านล้อมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ปิดบังซ่อนเร้นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องทุกคน ไม่ว่าจากบุคคลระดับบริหารหรือระดับใช้แรงงาน จากเศรษฐีผู้มีเกียรติถึงขอทาน

6. Crime-Solving Tools and Techniques,like a police Detective ใช้เทคนิควิธีการสืบสวนสอบสวนแบบเดียวกับตำรวจลับหรืออัยการที่ค้นหาพยานหลักฐานทางอาชญากรรม

7. Serving as a court of last resort,offering a voice to those Unheard ทำหน้าที่เป็นที่พึ่งสุดท้ายของผู้ที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม และเป็นปากเสียงให้กับผู้ไม่มีใครสนใจฟัง

8. Doing stories not covered by the rest of the news media ทำข่าวที่หนังสือพิมพ์หรือสื่ออื่นมองข้าม เช่น ปัญหาชนกลุ่มน้อย ปัญหาแรงงานเด็ก ฯลฯ

9. Exposing Information Others want kept Secret เปิดโปงข่าวสาร ข้อมูลที่ผู้กระทำผิดปิดบัง ซ่อนเร้น ไม่อยากเปิดเผย

10. Bringing together Disparate Information into a Cohesive Whole ปะติดปะต่อข้อมูลข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่างๆที่กระจัดกระจาย ให้เห็นเป็นรูปเป็นร่าง เป็นภาพที่ชัดเจน และมีความหมายแก่ผู้อ่าน

11. Groundbreaking,Revelatory Reporting that Adds Significantly to the Public Record รายงานข่าวโดยการเปิดโปงพร้อมทั้งชี้ประเด็นใหม่ๆ ช่วยเสริมให้ข้อมูลหรือข้อถกเถียงสาธารณะในขณะนั้นให้มีความหมายและความชัดเจนขึ้น

12. Watchdogging Power,Focusing on the Accountability of individual and Institution that Wield Power ใช้พลังของความเป็น "สุนัขเฝ้าบ้าน" คอยสอดส่องตรวจสอบความโปร่งใสของบุคคลหรือสถาบันที่มีอำนาจอยู่ในมือ (พีระ จิรโสภณ,มาลี บุญศิริพันธ์,2538:85-86)

ดังนั้น ผู้สื่อข่าวจะต้องมีคุณสมบัติที่สำคัญคือ มีความอยากรู้อยากเห็น เป็นคนช่างสังเกต ต้องเป็นคนรอบรู้ ต้องเป็นคนทรหดอดทน ต้องถืองานเป็นภาระหน้าที่ ต้องมีมนุษย์สัมพันธ์ดี ต้องเป็นคนซื่อตรง ไหวพริบและความคล่องตัวสูง

เมื่อข่าว คือ รายงานเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่น่าสนใจ ในที่นี้ขอเน้นว่า ข่าวคือ รายงานมิใช่เพียงเหตุการณ์หนึ่งเหตุการณ์ใดเท่านั้น แต่ข่าวจะเป็นเรื่องราว มีคนรายงานให้เราทราบสาระสำคัญของข่าวต้องเป็นรายงานของเหตุการณ์ปัจจุบันที่ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการเห็นพ้องต้องกันว่าประชาชนควรรับทราบ (มาลี บุญศิริพันธ์,2537)

ดังนั้นการรายงานข่าวเชิงสืบสวน มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในสังคมที่มีความซับซ้อนสับสนในระบบบริหารงานราชการที่ต้องการความกระจ่างชัดเจนในการทำหน้าที่แทนประชาชน หนังสือพิมพ์ถือเป็นสื่อชนิดเดียวที่สามารถทำหน้าที่ตรวจสอบการทำงานของรัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรมที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่น โดยกลไกการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะสุนัขเฝ้าบ้านทำให้หนังสือพิมพ์มีศักยภาพในการขุดคุ้ยในการทำงานที่ไม่ชอบมาพากลขององค์กรในสังคมได้อย่างเต็มที่

การรายงานข่าวเชิงสืบสวน เป็นวิธีการที่สามารถหาคำตอบในสิ่งที่ซ่อนเงื่อนให้แก่ประชาชนผู้อ่านได้ดีที่สุด แต่วิธีการในการสื่อข่าวประเภทนี้จำเป็นต้องอาศัยความซื่อสัตย์สุจริต ความเที่ยงตรง ความรับผิดชอบและความเป็นกลางของนักข่าว บรรณาธิการรวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องในกระบวนการขุดคุ้ย

การรายงานข่าวเชิงสืบสวน เป็นวิธีการสื่อข่าวที่เน้นหนักทางการรวบรวมข้อเท็จจริงต่างๆ โดยการสืบเสาะ ขุดคุ้ยข้อมูลจากเหตุการณ์และหลักฐานให้แน่ใจในข้อเท็จจริงที่ได้ เพื่อความกระจ่างเกี่ยวกับเรื่องที่เคลือบแคลงสงสัย และมักเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของประชาชนส่วนรวม เช่น การทุจริต ผิดกฎหมาย การคอรัปชั่น ความไม่ชอบมาพากลทั้งหลาย

ดังนั้น การรายงานข่าวประเภทสืบสวน มักต้องใช้เวลาในการสืบเสาะหาข้อเท็จจริงข่าวหลายๆแห่ง ตั้งแต่แหล่งข่าวบุคคล เอกสาร สถิติ และหลักฐานอื่นๆ ข่าวบางชิ้นต้องใช้เวลาเป็นเดือนเป็นปีจึงจะสิ้นสุด และนอกจากนี้ ผู้สื่อข่าวจะต้องมีประสบการณ์ ความชำนาญและความรอบรู้อย่างกว้างขวาง มีการตัดสินใจที่รวดเร็ว ความช่างสังเกต ความอดทนเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นอย่างยิ่ง

หนังสือพิมพ์ได้มีส่วนสร้างสำนึก และความตื่นตัวแก่ประชาชนให้ตระหนักถึงประโยชน์ของส่วนรวมในระดับหนึ่ง เหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นของการใช้กลยุทธสื่อข่าวแบบสืบสวนที่เรียกทั่วไปว่า กลยุทธข่าวเจาะ ขณะทำรายงานข่าวแบบสืบสวน อาจไม่สามารถบอกผู้อ่านได้ทันทีว่า คือ ข่าวที่มีคุณค่าแค่ไหน จนกว่าจะมีการพิสูจน์อย่างแน่ชัด ดังนั้นการทำข่าวชนิดนี้ต้องอาศัยความอดทน ช่างสังเกต และความคิดอย่างมาก ผนวกกับประสบการณ์ความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์อย่างแม่นยำ

ปัจจุบันผู้สื่อข่าวใหม่ที่ได้รับมอบหมายให้ร่วมทีมทำข่าวสืบสวน อาจมีความลำบากใจในการจับทิศทางและเงื่อนงำของเหตุการณ์ จำเป็นต้องเตรียมพร้อมด้านข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์และผลกระทบทางตรงและทางอ้อม ทางกว้าง ทางลึก ทางยาว ความรอบรู้ เพื่อเตรียมตัวในการวางแผนรายงานข่าวให้รอบคอบรัดกุมมากขึ้น หากผู้สื่อข่าวขาดการเตรียมการที่ดี ขาดวิจารณญานในการศึกษา ติดตามเหตุการณ์ทุกแง่ทุกมุม อาจทำให้การทำงานที่ลงทุนลงแรงมากล้มเหลวได้ ความยากของการรายงานข่าวเชิงสืบสวนจึงเป็นเรื่องการวินิจฉัยวิเคราะห์ข้อมูลอย่างถ่องแท้เที่ยงตรง ต้องไม่ละเลยการแสวงหาข้อมูลจากแหล่งข่าวหลายๆแหล่ง ตรวจสอบสร้างความสมดุลของข้อมูล พร้อมศึกษากลั่นกรองวิเคราะห์ข้อมูลนั้นอย่างกระจ่างแจ้งและเป็นกลาง

ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าว และความน่าเชื่อถือของหนังสือพิมพ์ เป็นเงื่อนไขพื้นฐานที่สำคัญยิ่งในการสร้างความสำเร็จของการรายงานข่าวแบบสืบสวนทุกกรณี ความน่าเชื่อถือดังกล่าวเกิดจากระดับจากจริยธรรม ความซื่อตรงต่อหน้าที่ของสื่อมวลชน ความเที่ยงตรงในการรายงานข่าว ความเที่ยงธรรมในการวินิจฉัยประเด็นปัญหา ความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ของหนังสือพิมพ์และความรอบรู้ในเรื่องที่กำลังปฏิบัติหน้าที่ ต้องรู้เท่าทันความผันผวนของเหตุการณ์ต่างๆ เกี่ยวเนื่องด้วยไหวพริบของผู้สื่อข่าวและความเป็นคนจมูกไวสำหรับนักข่าว

เป้าหมายหลักของการรายงานข่าวเชิงสืบสวน จึงต้องอาศัยวิธีการเริ่มเรียนรู้ทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในระบบบริหารงานของรัฐและรัฐบาล ต้องมีความสังเกต รู้จักการวิเคราะห์แยกแยะ

สิ่งที่อาจเป็นมูลเหตุแห่งความขัดแย้ง หรือข้อสงสัยอาจนำไปสู่การทุจริตประพฤติมิชอบ สนใจต่อระเบียบ กฎเกณฑ์ ขั้นตอนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ของรัฐในหน่วยงานต่างๆที่มีแนวโน้มหรือช่องทางให้เกิดการเบียดบังผลประโยชน์ของทางราชการ การติดตาม ศึกษากฎระเบียบ กลไกกฎหมายที่เกี่ยวข้องจะเป็นหนทางหนึ่งที่ทำให้ผู้สื่อข่าวสามารถติดตามประสิทธิภาพการทำงานของหน่วยงานแต่ละแห่งได้อย่างถูกต้อง

แนวคิดของการรายงานข่าวเชิงสืบสวนที่ว่า ควรพิจารณารายงานเฉพาะข้อความที่สามารถพิสูจน์ได้ว่าเป็นจริง อย่าเชื่อในสิ่งที่ได้รับฟังมาทั้งหมด ต้องฟังไว้ นำมาไตร่ตรองและตรวจสอบจากแหล่งข่าวหลายๆแหล่ง จดบันทึกไว้ทั้งหมดอย่างถูกต้องเที่ยงตรง รัดกุม ทำงานเป็นทีม เมื่อจำเป็น โดยเฉพาะกรณีสถานการณ์ฉุกเฉิน อย่าบอกแหล่งข่าวว่าตนรู้ในเรื่องที่แหล่งข่าวกำลังพูด พยายามให้แหล่งข่าวพูดมากที่สุด เพราะสิ่งที่พูดนั้นอาจเป็นประโยชน์ต่อการวินิจฉัยข้อเท็จจริงได้มากขึ้นจริงอันหนึ่งเพื่อล้วงความจริงที่ยังไม่ทราบ รักษาเอกสารและหลักฐานสำคัญไว้ ถ้าเป็นไปได้ควรสำเนาสิ่งสำคัญมากที่สุดไว้ สืบถามผู้อ่านเกี่ยวกับหลักฐานที่ควรได้ แสดงให้เห็นว่าผู้สื่อข่าวกำลังทำงานเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม ตรวจสอบข้อเท็จจริงจากแหล่งข่าวหลายๆแหล่งเพื่อข้อมูลที่เที่ยงแท้แน่นอนและควรจะต้องมีสมุดจดบันทึกประจำตัวเพื่อจดบันทึกข้อมูลที่อาจพบเห็นอย่างคาดไม่ถึงมาก่อน เหล่านี้ถือเป็นแนวคิดในเชิงสืบสวนที่จะต้องตรวจสอบ วิเคราะห์และนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

แนวคิดการรายงานข่าวเชิงสืบสวน นำมาใช้วิเคราะห์ “**โครงสร้าง บทบาทในด้านการข่าวและธุรกิจของศูนย์ข่าวภูมิภาค**” เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับศูนย์ข่าวภูมิภาคหรือศูนย์ข่าวต่างจังหวัด ในการพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถสอดคล้องกับแนวการพัฒนาด้านการตลาดและองค์การ

3. ทฤษฎีองค์การ และการจัดโครงสร้างองค์กรสื่อสารมวลชน

สุภา ศิริมานนท์ ให้ความหมายหนังสือพิมพ์ในเชิงธุรกิจว่า “ หนังสือพิมพ์ก็ถือเป็นสินค้าอย่างหนึ่งที่จะต้องขายให้ได้และต้องทำกำไรด้วย แต่ธุรกิจหนังสือพิมพ์มิใช่ผลิตสินค้าธรรมดาเหมือนการผลิตเสื้อผ้า อาหารหรือเครื่องประดับใดๆ แต่เป็นการผลิตสินค้าที่มีเนื้อหาสาระที่มุ่งยกระดับความคิดจิตใจของสาธารณชนให้ก้าวหน้าสูงขึ้น ทำให้สาธารณชนมีความเข้าใจถึงความเปลี่ยนแปลงในสังคมซึ่งมีอยู่ทุกเวลานาที ขณะเดียวกันก็ทำให้สาธารณชนเปลี่ยนแปลงให้ไปทันกับความเปลี่ยนแปลงของสังคมด้วย (ฉอ้าน วุฑฒิกรรมรักษา, 2530 : 6)

ธุรกิจหนังสือพิมพ์ ถือได้ว่าเป็นองค์การหรือสถาบันเอกชน ที่มีความผูกพันกับสาธารณชนอย่างแนบแน่น ทั้งนี้เพราะองค์การหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ก็เป็นผลิตผลอันหนึ่งของสังคม องค์การหนังสือพิมพ์จะอยู่ได้ก็ด้วยการอุปถัมภ์ของสังคม ขณะเดียวกันหนังสือพิมพ์ก็ต้องเอื้อประโยชน์ให้แก่สังคม โดยการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นผู้แสดง ชี้นำและสร้างสรรค์สาธารณมติ เพื่อให้สาธารณชนสามารถวินิจฉัยหรือแก้ปัญหาอย่างถูกต้องในแต่ละกรณี ด้วยเหตุนี้หนังสือพิมพ์จึงมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดหรือจิตใจของสาธารณชนเป็นอันมาก

ดังนั้น องค์การหนังสือพิมพ์หรือธุรกิจหนังสือพิมพ์ จึงต้องเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันต่อสาธารณชนและสังคม เพราะถ้าองค์การหนังสือพิมพ์ไม่สามารถดำรงอยู่ได้ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อสาธารณชนและสังคม ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อมได้ (ฉอ้าน วุฑฒิกรรมรักษา,2530 : 7)

การจัดองค์การ ได้แก่ หน้าที่ในการจัดระบบงาน ขอบเขตความรับผิดชอบและอำนาจหน้าที่ ทั้งนี้เป็นการจัดระเบียบในการรวบรวมทรัพยากรบุคคลและวัตถุสิ่งของ มาทำหน้าที่แต่ละด้านตามความเหมาะสม ซึ่งการดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องจัดคนที่มีความสามารถเฉพาะด้าน ทำงานในหน้าที่ตามความชำนาญหรือประสบการณ์ในแต่ละด้าน ทั้งนี้เพราะการประกอบอาชีพหนังสือพิมพ์นั้น เป็นอาชีวปฏิญาณ ซึ่งจะต้องใช้บุคคลที่มีความชำนาญและประสบการณ์สูง จึงจะทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด(ฉอ้าน วุฑฒิกรรมรักษา, 2530 : 10)

หน้าที่ของการจัดองค์การเป็นการกำหนดโครงสร้างที่เหมาะสมเพื่อให้กิจกรรมบรรลุเป้าหมาย (Goal-seeking activities) โดยทั่วไปโครงสร้างขององค์การจะแสดงออกมาในรูปของแผนภูมิองค์การ (Organization chart) หรือพีระมิดของภาระงาน (Job-task pyramid) และยังแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ด้านอำนาจหน้าที่(Authority) และความรับผิดชอบ(Responsibility) ระหว่างงานด้านต่างๆในองค์การ โดยชี้ให้เห็นว่าใครจะต้องรายงานแก่ใคร หรือใครบังคับบัญชาใคร (Who reports to whom)

โครงสร้างขององค์การได้ช่วยเหลือ และสนับสนุนให้งานในหน้าที่ต่าง ๆ ขององค์การดำเนินการไปได้ด้วยดี โดย

1. โครงสร้างขององค์การกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบโดยระบุให้เห็นว่าใครบังคับบัญชาใคร และใครมีความรับผิดชอบในงานประเภทใด นอกจากนี้โครงสร้างขององค์การยังช่วยให้สมาชิกในองค์การรู้บทบาทของตนและบทบาทของผู้อื่นที่จะต้องเกี่ยวข้อง

หอสมุดกลาง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.โครงสร้างขององค์การได้แสดงให้เห็นการติดต่อสื่อสาร และการประสานงานในการรวมกิจกรรมและบุคคลต่างๆเข้าด้วยกัน โครงสร้างขององค์การจะระบุให้เห็นถึงลักษณะการติดต่อสื่อสารระหว่างงานบุคคลเหล่านั้นทำอยู่

3.โครงสร้างขององค์การกำหนดการตัดสินใจให้แก่ฝ่ายบริหารระดับสูงในองค์การเกี่ยวกับด้านต่างๆที่จะดำเนินการ

4.โครงสร้างขององค์การกำหนดความสมดุลอย่างเหมาะสมและการให้ความสำคัญ แก่กิจกรรมต่างๆ (พยอม วาศ์สารศรี,2531:94)

เพราะ กิจการหนังสือพิมพ์เป็นองค์การธุรกิจอย่างหนึ่งของเอกชน หนังสือพิมพ์จึงเป็นสินค้าอย่างหนึ่ง การทำหนังสือพิมพ์จะต้องลงทุน และเมื่อลงทุนแล้วก็จะต้องทำให้หนังสือพิมพ์นั้นๆเป็นสินค้าที่ขายได้ มิฉะนั้นก็ตั้งอยู่ไม่ได้ หนังสือพิมพ์ซึ่งก่อตั้งขึ้นเป็นกิจการก็เพื่อจำหน่ายมิใช่เพื่อแจกจ่ายฟรี (สุภา ศิริมานนท์,2526:164)

John M. Gaus ให้ความหมายการจัดองค์การว่า หมายถึง การจัดสรรกำลังบุคคลเพื่อปฏิบัติงานให้ลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบให้เหมาะสม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง การจัดองค์การ คือ การใช้ความพยายามนำเอาสมรรถภาพของสมาชิกในกลุ่มมาทำงานร่วมกัน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยให้มีความขัดแย้งกันน้อยที่สุดและให้เกิดความพอใจทั้งสองฝ่าย ผู้รับบริการและผู้ให้บริการขององค์การมากที่สุด

Edwin D. Flippo ว่า กระบวนการในการจัดองค์การนั้น จะต้องประกอบด้วยความสัมพันธ์ขั้นมูลฐาน 4 ประการ คือ วัตถุประสงค์ (Objective) ความรับผิดชอบ (Responsibility) อำนาจหน้าที่ (Authority) และความพร้อมที่จะให้ตรวจสอบ (Accountability) ทั้งนี้เพราะว่าในทุกองค์การจะต้องประกอบไปด้วย คน (People) หน้าที่การงาน (Funtion) และปัจจัยทางกายภาพต่างๆ (Physical factor) ขององค์การ (สมพงศ์ เกษมสิน,2516:49)

หลักการจัดองค์การควรที่จะประกอบด้วยสิ่งสำคัญคือ วัตถุประสงค์ (Objective) หลักการทำงานชำนาญเฉพาะ (Specialization of funtion) อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ (Authority and Responsibility) หน่วยงานที่สำคัญขององค์การ (Line,staff) สายการบังคับบัญชา (Chain of Command) ช่วงการบังคับบัญชา(Span of Control) การร่วมมือประสานงาน (Coordination) เอกภาพในการบังคับบัญชา (Unity of Command)

ดังนั้นการที่จะให้งานขององค์การดำเนินไปด้วยดี บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ จะต้องพยายามจัดให้เกิดพลังร่วมของกลุ่ม(Group effort) ในการดำเนินงานให้มีลักษณะสมานฉันท์ (Harmony) โดยให้งานแต่ละส่วนสอดคล้องต้องกัน(Synchonize) และเสร็จในเวลา(Time) ที่กำหนดไว้ ซึ่งในองค์กรขนาดใหญ่ถ้าแต่ละหน่วยงานต่างทำงานไปโดยไม่คำนึงถึงหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ไม่จัดให้มีการประสานงานที่ดี ก็ไม่มีวันที่งานขององค์การนั้น จะบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สมพงศ์ เกษมสิน,2516:61)

หลักการจัดองค์กรของบรรณาธิการ จึงต้องมีวัตถุประสงค์ การแบ่งงานออกเป็นส่วนย่อย การจัดกลุ่มงานให้เป็นหมวดหมู่ การระบุภาระหน้าที่ การมอบหมายงานให้เหมาะสมกับบุคคล การมอบหมายอำนาจหน้าที่ให้ได้สัดส่วนกับงาน

เมื่อเป็นเช่นนี้ องค์ประกอบการจัดองค์กรกองบรรณาธิการ จึงมีภาระหน้าที่ งาน การแบ่งงาน การมอบอำนาจในการจัดองค์กร หน่วยงานสำคัญ การบังคับบัญชา ช่วงการบังคับบัญชาและเอกภาพการบริหาร (มานิจ สุขสมจิตร,ยงยุทธ รักษาศรี,2531:413)

เพราะฉะนั้น การบริหารงานบุคคล เป็นงานที่เกี่ยวกับการควบคุมดูแลพนักงานเจ้าหน้าที่และคนในองค์การ เพื่อที่จะให้พลังงานของบุคคลที่มีอยู่โดยจำกัดนั้น อำนวยประโยชน์แก่องค์การในด้านประสิทธิภาพของการทำงาน และให้สามารถปฏิบัติงานโดยได้รับผลงานมากที่สุด (ครุณี หิรัญรักษ์,2531:369)

ด้วยเหตุนี้บทบาทของการจัดวางโครงสร้าง รูปแบบขององค์การ ถือเป็นเรื่องสำคัญยิ่งและหากขาดกระบวนการบริหารงานด้านโครงสร้างขององค์การ ย่อมทำให้ความสับสนวุ่นวายเกิดขึ้นจนยากต่อการควบคุม

เลวิทท์ เจ. ฮาโรลด์และคณะ(Jeavitt J. Harold; el al; the Organization World, Newyork ได้กล่าวไว้ว่าองค์การต่างๆ จะต้องมีองค์ประกอบด้านกิจกรรม 4 ประการด้วยกันคือ

1. หน้าที่และเป้าหมายขององค์การว่า องค์การมีเป้าหมายอย่างไรและบรรลุเป้าหมายนั้นอย่างไร
2. โครงสร้างภายในองค์การ มีลักษณะภายในองค์การแบ่งออกเป็นอย่างไร
3. เครื่องมือในการบริหารองค์การ จะมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อควบคุมการปฏิบัติงานขององค์การให้เกิดความมั่นคงได้อย่างไร

4. บุคคลในองค์การจะมีลักษณะ แนวความคิดอย่างไร มีวิธีใดที่จะสร้างความพร้อมให้เกิดขึ้น

ดังนั้นองค์การใหญ่ จึงต้องมีลักษณะสำคัญ 4 ประการด้วยกัน คือ

1. งาน(Tasks) องค์การจะต้องมีโครงสร้างการปฏิบัติงานของคนในองค์การ ซึ่งมีเป้าหมายที่แน่นอน

2. โครงสร้าง(Structure) องค์การจะต้องมีโครงสร้างการปฏิบัติงานของคนในองค์การ ซึ่งมีเป้าหมายที่แน่นอน

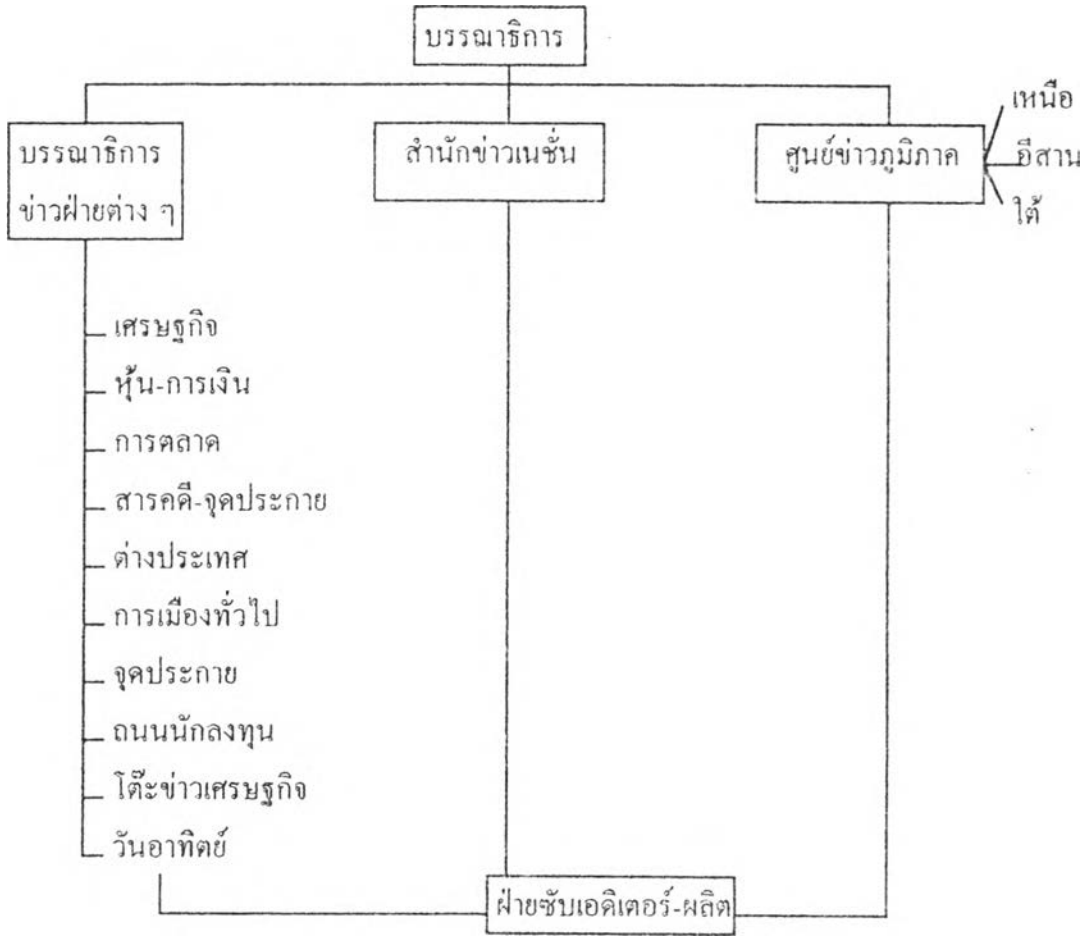
3. องค์การจะต้องมีเครื่องมือ(Tools) ซึ่งประกอบด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่สามารถเป็นอุปกรณ์ในการปฏิบัติการและช่วยเหลือการบริหารให้มีประสิทธิภาพ

4. บุคลากรในองค์การ(People) ซึ่งมีลักษณะของพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

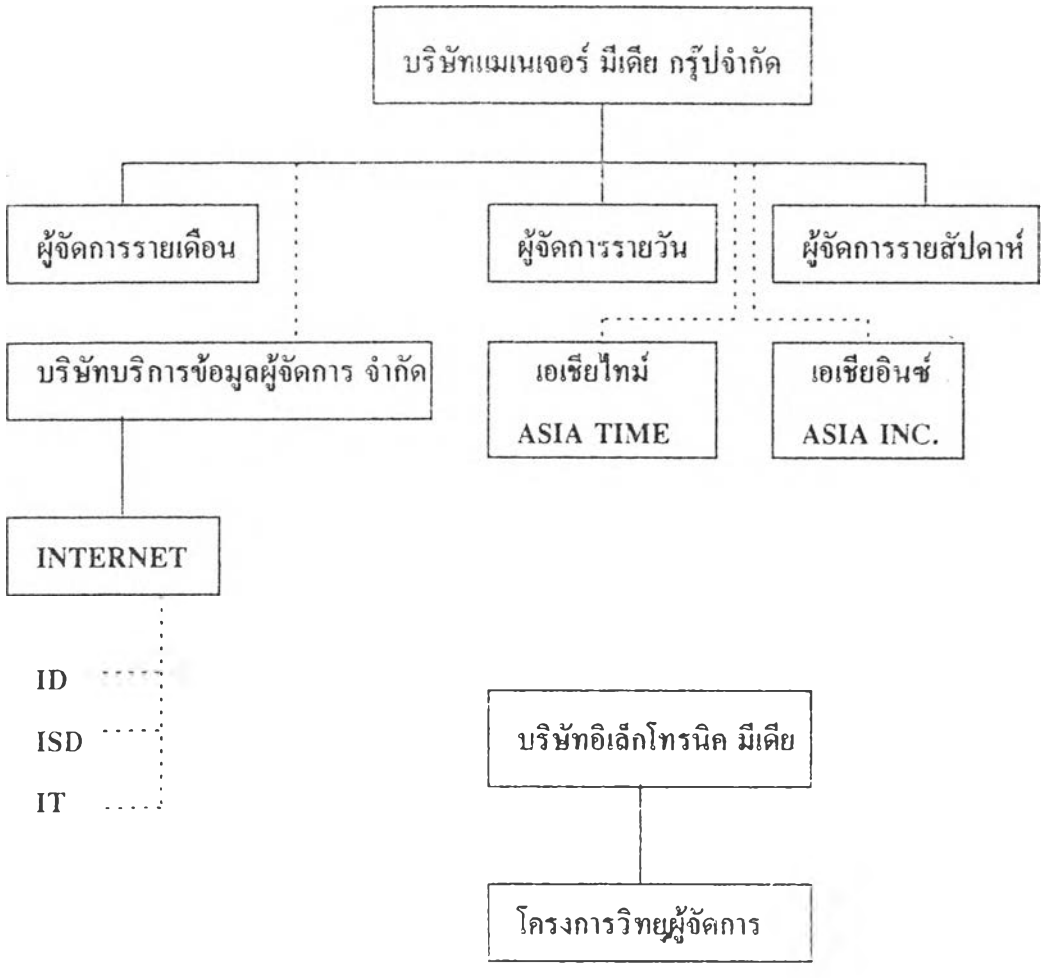
การจัดโครงสร้างขององค์กรหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน มีรูปแบบการดำเนินงานที่ต้องอาศัยประสบการณ์ทุนในการประกอบกิจการ เมื่อปัจจัยต่างๆเหล่านี้เปลี่ยนแปลงไปในด้านคู่แข่งขัน ความต้องการข่าวสารที่เพิ่มขึ้นทั่วทุกชุมชนในชนบท รวมทั้งเทคโนโลยีด้านการสื่อสารที่มีการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้การจัดองค์การศูนย์ข่าวภูมิภาคหรือศูนย์ข่าวต่างจังหวัดมีความจำเป็นในการขยายฐานการตลาด เพื่อสร้างกำไรสูงสุดในอนาคตให้กับหนังสือพิมพ์รายวันที่มีการจัดตั้งศูนย์ข่าวภูมิภาค

การนำทฤษฎีนี้เข้ามาใช้ในการวิเคราะห์สำหรับงานศึกษาวิจัยครั้งนี้เพราะ ต้องการให้มีการจับทิศทางในการขยายตัวของธุรกิจสิ่งพิมพ์ที่มุ่งหน้าจากส่วนกลางไปยังส่วนภูมิภาค โดยมีเป้าหมายจุดประสงค์หลักเพื่อต้องการขยายธุรกิจในเครือออกไปยังส่วนภูมิภาค เพื่อหวังสร้างกำไรสูงสุดจากการดำเนินการและเป็นการชี้นำให้เห็นว่า การขยายตัวของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ไปยังส่วนภูมิภาค โดยการจัดวางโครงสร้างองค์กรศูนย์ข่าวภูมิภาคกระทำในรูปแบบใด การจัดวางระบบโครงสร้างของศูนย์ข่าวภูมิภาคของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจดำเนินการไปในรูปแบบใด การจัดวางระบบโครงสร้างของศูนย์ข่าวภูมิภาคหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันกระทำในรูปแบบใด ซึ่งส่วนนี้จะชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จและล้มเหลวของการจัดวางโครงสร้างที่สามารถทำการวิจัยต่อเนื่องในอนาคต

โครงสร้างหนังสือพิมพ์เดลินิวส์



โครงสร้างหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ



โครงสร้างบริษัทแมเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป (MGA)

4. แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารภายในองค์การ

การสื่อสาร คือ กระบวนการในการถ่ายทอดอันไม่หยุดนิ่ง มีการรับรู้และโต้ตอบ อันเป็นผลจากทัศนคติ ทักษะ ความรู้และความสนใจของทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ภายใต้สภาพแวดล้อมเฉพาะโอกาสและสภาพแวดล้อมโดยทั่ว ๆไป (กริช สืบสนธิ์, 2526)

Redding และ Sanborn ได้มองถึงการสื่อสารภายในองค์การเป็นการส่งและรับข่าวสารภายในองค์การที่สลับซับซ้อน การสื่อสารภายในองค์การเป็นการศึกษาที่ครอบคลุมถึงระบบการสื่อสารภายในองค์การทั้งในด้านการติดต่อจากเบื้องบนสู่เบื้องล่าง หรือระหว่างหน่วยงานหรือบุคลากรในระดับเดียวกัน

ในขณะที่ Huseman ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การสื่อสารภายในองค์การว่าขึ้นอยู่กับรูปแบบของการจัดองค์การ แรงผลักดันให้เกิดกำลังใจในการทำงานและความสามารถ ความชำนิชำนาญในการสื่อสาร

ส่วน Greenbuam มองว่าการสื่อสารภายในองค์การทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการภายในองค์การ มีหน้าที่ในการประสานงานและสร้างกิจกรรมต่างๆอันเป็นการสร้างประโยชน์ให้แก่หน่วยงาน

แต่กริช สืบสนธิ์ สรุปเอาไว้ว่า การสื่อสารภายในองค์การ คือ กระบวนการในการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างหน่วยงานและบุคลากรทุกระดับภายในองค์การซึ่งมีความสัมพันธ์กันภายใต้สภาพแวดล้อม บรรยากาศขององค์การและสังคมซึ่งสามารถจะแปรปรวนไปได้ตามสภาวการณ์ (กริช สืบสนธิ์ ,2526)

การสื่อสารภายในองค์การ จัดแบ่งออกเป็น 3 ระดับ (กริช สืบสนธิ์ , 2538) คือ

1. การสื่อสารจากผู้บังคับบัญชาไปยังพนักงานหรือที่เรียกว่า การสื่อสารจากบนลงล่าง
2. การสื่อสารจากพนักงานไปยังผู้บังคับบัญชาหรือที่เรียกว่า การสื่อสารจากล่างขึ้นบน
3. การสื่อสารระหว่างพนักงานในระดับเดียวกันในด้านการจัดการและการบริหารงานแต่ละองค์การย่อมแตกต่างกันออก

ได้มีการมองการสื่อสารในกองบรรณาธิการว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการสื่อความหมาย การแลกเปลี่ยนความคิดหรือข่าวสารข้อมูล เพื่อที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจและความเชื่อระหว่างกัน เพื่อให้มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ซึ่งมีอยู่ 3 ลักษณะด้วยกัน (มานิจ สุขสมจิตร และยงยุทธ รักษาศรี , 2531) คือ

1. การสื่อสารจากบนสู่ล่าง ได้แก่ การออกคำสั่ง การให้ข้อเสนอแนะจากหัวหน้ากองบรรณาธิการ

2. การสื่อสารจากล่างสู่บน ได้แก่ การเสนอข่าวสารในระดับหัวหน้างานหรือหัวหน้ากองบรรณาธิการพิจารณา

3. การสื่อสารแบบแนวราบ ได้แก่ การทำงานเป็นกลุ่มร่วมกันระหว่างผู้สื่อข่าวและช่างภาพ

การติดต่อสื่อสารขององค์การ หมายถึงการติดต่อสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในขอบเขตของตำแหน่งต่างๆขององค์การ และมองไปถึงบรรยากาศของการติดต่อสื่อสารภายในองค์การว่าจะต้องมีความไว้วางใจ การมีส่วนร่วมการตัดสินใจ การให้ความสนับสนุน ความเปิดเผยในการติดต่อสื่อสารจากเบื้องบนสู่เบื้องล่าง การรับฟังการติดต่อสื่อสารจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน การมุ่งเป้าหมายการปฏิบัติงานที่สูง และยังมองอีกว่า นโยบายการติดต่อสื่อสาร คือ กลุ่มของเป้าหมายที่องค์การต้องการบรรลุความสำเร็จในการติดต่อสื่อสารขององค์การ (สมยศ นาวีการ ,2527)

Planty และ Machaver มองหลักของการติดต่อสื่อสารจากเบื้องล่างสู่เบื้องบนให้เห็นไว้ถึง 7 ประการด้วยกันคือ

1. โครงการติดต่อสื่อสารจากเบื้องล่างสู่เบื้องบนที่มีประสิทธิภาพต้องมีการวางแผน

2. โครงการติดต่อสื่อสารจากเบื้องล่างสู่เบื้องบนที่มีประสิทธิภาพต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

3. โครงการติดต่อสื่อสารจากเบื้องล่างสู่เบื้องบนที่มีประสิทธิภาพต้องใช้ช่องทางประจำ

4. โครงการติดต่อสื่อสารจากเบื้องล่างสู่เบื้องบนที่มีประสิทธิภาพต้องเน้นความรู้สึกและเปิดรับการแสดงความคิดเห็นจากระดับต่ำ

5. โครงการติดต่อสื่อสารจากเบื้องล่างสู่เบื้องบนต้องรับฟังอย่างตั้งใจ

6. โครงการติดต่อสื่อสารจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน ต้องมีการกระทำเพื่อตอบสนองต่อปัญหา โครงการติดต่อสื่อสารจากเบื้องล่างสู่เบื้องบนต้องใช้สื่อและวิธีการส่งเสริมการสื่อข่าวสารหลายอย่าง

โครงสร้างขององค์การย่อมส่งผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสารในองค์การนั้น และมีผลต่อพฤติกรรมทางการสื่อสารของบุคคลในองค์การด้วย ขณะเดียวกันได้ให้ความสำคัญของการสื่อสารในองค์การไว้พิจารณา 3 ลักษณะด้วยกัน (เสนาะ ติเยาว์ , 2537) คือ

1. การสื่อสารทำให้เกิดความหมาย ซึ่งหมายถึงแต่ละคนมีความคิดอยู่ในหัวแล้วว่าจะใช้การสื่อสารอย่างไร จึงจะแสดงความหมายตามที่ต้องการได้ กระบวนการในการสื่อสารที่จะเลือกใช้คำหรือสัญญลักษณ์หรือวิธีการใดๆได้ถูกต้องเหมาะสมก็เพราะบุคคลนั้นเข้าใจความหมายของการสื่อสารที่เลือกใช้นั้น ซึ่งจะทำให้บุคคลอื่นที่ติดต่อเข้าใจความหมายอย่างเดียวกันด้วย

2. การสื่อสารทำให้คาดคะเนความคิดกันได้ โดยการที่บุคคลติดต่อสื่อสารกันโดยการใช้สัญญลักษณ์หรือเครื่องหมายใดๆเป็นเวลานานนอกจากจะทำให้เข้าใจความหมายกันได้แล้วยังทำให้ทั้งสองฝ่ายสามารถคาดคะเนการกระทำหรือความคิดกันได้

3. การสื่อสารทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน โดยมีอยู่ 2 ลักษณะ ประการแรกเป็นรูปแบบของการสื่อสารที่สำคัญมี สองอย่างคือการสื่อสารด้วยคำได้แก่ การพูดการเขียน ส่วนอีกแบบเป็นการสื่อสารที่ไม่ใช้คำพูดเช่น การแสดงออกทางสีหน้า น้ำเสียงที่พูด ฯลฯ สภาพการสื่อสารอีกแบบหนึ่งก็คือ การสื่อสารเป็นกลุ่มใหญ่ภายในองค์การและการสื่อสารของสมาชิกภายในองค์การกับบุคคลภายนอกองค์การ

ดังนั้น เสนาะ ติเยาว์ จึงสรุปว่า หน้าที่ของการสื่อสารในองค์การ เป็นหน้าที่ที่ทำให้องค์การดำเนินอยู่ได้ และเป็นกิจกรรมที่เสริมความร่วมมือและการประสานงานระหว่างสมาชิกขององค์การสรุปเป็น 3 ประการคือ

1. จัดหาข้อมูล เพื่อสามารถแข่งขันกับองค์การอื่น หากผู้บริหารรู้ข้อมูลล่าช้าและตัดสินใจไม่ทันความเสียหายจะเกิดขึ้น การดำเนินงานโดยขาดข้อมูลมักสร้างความวิตกกังวลให้กับผู้บริหาร

2. ใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ โดยผู้บริหารที่รอบคอบต้องพยายามแสวงหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อเวลา ให้ได้ข้อมูลรวดเร็วทันเวลาและก่อนใคร เพื่อพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

3. สร้างความสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์การ โดยยิ่งองค์การที่มีขนาดใหญ่เท่าไหร่ระหว่างพนักงานกับผู้บริหาร และระหว่างบริษัทกับลูกค้าหรือสังคมก็ยิ่งขยายกว้างขึ้น ช่องว่างนี้เป็นผลร้ายต่อองค์การ ผู้บริหารอาจไม่ทราบได้ว่าเกิดปัญหาขึ้นแล้วในหมู่พนักงาน พนักงานอาจไม่รู้ว่าองค์การได้ดำเนินการไปอย่างไร

เพราะฉะนั้นการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อองค์การในการบริหารทำให้งานขององค์การดำเนินต่อไปและช่วยในการประสานงานของหน่วยงาน ในแง่ขององค์การการสื่อสารทำให้เกิดความหมาย ทำให้คนคาดคะเนความคิดซึ่งกันและกันได้และทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการดำเนินงานขององค์การ การสื่อสารนำไปใช้ในกิจกรรมขององค์การหลายอย่าง เช่น การตัดสินใจ การสร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน การสร้างความเจริญและพัฒนาองค์การ การควบคุมและการประสานงาน ลักษณะของการสื่อสารในองค์การอาจพิจารณาได้ในฐานะที่เป็นระบบรวมคือ การใช้การสื่อสารติดตามรายงานและวิเคราะห์ข้อมูล การกำหนดวัตถุประสงค์ขององค์การและการติดต่อกับองค์การอื่น ในฐานะที่เป็นระบบย่อยการสื่อสารเป็นเครื่องมือสร้างความสัมพันธ์ในกลุ่มการฝึกอบรม การสร้างบรรยากาศในการทำงาน การควบคุมสั่งงาน และการสร้างความพอใจ ในฐานะที่เป็นระบบเฉพาะบุคคลเพื่อพิจารณาการสื่อสารในแง่ของพฤติกรรมทางการสื่อสารในเรื่องของการร่วมประชุม การเขียนคู่มือ การร่างจดหมาย การทำสัญญา การพูดกันในกลุ่มที่ทำงานด้วยกันและการโต้แย้งกัน

การสื่อสารในองค์การ คือ รูปแบบหนึ่งของการสื่อสารระหว่างบุคคลแต่มีคุณลักษณะที่เป็นการกำหนดสร้างขึ้น โดยระบุว่าจะต้องมีอาณาบริเวณที่ชัดเจน และมีนัยสำคัญในการสื่อสารโดยเฉพาะ มีเรื่องของสถานะภาพและบทบาทของบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยพร้อมกับมองว่าการสื่อสารในองค์การมีหลักพื้นฐานเกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายข่าวสารสู่สมาชิกของกลุ่ม (องค์การ) รวมถึงการมีรูปแบบต่างๆของการกระจายข่าวสารด้วย (เมตตา กฤตวิทย์ และคณะ , 2530)

ภายใต้การสื่อสารภายในองค์การของหนังสือพิมพ์เคลินิวส์ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรแก่การศึกษาวิเคราะห์และวิจัยในงานครั้งนี้ เพื่ออธิบายถึงโครงสร้างการสื่อสารภายในองค์การระหว่างกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ส่วนกลางกับศูนย์ข่าวภูมิภาคหรือศูนย์ข่าวต่างจังหวัดว่ามีความสัมพันธ์กันในรูปแบบใด

5. แนวคิดด้านการตลาด

สมัยรัชกาลที่ 7 คือ นับแต่ปีพุทธศักราช 2468 เป็นต้นมา กิจการหนังสือพิมพ์ได้รับความเจริญยิ่งขึ้น มีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศออกหนังสือพิมพ์แข่งขันกันอย่างมากมายแต่บางฉบับออกมาไม่กี่ครั้งก็ต้องเลิกล้มไป (สุภาพรรณ บุญสะอาด,2517:99)

ตลาดของหนังสือพิมพ์แบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ ตลาดระดับกว้างซึ่งขอบเขตของตลาดจำหน่ายครอบคลุมกว้างขวางไปทั่วประเทศ และตลาดระดับจำกัดเฉพาะท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งโดยเฉพาะ (วานิช พลูวังกาญจน์,2529:88)

สุภา ศิริมานนท์ ให้ความหมายหนังสือพิมพ์ในเชิงธุรกิจว่า หนังสือพิมพ์ก็คือสินค้าอย่างหนึ่งที่จะต้องขายให้ได้และต้องทำกำไรด้วย แต่ธุรกิจหนังสือพิมพ์มิใช่ผลิตสินค้าธรรมดาเหมือนการผลิตเสื้อผ้า อาหารหรือเครื่องประดับใดๆ แต่เป็นการผลิตสินค้าที่มีเนื้อหาสาระที่มุ่งยกระดับความคิดจิตใจของสาธารณชนให้ก้าวสูงขึ้น ทำให้สาธารณชนมีความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงในสังคมซึ่งมีอยู่ทุกเวลานาที ขณะเดียวกันก็ทำให้สาธารณชนเปลี่ยนแปลงไปให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของสังคมด้วย

การบริหารธุรกิจหนังสือพิมพ์ หมายถึง กระบวนการในการนำเอาทรัพยากรการบริหาร ได้แก่ คน วัสดุสิ่งของ เครื่องจักรหรือเครื่องมือในการผลิตและเงินทุนมาใช้ดำเนินการผลิตหนังสือพิมพ์รายวันหรือรายอื่นๆ เพื่อนำหนังสือพิมพ์ออกจำหน่ายทั่วไปโดยหวังผลตอบแทนกลับมาในรูปของกำไรและเอื้อประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมรวมทั้งเป็นที่ยอมรับของสังคมด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และนโยบายของหนังสือพิมพ์นั้นเป็นประการสำคัญ (ฉอ้าน วุฑฒิกรรมรักษา,2530:6)

การตลาด คือ กิจกรรมทางธุรกิจใดๆก็ตามที่กำหนดการเลื่อนไหลของสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปสู่ลูกค้าหรือผู้ใช้สินค้า

การตลาด คือ การพัฒนาและการแจกจ่ายสินค้าที่มีประสิทธิภาพแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายอันเป็นที่มาของกำไร โดยการสร้างความพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายนั้นๆจากสินค้าที่ผลิตออกมาสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม

การตลาดของหนังสือพิมพ์ คือ การที่ธุรกิจหนังสือพิมพ์ผลิตสินค้า คือ ตัวหนังสือพิมพ์และแจกจ่ายหนังสือพิมพ์ให้แก่ลูกค้า คือ ผู้อ่านโดยหวังว่าเมื่อลูกค้าพอใจหนังสือพิมพ์ จำนวนลูกค้าจะเพิ่มมากขึ้นตามลำดับและเป้าหมายคือผลกำไรที่เพิ่มมากขึ้นจะสำเร็จลงได้หนังสือพิมพ์นั้นต้องสนองความต้องการของผู้อ่าน หรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างเหมาะสม(ชาญนริศ บุญพารอด,2531:459)

ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ที่ดี จะต้องมีความรู้ทางด้านการตลาดในวงธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นอย่างดี กลยุทธของด้านการตลาดของธุรกิจหนังสือพิมพ์จะนำไปสู่ผลกำไรและยอดขายที่เพิ่มขึ้น หมายถึง การพัฒนาก้าวหน้าของหนังสือพิมพ์ (ชาญนริศ บุญพารอด,2531:464)

พื้นฐานการตลาดหนังสือพิมพ์ มีบทบาทอย่างมากในการเข้าไปศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคว่า มีความต้องการสินค้าประเภทใด สาระของสินค้ามีอย่างไร ท่ามกลางสภาพตลาดที่มีการแข่งขันและปรับตัวเพื่อความอยู่รอด จำเป็นที่ผู้บริหารหนังสือพิมพ์จะต้องกำหนดแนวทางในการสร้างสื่อสิ่งพิมพ์ของตนให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค เพื่อช่วงชิงความเป็นเลิศทางค่านิยมในการซื้อของผู้บริโภค

กลไกในการตอบสนองของผู้บริโภคนอกเหนือจากการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายและการจัดจำหน่ายแล้ว ข่าวท้องถิ่น เป็นช่องทางในการขยายสินค้าไปสู่เป้าหมาย และหนังสือพิมพ์บางฉบับถือเป็นหัวใจสำคัญของการรุกทางด้านการตลาด

ด้วยเหตุนี้ หนังสือพิมพ์รายวันจากส่วนกลางหลายฉบับ พยายามที่จะรุกเข้าไปสู่การจัดตั้งศูนย์ข่าวภูมิภาคหรือศูนย์ข่าวต่างจังหวัดเพื่อวางเครือข่ายในการตั้งกองบรรณาธิการขนาดย่อส่วน เพื่อดำเนินการจัดพิมพ์เพื่อวางตลาดในเวลาเดียวกันกับกรุงเทพฯเพื่อแสวงหารายได้จากการโฆษณาที่มีหลากหลายในจังหวัดใหญ่ กระทั่งการเพิ่มยอดจำหน่ายของหนังสือพิมพ์ในเครือให้กระจายสู่ผู้อ่านให้มากขึ้น

อี. เจอโรม่ แม็คคาธี (E. Jerome Mcczthy) ให้คำจำกัดความการตลาดว่าเป็นผลงานที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมทั้งหลายที่เกี่ยวข้องกับการพยายามให้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์ ทั้งนี้โดยวิธีการคาดหมาย ถึงความต้องการด้านต่างๆของลูกค้าและรวมถึงการให้สินค้าและบริการผ่านจากผู้ผลิตไปยังลูกค้าเพื่อตอบสนองความพอใจต่างๆให้กับลูกค้า

วิลเลี่ยม สแตนตัน (William Stanton) จำกัดความการตลาดว่า เป็นระบบของปฏิกิริยาของกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวกับการวางแผน การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคปัจจุบันและผู้บริโภคเป้าหมาย

ฟิลลิป คอทเลอร์ (Phillip Kotler) นักการตลาดชื่อดังจำกัดความการตลาดว่า เป็นกิจกรรมของมนุษย์ที่ดำเนินไป เพื่อให้มีการตอบสนองความพอใจและความต้องการต่าง ๆ โดยอาศัยกระบวนการแลกเปลี่ยน

สอดคล้องกับลักษณะโครงสร้างทางการตลาดที่อาศัยปัจจัยอยู่ 2 ประการคือ ผู้ดำเนินธุรกิจสู่หนังสือพิมพ์ ต้องให้ความสนใจยิ่งคือ ความต้องการซื้อของผู้ซื้อและความต้องการขายของผู้ขาย อันเป็นสมการทางด้านการตลาดที่สำคัญที่เอื้อต่อความสำเร็จในเชิงธุรกิจ

เสรี วงษ์มณฑา กล่าวถึงการวางแผนใหม่ที่ต้องใช้หลักการจากภายนอกสู่ภายในโดย เริ่มต้นวางแผนศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคในการรับรู้ ความเชื่อถือของผู้บริโภคและเป็นการวางแผนซึ่งถือเกณฑ์พฤติกรรมทางการตลาด มีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะกำหนดรูปแบบการติดต่อสื่อสารทางการตลาดโดยศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจที่มีต่อองค์กรทางการตลาดแล้วจึงนำมากำหนดแนวทางการสื่อสารขององค์การ

ดังนั้น ลักษณะสำคัญของการวางแผนจากภายนอกของเสรี วงษ์มณฑา คือ การให้ความสำคัญแก่ลูกค้า การรักษาลูกค้าที่ได้มาไว้นานที่สุด การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมของลูกค้าใช้กระบวนการสื่อสารการตลาดแบบครบเครื่องและสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

การสื่อสารการตลาด มีความหมายเกี่ยวพันถึง 2 สาขาวิชา คือ การตลาด และการติดต่อสื่อสาร จากการพิจารณาจากฝ่ายของผู้ขาย กระบวนการตัดสินใจต่างๆของผู้ขายย่อมจะเกี่ยวข้องกับการเข้าใจเรื่องราวของการตลาดของสำคัญ ขณะเดียวกันการมุ่งสนใจดูถึงความสำเร็จจากการขาย คือการตัดสินใจของผู้ซื้อก็ย่อมจะเกี่ยวข้องกับการเข้าใจเรื่องราวของพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นสำคัญ และจุดเชื่อมโยงของทั้งสองฝ่ายคือระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายก็คือสนใจถึงการสื่อสารการตลาดนั่นเอง (ธงชัย สันติวงษ์ , 2537)

ธงชัย สันติวงษ์ จัดแนวคิดเกี่ยวกับการจัดแบ่งสัดส่วนการตลาด (Concept of Segmentation) ไว้ 3 ประการด้วยกันคือ

1. ข้อสมมุติฐานที่ต้องเข้าใจอย่างถูกต้องว่า ผู้บริโภคทุกๆคนมีลักษณะที่แตกต่างกัน
2. ความแตกต่างของผู้บริโภคมักจะมีความสัมพันธ์ต่อความแตกต่างของความต้องการในตลาด

3. การจัดแบ่งสัดส่วนของผู้บริโภค ถ้าหากสามารถกระทำได้ถูกต้องแล้ว จะเป็นกลไกที่สำคัญยิ่งที่จะช่วยให้นักการตลาดสามารถแยกผู้บริโภคเหล่านี้ ออกมาเป็นส่วน ๆ จากตลาดส่วนรวมทั้งหมด

มีการกำหนดคำจำกัดความของการตลาดครบวงจร ว่าเป็นการพยายามค้นคิดบริการและจัดจำหน่ายตอบสนองลูกค้าโลก ภายใต้เครือขายใหม่และวิธีการขายตามเทคโนโลยีทันสมัยและโลกกว้าง (ธงชัย สันติวงษ์ ,2539)

1. ส่วนบนของวงจรการตลาดยุคใหม่ คือการปรับตัวเข้าหาเทคโนโลยี โดยเข้าได้ดีด้วยการสอดรับและตามทันกับเทคโนโลยีใหม่และข่ายของไอทีที่เกิดขึ้น ซึ่งกลายเป็นสิ่งสำคัญในการนำเข้ามาเป็นส่วนประกอบของการทำธุรกิจในสมัยใหม่มากขึ้น

2. ส่วนลึกของวงจรการตลาด คือ ด้านการพัฒนา จัดระเบียบข้อมูลและสร้างเนื้อหาเรื่องราวต่าง ๆ ที่จะให้คุณค่าแก่ลูกค้าได้เพียงใด และจะเป็นตัวกำหนดอายุความยากของความสำเร็จจากการลงทุนเข้าสู่เครือข่าย

เป้าหมายของการตลาดมีจุดมุ่งอยู่ 4 ประการด้วยกัน (ธงชัย สันติวงษ์ ,2539) คือ

1. มุ่งที่จะให้ประชาชน มีโอกาสจัดหาการบริโภคสินค้าและบริการมากที่สุด
2. มุ่งที่จะให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจจากการบริโภคดังกล่าวมากที่สุด
3. มุ่งที่จะให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกมากที่สุด
4. มุ่งที่จะให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยได้รับบริการและสินค้าที่ดี มีคุณภาพและยังคงสามารถรักษาคุณภาพของสภาพแวดล้อมต่างๆไว้ได้

ได้มีการอธิบายถึงส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่ประกอบไปด้วย

1. Product หรือผลิตภัณฑ์ คือการออกแบบและวางแผนผลิตผลิตภัณฑ์
2. Price หรือราคา คือ การตั้งราคาขาย
3. Promotion หรือการส่งเสริมการจัดหน่าย คือการบอกกล่าวให้ลูกค้าเข้าใจถึงคุณค่าและลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์
4. Place หรือสถานที่ คือ การจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับการจำแนกแจกจ่ายเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการจัดหา (ธงชัย สันติวงษ์ , 2539)

จึงถือได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาด คือ การผสมที่เข้ากันได้อย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและระบบการจัดจำหน่าย ซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ

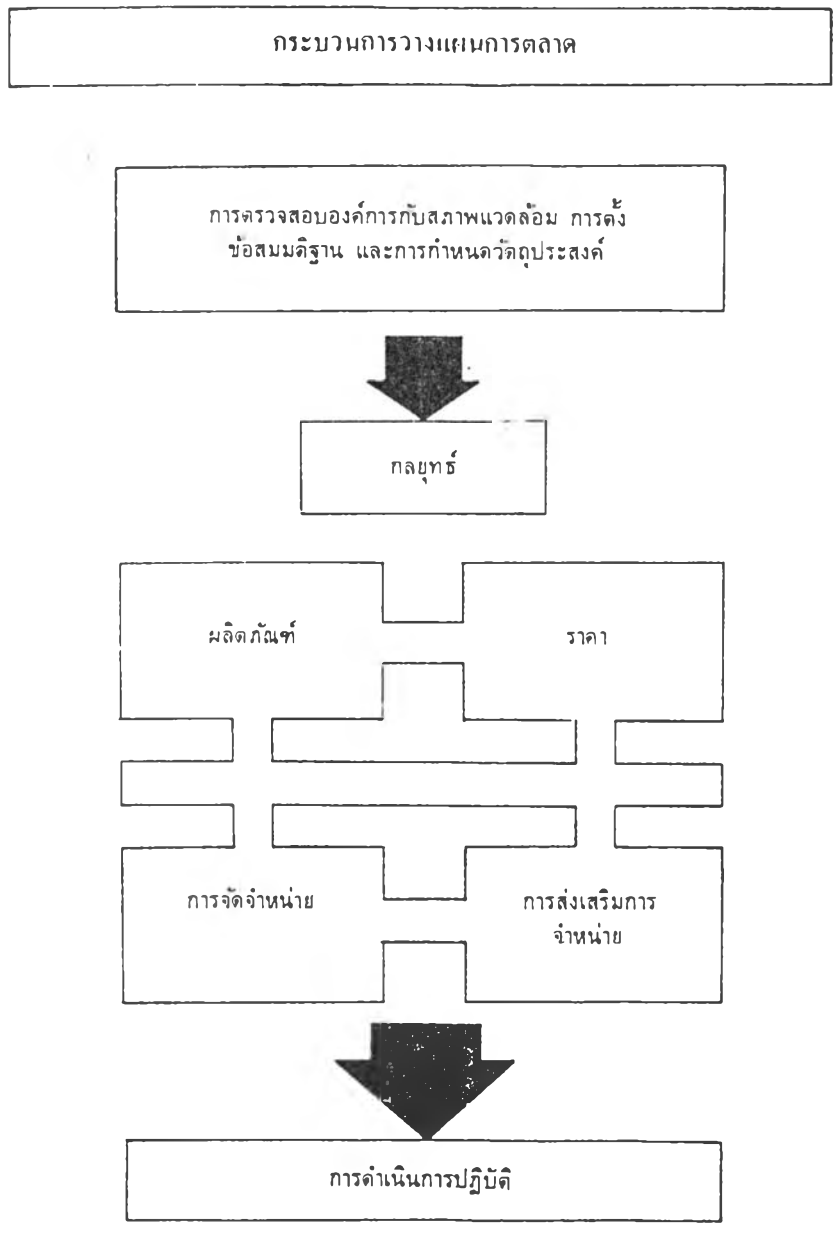
ขณะที่มีการมองถึงแนวคิดการตลาดที่ถูกกำหนดโดยนโยบายพื้นฐานความเชื่อที่มานับแต่ ค.ศ. 1960 เป็นต้นมาถึง 3 ประการด้วยกัน (สุวิทย์ เปียผ่องและคณะ ,2530) คือ

1. การวางแผนและดำเนินงานทั้งหมดของบริษัทจะเน้นที่ผู้บริโภค
2. เป้าหมายของบริษัทจะต้องสามารถทำกำไรได้ในระยะยาว มิใช่ขายได้ปริมาณมากอย่างเดียว แต่ไม่มีกำไร
3. กิจกรรมทางด้านการตลาดทั้งหมดจะต้องประสานกัน สอดคล้องกัน

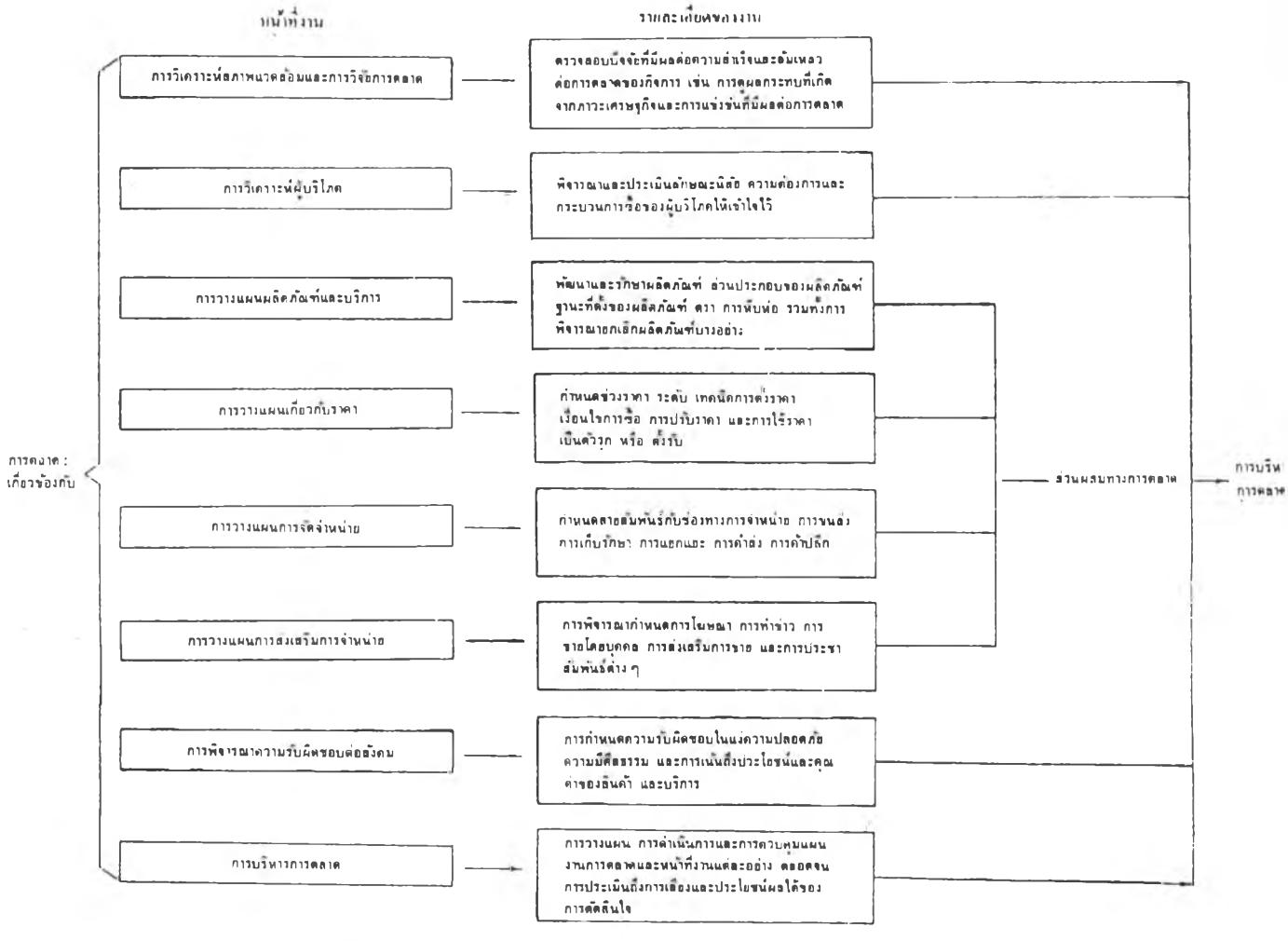
แนวคิดทางด้านการตลาดนำมาอธิบายถึงนโยบายในการจัดการและการวางแผน กำหนดทิศทางในการขยายการจัดตั้งศูนย์ข่าวภูมิภาค หรือศูนย์ข่าวต่างจังหวัดว่า เป็นไปตามกลไกการตลาดเช่นใด การได้มาซึ่งกำไรต่อหน่วยในอนาคตมีผลมาจากการกำหนดนโยบายและแนวทางด้านการตลาดของการจัดตั้งศูนย์ข่าวภูมิภาคหรือศูนย์ข่าวต่างจังหวัดด้วยปัจจัยใดเป็นสำคัญ

และแนวความคิดทางการตลาดโดยทั่วไปจึงมักกำหนดเป็นผังโครงสร้างเพื่อประกอบในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

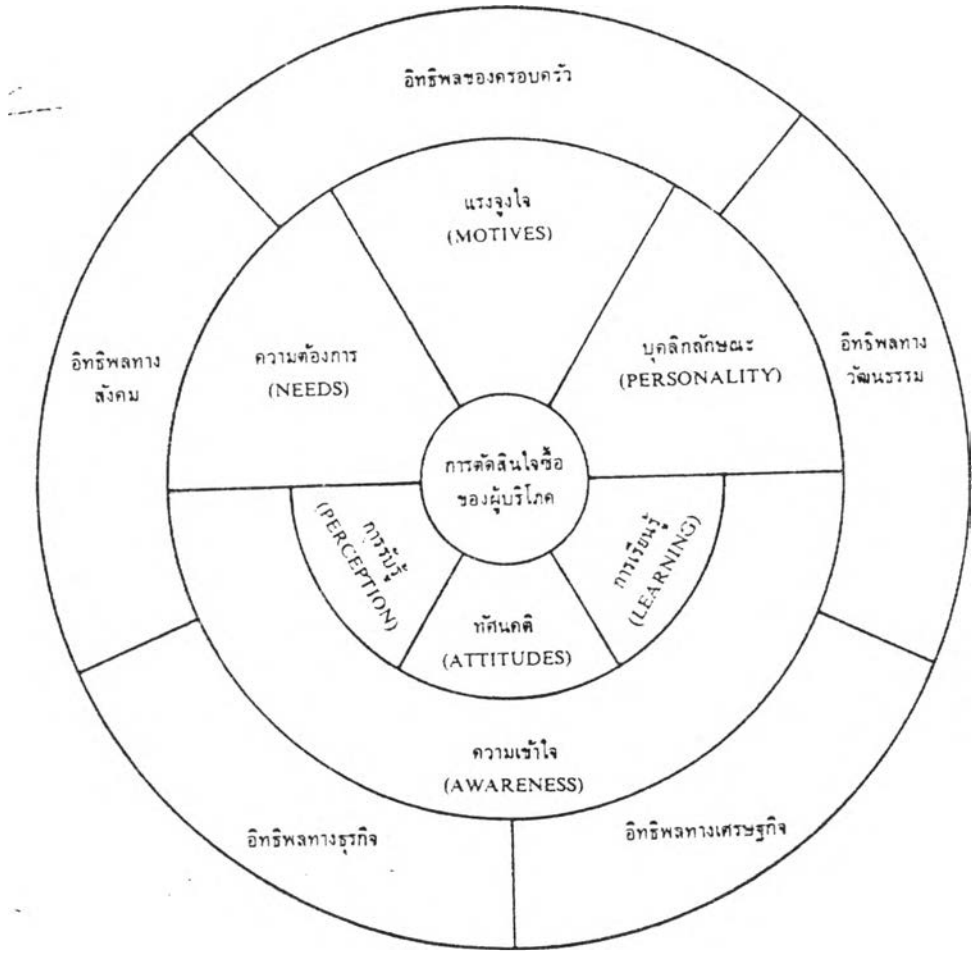
I17879212



ผังแสดงถึงกระบวนการวางแผนการตลาด



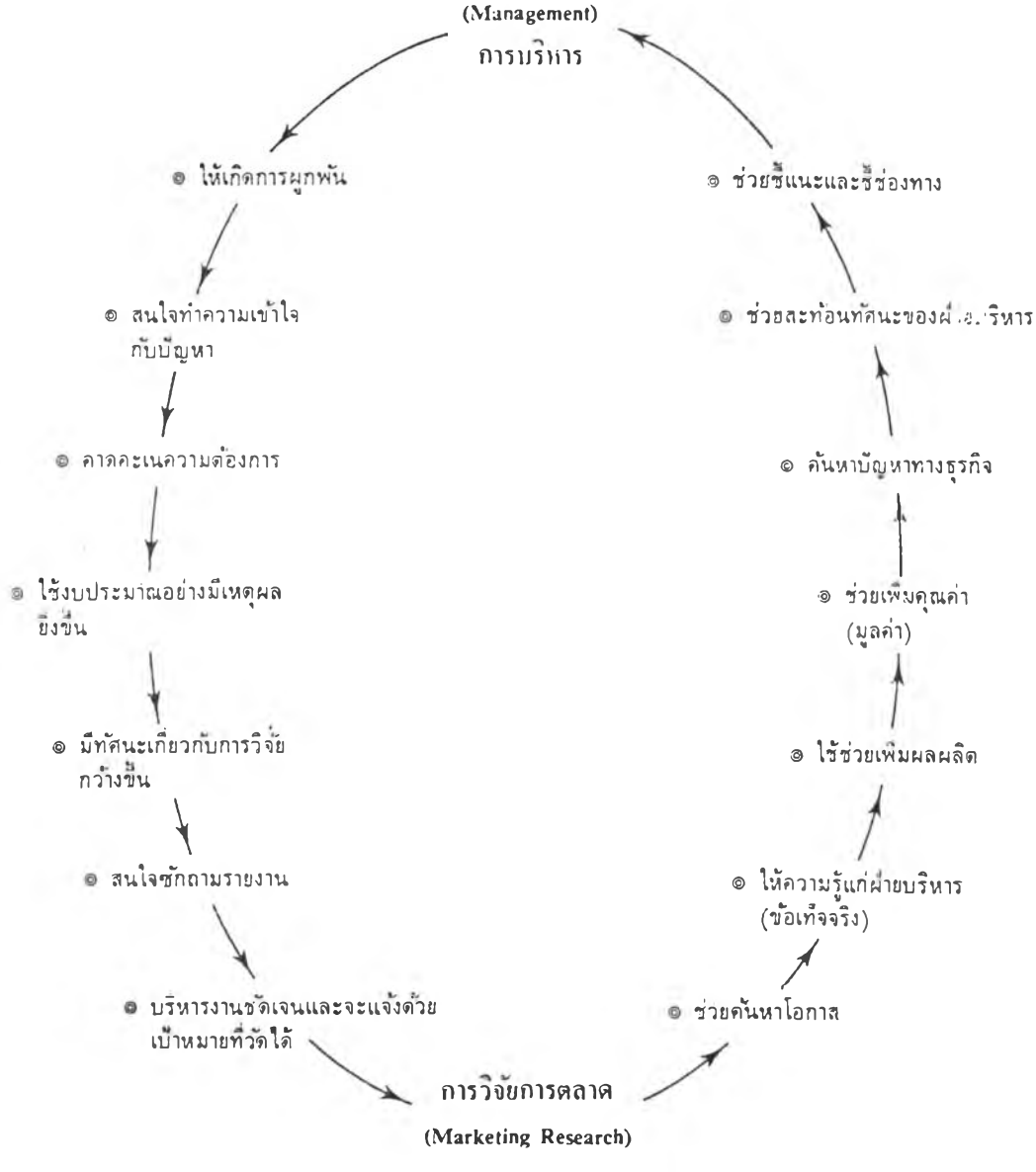
ผังแสดงหน้าที่งานการตลาด (ดัดแปลงจาก Joel R. Evans and Barry Berman, Marketing, 3rd. edition (New York : Macmillan Publishing Commpany, 1987) p.17



ผังแสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

จาก Glenn Walters, Consumer Behavior : Theory and Practice, Revised Edition., (Homewood, Illinois Richard D. Irwin, 1974) p.16

การวิจัยการตลาดช่วยการบริหารได้อย่างไร



ผังแสดงประโยชน์ของการวิจัยการตลาดต่อการบริหาร