



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่อง

โครงสร้างตลาดและการกำกับดูแล หนังสือพิมพ์ในประเทศไทย

(โครงการ “การปฏิรูประบบสื่อ: โครงสร้างของระบบสื่อและการกำกับดูแลสื่อด้านโครงสร้าง”)

โดย นวleen้อย ตรรัตน์ และ ธาณี ชัยวัฒน์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มกราคม 2547



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่อง

โครงสร้างตลาดและการกำกับดูแล หนังสือพิมพ์ในประเทศไทย

(โครงการ “การปฏิรูประบบสื่อ: โครงสร้างของระบบสื่อและการกำกับดูแลสื่อด้านโครงสร้าง”)

โดย นวleen้อย ตรรัตน์ และ ธาณี ชัยวัฒน์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สนับสนุนการวิจัยโดย
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
มกราคม 2547

(ความเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ (1) วิเคราะห์โครงสร้างตลาดของหนังสือพิมพ์ โดยใช้แนวคิดโครงสร้าง-พฤติกรรม-ผลการดำเนินงาน และประสิทธิภาพของตลาด (2) วิเคราะห์มาตรการการกำกับดูแลตลาดหนังสือพิมพ์ที่มีอยู่ในประเทศไทย

จากการศึกษาในส่วนแรกพบว่า โครงสร้างตลาดหนังสือพิมพ์มีลักษณะเป็นตลาดผู้ขายน้อยรายแบบมีผู้นำและผู้ตาม โดยผู้นำตลาดจะมีบทบาทในการตั้งราคาต่ำที่สุดเพื่อสร้างความได้เปรียบและกีดกันคู่แข่ง เนื่องจากธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นธุรกิจที่มีการประหยัดต่อขนาดในหลายด้าน ทั้งในด้านต้นทุนการผลิตจริง ต้นทุนการกระจายสินค้า ต้นทุนการทำข่าวและการสร้างรายได้จากการโฆษณา รวมทั้งยังมีการประหยัดจากการเรียนรู้ นอกจากนี้ ธุรกิจหนังสือพิมพ์ยังมีความเกี่ยวโยงกับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าอย่างมากอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ตลาดหนังสือพิมพ์ก็มีการแข่งขันกันอยู่พอสมควร โดยตลาดหนังสือพิมพ์จะแข่งขันกันในเรื่องความเร็วของการนำเสนอข่าว แต่การแข่งขันกันทางด้านคุณภาพยังมีน้อย นอกจากนี้การที่หนังสือพิมพ์เป็นองค์กรธุรกิจที่ต้องแสวงหากำไร โดยรายได้หลักของหนังสือพิมพ์มาจากการโฆษณา ทำให้หนังสือพิมพ์ถูกรวบงำได้ง่ายจากผู้ถือครองงบประมาณมูลค่าสูง

ในส่วนของการกำกับดูแลพบว่า ปัญหาทางจริยธรรมที่สำคัญของหนังสือพิมพ์คือปัญหาการเป็นตัวกลางการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพและปัญหาการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ซึ่งโครงสร้างการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์ประกอบไปด้วย 4 มาตรการ ได้แก่ มาตรการการควบคุมโดยสาธารณะ มาตรการการควบคุมทางกฎหมาย มาตรการการควบคุมทางการปกครอง และมาตรการการควบคุมกันเอง

มาตรการการกำกับดูแลโดยสาธารณะส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะการควบคุมผ่านกลุ่มทางสังคม เพราะหนังสือพิมพ์ต้องตระหนักถึงภาพพจน์ของตน ในขณะที่มาตรการการกำกับดูแลทางกฎหมายเป็นมาตรการที่เห็นผลเป็นรูปธรรมมากที่สุด แต่ก็มีต้นทุนการดำเนินการที่สูง หากเป็นกรณีที่มีการเสนอข่าวอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคม มาตรการการควบคุมทางการปกครองจะมีประสิทธิผลมากที่สุด และสุดท้าย มาตรการการควบคุมกันเองก็มีประสิทธิผลมาก เพราะมีกฎระเบียบที่ชัดเจน มีต้นทุนที่ต่ำกว่า และใช้ระยะเวลาไม่นานนัก แต่ขาดความชัดเจนของบทลงโทษ

Abstract

This research aims to (1) study the newspaper market's structure, conduct, performance and efficiency by employing industrial organization theory as the framework of analysis, (2) examine the measures used for newspaper regulations.

Firstly, the newspaper market is the oligopoly structure which is dominated by a leader. The leader sets the minimum price for the market to raise his advantages and obstruct his competitors. The newspaper business is due to the economies of scale in many ways such as news gathering, publishing, distribution, and advertisement. Moreover, brand loyalty is found in this business.

The competition in this market concentrates on the speed of reporting. The quality competition hardly occurs. As the revenue from advertisement is the major income of this business, the press can be easily interfered by anyone who owns advertisement budget.

Secondly, the most often found immorality of journalists includes non-neutrality, distorted reports in exchange for money, and infringements of private rights. In general, there are four measures of regulation: public regulation, legal regulation, state regulation and self regulation.

The public regulation is effective measure, especially in the movement of the social groups. The legal regulation is the most concrete, but its transaction costs are very high. State regulation has been declined in the period of democratization. Lastly, the self regulation measure has increasing role, however, reduction of operation time is needed to improve its effectiveness.

บทสรุปผู้บริหาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นวลน้อย ตริรัตน์ และ ธาณี ชัยวัฒน์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อสารมวลชนที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และระบบการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างระบบประชาธิปไตย ซึ่งในการบรรลุเป้าหมายดังกล่าว หนังสือพิมพ์จะต้องมีเสรีภาพในการนำเสนอข่าว หนังสือพิมพ์จึงเป็นสถาบันสังคมที่ถูกคาดหวังในระดับสูง อย่างไรก็ตามหนังสือพิมพ์ก็เป็นองค์กรทางธุรกิจที่มีเป้าหมายในการแสวงหากำไร ดังนั้นการสร้างสมดุลหรือการอบในการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์ที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งจำเป็น

โครงการวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะ (1) ศึกษาโครงสร้างตลาดของหนังสือพิมพ์ ประสิทธิภาพในตลาด ผลปฏิบัติการ และประสิทธิภาพของตลาด (2) วิเคราะห์โครงสร้างการกำกับดูแลตลาดหนังสือพิมพ์ของประเทศไทยในปัจจุบัน

การวิเคราะห์ตลาดหนังสือพิมพ์ได้ใช้ทฤษฎีองค์กรอุตสาหกรรม (Theory of Industrial Organization) เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้าง ประสิทธิภาพ และผลการดำเนินงาน และประสิทธิภาพของตลาด ทั้งนี้โดยถือว่าธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นองค์กรประเภทหนึ่ง ที่มีเป้าหมายเพื่อแสวงหากำไรสูงสุด อย่างไรก็ตามบางส่วนขององค์กรนี้ก็มีเป้าหมายเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ จึงกล่าวได้ว่า ธุรกิจหนังสือพิมพ์มีลักษณะขององค์กรแบบผสมผสาน¹ ภายใต้กระบวนการ "การจัดสถาบัน" (Institutionalization) เพื่อให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ อันจะทำประโยชน์ให้แก่สังคม โดยส่วนรวมภายใต้สภาวะการณ์ที่ยังจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการขยายตลาดและการแสวงหากำไรสูงสุดในบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง รวมทั้งความเคลื่อนไหวและกดดันจากคู่แข่งในอุตสาหกรรม

ข้อค้นพบที่สำคัญ

1. ตลาดหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย มีสัดส่วนของหนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทยถึงร้อยละ 87 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์รายวันธุรกิจที่ร้อยละ 8 และรายวันภาษาอังกฤษที่ร้อยละ 4 ทั้งนี้ในแต่ละตลาดของหนังสือพิมพ์มีลักษณะของตลาดผู้ขายน้อยรายแบบที่มีผู้นำและผู้ตาม โดยพบว่าอัตราการแข่งขันของผู้

¹ Wallis, Roger and Stanley Baron The Known World of Boardcast News: International News and the Electronic Media London: Routledge, 1990.

ประกอบการรายใหญ่ 4 ราย ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยมีค่าถึงร้อยละ 80 ในปี 2545 ส่วนตลาดหนังสือพิมพ์รายวันธุรกิจ และ หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษมีการแข่งขันกันเพียง 2-3 รายเท่านั้น

2. ลักษณะที่สำคัญของตลาดหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยคือมีผู้นำและผู้ตาม ทั้งนี้ผู้นำตลาดจะมีบทบาทในการตั้งราคา และเลือกที่จะตั้งราคาต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบและกีดกันคู่แข่ง โดยทำการตั้งราคาตามต้นทุนการผลิตจริงที่ตนเองมีความได้เปรียบจากการประหยัดต่อขนาด ผู้ตามรายอื่นจึงจำเป็นต้องตั้งราคาตามผู้นำ แม้ว่าจะเสียเปรียบก็ตาม ในขณะที่ผู้ประกอบการรายใหม่ก็ยากที่จะเข้าสู่ตลาดได้ เพราะวิธีการตั้งราคาดังกล่าวจะทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ประสบปัญหาการขาดทุนในช่วงแรกของการประกอบการค่อนข้างมาก ผู้ประกอบการรายใหม่จึงจำเป็นต้องมีเงินทุนสำรองที่ค่อนข้างสูง จนกว่าหนังสือพิมพ์จะเป็นที่รู้จัก มีรายได้จากยอดขายและโฆษณาเพิ่มขึ้น ทั้งนี้การเพิ่มยอดขายของหนังสือพิมพ์ใหม่เป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก เนื่องจากอัตราการขยายตัวของหนังสือพิมพ์โดยรวมเพิ่มขึ้นในอัตราค่อนข้างต่ำ การเพิ่มยอดขายของผู้ประกอบการใหม่จะเกิดขึ้นโดยการแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากผู้ผลิตรายเดิมมากกว่าที่จะเกิดขึ้นจากการเปิดตลาดใหม่
3. ธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นธุรกิจที่มีการประหยัดต่อขนาดในหลายด้าน ทั้งในด้านต้นทุนการผลิตจริง ต้นทุนการกระจายสินค้า ต้นทุนการทำข่าวและการสร้างรายได้จากการโฆษณา รวมทั้งยังมีการประหยัดจากการเรียนรู้ที่สามารถรักษานักข่าวที่มีทักษะมากกว่าเอาไว้ได้ สิ่งเหล่านี้จึงกลายเป็นปัจจัยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรายเดิม โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหญ่มีความได้เปรียบมากกว่าผู้ประกอบการรายเล็กหรือผู้ประกอบการรายใหม่อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้
4. ธุรกิจหนังสือพิมพ์มีความเกี่ยวข้องกับความจริงรักภักดีต่อตราสินค้าเป็นอย่างมาก กล่าวคือ ผู้อ่านจะเกิดความยึดติดเมื่ออ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่งเป็นเวลานาน ส่งผลให้เกิดต้นทุนของตัวผู้อ่านในการเปลี่ยนไปอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ซึ่งเท่ากับเป็นการส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบของผู้ประกอบการรายเดิมที่อยู่เหนือผู้ประกอบการรายใหม่อีกเช่นเดียวกัน
5. โครงสร้างตลาดหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยตกอยู่ในสภาวะที่มี “การกีดกันโดยธรรมชาติ” (Natural Barriers to Entry) หมายความว่า สิ่งกีดกันการเข้าสู่ตลาดไม่ใช่กฎระเบียบหรือข้อกำหนดที่เห็นได้ชัดดังเช่นการให้สัมปทาน แต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากโครงสร้างตลาดหรือลักษณะของธุรกิจหรืออุตสาหกรรมนั้น การแข่งขันของ

ธุรกิจหนังสือพิมพ์จึงมีอยู่ในระดับหนึ่งเท่านั้น โดยการแข่งขันของหนังสือพิมพ์จะเน้นในเรื่องการนำเสนอข่าวที่รวดเร็ว ไม่เน้นที่จะนำเสนอข่าวที่เจาะลึก หรือลงทุนทำข่าวที่มีการสืบสวน สอบสวน เพื่อการนำเสนอข่าวที่รอบด้าน ลึกซึ้ง และถูกต้องมากนัก เนื่องจากการลงทุนทำข่าวในลักษณะดังกล่าวจะต้องมีการลงทุนทั้งทางด้านบุคลากร เวลา และค่าใช้จ่าย ขณะเดียวกันอาจต้องเผชิญกับแรงกดดันทางการเมืองจากภาครัฐ ซึ่งสามารถแทรกแซงโดยผ่านงบประมาณการโฆษณาของภาครัฐและงบประมาณของธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กับการเมืองในระดับสูง

6. เนื่องจากหนังสือพิมพ์เป็นสื่อสารมวลชนที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศและมีส่วนสำคัญต่อสิทธิการรับรู้ของประชาชน หนังสือพิมพ์จึงต้องมีเสรีภาพในการนำเสนอข่าวอย่างเป็นกลาง เป็นธรรม ครอบคลุม มีความถูกต้อง และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน อย่างไรก็ตามพบว่าการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนนั้นอาจกระทบต่อสิทธิส่วนบุคคลได้ หรือใช้อำนาจในฐานะเป็นสื่อมวลชนในการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตนได้ โดยปัญหาทางจริยธรรมที่สำคัญคือ ปัญหาการวางตัวไม่เป็นกลาง การรับซองขาว การเสนอข่าวบิดเบือน และการนำเสนอข่าวที่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล หนังสือพิมพ์จึงเป็นธุรกิจที่ต้องมีการกำกับดูแล
7. โครงสร้างการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์ในเชิงจริยธรรมจะประกอบไปด้วยมาตรการ 4 กลุ่ม ได้แก่ มาตรการการควบคุมโดยสาธารณะ มาตรการการควบคุมทางการปกครอง มาตรการการควบคุมทางกฎหมาย และมาตรการการควบคุมตนเอง
8. มาตรการการกำกับดูแลโดยสาธารณะนั้น เป็นมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการให้สาธารณชนหรือผู้อ่านเป็นผู้กำกับดูแล ทั้งนี้เมื่อมีการทำข่าวที่ไม่ถูกต้อง ไม่เหมาะสม หรือทำข่าวที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน หรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคล สาธารณชนอาจจะใช้การวิพากษ์ การแสดงความคิดเห็น ตลอดจนการหยุดซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นๆ ได้ มาตรการการกำกับดูแลโดยสาธารณะจะมีประสิทธิภาพมากที่สุดถ้าประชาชนมีการรวมกลุ่มกันทางสังคม และมีจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมทางสังคมในระดับสูง นอกจากนี้มาตรการนี้เป็นมาตรการที่มีต้นทุนในการปฏิบัติการต่ำ
9. มาตรการการกำกับดูแลทางกฎหมาย เป็นมาตรการที่เห็นผลเป็นรูปธรรมมากที่สุด เพราะเป็นการใช้กระบวนการทางกฎหมายผ่านกระบวนการยุติธรรม มาตรการนี้สามารถสร้างภาระความรับผิดชอบให้กับหนังสือพิมพ์ได้ เช่น การปรับ การเรียกค่าสินไหมทดแทน และการตัดสินจำคุก แต่ต้นทุนการดำเนินการก็สูงมากตามไป

ด้วย ทั้งต้นทุนที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน จึงทำให้ผู้ได้รับผลกระทบจากหนังสือพิมพ์พึงพากระบวนการนี้ค่อนข้างจำกัด

10. มาตรการกำกับดูแลทางปกครอง เป็นมาตรการที่มีการใช้น้อยลงเรื่อยๆ เพราะไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม เนื่องจากมีการใช้มาตรการนี้ไปในทางคุกคามเสรีภาพในการทำหนังสือพิมพ์ค่อนข้างมาก
11. มาตรการการควบคุมตนเอง ค่อนข้างจะมีประสิทธิผลเช่นเดียวกับมาตรการการควบคุมโดยสาธารณะ เพราะมีกฎระเบียบที่ชัดเจน ผ่านการร่วมลงสัตยาบรรณของหนังสือพิมพ์หลายฉบับ มีต้นทุนที่ต่ำกว่าและใช้ระยะเวลาน้อยกว่ามาตรการทางกฎหมาย รวมทั้งมีโอกาสถูกแทรกแซงน้อยกว่ามาตรการทางปกครองด้วย แต่ก็ยังมีจุดอ่อนในเรื่องความล่าช้า ทำให้ไม่สามารถหยุดการนำเสนอข่าวที่สร้างผลกระทบได้อย่างรวดเร็ว และไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้น

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากแต่ละมาตรการให้ผลในการปฏิบัติที่แตกต่างกันตามลักษณะของผลกระทบ จึงควรต้องมีการพัฒนากลไกต่างๆ เหล่านี้ไปพร้อมๆ กัน ดังนี้

1. กรณีผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง หรือต่อกลุ่มทางสังคม ซึ่งไม่มีผู้เสียหายที่ชัดเจนโดยตรง กรณีนี้มาตรการที่ใช้ได้ผลและมีต้นทุนต่ำคือมาตรการการควบคุมทางสาธารณะ และการร้องเรียนผ่านสภาการหนังสือพิมพ์ จึงควรที่จะต้องมีการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรทางสังคมต่างๆ เช่น กลุ่มตรวจสอบสื่อ กลุ่มคุ้มครองผู้บริโภค และกลุ่มผู้หญิง เป็นต้น
2. กรณีผลกระทบต่อบุคคลหรือการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพกลไกทางกฎหมาย ที่สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย ด้วยต้นทุนที่ต่ำ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวอาจจะแยกไม่ออกจากการปฏิรูปกระบวนการยุติธรรม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น และกลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีฐานะยากจนสามารถเข้าถึงกระบวนการนี้ได้ เช่นการจัดตั้งหน่วยงานทางกฎหมายเพื่อดำเนินการฟ้องร้องให้สำหรับประชาชนที่มีฐานะยากจน
3. ความเสียหายทั้ง 2 ประเภท สามารถใช้กลไกผ่านสภาการหนังสือพิมพ์ เพื่อหยุดยั้งความเสียหายที่จะเกิดต่อไปได้ (แม้ว่าจะเป็นกระบวนการที่ไม่สามารถเยียวยาหรือชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้นหรือมีกลไกการป้องกันที่จะเกิดในอนาคต) โดย

ต้องมีการพัฒนารูปแบบการดำเนินการของสภาการหนังสือพิมพ์ให้มีความรวดเร็ว
มากขึ้นในการที่จะหยุดยั้งความเสียหายดังกล่าวได้อย่างรวดเร็ว

Executive Summary

The Press in Thailand has contributed considerably to the development of economic, social and political system, especially for the democratization. To achieve the country's goal, press must have freedom to report news. In general, the press is highly expected to be the ideology institution. However, press is business organization which seeks profit maximization. Balancing both social and private benefits is necessary to achieve optimal goal.

This research aims to (1) study the newspaper market's structure, conduct, performance and efficiency by employing industrial organization theory as the framework of analysis, (2) examine the measures used for press regulations.

The study was conducted through desk research and in-dept interviews.

The major findings are as follows:

1. Thai daily newspapers are the major press in Thailand, accounting for 87 percent, business daily newspapers accounting for 8 per cent and English daily newspaper accounting for 4 per cent. For Thai daily newspapers, the study found that the 4 largest producers had market share of 80 per cent in 2002. For business and English daily newspapers, they have only 2-3 producers.
2. The revenue of newspaper business comes from revenue from sales and from advertisement. Usually, the revenue from sales is much less than the revenue from advertisement. However, the revenue from advertisement depends on the number of sales. The big producer gains advantage from economy of scale and chooses to set price at the low level. The prices of newspapers are lower than the average cost. The follower must set the price according to the leader. This creates an entry barrier to the new comers. The new comers must have strong financial support for the certain period or until they can pass the infant period which usually takes more than a year.
3. Economies of scale in newspaper business can occur at several stages, including news gathering, publishing, distribution and advertisement.

This leads to the comparative advantage of big producer over the small scale newspaper producer.

4. In addition, the barrier to entry of new producer is “Brand loyalty”. Each newspaper can create its product differently, such as layout, columnist, and etc. This results in brand loyalty of consumers. Once consumers familiar with newspaper, they do not want to change to read others.
5. The newspaper market structure, therefore, has natural barrier to entry. the barriers arise from the business characteristics not from government policy like other electronics media. Therefore, the competition in the market partly occurs. They compete on the speed of news reported but not on the quality. The press in Thailand is not professional compare to the newspaper in developed country. They still need to be improved. At the same time as the press has duty to monitor the work of the government and politicians for the benefit of the country; it could be interfered by politicians through the public budget for advertising and private advertising budget of business connecting with politics.
6. Due to the importance of the press to democratic, economic and social development, the press must have freedom to report news with neutrality, fairness and accuracy. However, some journalists use this freedom for their own benefits. The most often found immorality of journalists includes non-neutrality, distorted reports in exchange for money, and infringements of private rights. Therefore, newspaper business should be under some regulations.
7. In general, there are four measures of regulation: public regulation, legal regulation, state regulation and self regulation.
8. Public regulation is the measure involving action of reader or consumer. Readers can use several measures to express their dissatisfaction of newspaper by voice or protest to the press or stop buying. Usually, this measure will be effective if voice or action has been done by social groups. In addition, public regulation has low transaction cost.
9. Legal regulation is the most concrete measure. The legal process can create the responsibility of the press through the penalty. However, this

measure has high transaction cost. Therefore few affected people use this measure.

10. State regulation has been declined in the period of democratization as some officials or politicians use this measure to threaten the press for their own benefits.
11. Self regulation is done through the journalist associations: such as Confederation of Thai Journalists and Thai Journalists Association. This measure is quite effective with low transaction cost. However, the process of action or consideration of the association usually takes time.

Suggestions:

Due to the results of the regulation depending on cases, we suggest to develop above measures together as follows:

1. In case of public impacts which cannot find direct victims, public and self regulations are the most effective. Therefore, it is important to strengthen these measures through the development of social groups, such as media watch, consumer protection and women groups.
2. In case of infringement of private rights, the legal process should be employed. However, the reforming legal process is needed to decrease the transaction cost. In addition, there should be the public legal office to help poor people accessing the justice system.
3. In both cases, self regulation can be employed. However, to make this measure more effective, reforming the speed of consideration of the press association is needed.

คำนำ

งานวิจัยเรื่อง โครงสร้างตลาดและการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย เป็นส่วนหนึ่งของชุดโครงการวิจัยเรื่อง “การปฏิรูประบบสื่อ” ซึ่งมี ดร. สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ เป็นหัวหน้าโครงการ โดยได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัย ได้รับความช่วยเหลือในการให้ข้อมูล คำแนะนำ และข้อเสนอแนะจากผู้ที่อยู่ในแวดวงสื่อมวลชนหลายท่านด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากคุณชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี คุณประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธิ์ คุณกวี จงกิจถาวร คุณสมาน สุตโต และคุณสนิทสุดา เอกชัย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณที่ปรึกษาโครงการทุกท่าน โดยเฉพาะรองศาสตราจารย์ ดร. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ เพื่อนร่วมทีมชุดโครงการวิจัย ที่คอยให้คำแนะนำทั้งในด้านเอกสาร และข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์

ผู้วิจัยหวังว่ารายงานการวิจัยเรื่องนี้จะ เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาของสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ นักหนังสือพิมพ์ ตลอดจนการพัฒนาภาคต่างๆ ในการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์ อันจะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนไทยในอนาคต

นวลน้อย ตรีรัตน์

ธานี ชัยวัฒน์

มกราคม 2547

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	i
Abstract	ii
บทสรุปผู้บริหาร.....	iii
Executive Summery.....	viii
คำนำ	xi
บทที่ 1 บทนำ.....	1
คำจำกัดความของสื่อหนังสือพิมพ์	2
ความแตกต่างระหว่างสื่อหนังสือพิมพ์กับสื่ออื่นๆ.....	3
วิธีการศึกษา	4
เป้าหมายของการศึกษา	7
บทที่ 2 พัฒนาการและบทบาทของสื่อหนังสือพิมพ์.....	8
พัฒนาการของสื่อหนังสือพิมพ์.....	8
พัฒนาการของสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย	9
กรณีศึกษาพัฒนาการของหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย	17
บทบาทของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อการพัฒนาประเทศ.....	24
บทที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจหนังสือพิมพ์.....	29
เนื้อหาในหนังสือพิมพ์	29
การดำเนินงานของธุรกิจหนังสือพิมพ์	31
บทที่ 4 โครงสร้างตลาดหนังสือพิมพ์	35
จำนวนและขนาดของผู้ผลิต.....	35
เงื่อนไขการเข้าสู่ตลาด	48
บทที่ 5 พฤติกรรมของตลาดหนังสือพิมพ์.....	50
กลยุทธ์การแข่งขัน	50
การรวมตัวตามแนวนอน	56
การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์	56
บทที่ 6 ผลการดำเนินงานในตลาดหนังสือพิมพ์	58
ความสามารถในการทำกำไร	58
ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	60
บทบาทของเทคโนโลยี	61

	หน้า
บทที่ 7 ปัจจัยกำหนดตลาดหนังสือพิมพ์.....	62
ปัจจัยกำหนดที่มาจากด้านอุปสงค์.....	62
ปัจจัยกำหนดที่มาจากด้านอุปทาน.....	63
บทที่ 8 การกำกับดูแลหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย.....	68
จริยธรรมของหนังสือพิมพ์.....	69
โครงสร้างการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์.....	72
ประสิทธิภาพของกลไกการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์.....	76
บทที่ 9 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	86
โครงสร้างตลาดหนังสือพิมพ์.....	86
การกำกับดูแลตลาดหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย.....	87
ข้อเสนอแนะ.....	89
บรรณานุกรม.....	91
ภาคผนวก ก สูตรการคำนวณและคำอธิบาย.....	92
ภาคผนวก ข สิทธิและความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์.....	94
ภาคผนวก ค กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์.....	99
ภาคผนวก ง ลำดับเหตุการณ์ที่สำคัญ กรณีการนำเสนอข่าวและภาพการร่วมรัก ของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม.....	106

สารบัญรูปและตาราง

	หน้า
รูปที่ 1.1 สรุปแนวคิดโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงาน	6
รูปที่ 4.1 สัดส่วนการตลาดของหนังสือพิมพ์แต่ละประเภทในปี 2545	38
รูปที่ 4.2 ส่วนแบ่งตลาดของหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปฉบับภาษาไทยในปี 2545	39
รูปที่ 4.3 ส่วนแบ่งตลาดของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในปี 2545	39
รูปที่ 4.4 ส่วนแบ่งตลาดของหนังสือพิมพ์รายวันธุรกิจในปี 2545	40
รูปที่ 4.5 ส่วนแบ่งตลาดของหนังสือพิมพ์ธุรกิจในปี 2545	40
รูปที่ 4.6 ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาทั้งระบบและแยกตามสื่อในช่วงปี 2541-2545	43
ตารางที่ 4.1 รูปแบบการดำเนินงานธุรกิจหนังสือพิมพ์	36
ตารางที่ 4.2 ค่าดัชนี Herfindahl-Hirschman ค่าอัตราส่วนการกระจุกตัว และค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวแบบครอบคลุม	41
ตารางที่ 4.3 สัดส่วนการลงโฆษณาในสื่อต่างๆ	44
ตารางที่ 4.4 สัดส่วนการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ของบริษัทผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในปี 2544	44
ตารางที่ 4.5 งบโฆษณาของทุกสื่อและสื่อหนังสือพิมพ์จำแนกตามอุตสาหกรรมครึ่งปี 2546	45
ตารางที่ 4.6 ความแตกต่างของหนังสือพิมพ์รายวันแต่ละฉบับตามลักษณะเด่นและกลุ่มผู้อ่าน ..	47
ตารางที่ 5.1 ราคาจำหน่ายหนังสือพิมพ์ปี 2546	51
ตารางที่ 5.2 อัตราค่าโฆษณาในหนังสือพิมพ์ปี 2540 และปี 2546	53
ตารางที่ 5.3 พื้นที่ของหนังสือพิมพ์ตามสัดส่วนเนื้อหา	55
ตารางที่ 6.1 อัตรากำไรขั้นต้นและอัตรากำไรสุทธิ	58
ตารางที่ 6.2 ปริมาณการจำหน่ายหนังสือพิมพ์ต่อประชากรต่อปี	59
ตารางที่ 6.3 อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนและอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม	60
ตารางที่ 7.2 สัดส่วนต้นทุนในการผลิตหนังสือพิมพ์	64
ตารางที่ 7.3 แหล่งวัตถุดิบในการนำเข้ากระดาษที่ใช้ผลิตหนังสือพิมพ์	65
ตารางที่ 8.1 ปัญหาทางจริยธรรมของหนังสือพิมพ์ที่เกิดขึ้นจริง	70
ตารางที่ 8.2 การฟ้องร้องต่อศาลและการร้องเรียนผ่านสภาการฯ ของกลุ่มต่างๆ กับหนังสือพิมพ์	83

บทที่ 1

บทนำ

หนังสือพิมพ์คือส่วนหนึ่งของระบบสื่อสารมวลชน อันเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาประเทศ ซึ่งความสำคัญดังกล่าวไม่ได้เกิดจากมูลค่าหรือขนาดธุรกิจเอง แต่เป็นเพราะธุรกิจหนังสือพิมพ์ทำหน้าที่หลักในกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลและข่าวสารทางด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมืองระหว่างกลุ่มต่างๆ ในสังคม โดยทำหน้าที่เป็นเสมือนตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างทุกส่วนของประเทศให้สามารถทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี กลุ่มต่างๆ สามารถใช้ข้อมูลและข่าวสารในกระบวนการตัดสินใจหรือเพื่อตรวจสอบการดำเนินงานของภาครัฐ ดังนั้น การรายงานข้อมูลและข่าวสารของสื่อมวลชนจึงต้องเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องและเหมาะสม เพราะข้อมูลและข่าวสารที่ถูกรายงานออกมานั้นมีผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศโดยรวม

ความถูกต้องและเหมาะสมของข้อมูลข่าวสารในความเป็นจริงนั้นวัดได้ยากยิ่ง แต่ก็เป็นที่ยอมรับกันได้ว่า ถ้าหากการรายงานข้อมูลและข่าวสารของสื่อมวลชนมีความเป็นกลางและตรงไปตรงมา ก็จะหมายถึงข้อมูลและข่าวสารดังกล่าวมีความถูกต้องและเหมาะสมตามไปด้วย ความถูกต้องและเหมาะสมดังกล่าวอาจเกิดจากการทำงานของกลไกตลาดอย่างมีประสิทธิภาพหรือการกำกับดูแลที่เหมาะสมของภาครัฐก็ได้ การศึกษาจำนวนมากแสดงให้เห็นว่า การเป็นเจ้าของสื่อโดยรัฐหรือเอกชนก็สามารถประสบความสำเร็จได้ ถ้ามีการจัดการที่ถูกต้องและเหมาะสม

ในทางทฤษฎีนั้น กลุ่มที่สนับสนุนการเป็นเจ้าของสื่อโดยรัฐมักเกิดจากการอ้างว่า ข้อมูลและข่าวสารเป็นสินค้าสาธารณะและการผลิตสินค้าที่ใช้ข้อมูลข่าวสารเป็นวัตถุดิบมักจะมีลักษณะผลตอบแทนเพิ่มขึ้น (Increasing Return to Scale) ซึ่งจะนำไปสู่การผูกขาดของธุรกิจได้หากมีการให้เอกชนเป็นเจ้าของ ในขณะที่กลุ่มที่สนับสนุนการเป็นเจ้าของสื่อโดยเอกชนจะอ้างถึงการบิดเบือนข้อมูลและข่าวสาร เพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มการเมืองและพวกพ้อง อันจะนำไปสู่ผลเสียทางสังคมในที่สุด² แต่ในโลกความจริงแล้ว สื่อที่ดีอันเป็นที่ต้องการของสังคมนั้นจะมีรัฐหรือเอกชนเป็นเจ้าของก็ได้ ขึ้นอยู่กับว่ากลไกการทำงานของรัฐมีประสิทธิภาพหรือไม่ หรือตลาดที่เอกชนเข้าไปประกอบการมีการแข่งขันหรือไม่ ซึ่งถ้ากลไกของรัฐทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือตลาดมีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์แล้วก็น่าจะให้ผลดีต่อสังคมเหมือนกัน

² Djankov, Simeon et al. "Who Owns the Media?" Harvard Institute of Economic Research: Discussion Paper Number 1919, April 2001.

คำจำกัดความของสื่อหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความสำคัญประเภทหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนผ่านกระบวนการสร้างความรับรู้ต่อข่าวสารและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยคำจำกัดความของคำว่า "หนังสือพิมพ์" ในทางทฤษฎีนั้น หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีกำหนดออกตามเวลา และมีการตีพิมพ์ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญให้กับผู้อ่านได้รับรู้เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น³ หรือตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ.2484 ก็ได้ให้คำจำกัดความของหนังสือพิมพ์ไว้ว่า หนังสือพิมพ์ หมายถึง สิ่งพิมพ์ซึ่งมีการจำหน่าย เช่นเดียวกันและออกหรือมีเจตนาจะออกตามลำดับเรื่อยไป ไม่ว่ามีกำหนดระยะเวลาหรือไม่ก็ตาม และมีข้อความต่อเนื่องกันหรือไม่ก็ตาม⁴ ซึ่งจากคำจำกัดความดังกล่าวจะครอบคลุมไปถึงหนังสือพิมพ์ในหลากหลายประเภท เช่น หนังสือพิมพ์ที่ออกในวาระต่างๆ ได้แก่ รายวัน ราย 3 วัน และรายสัปดาห์ หรือหนังสือพิมพ์ที่มีพื้นที่การจัดจำหน่ายแตกต่างกัน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ระดับประเทศ และหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น เป็นต้น

ในทางทฤษฎีของวารสารศาสตร์ หนังสือพิมพ์จะสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ประเภทตามลักษณะของเนื้อหาเป้าหมายที่นำเสนอ ได้แก่⁵

1. หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม (Popular Newspaper) หรือหนังสือพิมพ์ประเภทสร้างสรรค์ (Creative Newspaper) เป็นหนังสือพิมพ์ที่ให้ความสำคัญกับข่าวสารประเภทเร้าอารมณ์ ตื่นเต้น และข่าวเบา (Soft News) ได้แก่ ข่าวอาชญากรรม ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวในแวดวงสังคมเป็นหลัก โดยข่าวเหล่านี้เป็นข่าวที่ประชาชนส่วนมากให้ความสนใจ ทำให้หนังสือพิมพ์ประเภทนี้จึงต้องมีลักษณะการนำเสนอข่าวแบบทันทีทันใด และการจัดหน้าจึงต้องดึงดูดใจและเร้าอารมณ์ผู้อ่าน จำนวนจำหน่ายของหนังสือพิมพ์ประเภทนี้จะสูงกว่าหนังสือพิมพ์ประเภทอื่นค่อนข้างมาก ตัวอย่างของหนังสือพิมพ์ประเภทนี้ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ เป็นต้น

2. หนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ (Quality Newspaper) เป็นหนังสือพิมพ์ที่ให้ความสำคัญกับข่าวสารด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ที่เรียกว่าข่าวนัก (Hard News) ประชาชนที่ให้ความสนใจจึงมีอยู่ในวงจำกัด จำนวนจำหน่ายจึงต่ำกว่าหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม ตัวอย่างของหนังสือพิมพ์ประเภทนี้ เช่น กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการรายวัน เป็นต้น

3. หนังสือพิมพ์ประเภทผสมผสาน (Combination Newspaper) เป็นหนังสือพิมพ์ประเภทที่ให้ความสำคัญกับข่าวนักและข่าวเบาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน กล่าวคือ จะมีเนื้อหาด้านการ

³ ดรฤณี หิรัญรักษ์ การจัดการธุรกิจหนังสือพิมพ์ กรุงเทพฯ: บริษัท เอกพิมพ์ไทย จำกัด, 2543.

⁴ พระราชบัญญัติการพิมพ์ พุทธศักราช 2484

⁵ ดรฤณี. อ้างแล้ว., 2543.

เมือง เศรษฐกิจ และสังคม ใกล้เคียงกับเนื้อหาด้านความบันเทิงและข่าวสารประเภทเร้าอารมณ์ ซึ่งหนังสือพิมพ์ประเภทนี้ในปัจจุบันมีแนวโน้มที่ดีขึ้น เพราะสามารถเข้าถึงและขยายกลุ่มผู้อ่านได้อย่างทั่วถึง ตัวอย่างของหนังสือพิมพ์ประเภทนี้ ได้แก่ เนชั่นสุดสัปดาห์ มติชนรายสัปดาห์ เป็นต้น

ความแตกต่างระหว่างสื่อหนังสือพิมพ์กับสื่ออื่นๆ

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนหนึ่งในสามประเภทหลักที่นอกเหนือไปจากสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุกระจายเสียง โดยในการวิเคราะห์สื่อหนังสือพิมพ์นั้นจำเป็นต้องเข้าใจถึงความแตกต่างบางประการของสื่อหนังสือพิมพ์กับสื่ออื่นๆ ที่สามารถสร้างผลกระทบต่อความแตกต่างของสภาพตลาดและเงื่อนไขของการเข้าสู่ตลาดได้

ประการที่หนึ่ง การเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตรายใหม่ของธุรกิจหนังสือพิมพ์ไม่ได้ถูกควบคุมโดยระบบสัมปทานของภาครัฐ ดังเช่นสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุกระจายเสียง ดังนั้น การเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตหนังสือพิมพ์รายใหม่นั้นสามารถทำได้ตลอดเวลาและไม่จำเป็นต้องพึ่งพาสายสัมพันธ์ทางการเมือง

ประการต่อมา ถึงแม้ว่าตลาดหนังสือพิมพ์ไม่ได้ตกอยู่ภายใต้ระบบสัมปทาน ผลที่ตามมาก็คือ สื่อหนังสือพิมพ์จะไม่มีโอกาสถูกแทรกแซงทางตรงจากรัฐบาลที่จะสร้างข้อจำกัด เพื่อการเอื้อประโยชน์กับกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ ในรัฐบาลได้ แสดงให้เห็นว่า การเข้าสู่ตลาดของธุรกิจหนังสือพิมพ์ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาสายสัมพันธ์ทางการเมือง⁶ แต่อย่างไรก็ตามรัฐก็ยังสามารถสร้างกฎเกณฑ์ขึ้นมาเพื่อควบคุมหนังสือพิมพ์ได้ ซึ่งจะมีผลต่อความเป็นอิสระของหนังสือพิมพ์

ประการสุดท้าย ธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นธุรกิจที่ขึ้นอยู่กับตลาด 2 ตลาดซึ่งแยกออกจากกันคือ ตลาดผู้ซื้อและตลาดโฆษณา โดยตลาดผู้ซื้อ หมายถึง การขายหนังสือพิมพ์ให้กับประชาชนทั่วไป โดยปกติรายได้ในส่วนนี้จะค่อนข้างใกล้เคียงกับต้นทุนการผลิตจริงของหนังสือพิมพ์ ในขณะที่อีกตลาดหนึ่งคือ ตลาดโฆษณา เป็นตลาดที่ทำหน้าที่สร้างกำไรและความอยู่รอดให้กับหนังสือพิมพ์ โดยที่รายได้จากตลาดโฆษณาจะผันแปรและขึ้นอยู่กับขนาดของตลาดผู้ซื้อด้วย กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ฉบับใดที่มียอดจำหน่ายให้กับประชาชนสูง ก็จะมีอัตราค่าโฆษณาส่งตามไปด้วย

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า ธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยสังคมปรารถนาจะมีตลาดหนังสือพิมพ์ที่มีการแข่งขันสูงเช่นเดียวกับในธุรกิจอื่นๆ แต่สภาพตลาดดังกล่าวจะสามารถเกิดขึ้นได้หรือไม่ภายใต้บริบทของปัจจุบันเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องศึกษา

⁶ ในความเป็นจริงแล้ว ธุรกิจหนังสือพิมพ์จะประสบความสำเร็จหรือไม่ย่อมปฏิเสธไม่ได้ว่าขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางการเมืองด้วย แต่ในที่นี้เป็นการกล่าวถึงเฉพาะในส่วนการเข้าสู่ตลาดเท่านั้น

วิธีการศึกษา

สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะทำการวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีองค์กรอุตสาหกรรม (Theory of Industrial Organization) ในรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงาน (Structure Conduct and Performance Approach) ซึ่งเป็นที่นิยมใช้อย่างกว้างขวาง โดยถือว่าธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นองค์กรประเภทหนึ่ง ซึ่งบางส่วนขององค์กรก็ตั้งขึ้นมาเพื่อแสวงหากำไรสูงสุด แต่บางส่วนขององค์กรก็ตั้งขึ้นมาโดยไม่มุ่งแสวงหากำไร จึงกล่าวได้ว่า ธุรกิจหนังสือพิมพ์มีลักษณะขององค์กรแบบผสมผสาน⁷ ภายใต้กระบวนการ "การจัดสถาบัน" (Institutionalization) เพื่อให้องค์กรนั้นดำรงอยู่อันจะทำประโยชน์ให้แก่สังคมโดยรวมภายใต้สภาพการณ์ที่ยังจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการขยายตลาดและการแสวงหากำไรสูงสุดในบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง รวมทั้งความเคลื่อนไหวและกดดันจากคู่แข่งในอุตสาหกรรม ลักษณะการปรับตัวขององค์กรในธุรกิจหนังสือพิมพ์จึงเป็นสิ่งที่ควรให้ความสนใจ

เมื่อพิจารณาจากภาพกว้างจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมสื่อมวลชนเป็นอุตสาหกรรมที่มีความแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่นอย่างชัดเจน กล่าวคือ อุตสาหกรรมโดยทั่วไปนั้นสามารถได้รับผลกระทบจากระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองได้ แต่เป็นลักษณะที่ปัจจัยดังกล่าวเป็นเพียงปัจจัยภายนอก (Exogenous Variables) ที่สร้างผลกระทบให้กับอุตสาหกรรมเท่านั้น โดยที่อุตสาหกรรมสามารถสร้างผลกระทบให้กับโครงสร้างระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองได้น้อยมาก แต่สำหรับอุตสาหกรรมสื่อมวลชนนั้นแตกต่างกัน เพราะอุตสาหกรรมสื่อมวลชนจะได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมต่างๆ ในสังคมใหญ่ ขณะเดียวกันก็จะมีสามารถมีอิทธิพลส่งผลกระทบไปสู่สิ่งแวดล้อมในสังคมใหญ่ได้ ดังนั้น อุตสาหกรรมสื่อมวลชนจึงมักจะถูกกำหนดโดยเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง แต่ก็อาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองได้เช่นเดียวกัน⁸ ทำให้ในความเป็นจริง แม้ว่าหนังสือพิมพ์จะมีอิสระในการรายงานและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ได้โดยเสรี แต่หนังสือพิมพ์ก็สามารถได้รับอิทธิพลจากระบบสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองไปพร้อมๆ กันด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีองค์กรอุตสาหกรรมของสื่อมวลชนจึงมุ่งเน้นไปที่การปรับตัวขององค์กรภายใต้สภาพแวดล้อมต่างๆ มากกว่าการวิเคราะห์ผลกระทบขององค์กร เนื่องจากองค์กรสื่อมวลชนเป็นองค์กรที่ต้องดำเนินงานภายใต้สภาพแวดล้อมที่ตนเองมีส่วนในการกำหนดหรือสร้างความ

⁷ Wallis, Roger and Stanley Baron The Known World of Broadcast News: International News and the Electronic Media London: Routledge, 1990.

⁸ (Riley, JW. and Reiley, MW., 1959)

เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยปัจจัยแวดล้อมสำคัญที่ทำให้องค์กรสื่อมวลชนต้องมีการปรับโครงสร้างขององค์กร (Pressure for Reorganization) ได้แก่⁹

1. สภาพแวดล้อมทั่วไปทางธุรกิจ (Business Environment) อันหมายถึง ปัจจัย ต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร เช่น ภาวะการแข่งขันทางการค้า การควบคุมทางกฎหมาย สภาพแรงงาน เป็นต้น

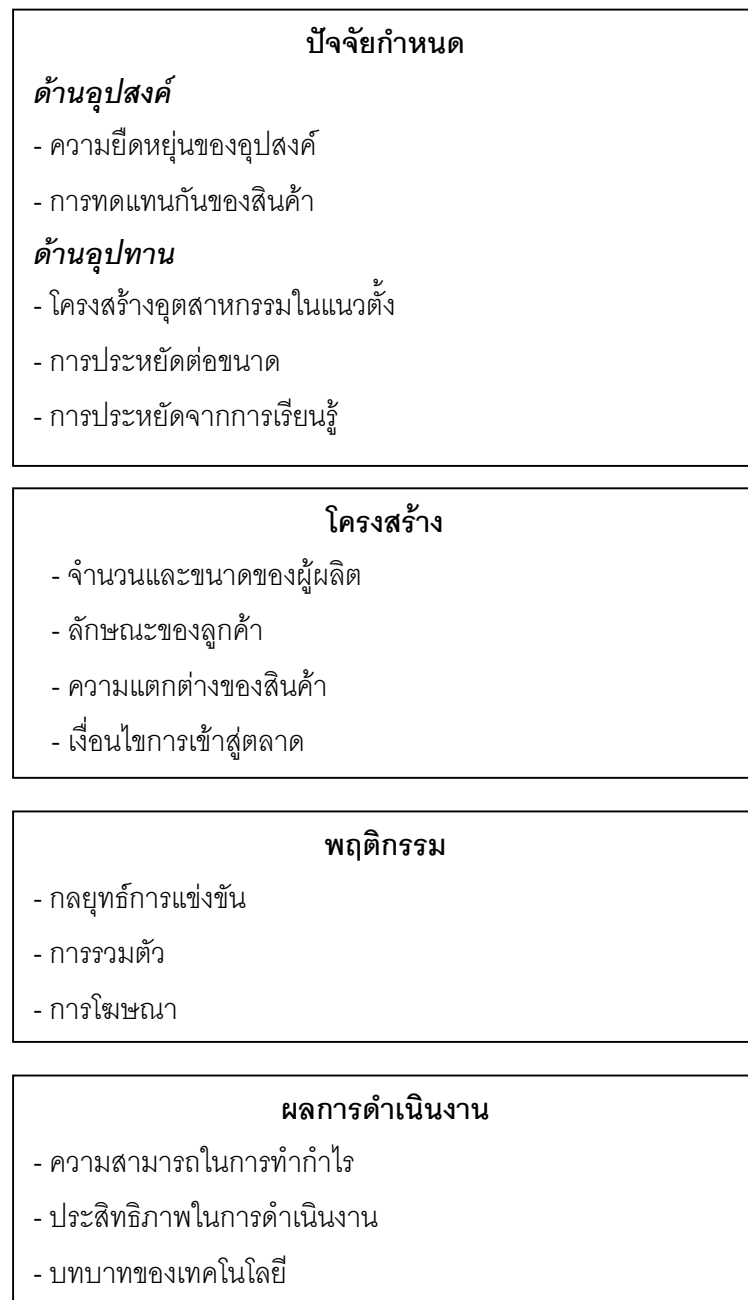
2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology) เพราะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในช่วงที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้องค์กรสื่อมวลชนที่มีความเกี่ยวข้องกับการแปรเปลี่ยนความเร็วและข้อมูลข่าวสารมาเป็นสินค้าต้องปรับตัวไป นอกจากนี้ เทคโนโลยียังเข้ามามีบทบาทในด้านต้นทุนการผลิตที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการแข่งขันอีกด้วย ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างขององค์กรสื่อมวลชน

3. การขยายตัว (Growth) อันเนื่องมาจากปัจจัยทางด้านโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้องค์กรสื่อมวลชนจำเป็นต้องสร้างการขยายตัวให้มากขึ้น ทั้งเหตุผลในแง่ของการลดต้นทุนและเหตุผลของการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมากขึ้นและง่ายขึ้น การขยายตัวจึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ส่งผลต่อการปรับโครงสร้างองค์กร และเมื่อองค์กรมีการขยายตัวมากขึ้น ก็จำเป็นต้องมีการขยายบทบาท ขอบเขตการบริหาร และระบบการกำกับดูแลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

4. ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ (Personnel) สืบเนื่องจากปัจจัยข้างต้น ทั้งในส่วนที่มาจาก การแข่งขันและการขยายตัว จะเห็นว่าปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ บุคลากรผู้ประกอบวิชาชีพ โดยจำเป็นต้องมีความสามารถ มีความรับผิดชอบ และมีจริยธรรมมากขึ้นด้วย

ทฤษฎีองค์กรอุตสาหกรรมตามกรอบแนวคิดโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานที่นำมาใช้ในการศึกษานั้น สามารถอธิบายได้ตามรูปที่ 1.1

⁹ ปรับจาก Child, John. Industrial relations in the British printing industry : the Guest for security., London: Allen & Unwin, 1967.

รูปที่ 1.1 สรุปแนวคิดโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงาน¹⁰

วิธีการวิเคราะห์ว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของตลาดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีสาระสำคัญที่สรุปย่อได้ว่า ในด้านโครงสร้างของตลาดจะพิจารณาถึงจำนวนและขนาดของผู้ผลิตและผู้ซื้อ ลักษณะความแตกต่างของสินค้าที่ผลิต และความ

¹⁰ Carlton, Dennis and Jeffrey Perloff, *Modern Industrial Organization*, New York: Cambridge University Press, 2000.

ยากง่ายในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของผู้ประกอบการรายใหม่ ลักษณะโครงสร้างของตลาดดังกล่าวจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของผู้ประกอบการในตลาด พฤติกรรมดังกล่าวได้แก่ กลยุทธ์การแข่งขัน ทั้งที่ใช้ราคาและไม่ใช้ราคา การรวมตัว และการโฆษณา ส่วนผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมย่อมเป็นผลสะท้อนจากพฤติกรรมของผู้ประกอบการในตลาดอีกทอดหนึ่ง ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมจะพิจารณาจากผลทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในด้านต่างๆ ที่สำคัญได้แก่ ความสามารถในการทำกำไร ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ในการวิเคราะห์จะแสดงให้เห็นว่าโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมจะมีความสัมพันธ์และความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกันอย่างไรบ้าง นอกจากนี้ โครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยังอยู่ภายใต้ปัจจัยภายนอกต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยกำหนดตลาด และกฎระเบียบต่างๆ ของภาครัฐอีกด้วย

เป้าหมายของการศึกษา

1. เพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างตลาดของสื่อหนังสือพิมพ์ รวมไปถึง ความเป็นเจ้าของ เนื้อหาการเข้าสู่ตลาด สภาพการแข่งขันในตลาด และผลประกอบการของธุรกิจหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย
2. เพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างการกำกับดูแลตลาดหนังสือพิมพ์ของประเทศไทยในปัจจุบัน อันจะรวมถึงกฎเกณฑ์ด้านความเป็นเจ้าของ กฎเกณฑ์ในการกำกับดูแลพฤติกรรม และการกำกับดูแลเพื่อความโปร่งใสของสื่อ

บทที่ 2

พัฒนาการและบทบาทของสื่อหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์เปรียบเสมือนกับเป็นเครื่องมือสื่อสารประเภทหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่หลักเพื่อการสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคล โดยพัฒนาการของสื่อหนังสือพิมพ์ก็ย่อมได้รับการพัฒนามาจากพัฒนาการของการสื่อสารด้วย สำหรับพัฒนาการของการสื่อสารนั้น การสื่อสารได้ถือกำเนิดขึ้นมาพร้อมกับการรวมกันอยู่ของมนุษย์ โดยในสมัยก่อน มนุษย์ได้ใช้ท่าทาง สีหน้า ตลอดจนน้ำเสียง เพื่อการสื่อสารและบอกกล่าวถึงอันตราย อารมณ์ ความรู้สึก และเรื่องราวที่เกิดขึ้นระหว่างกัน ต่อมาเมื่อการรวมกันอยู่ของมนุษย์ขยายตัวเป็นชุมชน หมู่บ้าน และเมือง ซึ่งมีขนาดใหญ่ขึ้นตามลำดับแล้ว และเนื่องจากจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น ความสัมพันธ์ของมนุษย์ก็มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ความจำเป็นในการติดต่อสื่อสารยังคงดำรงอยู่ กลไกการสื่อสารจึงเปลี่ยนแปลงไป โดยมนุษย์ได้คิดค้นสิ่งประดิษฐ์และเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการติดต่อ ถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข่าวสารจากคนกลุ่มหนึ่งไปยังคนอีกกลุ่มหนึ่ง เป็นจากคนกลุ่มหนึ่งไปยังคนหลายๆ กลุ่มพร้อมกัน ซึ่งกระบวนการดังกล่าวถูกเรียกว่า “การสื่อสารมวลชน”¹¹

พัฒนาการของสื่อหนังสือพิมพ์

สำหรับสิ่งประดิษฐ์ที่มีการบันทึกไว้ว่าเป็นเครื่องมือของการสื่อสารมวลชนประเภทแรกคือ “สื่อสิ่งพิมพ์” ที่ได้ถือกำเนิดขึ้นมาตั้งแต่ ค.ศ.868 โดยวางเฉียะ (Wang Chieh) ที่ได้ตีพิมพ์หนังสือขึ้นเป็นเล่มแรก ชื่อ วัชรสูตร (Diamond Sutra) จนกระทั่งประมาณ ค.ศ.1041-1049 ชาวจีนชื่อ ไป่เซิง (Pi Sheng) ได้ประดิษฐ์ตัวพิมพ์ขึ้นเป็นตัวๆ สำหรับใช้เรียงที่ปัจจุบันเรียกว่า “ตัวเรียง” (Movable Type) โดยใช้ดินเหนียวปั้นเป็นแท่งแล้วแกะเป็นตัวหนังสือนำไปตากให้แห้งและเผาไฟ¹²

สำหรับการพิมพ์ของตะวันตกก็ได้เริ่มขึ้นเมื่อ โจฮัน กูเตินเบิร์ก (Johann Gutenberg) ได้คิดค้นและพัฒนากระบวนการพิมพ์ที่สมบูรณ์แบบมากขึ้น และได้ตีพิมพ์หนังสือเล่มแรกคือ คัมภีร์ 42 บรรทัด (42 Line Bible) หรือที่รู้จักในนามว่า “คัมภีร์กูเตินเบิร์ก” อันส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวิทยาการ และถือกำเนิดสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ ตามมามากมาย รวมทั้งหนังสือพิมพ์ ซึ่งนับได้ว่าเป็น

¹¹ พรทวี ยอดมงคล. การบริหารธุรกิจหนังสือพิมพ์ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

¹² วัลลภ สวัสดิวัลลภ. หนังสือและการพิมพ์. ลพบุรี ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ วิทยาลัยครูเทพสตรี, 2527.

สื่อมวลชนประเภทแรกที่เกิดขึ้น เพื่อทำหน้าที่ในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง และบริการโฆษณาต่างๆ และหนังสือพิมพ์จึงกลายเป็นตัวกลางของสังคมนับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา¹³

พัฒนาการของหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยนั้น เริ่มมาจากสิ่งที่เรียกว่า “ใบบอก” ในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนประเภทเดียวที่พระมหากษัตริย์และรัฐบาลใช้ในการติดต่อสื่อสารกับประชาชน โดยใบบอกดังกล่าวมีลักษณะเป็นคำสั่งหรือกฎหมายที่เป็นการสื่อสารจากบนลงล่างเพียงทางเดียวเท่านั้น ข้าราชการหรือประชาชนจะมีโอกาสแสดงความคิดเห็นก็ด้วยการถวายฎีกาหรือส่งบัตรสนเท่ห์เท่านั้น ซึ่งในทางปฏิบัติก็ยังเป็นไปได้ยาก¹⁴

สำหรับกิจการหนังสือพิมพ์ที่เป็นรูปธรรมในประเทศไทยเริ่มเกิดขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อ Dan Beach Bradley มิชชันนารีชาวอเมริกันได้นำเครื่องพิมพ์จากสิงคโปร์เข้ามาในกรุงเทพ และได้ออกหนังสือพิมพ์ฉบับแรกชื่อ “บางกอก รีคอร์เดอร์” เมื่อ พ.ศ. 2387 โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการเผยแพร่ศาสนา แม้ว่าจะประสบผลขาดทุนก็ตาม ซึ่งหลังจากมีการวางจำหน่ายในระยะหนึ่งก็ได้พัฒนามาเป็นหนังสือพิมพ์ที่ดำเนินงานโดยเชื้อพระวงศ์ ขุนนาง และเอกชนตามลำดับ¹⁵

พัฒนาการของสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย¹⁶

วิวัฒนาการของหนังสือพิมพ์ไทยเติบโตไปตามภาวะความเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมประกอบกับหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานปรัชญาของการต่อสู้ทางอุดมการณ์ หนังสือพิมพ์จึงเป็นเสมือนกลไกหรือเครื่องมือสำคัญ ที่มีส่วนผลักดันเปลี่ยนแปลงสภาพการเมืองการปกครองและสังคมของไทยเสมอมา การศึกษาวิวัฒนาการของหนังสือพิมพ์ไทยในแต่ละยุค จึงจำเป็นต้องพิจารณาบริบท (Context) ต่าง ๆ ที่แวดล้อมหนังสือพิมพ์ในแต่ละยุคควบคู่ไปด้วย บริบทเหล่านี้ได้แก่บริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และอุดมการณ์ความคิดทางวิชาชีพหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์จึงเป็นสื่อที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ หนังสือพิมพ์ในไทยเกิดขึ้นภายหลังจากที่มีการนำตัวพิมพ์และแท่นพิมพ์เข้ามาในเมืองไทย ตั้งแต่สมัยพระนารายณ์มหาราช และพัฒนาเรื่อยมาเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ การนำเสนอประวัติและ

¹³ วัลลภ. อ้างแล้ว., 2527.

¹⁴ กรมศิลปากร. ประชุมประกาศรัชกาลที่ 4 พ.ศ. 2394-2404. ธนบุรี: โรงพิมพ์ดำรงธรรม, 2511.

¹⁵ สุกัญญา ตีระวนิช. หนังสือพิมพ์ไทยจากปฏิวัติ 2547 ถึงปฏิวัติ 2516. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2526.

¹⁶ คัดลอกมาจาก อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน,วัฒนธรรมและสังคม. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

พัฒนาการหนังสือพิมพ์ไทย จะแบ่งออกเป็น 7 ยุค โดยในช่วงแรกเป็นยุคที่อยู่ในระบอบการปกครองแบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ (ยุค 1-4) และในช่วงหลังเป็นยุคการปกครองในระบอบรัฐสภาภายใต้รัฐธรรมนูญตั้งแต่พ.ศ.2475 เป็นต้นมา (ยุค 5-7)

ยุคหนังสือพิมพ์ฝรั่ง

เริ่มตั้งแต่ปลายรัชกาลที่ 3 ถึงกลางสมัยรัชกาลที่ 4 เป็นสมัยที่คณะมิชชันนารีฝรั่งเริ่มออกหนังสือพิมพ์โดยมีหมอบรัดเลย์เป็นผู้บุกเบิก ก่อนหน้าที่หมอบรัดเลย์จะออกหนังสือพิมพ์ ได้รับจ้างพิมพ์ประกาศของทางราชการ จนกระทั่งหมอบรัดเลย์เห็นว่ามีควมพร้อม จึงออกหนังสือพิมพ์ฉบับแรกในวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ.2387 ชื่อหนังสือพิมพ์ **บางกอกเรคคอร์ดเดอร์** (Bangkok Recorder) ซึ่งคนไทยพากันเรียกว่า จดหมายเหตุอย่างสั้น เพราะลงตีพิมพ์ข่าวและประกาศต่าง ๆ จัดได้ว่าเป็นหนังสือพิมพ์ข่าวรายปักษ์เล่มแรกของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม บางกอกเรคคอร์ดเดอร์มีอายุอยู่เพียงแค่ 2 ปี ก็ต้องปิดกิจการเพราะขาดทุน เนื่องจากคนไทยยังไม่รู้จักหนังสือพิมพ์ และขุนนางไทยสมัยนั้นไม่นิยมฝรั่ง ต่อมาในปีพ.ศ.2407 หมอบรัดเลย์ได้ออกหนังสือพิมพ์ใหม่เป็นครั้งที่สองเป็นฉบับภาษาไทย โดยใช้ชื่อว่าบางกอกเรคคอร์ดเดอร์เช่นเดิม

ถึงแม้ว่าบางกอกเรคคอร์ดเดอร์เป็นเครื่องมือที่เดิมความรู้ให้แก่ชนชั้นสูงเสียมากกว่ามวลชน แต่ก็เป็นการเริ่มต้นของการต่อต้านความอยู่ดีมีสุข การรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้ทราบถึงพระเนตรพระกรรณ เนื่องจากหมอบรัดเลย์ได้กล้าเสนอในสิ่งที่คนไทยสมัยนั้นไม่เสนอ จึงหมิ่นเหม่ต่อคดีอาญาหลายครั้ง รัชกาลที่ 4 ได้ออกประกาศไม่ให้เชื้อหนังสือพิมพ์ เพราะเห็นว่าบางครั้งหนังสือพิมพ์ของฝรั่งก็นำเสนอเกินจริง เป็นเครื่องมือใส่ร้ายป้ายสีคนอื่น ในที่สุดหมอบรัดเลย์ก็ต้องเลิกออกหนังสือพิมพ์และยุติกิจการพิมพ์ เนื่องจากแพ้คดีความที่ถูกขุนนางฝรั่งเคลือบข้อง ทำให้กิจการขาดทุนและเกิดความเหนื่อยหน่ายจึงเลิกกิจการทั้งหมด

นอกจากหนังสือพิมพ์บางกอกเรคคอร์ดเดอร์แล้ว ยังมีหนังสือพิมพ์ที่ออกมาในช่วงนี้ แต่ไม่มีบทบาทสำคัญมากนัก หนังสือพิมพ์เหล่านี้ได้แก่ **บางกอกคาร์เลนดาร์** ของหมอจันทเล (J.H.

Chandler) และ**บางกอกเดลี** ของหมอสมิธ (Samuel John Smith)

ยุคหนังสือพิมพ์ราชสำนัก

การทำหนังสือพิมพ์ในราชสำนักเริ่มขึ้นในช่วงปลายรัชกาลที่ 5 ถึงปลายรัชกาลที่ 5 เจ้านายกลุ่มหนึ่งที่มีการศึกษาจากต่างประเทศมีความเห็นว่าถ้าให้ฝรั่งออกหนังสือพิมพ์แต่ฝ่ายเดียวย่อมไม่ปลอดภัย จึงได้ออกหนังสือ**ราชกิจจานุเบกษา** ในปีพ.ศ.2401 มีกำหนดออกเป็นครั้งคราว มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งประกาศของราชการ กฎหมายข้อบังคับ แจ้งความเตือนสติ และชี้แจงข่าวคลาดเคลื่อน

ที่ตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ของหมอบรัดเลย์ นับได้ว่าเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับแรกที่ออกโดยคนไทย ราชกิจจานุเบกษาที่ออกในปลายสมัยรัชกาลที่ 4 ออกได้เพียงปีเดียวก็เลิกไปและมาออกอีกครั้งหนึ่งในสมัยรัชกาลที่ 5 ในปีพ.ศ.2417

นอกจากนี้ ยังมี **द्रुโณวาท** เป็นหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ พิมพ์ที่วังของพระองค์เจ้าเกษมสันต์โสภาคย์ เนื้อหาส่วนใหญ่ประกอบด้วย ข่าวและเรื่องราวเกี่ยวกับราชการ สารคดี ข่าวต่างประเทศ นิทาน บทกวี และมีแจ้งความโฆษณาสินค้า เน้นให้ความรู้แก่คนหนุ่มสาว แต่ไม่มีการแสดงความคิดเห็นที่รุนแรงทางการเมือง เพราะคณะผู้จัดทำล้วนแต่เป็นพระญาติวงศ์ ดรุโณวาทจัดเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับแรกที่พิมพ์เผยแพร่สู่ประชาชนในวงกว้าง มีอายุเพียง 1 ปี ก็หยุดตีพิมพ์ไปเพราะขาดทุน เนื่องจากมีกลุ่มผู้อ่านจำกัด และการเขียนมีภาษาอังกฤษปนอยู่มาก

ในปีพ.ศ.2418 ได้มีการออกหนังสือคือ **ข่าวราชการ** (Court) เป็นหนังสือพิมพ์รายวัน มีจำนวนหน้า 4 หน้า มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวราชการ และข่าวความเคลื่อนไหวในราชสำนัก รายงานข่าวกำหนดการต่าง ๆ ที่ควรจะต้องบอกล่วงหน้า บุคคลในข่าวมักเป็นพระบรมวงศานุวงศ์และข้าราชการเท่านั้น

นอกจากนี้ยังมีหนังสือ **วชิรญาณ** และ **วชิรญาณวิเศษ** ในปีพ.ศ.2427 เป็นหนังสือพิมพ์รายเดือน เน้นเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และเรื่องอ่านเล่น

เนื่องจากการพิมพ์หนังสืออยู่ในอิทธิพลของราชสำนักและจัดทำโดยเจ้านาย เนื้อหาส่วนใหญ่ของหนังสือพิมพ์ในยุคนี้จึงเป็นเรื่องทางราชการ และอ่านกันเฉพาะในหมู่คนจำนวนน้อย ไม่หวังผลทางการค้า เพราะอยู่ได้ด้วย การสนับสนุนจากราชสำนัก

ยุคหัวเลี้ยวหัวต่อจากราชสำนักสู่สามัญชน

ช่วงปลายสมัยรัชกาลที่ 5 เริ่มมีสามัญชนออกหนังสือพิมพ์ เช่น ก.ศ.ร.กุหลาบ และเทียนวรรณ ก.ศ.ร.กุหลาบ เป็นสามัญชนธรรมดาที่ไม่มียศ ไม่มีศักดิ์ ได้ออกหนังสือพิมพ์ชื่อ **สยามประเภทสุนทโรวาทพิเศษ** ในปีพ.ศ. 2440 แม้ว่าหนังสือพิมพ์ของสามัญชนต้องแข่งขันกับหนังสือพิมพ์ของเจ้านายและเสี่ยงต่อการขาดทุนเพราะโฆษณายังไม่แพร่หลาย แต่กลับได้รับความนิยมจากคนอ่านมาก ระยะเวลาออกเป็นรายเดือน ต่อมาออกเป็นรายปักษ์ (รายสองสัปดาห์) เพราะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น มีการนำเสนอข่าว ความรู้ ประวัติศาสตร์ มีการเยาะเย้ยถากถางสังคม และมีการตอบข้อคำถามที่มีคนส่งมายังบรรณาธิการ จุดเด่นของหนังสือสยามประเภทอยู่ที่เรื่องพงศาวดารและโบราณคดี ซึ่ง ก.ศ.ร.กุหลาบ สืบเสาะค้นคว้ามาจากหนังสือเก่าด้วยการแอบคัดลอกมาจากหนังสือหลวงที่มีอยู่ในหอหลวง เอมาลงให้ประชาชนอ่าน ทำให้มีผู้นิยมเชื่อถือมาก แต่ต่อมาก็ได้มีการแต่งเติม สอดแทรก

ความคิดของตนเข้าไป ทำให้รัชกาลที่ 5 ไม่พอพระทัย สั่งให้จับตัวไปอยู่โรงพยาบาลบ้า 7 วัน นับว่าเป็นคดีแรกที่คนไทยถูกสอบสวนเรื่องการเขียนข่าวหนังสือพิมพ์

เทียนวรรณได้รับการศึกษาจากการบวชเรียน การมีความรู้ภาษาอังกฤษทำให้เทียนวรรณได้รับข่าวคราวและแนวคิดเกี่ยวกับการปกครองจากตะวันตก เป็นผู้มีความคิดเห็นแบบสมัยใหม่ เช่น เรียกร้องให้มีการเลิกทาส การมีภรรยาได้คนเดียว เทียนวรรณนิยมเขียนไปลงตามสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ จนในที่สุดถูกข้อหาหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ ถูกเขียนและจำคุกอยู่ถึง 17 ปี เมื่อออกจากคุกในปี พ.ศ.2443 เทียนวรรณออกหนังสือพิมพ์ของตัวเองชื่อ **ดุลยวิภาคพจนกิจ** เป็นรายปักษ์ เพราะเห็นว่าหนังสือพิมพ์ที่มีอยู่สมัยนั้น ไม่ได้ทำหน้าที่ดีเยี่ยมรัฐบาล เขาได้เรียกร้องเสรีภาพในการพูด การเขียน และคอยตรวจสอบการทำงานของรัฐบาล หนังสือพิมพ์ของเขาจึงดูล้ำหน้าไปกว่าหนังสือพิมพ์อื่นในสมัยนั้น **ดุลยวิภาคพจนกิจ** ออกอยู่ถึงปีพ.ศ.2449 ก็หยุดออก แต่พอถัดมาในปีพ.ศ.2450 เทียนวรรณได้ออกหนังสืออีกเล่มหนึ่งชื่อ **ศิริพจนภาค** เป็นหนังสือรายเดือน แต่ออกได้ปีเดียวก็เลิก ในบั้นปลายชีวิตของเทียนวรรณประสบกับความยากลำบากและตาบอด

หนังสือพิมพ์ซึ่งออกในปลายสมัยรัชกาลที่ 5 นอกเหนือจากนี้ ได้แก่ **สาราราชฎร** (2436-2466) **จินโนสยามวารศัพท์** (2450-2466) **พิมพ์ไทย** (2451) **กรุงเทพเดลิเมล์** (2441-2476) หนังสือพิมพ์เหล่านี้มีลักษณะต่างไปจากหนังสือราชการ และตีพิมพ์ต่อเนื่องจนถึงสมัยรัชกาลที่ 7 เป็นหนังสือพิมพ์ที่จัดว่ามีบทบาทสำคัญในประวัติหนังสือพิมพ์ไทยในเวลาต่อมา

ยุคใหม่ของวงการหนังสือพิมพ์ในระบอบสมบูรณาญาสิทธิ

ยุคนี้เริ่มตั้งแต่ช่วงที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ยังเป็นเจ้าฟ้าวัชรวัธ พระบรมโอรสาธิราช ต่อเนื่องมาจนถึงนครราชสีมา เป็นยุคที่หนังสือพิมพ์เข้าถึงมวลชนมากขึ้น มีผู้นิยมทำหนังสือพิมพ์เป็นอาชีพและข่าวสารการเมืองก็เริ่มเป็นที่สนใจของประชาชน มีการวิพากษ์วิจารณ์ได้แย่งกันบนหน้าหนังสือพิมพ์ มีการแข่งขันกันดึงดูดผู้อ่าน โดยใช้พาดหัวข่าวตัวโต

สมัยรัชกาลที่ 6 เป็นยุคที่สถานะทางเศรษฐกิจการเงินของประเทศดีขึ้น และได้มีการวางรากฐานการศึกษาแก่ประชาชน มีการบัญญัติพระราชบัญญัติประถมศึกษา พ.ศ.2464 บังคับให้เด็กทุกคนที่มีอายุตั้งแต่ 7 ปีบริบูรณ์เรียนหนังสือในโรงเรียนจนอายุ 14 ปีบริบูรณ์ นอกจากนี้ประชาชนยังมีความตื่นตัวทางการเมือง เนื่องจากสถานะของเหตุการณ์สงครามโลกครั้งที่ 1 และการเมืองในประเทศ จันในปีพ.ศ.2467 ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดปรานหนังสือพิมพ์ และทรงมีพระราชอัธยาศัยโปรดการโต้แย้งแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี อันเป็นอิทธิพลที่ได้รับมาจากการที่ไปศึกษาในประเทศอังกฤษ ปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวได้ผลักดันให้มีหนังสือ

พิมพ์ออกมาอย่างแพร่หลาย ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน มีหนังสือที่ออกเพิ่มในรัชกาลที่ 6 นี้จำนวน 130 ชื่อด้วยกัน

ทวีปัญญา เป็นหนังสือที่ออกเมื่อครั้งยังทรงดำรงเป็นพระบรมโอรสาธิราช ออกเป็นรายเดือน ฉบับแรกออกเมื่อปีพ.ศ.2447 และเลิกออกไปเมื่อปีพ.ศ.2450 เพื่อส่งเสริมความรู้ อิงนิยายให้อ่านกันเล่น เปิดโอกาสให้คนส่งเรื่องมาลงตีพิมพ์

ในสมัยของรัชกาลที่ 6 ได้ออกหนังสือข่าวของ 'ดุสิตธานี' ทั้งรายวันและรายสัปดาห์ คือ **ดุสิตสมัย** รายวัน และ **ดุสิตสมิต** ราย 3 เดือน ซึ่งได้รับความนิยมมาก มีทั้งเรื่องการเมือง เรื่องตลก ขบขัน เบ็ดเตล็ด และกวีนิพนธ์ ลักษณะเด่นคือมีการ์ตูนล้อการเมือง หนังสือพิมพ์เป็นเวทีแสดงออกซึ่งความคิดเห็นและสนามสำหรับแสดงโวหาร พระราชนิพนธ์ที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ ได้แก่ 'โคลนติดล้อ' และ 'ล้อติดโคลน' เป็นการเขียนถึงสังคม ความเป็นอยู่ และการเมืองของไทย

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าหนังสือพิมพ์ในสมัยรัชกาลที่ 6 จะมีเสรีภาพ แต่ก็ยังเป็นเสรีภาพภายใต้ระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ และการควบคุมของกฎหมายการพิมพ์ฉบับแรก คือ พระราชบัญญัติว่าด้วยเอกสารและหนังสือพิมพ์ พ.ศ.2465 พระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดให้ผู้มีเครื่องพิมพ์ต้องขออนุญาตจากสมุหเทศาภิบาลแห่งมณฑลก่อนทำการตีพิมพ์

ยุคการเปลี่ยนแปลงของหนังสือพิมพ์ในระบอบรัฐธรรมนูญ (2475-2516)

เริ่มตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 สืบเนื่องถึงช่วงหลังปีพ.ศ.2475 เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการปกครองมาสู่ระบอบรัฐสภาภายใต้รัฐธรรมนูญ เป็นยุคที่มีการรับรองสิทธิเสรีภาพในการพูด การเขียน และการโฆษณา (มาตรา 14 แห่งรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2475) แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก

หลังจากเปลี่ยนแปลงการปกครอง สถานการณ์ทางการเมืองที่มีการต่อสู้ช่วงชิงอำนาจระหว่างกลุ่มเจ้านายและคณะราษฎร ทำให้หนังสือพิมพ์เริ่มแบ่งเป็นฝักฝ่าย คือ ฝ่ายอิสระ ฝ่ายรัฐบาล และฝ่ายนิยมกษัตริย์ รัฐบาลได้ออกพระราชบัญญัติสมุดเอกสารและหนังสือพิมพ์ แก้ไขเพิ่มเติมพุทธศักราช 2475 เพื่อควบคุมหนังสือพิมพ์อย่างเคร่งครัด มีการตรวจข่าวก่อนนำลงตีพิมพ์ แต่หนังสือพิมพ์หลายฉบับก็ไม่ได้เกรงกลัว จึงมีหนังสือพิมพ์ถูกสั่งปิดในสมัยนี้หลายฉบับ แต่บางฉบับหลีกเลี่ยงด้วยการเพิ่มเนื้อหาบันเทิงมากขึ้น เช่น เสนอนวนิยาย ข่าวชาวบ้านประเภทอาชญากรรม และลดเนื้อหาทางการเมือง สาเหตุที่คณะราษฎรต้องการควบคุมหนังสือพิมพ์เพราะความรู้สึกไม่มั่นใจในเสถียรภาพของตนเอง หวาดระแวงฝ่ายกษัตริย์ว่าจะผนึกกำลัง และหวาดกลัวต่อการแทรกแซงของต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม คณะราษฎรได้ชี้แจงว่าไม่มีความมุ่งหมายจะจำกัดเสรีภาพของหนังสือพิมพ์ แต่เพื่อผลประโยชน์ของประเทศ

ในปี พ.ศ.2476 ได้มีพระราชบัญญัติการพิมพ์ พุทธศักราช 2476 ออกมาอีกฉบับหนึ่ง กฎหมายฉบับนี้ประกาศยกเลิกพระราชบัญญัติสมุดเอกสารและหนังสือพิมพ์ 2470 และ 2475 พระราชบัญญัติใหม่นี้ กำหนดบทบัญญัติควบคุมหนังสือพิมพ์ โดยกำหนดวุฒิการศึกษาของบรรณาธิการว่าจะต้องสอบไล่ได้ชั้นประโยคมัธยมบริบูรณ์หรือเทียบเท่า หรือเป็นผู้ซึ่งมีวิทยฐานะอันมีคณะกรรมการสอบความรู้ซึ่งแต่งตั้งโดยรัฐมนตรีกระทรวงมหาดไทยไม่ต่ำกว่า 3 นาย กฎหมายฉบับนี้ต้องการให้หนังสือพิมพ์มีมาตรฐาน แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นการควบคุมจำนวนหนังสือพิมพ์ไปด้วยในตัว

การขึ้นสู่อำนาจทางการเมืองของจอมพล ป. พิบูลสงคราม (พ.ศ.2481-2487) เป็นช่วงที่ทหารเริ่มเข้ามามีบทบาททางการเมือง มีการเนรเทศผู้ที่เป็นปฏิปักษ์ต่อรัฐบาล มีการตราพระราชบัญญัติการพิมพ์ พุทธศักราช 2484 เพื่อควบคุมหนังสือพิมพ์ในภาวะฉุกเฉินหรือภาวะสงคราม โดยให้อำนาจแก่เจ้าพนักงานการพิมพ์ คืออธิบดีกรมตำรวจ ทำหน้าที่ตรวจข่าวโฆษณา สั่งถอนใบอนุญาตหรือปิดหนังสือพิมพ์ได้ ถ้าเห็นว่าขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน และได้กำหนดเงินทุนขั้นต่ำของการดำเนินงานหนังสือพิมพ์ คือไม่ต่ำกว่า 5 หมื่นบาท ทำให้หนังสือพิมพ์ต้องปิดกิจการหรือยุบรวมกัน เมื่อจำนวนหนังสือพิมพ์ลดลง รัฐบาลก็สามารถควบคุมหนังสือพิมพ์ได้ง่าย นอกจากนั้น ในช่วงภาวะสงคราม หนังสือพิมพ์ต้องปันส่วนกระดาษ และมีการประกาศยกเลิกใช้อักษรไทยบางตัว ทำให้หนังสือพิมพ์ถูกควบคุมทางอ้อมและกลายเป็นเพียงผู้บันทึกเหตุการณ์

ในปี พ.ศ.2501 ได้เกิดการรัฐประหารนำโดยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ และตลอดช่วงระยะเวลา 16 ปี ภายใต้ระบอบการปกครองเผด็จการทหาร (พ.ศ.2501-2516) ของจอมพลสฤษดิ์ และจอมพลถนอม กิตติขจร และจอมพลประภาส จารุเสถียร มีการประกาศใช้ธรรมนูญการปกครอง พ.ศ.2502 ซึ่งไม่มีบทบัญญัติใด ๆ รับรองสิทธิเสรีภาพในการพูด การเขียน และการแสดงความคิดเห็น แต่รัฐบาลใช้ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 17 ในการควบคุมหนังสือพิมพ์อย่างเบ็ดเสร็จ โดยอ้างเหตุผลว่าเพื่อความมั่นคงของประเทศ

ยุคสิทธิเสรีภาพหนังสือพิมพ์เบ่งบาน และการปราบปรามครั้งใหญ่ (2516-2524)

การเดินขบวนครั้งใหญ่เพื่อเรียกร้องรัฐธรรมนูญของขบวนการนิสิตนักศึกษาและประชาชนในปี 2516 หรือที่เรียกว่า "การปฏิวัติ 14 ตุลา" โดยประชาชน ได้นำไปสู่การโค่นล้มรัฐบาลเผด็จการทหาร เป็นการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองครั้งสำคัญ เปิดผ้าใหม่ให้เกิดสิทธิเสรีภาพของหนังสือพิมพ์อย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน มีหนังสือพิมพ์เกิดใหม่เป็นจำนวนมาก และหนังสือพิมพ์เหล่านี้มีจุดยืนทางการเมืองที่แตกต่างหลากหลายทั้งในฝ่ายเสรีนิยมและสังคมนิยม รวมแล้วมีการขออนุญาตออกหนังสือพิมพ์ถึง 753 ฉบับ แต่มีเพียงร้อยละ 10 ที่ดำเนินการจริง

ในช่วงปีพ.ศ.2517 มีคนหนุ่มสาวและกลุ่มปัญญาชนหัวก้าวหน้าเข้าสู่วงการหนังสือพิมพ์ และได้ออกหนังสือพิมพ์แนวการเมือง เช่น **ประชาชาติ ประชาธิปไตย** และ **The Voice of the Nation** ส่วนนิสิตนักศึกษาได้ออกหนังสือพิมพ์ "อติปัตย์" เพื่อใช้เป็นเวทีในการแสดงบทบาททางการเมือง ในอีกด้านหนึ่ง หนังสือพิมพ์แนวอาชญากรรม เช่น **ไทยรัฐ เดลินิวส์ ดาวสยาม** ก็ใช้โอกาสที่เสรีภาพเปิดกว้างในการขุดคุ้ยเรื่องส่วนตัว ขยายข่าวในเรื่องอาชญากรรม ความรุนแรงและเรื่องทางเพศอย่างโจ่งครึ้มในปีพ.ศ.2518 ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นนายกรัฐมนตรี ได้ประกาศพระราชบัญญัติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ พุทธศักราช 2518 ที่อนุญาตให้มีการยึดแทนพิมพ์ได้ มาควบคุมหนังสือพิมพ์ แม้ว่านิตยสารหนังสือพิมพ์จะเรียกร้องให้ยกเลิกพระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ.2484 และพร้อมจะจัดตั้งสภาการหนังสือพิมพ์เพื่อควบคุมตนเองในทางวิชาชีพ

อย่างไรก็ดี บรรยากาศที่เสรีภาพเบ่งบานเต็มที่ในช่วงระยะ 3 ปี ระหว่างพ.ศ.2516-2519 ต้องสะดุดหยุดลง เมื่อฝ่ายอนุรักษ์นิยมร่วมมือกับทหารใช้กำลังปราบปรามนักศึกษาและประชาชนที่ประท้วงการกลับมาของจอมพลถนอม กิตติขจร หลังจากนั้น กลุ่มที่เรียกตัวเองว่าคณะปฏิรูปได้ก่อการรัฐประหารในวันที่ 6 ตุลาคม 2519 และบริหารประเทศด้วยการปิดกั้นสิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชน มีการยกเลิกรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2517 และประกาศใช้ธรรมนูญการปกครอง พ.ศ.2520 ซึ่งไม่มีบทบัญญัติใดๆ ที่รับรองสิทธิเสรีภาพของประชาชนและของสื่อมวลชน มีการออกประกาศคณะปฏิรูปฉบับที่ 42 สั่งปิดหนังสือพิมพ์และมีการตรวจเซ็นเซอร์อย่างเข้มงวด หนังสือพิมพ์ที่ถูกกล่าวหาว่าเอียงซ้ายถูกยึด และมีรายชื่อหนังสือต้องห้าม 100 เล่ม ผู้ใดมีในครอบครองจะถูกยึดและเผา มีคำสั่งเรียกผู้พิมพ์ผู้โฆษณาของหนังสือพิมพ์ทุกฉบับเข้าพบที่กองบัญชาการทหารสูงสุด เพื่อให้ขออนุมัติตีพิมพ์หนังสือพิมพ์เป็นราย ๆ ไป หนังสือพิมพ์ที่ได้รับอนุมัติคือหนังสือพิมพ์ที่มีทัศนะเอียงขวาและกลาง ๆ มีจำนวนทั้งสิ้น 12 ฉบับ ซึ่งไม่มีการวิจารณ์รัฐบาลคณะปฏิรูปอย่างสิ้นเชิง

นิสิตนักศึกษาและปัญญาชนฝ่ายซ้ายหนีภัยคุกคามจากรัฐบาล เข้าป่าจับอาวุธต่อสู้ร่วมกับพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย (พคท.) และมีการเผยแพร่ความคิดทางการเมืองผ่านวิทยุเสียงประชาชนแห่งประเทศไทย และสื่อสิ่งพิมพ์ของพรรคคอมมิวนิสต์และพรรคสังคมนิยมแห่งประเทศไทย การสู้รบด้วยกำลังอาวุธระหว่างทหารรัฐบาลและกองทัพลดแตกของพรรคคอมมิวนิสต์สิ้นสุดลงเมื่อรัฐบาลประกาศนโยบาย 66/2523 และ 65/2524 เพื่อลดสภาพความขัดแย้งรุนแรง และการต่อสู้ทางความคิดและความเชื่อทางการเมืองที่ใช้กำลังอาวุธ และได้ประกาศนิรโทษกรรมแก่ผู้ที่กลับจากป่าคืนสู่สังคมเมือง

ยุคพลังเศรษฐกิจนำหนังสือพิมพ์ (2525-2532)

นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2523 เป็นต้นมา สิทธิเสรีภาพของหนังสือพิมพ์ค่อยๆ พื้นตัวขึ้นมาใหม่ ได้เกิดปรากฏการณ์ปรับตัวครั้งสำคัญที่สุดในโครงสร้างและนโยบายของหนังสือพิมพ์ กิจกรรมหนังสือพิมพ์พัฒนาขึ้นจนเรียกได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ ในทางการเมืองเป็นช่วงรอยต่อที่มีลักษณะประชาธิปไตยครึ่งใบ ชนชั้นกลางเริ่มมีโอกาสขยายตัวทางเศรษฐกิจ มีบรรยากาศใหม่ในทางสังคม วัฒนธรรม ปัจจัยเหล่านี้ได้ส่งผลให้อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ขยายตัวอย่างก้าวกระโดด

หนังสือพิมพ์ได้แตกแขนงไปทั้งรายวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน และรายสัปดาห์ (ส่วนใหญ่ได้แก่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่มีกำหนดออกไม่แน่นอน) หนังสือพิมพ์เชิงปริมาณเช่น **ไทยรัฐ เดลินิวส์** มียอดขายที่สูงขึ้น ในขณะเดียวกัน เกิดหนังสือพิมพ์ที่ประกาศตัวถือข้างฝ่ายการเมืองอย่างชัดเจน เช่น หนังสือพิมพ์**เดลินิวส์** ที่มีแนวอนุรักษนิยม และเกิดหนังสือพิมพ์แบบผู้นำความคิดที่เน้นหนักข่าวการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และการวิพากษ์วิจารณ์ เช่น หนังสือพิมพ์**มติชน The Nation** นอกจากนี้ยังเกิดหนังสือพิมพ์แนวข่าวสารธุรกิจ อาทิ **ผู้จัดการ ฐานเศรษฐกิจ ประชาชาติธุรกิจ กรุงเทพธุรกิจ** ซึ่งถือได้ว่าเป็นมิติใหม่ของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ในยุคนี้อย่างแท้จริง

ธุรกิจหนังสือพิมพ์เข้าสู่ยุคเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วใหม่ในด้านการผลิตและการสื่อสาร การขยายตัวของธุรกิจโฆษณากลายเป็นพื้นฐานทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ จนเป็นผลให้เงื่อนไขความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ทุกฉบับขึ้นอยู่กับรายได้จากโฆษณา ในขณะเดียวกัน ก็เกิดการแสวงหาผลประโยชน์ทางธุรกิจของหนังสือพิมพ์ด้วยการลงโฆษณาในพื้นที่ของข่าวโดยไม่ระบุว่าเป็นเนื้อที่โฆษณา หรือการเขียนสนับสนุนธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งที่ให้ค่าโฆษณาหรือค่าตอบแทนสูง เป็นต้น

ยุคหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจฟองสบู่ และวิกฤติเศรษฐกิจ (2533-ปัจจุบัน)

ยุคนี้อยู่ในช่วงปีพ.ศ.2533-ปัจจุบัน ในช่วงนี้หนังสือพิมพ์ต้องทำงานภายใต้ระบบทางวัฒนธรรมที่สังคมไทยเปิดรับการสื่อสารข้ามชาติหรือข้ามพรมแดนมากขึ้น นอกจากหนังสือพิมพ์ต้องขับเคลื่อนระหว่างหนังสือพิมพ์ด้วยกันแล้ว ยังต้องขับเคลื่อนกับอุตสาหกรรมสื่อมวลชนอื่น ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต ในการแก่งแย่งงบประมาณโฆษณาและผู้บริโภค หนังสือพิมพ์ที่จะได้รับความนิยมจึงต้องสะท้อนความเป็นสากล มีความรอบด้านลึกซึ้ง เป็นกลาง และเสนอข่าวแบบเจาะลึก น้ำหนักของการเติบโตในระยะแรกของช่วงนี้ ยังอยู่ที่หนังสือพิมพ์ระดับผู้นำ และหนังสือพิมพ์แนวเศรษฐกิจ

ถึงแม้ว่าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในปีพ.ศ.2540 ที่ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ.2545) เป็นผลให้หนังสือพิมพ์หลายฉบับปิดกิจการลงไป เฉพาะอย่างยิ่งหนังสือพิมพ์แนวข่าวสารธุรกิจ ที่อาศัยรายได้หลักจากโฆษณา แต่การที่หนังสือพิมพ์มีจำนวนลดน้อยลง ทำให้หนังสือพิมพ์ฉบับที่ดำเนินการอยู่มีช่องทางขยายจนกลายเป็นธุรกิจทุนขนาดใหญ่ หนังสือพิมพ์ที่อยู่ได้มักเป็นหนังสือพิมพ์ที่นำกิจการ

เข้าตลาดหลักทรัพย์ เกิดหนังสือพิมพ์ประชานิยม หรือเชิงปริมาณแนวใหม่ขึ้น คือ **คม ชัด ลึก** ซึ่งเน้นเสนอเรื่องไร้อารมณ์เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณทั่วไป

เหตุการณ์พฤษภาทมิฬ พ.ศ.2535 ได้ส่งผลให้เกิดพลังของภาคประชาชน หรือประชาสังคมมากขึ้น และกระจายไปทั่วประเทศ ประชาชนเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมทางการเมืองและสังคม จนนำไปสู่การเคลื่อนไหวปฏิรูปการเมือง มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญฉบับประชาชน พุทธศักราช 2540 ซึ่งเป็นรัฐธรรมนูญที่รับรองสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคของประชาชน รวมทั้งสิทธิในการแสวงหาข่าวสารข้อมูล และคุ้มครองการทำงานของนักวิชาชีพสื่อมวลชน เกิดองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่รักษาสีทิมของประชาชนและเป็นสถาบันกลางที่เชื่อมโยงการทำงานระหว่างภาครัฐกับประชาชน เช่น คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ศาลรัฐธรรมนูญ ศาลปกครอง เป็นต้น บรรยายากศทางการเมืองและสังคมในช่วงนี้ จึงเป็นการปูฐานรากของประชาธิปไตยแบบประชาชนมีส่วนร่วม เน้นความโปร่งใส ตรวจสอบได้ของภาครัฐและภาคธุรกิจ หนังสือพิมพ์ถูกเรียกร้องให้ทำงานด้วยความรับผิดชอบและเคร่งครัดในจรรยาบรรณ ในปีพ.ศ.2540 ธุรกิจหนังสือพิมพ์ได้ประกาศจัดตั้งสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติขึ้นเพื่อควบคุมกันเองทางวิชาชีพ

กล่าวโดยสรุปแล้ว ประวัติศาสตร์หนังสือพิมพ์ไทยได้เติบโตผ่านวิกฤติการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และกระแสวัฒนธรรมข้ามชาติ จะเห็นได้ว่า พัฒนาการของหนังสือพิมพ์ไทยล้วนเกี่ยวโยงกับแนวคิดอุดมการณ์ที่มีส่วนกำหนดสถานการณ์ของหนังสือพิมพ์ในแต่ละยุค และหนังสือพิมพ์ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบเนื้อหาและแนวนโยบายไปตามบริบทเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง จากหนังสือพิมพ์ที่อยู่ในมือของเจ้านายราชสำนัก มาอยู่ในการดำเนินการของปัญญาชน สามัญชน นักการเมือง นักธุรกิจหรือเจ้าของทุน และพัฒนาจนกลายเป็นธุรกิจทุนขนาดใหญ่ที่มีการแข่งขันอย่างจำกัด เช่นปัจจุบัน

กรณีศึกษาพัฒนาการของหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย¹⁷

การพัฒนาของธุรกิจหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยได้ผ่านช่วงเวลาต่างๆ มาเป็นเวลายาวนาน โดยได้ก่อเกิดหนังสือพิมพ์หลากหลายรูปแบบและหลากหลายชื่อเรื่องอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแต่ละรูปแบบและแต่ละชื่อเรื่องก็ล้วนแล้วแต่มีพัฒนาการที่แตกต่างกันไป โดยในการศึกษารั้งนี้ได้รวบรวมพัฒนาการของหนังสือพิมพ์ในบางชื่อเรื่องเอาไว้เพื่อให้เห็นพัฒนาการของธุรกิจหนังสือพิมพ์รายบริษัทดังต่อไปนี้

¹⁷ ดร.ณิ. อ่างแล้ว., 2543.

หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์เป็นหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษที่ตีพิมพ์และออกจำหน่ายหลังสงครามโลกครั้งที่สอง โดยบริษัท โพสต์พับลิชชิง จำกัด ซึ่งบุคคลที่มีบทบาทสำคัญและถือว่าเป็นผู้ให้กำเนิดหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์คือ นายทหารอเมริกันชื่อ นาวาตรีอเล็กซานเดอร์วิลเลียมแมคโดนัล ที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยในช่วงสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง เพื่อปฏิบัติการร่วมกับขบวนการเสรีไทย

ก่อนหน้าที่จะเข้ารับราชการทหารนั้น นาวาตรีอเล็กซานเดอร์มีอาชีพเป็นนักหนังสือพิมพ์ ทำให้เมื่อสงครามโลกครั้งที่สองยุติลง นาวาตรีอเล็กซานเดอร์จึงได้ร่วมกับเพื่อนชาวไทยอีก 6 คน คือ ดร.ทวี ตเวทิกุล ร้อยเอกวิลาศ ไสธานนท์ นายอาจิ้นต์ อุณหันท์ หลวงดำรงดุริตเลช นายชวลา สุกุลนันท์ และนายประสิทธิ์ ลูจิตานนท์ ก่อตั้งบริษัทโพสต์พับลิชชิง เพื่อผลิตหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษขึ้นเป็นครั้งแรก และเริ่มตีพิมพ์เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2489 โดยมียอดพิมพ์วันละ 500 ฉบับ แต่เพียงระยะหนึ่งเดือนแรกที่ตีพิมพ์ออกจำหน่ายก็ได้มีผู้สมัครบอกรับเป็นสมาชิกถึง 200 คน

หลังจากดำเนินกิจการมาได้เป็นเวลา 2 ปี กิจการก็เริ่มมีปัญหา เนื่องจากผู้ถือหุ้นเริ่มมีความขัดแย้งกันเอง ทำให้นาวาตรีอเล็กซานเดอร์ต้องซื้อหุ้นไว้ทั้งหมด จนกระทั่งในปี 2492 นาวาตรีอเล็กซานเดอร์จำต้องเดินทางออกนอกประเทศไทยตามคำสั่งของ พล.ต.อ.เผ่า ศรียานนท์ อธิบดีกรมตำรวจในสมัยนั้น ทำให้ต้องขายหุ้นของหนังสือพิมพ์ทั้งหมดให้แก่نگลงทุนชาวเยอรมัน และมอบตำแหน่งบรรณาธิการให้แก่นายแฮร์ เฟรดเดอริค

อีก 15 ปีต่อมา ลอร์ดทอมสัน ซึ่งเป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์ลอนดอนไทมส์ ได้เข้าซื้อหุ้นของบริษัทและได้เข้ามาวางรากฐานให้กับกิจการของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ โดยยึดมาตรฐานการดำเนินกิจการหนังสือพิมพ์ของประเทศอังกฤษเป็นแบบอย่าง กิจการหนังสือพิมพ์จึงได้เจริญก้าวหน้าขึ้นเป็นลำดับ

ในเดือนธันวาคม 2527 บริษัทโพสต์พับลิชชิง จำกัด ได้เข้าเป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำให้บริษัทต้องพัฒนาองค์กรเพื่อรองรับการขยายตัวของกิจการ และมีการตั้งแผนกใหม่ๆ ขึ้นเป็นจำนวนมาก ต่อมาในปี 2536 บริษัทได้ขยายกิจการหนังสือพิมพ์ไปทำหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน "สยามโพสต์" แต่ไม่ประสบความสำเร็จ ทำให้มีปัญหาการขาดทุนสะสมต่อเนื่อง บริษัทจึงตัดสินใจขายกิจการให้กับกลุ่มธุรกิจตรีทศในปี 2539

หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์มีอายุครบ 50 ปีเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2539 และนับเป็นหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษที่มีอายุเก่าแก่ที่สุดในรัชกาลปัจจุบัน

หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2514 ภายใต้ชื่อบริษัท เดอะเนชั่น จำกัด ผู้ก่อตั้งคือ นายธรรมนุญ มหาเปาะ นายสุทธิชัย หยุ่น และ ม.ร.ว.สุมิตรา กิตติยากร ซึ่งได้จัดทำหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษชื่อ The Voice of The Nation

ในระยะแรก บริษัทประสบปัญหาด้านการเงินและการตลาดอย่างหนัก เพราะหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษรายวันมีตลาดค่อนข้างแคบ จึงต้องหยุดกิจการชั่วคราว แต่หลังจากนั้นก็ได้มีการรวมตัวกันใหม่ โดยใช้ชื่อว่า บริษัท บิสซิเนสรีวิว จำกัด และได้ปรับแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นการขยายตลาดสมาชิกเป็นหลัก บริษัทจึงเริ่มมีกำไรในปี 2528 ซึ่งได้เปลี่ยนชื่อหนังสือมาเป็น The Nation

ต่อมาในปี 2531 บริษัท บิสซิเนสรีวิว จำกัด ได้ทำการเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เนชั่น พับลิชชิง กรุ๊ป ได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท และได้ยื่นขอเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จนกระทั่งได้รับอนุมัติเป็นบริษัทจดทะเบียนในเดือนมิถุนายน 2531 ถือเป็นธุรกิจหมวดสิ่งพิมพ์ลำดับที่สองในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยต่อจากหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

ในปี 2534 บริษัทได้ขยายธุรกิจไปยังวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ โดยเป็นผู้จัดทำรายการสรุปและวิเคราะห์ข่าวให้กับสถานีวิทยุในรายการต่างๆ และต่อมาก็ได้เข้าไปเป็นผู้ดำเนินรายการทางสถานีวิทยุคลื่น FM. 96 MHz. โดยมีชื่อคลื่นว่า Nation News Station

สำหรับรายการวิทยุโทรทัศน์นั้น บริษัทเริ่มจากการเข้าไปทำรายการวิเคราะห์สถานการณ์วิกฤตสงครามอ่าวเปอร์เซีย ซึ่งถือเป็นการสร้างชื่อเสียงอย่างมากให้กับบริษัท หลังจากนั้นก็ได้ผลิตรายการเนชั่นนิวส์ทอล์คให้กับช่อง 9 อสมท. และยังได้ผลิตรายการอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมาก จนกระทั่งในปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ดำเนินรายการของในสถานีช่องหนึ่งทาง UBC ซึ่งบริษัทเนชั่นมัลติมีเดียกรูปรู้ถือได้ว่าเป็นแบบอย่างของธุรกิจหนังสือพิมพ์ที่ประสบความสำเร็จในการขยายธุรกิจข้ามสื่อได้อย่างชัดเจน

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ

สนธิ ลิ้มทองกุล ได้เริ่มจัดตั้งบริษัท ตะวันออกแมกกาซีน จำกัด ขึ้นด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาทในปี 2525 เพื่อให้เป็นเจ้าของและเป็นผู้จัดการนิตยสารผู้จัดการรายเดือน และในปี 2530 เริ่มผลิตหนังสือ "ผู้จัดการรายสัปดาห์"

ปี 2531 ได้แยกการบริหารเป็นลักษณะ Profit Center โดยจัดตั้งบริษัทใหม่ขึ้น เพื่อให้แต่ละบริษัทรับผิดชอบหนังสือแต่ละฉบับ ซึ่งได้แยกการบริหารของกองบรรณาธิการ กองโฆษณา และส่วนอื่นๆ ออกจากกันทั้งหมด

ต่อมาเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2533 บริษัท ผู้จัดการ จำกัด ได้มีการเพิ่มทุนเป็น 40 ล้านบาท และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และวันที่ 3 พฤษภาคม 2533 ก็ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 40 ล้านบาท เป็น 100 ล้านบาท

ปี 2534 บริษัทเริ่มต้นผลิตและจำหน่ายหนังสือพิมพ์ "ผู้จัดการรายวัน" และในปีต่อมาก็ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 500 ล้านบาท ในปี 2537 บริษัทได้เปลี่ยนชื่อ บริษัท แมเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

จุดหักเหของการขยายตัวของบริษัทคือ การที่เศรษฐกิจเริ่มชะลอตัวอย่างต่อเนื่องจนนำไปสู่วิกฤตเศรษฐกิจ ซึ่งบริษัทได้รับผลกระทบอย่างหนัก จนต้องทยอยปิดหนังสือพิมพ์และนิตยสารไปหลายฉบับ ในปัจจุบันคงเหลือสิ่งพิมพ์ที่ยังดำเนินการอยู่เพียง 3 ฉบับคือ นิตยสารผู้จัดการรายเดือน หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน และหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

หนังสือพิมพ์วิญญูจักร

บริษัท วิญญูจักร ก่อตั้งขึ้นในปี 2525 ในรูปแบบของบริษัทจำกัดด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท โดยนายนิกร พรสาธิต เป็นผู้ก่อตั้งและถือหุ้นใหญ่ มีวัตถุประสงค์หลักในการผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์ ต่อมาในปี 2536 บริษัทได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนและนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ต่อจากนั้นก็ได้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง บริษัทได้มีความพยายามในการขยายธุรกิจข้ามสื่อ เช่น บริษัทมีเดียพลัส บริษัทสยามบรอดคาสติ้งแอนดิคอมมิวนิเคชั่น บริษัท ไทยสกายเคเบิลทีวี เป็นต้น ซึ่งเป็นช่วงที่เศรษฐกิจกำลังขยายตัวอย่างมาก และในปี 2537 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 700 ล้านบาท เป็น 2,200 ล้านบาท

ในช่วงปี 2530 บริษัทวิญญูจักรได้ครองส่วนแบ่งการตลาดหนังสือแบบธุรกิจบริการ เช่น จัดหางาน รถยนต์ และอสังหาริมทรัพย์มากที่สุด ผลกระทบที่สำคัญในช่วงปี 2531 ถึงปี 2536 มีทั้งหนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารรายสัปดาห์ และรายเดือน

หนังสือพิมพ์รายวันเชิงธุรกิจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์วิญญูจักร (2531) หนังสือโลกกีฬา (2532) หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ Thailand Times (2536) และ Sport Games (2538)

ส่วนนิตยสารรายสัปดาห์ ได้แก่ วัฏจักรอาคารที่ดิน (2522) วัฏจักรงาน (2532) วัฏจักรรถ (2532) วัฏจักรการศึกษา (2533) แล่งงาน (2533) และวัฏจักรแพทย์ ส่วนนิตยสารรายเดือน ได้แก่ Arch Idea/สถาปัตยกรรม (2536)

อย่างไรก็ตามเนื่องจากบริษัทได้ขยายสินค้าเป็นจำนวนมาก ทำให้เมื่อเผชิญกับปัญหาเศรษฐกิจ บริษัทจึงต้องหยุดกิจการของหนังสือพิมพ์และนิตยสารหลายเล่มลง เพื่อการลดต้นทุนการผลิตมาสู่ธุรกิจที่เป็นแกนกลางของกลุ่ม โดยบริษัทยังคงต้องมีการปรับโครงสร้างขององค์กร และปรับปรุงเนื้อหาของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องต่อไป

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

ความเป็นมาของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐสามารถแบ่งออกได้เป็นยุคต่างๆ ทั้งสิ้น 4 ยุค ได้แก่

ยุคข่าวภาพ

หนังสือพิมพ์เช้าวันจันทร์ "ข่าวภาพ" ซึ่งมีชื่อภาษาอังกฤษว่า THE WEEKLY PICTORIAL พิมพ์ด้วยหัวหนังสือสีแดง วางแผงฉบับปฐมฤกษ์ สัปดาห์ที่ 1 ประจำวันจันทร์ที่ 9 มกราคม พ.ศ.2493 รวมทั้งสิ้น 16 หน้า ราคา 1 บาท เสนอข่าวสารทั่วไป ไม่ได้เน้นข่าวการเมืองเหมือนอย่างหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ในขณะนั้น บุคคลสำคัญที่ร่วมงาน "ข่าวภาพรายสัปดาห์" ได้แก่ เลิศ อัศเวศน์ ซึ่งรับหน้าที่บรรณาธิการเป็นผู้เขียน กำพล วัชรพล เป็นผู้พิมพ์และผู้ขาย ส่วน วสันต์ ชูสกุล เป็นผู้จัดการด้านการเงิน หนังสือพิมพ์ข่าวภาพสัปดาห์มีจุดมุ่งหมายที่จะให้เป็นหนังสือพิมพ์สำหรับกลุ่มวัยรุ่นและผู้อ่านโดยทั่วไป ในช่วงระยะเวลาเพียง 1 ปีเศษเปลี่ยนเป็นหนังสือพิมพ์รายวัน จนกระทั่งเมื่อจอมพลสฤษดิ์ เข้ายึดอำนาจในเวลาต่อมา หนังสือพิมพ์ 7 ฉบับถูกปิดพร้อมกัน ในจำนวนนี้มี "ข่าวภาพรายวัน" รวมอยู่ด้วย

ยุคเสียงอ่างทอง

นับตั้งแต่ข่าวภาพรายวันถูกปิดเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2501 กำพล วัชรพล ได้พยายามผลักดันเพื่อจะออกหนังสือพิมพ์ใหม่ แต่จากนโยบาย "หนังสือพิมพ์เก่าออกไม่ได้ หนังสือพิมพ์ใหม่อย่าให้เกิด" ของคณะปฏิวัติ ทำให้ไม่สามารถจะขอหัวหนังสือพิมพ์ใหม่ได้ จึงตัดสินใจเช่าหัวหนังสือพิมพ์ "เสียงอ่างทอง" มาทดแทน "ข่าวภาพรายวัน" และมอบหมายให้ วิมล พลกุล เป็นหัวหน้ากองบรรณาธิการพร้อมด้วยทีมงานเดิมจากข่าวภาพรายวัน

ข่าวฆาตกรรมนวนลจวีที่เกิดขึ้นในเดือนกันยายน 2502 และเป็นข่าวใหญ่และผู้อ่านให้ความสนใจมาก จึงทำให้ชื่อเสียงของหนังสือพิมพ์เสียงอ่างทองเป็นที่รู้จัก และส่งผลให้ยอดจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ และต่อมาเมื่อเจ้าของหัวเดิมของหนังสือพิมพ์เสียงอ่างทองได้ดึงหนังสือกลับไปทำเอง กำพล วัชรพล จึงได้ออกหนังสือพิมพ์ฉบับใหม่ภายใต้ชื่อ "ไทยรัฐ" ออกขึ้นเป็นครั้งแรกในวันที่ 25 ธันวาคม 2505

ยุคไทยรัฐ (ชอยวรพงษ์ 2505-2513)

ไทยรัฐยุคชอยวรพงษ์ เริ่มรวบรวมทีมงานนักข่าวและคอลัมนิสต์มาไว้ในกองบรรณาธิการ โดยมีคนเดิมได้แก่ เลิศ อัสเวศน์, กระแช่ (ประสาน มีเฟื่องศาสตร์) สมิต มานัสฤดี, วิมล พลกุล, สมบูรณ์ วรพงษ์, มานิจ สุขสมจิตร, เฉลิมชัย ทรงสุข ฯลฯ จากการบุกตลาดอย่างหนักควบคู่ไปกับการเสนอขาย และคอลัมนิสต์ที่ผู้อ่านสนใจคนอ่าน ส่งผลให้ไทยรัฐยุคชอยวรพงษ์มียอดจำหน่ายสูงถึง 6 หลัก หรือ 100,000 ฉบับ ในเวลาไม่นานนัก พิมพ์ 16 หน้า ราคา 1 บาท ในขณะที่เสียงอ่างทอง ซึ่งเจ้าของเดิมนำกลับไปทำเอง ต้องเลิกกิจการไปอย่างรวดเร็ว และต่อมาในวันที่ 13 พฤศจิกายน 2513 กำพล วัชรพล ย้ายสำนักงานหนังสือพิมพ์ไทยรัฐจากชอยวรพงษ์มาอยู่ที่วิภาวดีฯ

ยุคไทยรัฐ (วิภาวดีฯ 2513 ถึงปัจจุบัน)

การตัดสินใจย้ายสำนักงานจากชอยวรพงษ์สู่ถนนวิภาวดีรังสิต เมื่อปลายปี 2513 เป็นการตัดสินใจครั้งยิ่งใหญ่อีกครั้งของกำพล วัชรพล เป็นการตัดสินใจเพื่อก้าวออกไปข้างหน้าสู่ความสำเร็จและสู่ความเป็นหนึ่งในฐานะหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูงสุดของประเทศ และในปี 2531 ไทยรัฐเริ่มพิมพ์ 4 สีเป็นฉบับแรกในวันที่ 4 มิถุนายน

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ก่อตั้งขึ้นโดยนายแสง เสดะกุล จัดพิมพ์ฉบับปฐมฤกษ์ในวันที่ 28 มีนาคม 2507 ใช้ชื่อหัวหนังสือพิมพ์ขณะนั้นว่า "แนวหน้าแห่งยุคเดลินิวส์" ในราคา 1 บาท มี 16 หน้า

ต่อมาในปี 2508 ได้พัฒนาในด้านการพิมพ์หนังสือพิมพ์เป็นระบบป้อนกระดาษม้วน เข้าแทนพิมพ์ สามารถผลิตหนังสือพิมพ์ 20,000 ฉบับในเวลา 1 ชั่วโมง ในขณะที่อัตราค่าโฆษณาสี่สีเวลานั้นหน้าละ 5,000 บาทต่อวัน และอัตราค่าโฆษณาหน้าขาว-ดำ เพียง 20 บาทต่อ 1 คอลัมน์นิ้วต่อวัน

ต่อมาในช่วงปี 2516-2517 มีวิกฤตเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากการขึ้นราคาน้ำมันในตลาดโลก ส่งผลกระทบถึงการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์รายวันเกือบทุกฉบับในเวลานั้น การขึ้นจาก 1 บาทเป็น 1.50 บาท จึงมีการปรับปรุงคุณภาพ เนื้อหา ในขณะนั้นที่มขำวงการเมืองของเดลินิวส์ได้เจาะเหตุการณ์หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองอย่างใกล้ชิด รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยและปลัดกระทรวงมหาดไทยในยุคคณะปฏิวัติการปกครองแผ่นดิน ได้ใช้อำนาจของเจ้าพนักงานการพิมพ์ ตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ.2484 และอำนาจตามประกาศของคณะปฏิวัติการปกครองแผ่นดิน ฉบับที่ 42 สั่งลงโทษหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ในข้อหาเสนอข่าวขัดต่อความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง โดยให้ปิดกิจการอย่างไม่มีกำหนดทันที หลังจากนั้น 15 วัน จึงให้เปิดดำเนินการได้ การกลับมาอีกครั้งได้ทำการปรับปรุงโฉมใหม่ทั้งหัวหนังสือ จากพื้นสีบานเย็นตัวเจาะขาวมาเป็นสีบานเย็นสดใส โดยเฉพาะฉบับวันอาทิตย์ได้เพิ่ม "บิวตี้ฟูลซันเดย์" และในวันจันทร์ได้เพิ่มจำนวนหน้าขึ้น

ต่อมาในวันที่ 20 พฤศจิกายน 2521 นายประชา เทตระกุล ได้ยื่นขออนุญาตเปลี่ยนแปลงชื่อหนังสือจากแนวหน้าแห่งยุคเดลินิวส์มาอยู่ภายใต้ชื่อ "เดลินิวส์" และได้รับอนุญาตจากทางราชการใช้ชื่อหนังสือพิมพ์รายวันเดลินิวส์ ตั้งแต่วันที่ 22 มกราคม 2522 เป็นต้นมา

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ได้ขยายข่าวหนังสือพิมพ์สู่วิทยุเดลินิวส์ออนไลน์ เอฟเอ็ม 93.5 กรมประชาสัมพันธ์ เริ่มจากกรุงเทพฯ แล้วขยายไปทั่วประเทศในปี 2538 และในปี 2541 เดลินิวส์ได้ขยายตัวสู่โลกอินเทอร์เน็ต ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม เป็นต้นไป โดยผู้อ่านสามารถอ่านได้จาก Website ชื่อ <http://www.dailynews.co.th>

หนังสือพิมพ์มติชน

พัฒนาการของหนังสือพิมพ์มติชนสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ยุค ได้แก่

ยุคบุกเบิก (ปี 2521-2532)

การก่อเกิดของเครือข่ายมติชน มีความสัมพันธ์กับปรากฏการณ์ทางการเมืองอย่างมาก เนื่องจากอำนาจการปกครองประเทศอยู่ในมือของกลุ่มเผด็จการทหาร ในขณะที่คนรุ่นใหม่ยังคงมีบทบาทสำคัญในฐานะผู้นำทางความคิดของสังคม ถึงแม้ว่าบทบาทในการเป็นพลังหลักสร้างความเปลี่ยนแปลงในทางสังคมการเมืองจะถูกลดทอนไป ภายหลังการปฏิวัติในเดือนตุลาคม 2519 แต่ความตื่นตัวทางการเมืองของประชาชนก็ได้ลดลง คนเหล่านี้เป็นกลุ่มคนที่สนใจติดตามข่าวสารบ้านเมือง และยังคงมีความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

มติชนประเทศไทยรายวันที่ถือกำเนิดขึ้นในเดือนมกราคม 2521 หนึ่งปีเศษหลังการเปลี่ยนแปลงจากรัฐบาลนายธานินทร์ กรัยวิเชียร มาเป็นรัฐบาลพล.อ.เกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ นับเป็นสื่อหนังสือพิมพ์เพียงฉบับเดียวในขณะนั้นที่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวได้ ในขณะที่หนังสือพิมพ์เชิงปริมาณที่มีอยู่ในเวลานั้นต่างก็ปรับทิศทางการนำเสนอไปที่ข่าวอาชญากรรมและข่าวบันเทิง เพื่อหลีกเลี่ยงการใช้คำสั่งคณะปฏิรูปการปกครองแผ่นดินฉบับที่ 42 (ป.ร.42) ซึ่งเป็นอำนาจที่สามารถสั่งปิดหนังสือพิมพ์ได้ทันที หากหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นเสนอข่าว บทความวิพากษ์วิจารณ์ที่รัฐบาลเห็นว่าอาจมีผลกระทบต่อเสถียรภาพของรัฐ

ยุคบุกเบิกของมติชนรายวันจึงเป็นการเริ่มต้นของหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพที่เสนอข่าวการเมืองเป็นหลัก พร้อมกับการทำหน้าที่เป็นสื่อสะท้อนความคิดเห็นทางการเมืองอย่างเข้มข้นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยมี ชรรค์ชัย บุนปาน และพงษ์ศักดิ์ พยัฆวิเชียร เป็นผู้บริหารซึ่งต่างก็มีประสบการณ์การทำงานในหนังสือพิมพ์แนวนี้นมาก่อน ตั้งแต่สยามรัฐรายวัน ประชาธิปไตย จนกระทั่งประชาชาติ อันเป็นหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพฉบับสุดท้ายก่อนที่คนเหล่านี้จะมาร่วมกันก่อตั้งมติชน

ยุคเข้าตลาดหุ้น (พ.ศ.2532-2535)

การขยายตัวของหนังสือพิมพ์จำเป็นต้องอาศัยเงินทุนจำนวนมาก ซึ่งการระดมทุนผ่านธนาคารพาณิชย์อย่างที่เคยทำมาก็จะมีภาระดอกเบี้ยสูงมากตามไปด้วย นอกจากนั้นแนวทางหนังสือพิมพ์ที่เน้นการนำเสนอเนื้อหาข่าวการเมืองเข้มข้นก็มีความเสี่ยงสูงในทางธุรกิจที่อยู่ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อทางการเมือง แนวคิดในการระดมทุนผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจึงเป็นทางเลือกหนึ่ง และในที่สุดผู้บริหารจึงตัดสินใจนำบริษัทมติชนเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เพื่อระดมทุนจากประชาชนทั่วไป

การตัดสินใจครั้งสำคัญของมติชนในการเข้าระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์ เป็นกลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์ภาษาไทยกลุ่มแรก หลังจากทีหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์และกลุ่มเดอะเนชั่น ได้เข้าไปเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และแสดงให้เห็นผลความสำเร็จในการระดมทุนเพื่อการขยายงานก่อนหน้านี้ ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ที่สะท้อนความก้าวหน้าในการดำเนินงานของเครือข่ายมติชน

ยุคเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร (พ.ศ.2535-ปัจจุบัน)

ในยุคปัจจุบัน ผู้บริหารของมติชนได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้ทิศทางการของมติชนเปลี่ยนไป มาเน้นการปรับเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอหนังสือพิมพ์ในเครือเพื่อรองรับรายได้จากการโฆษณามากขึ้น โดยเฉพาะมติชนในยุคแรกที่เคยมีภาพของหนังสือพิมพ์

ของกลุ่มฝ่ายซ้าย และเป็นหนังสือพิมพ์เฉพาะกลุ่มได้ปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดผู้อ่านมากขึ้น นัยหนึ่งคือการใช้ที่ผู้บริหารใช้ปัจจัยทางด้านสังคมมากำหนดเนื้อหาเพื่อผลในการขายพื้นที่โฆษณา

หากพิจารณาพัฒนาการของเครือข่ายมิตชนในการขยายธุรกิจสิ่งพิมพ์ จากจุดเริ่มในการลงทุนส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการกิจการหนังสือพิมพ์ โดยนักหนังสือพิมพ์อาชีพกลุ่มหนึ่งที่ได้เป็นผู้บริหารมิตชนปัจจุบัน จนกระทั่งเห็นช่องทางในการขยายธุรกิจและตัดสินใจนำบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์เพื่อระดมทุนจากประชาชนทั่วไป และสุดท้ายบทบาทของทุนและความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นได้กระตุ้นให้เกิดกิจกรรมใหม่ๆ ในทางธุรกิจ รวมทั้งการปรับเปลี่ยนผู้บริหารให้สามารถนำแนวคิดธุรกิจมาใช้ในการพัฒนาและสร้างความเติบโตให้กับองค์กร นับว่าเครือข่ายมิตชนได้ก้าวไปในทิศทางที่ชัดเจนและสอดคล้องกับบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป ซึ่งเป็นผลให้การกำหนดนโยบายในด้านต่างๆ ของมิตชนมีความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจและการทำหน้าที่สื่อมวลชนในเชิงอุดมการณ์ได้อย่างลงตัว

บทบาทของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อการพัฒนาประเทศ

ในระบบการปกครองของทุกประเทศที่ไม่ว่าจะมีความเป็นประชาธิปไตยมากน้อยเพียงไร ก็จำเป็นต้องคำนึงถึงความสำคัญของประชาชนมากกว่าระบบการปกครองในอดีต เพราะประชาชนกลายเป็นสมาชิกของสังคมที่มีความตื่นตัวมากขึ้น แทนที่จะปล่อยให้ชนชั้นปกครองบริหารประเทศไปโดยลำพังเหมือนสมัยก่อน ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนและรัฐบาลจึงเป็นสิ่งสำคัญในการช่วยให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างกัน อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการปกครองและการพัฒนาการเมือง ซึ่งสถาบันที่สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อกลางสร้างความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ดียิ่งสถาบันหนึ่งคือ “หนังสือพิมพ์” ดังจะเห็นได้จากขอบเขตและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ที่ Seymour-Ure อธิบายไว้ดังนี้¹⁸

1. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อกลางในการติดต่อระหว่างรัฐบาลกับประชาชน เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและความคิดเห็นสู่กันและกัน โดยพยายามชี้ให้ประชาชนมองเห็นได้ว่ามีอะไรสำคัญเกิดขึ้นในสังคม และชี้ให้รัฐบาลมองเห็นช่องทางที่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง
2. หนังสือพิมพ์มีหน้าที่สร้างประจักษ์พยานจากการแสดงข้อคิดเห็นต่างๆ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประเทศ โดยที่หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับต้องมีความคิดเห็นเป็นของตนเอง และให้ความสำคัญกับเรื่องที่เหมาะสม

¹⁸ Seymour-Ure, Colin. *The Press, Policies and the Public*. London: P New Fetter Lane, 1968.

3. หนังสือพิมพ์มีหน้าที่รักษา (Guardian) ผลประโยชน์ของประชาชน โดยการตรวจสอบพฤติกรรมของนักการเมืองให้กระทำหน้าที่เพื่อประชาชนอย่างแท้จริง ซึ่งหนังสือพิมพ์จะมีเครื่องมือสำคัญ เพื่อตรวจสอบและควบคุมพฤติกรรมดังกล่าวผ่านกระบวนการเปิดโปงพฤติกรรมอันทุจริตของนักการเมืองผ่านสาธารณะ โดยอาจเป็นการตั้งข้อสงสัย หรือการสร้างแรงกดดัน (Pressure) จากประชาชน เพื่อให้สามารถยุติการกระทำอันทุจริตของนักการเมืองได้

เช่นเดียวกับงานของ Seymour-Ure มิงานของ Schramm ที่เห็นว่าหนังสือพิมพ์เป็นสถาบันที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งประชาชนขาดความเข้มแข็ง ทำให้สถาบันหนังสือพิมพ์มีความสำคัญเป็นพิเศษ โดยอาจสรุปได้จากที่ Schramm กล่าวไว้ ดังนี้¹⁹

1. สถาบันหนังสือพิมพ์เป็นสะพานเชื่อมระหว่างสังคมเก่ากับสังคมใหม่ (Bridge the transition between traditional and modern society) ที่มีแนวคิด วิถีความเป็นอยู่ และมุมมองต่างๆ ให้สามารถเกิดความเข้าใจและประสานเข้ากันได้อย่างกลมกลืน

2. สถาบันหนังสือพิมพ์สามารถดึงความสนใจ (The media can focus attention) ของประชาชนให้มาอยู่รวมกันที่การพัฒนาประเทศได้

3. สถาบันหนังสือพิมพ์สามารถกระตุ้นประชาชนให้เกิดความปรารถนา (The mass media can raise aspiration) ที่จะมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีกว่าเดิม เพื่อให้การพัฒนาสามารถเป็นไปได้

จากข้อสรุปดังกล่าวจะเห็นได้ว่า หนังสือพิมพ์ในประเทศกำลังพัฒนาเป็นตัวจักรสำคัญในการสร้างความรู้สึกที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวภายในชาติ สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้นำประเทศ และสร้างความเข้มแข็งของประชาชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาประเทศไปในทางที่ดีขึ้น

อย่างไรก็ตาม สถาบันหนังสือพิมพ์จะทำหน้าที่ได้มากน้อยเพียงใด ยังขึ้นอยู่กับรูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนและรัฐบาล หากรัฐบาลปกครองด้วยระบบเผด็จการ เสี่ยงของประชาชนผ่านทางหนังสือพิมพ์ย่อมมีความหมายน้อย เพราะหนังสือพิมพ์จะมีโอกาสถูกกดดันทางการเมืองได้มาก และรัฐบาลก็สามารถตัดสินใจดำเนินการต่างๆ ได้ โดยไม่ต้องคำนึงถึงเสียงของประชาชนมากนัก ในทางตรงข้ามหากรัฐบาลปกครองด้วยระบบรัฐสภาและเป็นประชาธิปไตย หนังสือพิมพ์จะมีสิทธิ เสรีภาพและอิทธิพลค่อนข้างมาก ขณะที่การตัดสินใจดำเนินการต่างๆ ของรัฐบาลก็ย่อมต้องอาศัยแรงสนับสนุนจากประชาชนที่มีสถาบันหนังสือพิมพ์เข้ามาบทบาทเป็นสื่อกลาง ผลที่ตามมาก็คือในประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ รัฐบาลกลับเข้าไปทำหน้าที่ดำเนินงานหนังสือพิมพ์เสียเอง โดยมักอ้างเสถียรภาพทางการเมืองหรือความจำเป็นอื่นๆ หรือก็อาจเป็นการสนับสนุนในด้านอื่น เพื่อให้หนังสือ

¹⁹ Schramm, Wibur. *Mass Media and National Development*. California: Stanford University Press, 1964.

พิมพ์เป็นปากเสียงของตน นอกจากนี้โครงสร้างทางสังคมของประเทศกำลังพัฒนาก็ยังไม่มีส่วนเกื้อหนุนให้หนังสือพิมพ์ได้รับการสนับสนุนจากประชาชน เพื่อเป็นอำนาจการต่อรองกับรัฐบาลเหมือนอย่างในประเทศพัฒนาแล้วเท่าที่ควร สำหรับสาเหตุสำคัญที่ทำให้สถาบันหนังสือพิมพ์ในประเทศกำลังพัฒนามักถูกมองข้าม ได้แก่²⁰

1. เนื่องจากบทบาทของหนังสือพิมพ์เป็นสิ่งที่วัดได้ยากและไม่สามารถมองเห็นได้ ทำให้บทบาทของหนังสือพิมพ์ไม่เด่นชัด โดยเฉพาะในสังคมที่ประชาชนยังขาดการศึกษาอยู่เป็นจำนวนมาก

2. การต่อสู้ของหนังสือพิมพ์เพื่อประชาชน เป็นการต่อสู้ที่กระจัดกระจายและไม่มีการรวมกลุ่ม ทำให้การต่อสู้ส่วนใหญ่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

3. หนังสือพิมพ์ในประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีคุณภาพ จึงทำให้ประชาชนขาดความศรัทธาในสถาบันหนังสือพิมพ์

สำหรับสถาบันหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยมีลักษณะทั่วไปคล้ายกับในประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ โดยสามารถพิจารณาบทบาทที่มีความสำคัญได้ดังต่อไปนี้²¹

1. หนังสือพิมพ์ไทยเป็นสื่อกลางการติดต่อสื่อสารระหว่างรัฐบาลและประชาชน (Channel of Communications) โดยเป็นผู้ติดตามเหตุการณ์ ข่าวสาร และทรรศนะทางการเมือง เพื่อให้ประชาชนมีข้อมูลในการตัดสินใจอย่างเพียงพอเกี่ยวกับการดำเนินนโยบายของรัฐบาลหรือนักการเมือง ในขณะที่เดียวกันประชาชนก็สามารถรวมกลุ่ม เพื่อแสดงความคิดเห็นของตนเองเกี่ยวกับการเมืองไปสู่รัฐบาลผ่านทางหนังสือพิมพ์ได้เช่นกัน และในบทบาทที่หนังสือพิมพ์เป็นสื่อกลางการสื่อสารระหว่างบุคคลสองกลุ่มดังกล่าว หนังสือพิมพ์จึงควรวางตัวเป็นกลาง (Neutral) ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยความเป็นกลางนั้น อาจพิจารณาได้จากเนื้อที่ของหน้ากระดาษ (Space) ที่นำเสนอข่าว หรือค่านิยมของตัวบรรณาธิการเอง (Value of the Editor) ในการพิจารณาความสำคัญ การเลือก หรือการละเว้นเรื่องราวต่างๆ ก็ได้

2. บทบาทในการตรวจการปฏิบัติหน้าที่ของรัฐบาล (Watchdog of the Government) เนื่องจากบทบาทของการเป็นสื่อกลางการติดต่อสื่อสารระหว่างรัฐบาลและประชาชน ทำให้หนังสือพิมพ์ควรวางตัวเป็นผู้พิทักษ์ผลประโยชน์ของประชาชนที่มีความเห็นเป็นของตนเอง และให้ความสำคัญกับเรื่องราวที่เหมาะสมด้วย²² ซึ่งหมายความว่า หนังสือพิมพ์ควรจะติดตาม ดูแล และรับผิดชอบต่อผลประโยชน์ของประชาชนซึ่งเป็นผู้อ่านด้วย โดยอาศัยอำนาจของหนังสือพิมพ์ดังกล่าว สถาบันหนังสือ

²⁰ สุทธิญา. อ้างแล้ว., 2526.

²¹ Sommerlad, E. Lloyd. *The Press in Developing Countries*. Australia: Sydney University Press, 1966.

²² Seymour-Ure. *op.cit.*, 1968.

พิมพ์จึงเป็นสถาบันที่มีอิทธิพลต่อรัฐบาลสถาบันหนึ่ง จนได้มีผู้จัดสถาบันหนังสือพิมพ์ไว้เป็นหนึ่งในสถาบันทางการเมืองอันดับที่ 4 รองจาก รัฐสภาผู้ใช้อำนาจอธิปไตย รัฐบาลผู้ใช้อำนาจบริหาร และ ศาลผู้ใช้อำนาจตุลาการ²³

3. บทบาทในการให้ความรู้ทางการเมือง (Political Educator) ซึ่งการให้ความรู้ทางการเมืองของหนังสือพิมพ์นี้เป็นการให้การศึกษาแก่บุคคลทั่วไป ด้วยจุดมุ่งหมายที่จะกระตุ้นบุคคลเหล่านั้นให้ยอมรับการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวเองให้เข้ากับระเบียบสังคมใหม่ๆ ที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นมากสำหรับประเทศกำลังพัฒนา โดยประชาชนต้องทำความเข้าใจและปรับตัวเองให้เข้ากับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปให้ได้ การพิสูจน์ผลการปฏิบัติหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ในบทบาทนี้เป็นเรื่องยาก แต่ก็อาจทำได้จากการพิจารณาปฏิกิริยาของประชาชนโดยทั่วไปในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ทางการเมืองสำคัญๆ ซึ่งหากประชาชนได้แสดงปฏิกิริยาทางการเมืองมาก เช่น จากการเขียนจดหมาย แสดงความคิดเห็นมายังหนังสือพิมพ์ การเรียกร้องสิทธิบางประการ ก็ย่อมแสดงว่าหนังสือพิมพ์มีส่วนช่วยกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิดของพวกเขาแล้ว เป็นต้น

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าในอดีตที่ผ่านมา หนังสือพิมพ์ไทยก็ได้ทำหน้าที่ครบทั้ง 3 ประการซึ่งอาจจะมีสัดส่วนของแต่ละหน้าที่ที่น้อยแตกต่างกันไปเท่านั้น

²³ ม.ร.ว.เสนีย์ ปราโมช. **ชุมนุมวรรณคดีการเมือง**. พระนคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2511.

บทที่ 3

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจหนังสือพิมพ์²⁴

ธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต เช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ ทั่วไป ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตในธุรกิจนี้ด้วย ซึ่งในที่นี้จะแบ่งออกเป็นเรื่องของเนื้อหาในหนังสือพิมพ์และการจัดการธุรกิจหนังสือพิมพ์

เนื้อหาในหนังสือพิมพ์

เนื้อหาของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับเป็นผลที่เกิดจากปัจจัยสำคัญอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างประกอบกัน ดังนี้

1. ความรับผิดชอบในวิชาชีพของหนังสือพิมพ์ ได้แก่ ความตระหนักในภาระหน้าที่ในฐานะที่เป็นสื่อมวลชน โดยมีหน้าที่ให้ความรู้ ความบันเทิง การศึกษา และข่าวสารแก่ผู้อ่าน
2. จุดประสงค์ ความต้องการ ความสนใจที่ผู้อ่านต้องการจากหนังสือพิมพ์
3. ผู้พิมพ์โฆษณา เจ้าของ หรือนายทุน ซึ่งตั้งหนังสือพิมพ์ขึ้นมาเพื่อเหตุผลด้านธุรกิจ

เนื้อหาของหนังสือพิมพ์จำแนกตามรูปแบบที่นำเสนอ ดังนี้

1. ข่าว (News) หมายถึง รายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน ที่ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการเห็นพ้องต้องกันว่า ประชาชนควรรับทราบ โดยข่าวประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 3 ประการคือ ความน่าสนใจ (Interest) ข้อเท็จจริง (Facts) และตัวผู้อ่าน (Readers) หรือสรุปได้ว่า ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้อ่าน ดังนั้น ผู้สื่อข่าวจึงจำเป็นต้องรายงานข้อเท็จจริงให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้อ่าน นอกจากนี้ ข่าวยังอาจถูกกระทบจากองค์ประกอบอื่นอีก อาทิเช่น นโยบายของเจ้าของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อระบบการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และศาสนา และทัศนคติของนักข่าวที่มีต่อระบบต่างๆ เช่น ทัศนคติที่มีต่อระบบแรงงาน เชื้อชาติ อาชญากรรม สิว เป็นต้น

2. บทความ สารคดี และบันเทิงคดี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเนื้อหาหนังสือพิมพ์ เนื้อหาประเภทนี้จะลงคละไปกับข่าวตลอดทั้งฉบับ เป็นการเพิ่มเติมเนื้อหาให้ผู้อ่านนอกเหนือจากข่าว เนื้อหาประเภทนี้จะมีมากขึ้นเรื่อยๆ โดยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ ประเภท และนโยบายของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับเป็นสำคัญ

²⁴ สรุปจาก ดร.ณิ. อ่างแล้ว., 2543.

3. **คอลัมน์** มักเป็นข้อเขียนที่มีความสมบูรณ์ในตัวเองมีความยาวจำกัดอยู่ในเนื้อหาเฉพาะ มักลงชื่อผู้เขียนหรือใส่นามปากกา เพราะนอกจากอ่านข่าวสารต่างๆ แล้ว ผู้อ่านยังมักต้องการฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ จากบุคคลหลายๆ ฝ่ายอีกด้วย

4. **บทบรรณาธิการ** หรือบทนำ คือคอลัมน์หนึ่งที่ปรากฏในหน้าบทบรรณาธิการ เพื่อแสดงความคิดเห็นของหนังสือพิมพ์ต่อเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง โดยผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบคอบและยุติธรรม ชี้แนะทางออกที่ดีที่สุดในการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นกลาง ความสำคัญของบทบรรณาธิการอยู่ที่การแสวงหอกะทัดรัดถึงนโยบายและจุดยืนของหนังสือพิมพ์ต่อเหตุการณ์นั้น

5. **การโฆษณา (Advertising)** คือ การติดต่อสื่อสารจากผู้โฆษณาถึงเป้าหมายที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้นๆ โดยการติดต่อสื่อสารอาจเป็นในรูปสิ่งพิมพ์หรือการวาดภาพก็ได้ โดยโฆษณาจำแนกออกได้เป็น 3 ประเภท คือ การโฆษณาขนาดใหญ่ (Display Advertising) การโฆษณาย่อยหรือการโฆษณาเบ็ดเตล็ด (Classified Advertising) และการโฆษณาแทรก (Preprint Advertising)²⁵

การโฆษณานับว่ามีความสำคัญต่อธุรกิจหนังสือพิมพ์ เนื่องจากการผลิตหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างหนัก ทำให้ต้นทุนการผลิตที่สูงทั้งในด้านค่าจ้าง วัสดุอุปกรณ์การพิมพ์ ดังนั้น ราคาต้นทุนในการผลิตหนังสือพิมพ์ต่อฉบับจึงสูงกว่าราคาจำหน่ายของหนังสือพิมพ์ต่อฉบับ รายได้จากการขายหนังสือพิมพ์ให้แก่ผู้อ่านเพียงทางเดียวไม่สามารถสนับสนุนกิจการหนังสือพิมพ์ได้ รายได้จากการโฆษณาจึงเป็นรายได้ที่สามารถชดเชยต้นทุนการผลิตและสร้างผลกำไรในการดำเนินงานให้ โดยถือเป็นแหล่งรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ กล่าวคือ ธุรกิจสิ่งพิมพ์มีรายได้จาก 2 ทางหลักคือ รายได้จากค่าโฆษณา และรายได้จากการขายหนังสือพิมพ์ ทั้งสองทางนี้ สิ่งพิมพ์ในปัจจุบันวางเป้าหมาย และความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจไว้ที่รายได้จากการโฆษณาว่า 70% ขณะที่รายได้จากการขายหนังสือพิมพ์มีไม่ถึง 30%²⁶ โดยในความเป็นจริงพบว่า รายได้ทางอื่นที่สำคัญและมีปริมาณมหาศาลกว่า 80% ของรายได้ทั้งหมดของหนังสือพิมพ์ก็คือ รายได้จากการขายเนื้อที่ในหน้าหนังสือพิมพ์เพื่อการโฆษณา²⁷

²⁵ สิริทิพย์ ชันสุวรรณ. การบริหารงานหนังสือพิมพ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2544.

²⁶ "สิ่งพิมพ์อ่วมกระดาศพร้อนขึ้นอีก 50%" **สื่อธุรกิจ**, 7 พฤศจิกายน 2540.

²⁷ สิริทิพย์. อ้างแล้ว., 2544.

การดำเนินงานของธุรกิจหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์ไม่ได้ดำเนินการโดยบุคคลเฉพาะกลุ่ม แต่มีการดำเนินการในลักษณะที่เป็นธุรกิจ ทำให้มีการบริหารงานที่เป็นระบบ และมีระบบการผลิตที่เป็นอุตสาหกรรม ขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงสิทธิ เสรีภาพและความรับผิดชอบที่หนังสือพิมพ์จะต้องมีต่อผู้อ่าน

การเป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์

การเป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์สามารถแบ่งตามลักษณะการเป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์ออกได้ 7 ประเภทคือ

1. **การบริหารงานโดยบุคคลเดียว** (Individual Ownership) ส่วนใหญ่จะพบในการบริหารของหนังสือพิมพ์ เจ้าของจะเป็นทั้งผู้จัดการและบรรณาธิการ ทำหน้าที่ดูแลและควบคุมหน่วยงานทุกหน่วยของหนังสือพิมพ์

2. **การบริหารแบบหุ้นส่วน** (Partnership) หมายถึง การเป็นเจ้าของร่วมกันในกิจการหนังสือพิมพ์ของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เป็นการจัดทำสัญญาผูกพันกันเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์การจัดทำ การจำหน่ายและการบริหารงานทั่วไป โดยปกติทั่วไปการเป็นหุ้นส่วนมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ

หุ้นส่วนสามัญ (General Partnership) หมายถึง การตกลงกันระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เพื่อซื้อหรือก่อตั้งกิจการหนังสือพิมพ์เพื่อการจำหน่าย การตกลงอาจทำเป็นสัญญาหรือไม่ก็ได้ หุ้นชนิดนี้เป็นที่นิยมกันมาก หุ้นแต่ละคนจะเป็นเสมือนตัวแทนของหนังสือพิมพ์ในธุรกิจทุกชนิดที่กระทำขึ้น

หุ้นส่วนจำกัด (Limited partnership) หมายถึง การร่วมหุ้นที่ผู้เข้าหุ้นแต่ละคนจะรับผิดชอบต่อหนี้สินของธุรกิจเฉพาะจำนวนเงินที่เขายินยอมจะลงทุนในธุรกิจเท่านั้น และหุ้นส่วนแต่ละคนไม่มีสิทธิในการทำนิติกรรมผูกพันกับบุคคลภายนอก ยกเว้นผู้จัดการหุ้นส่วน

3. **การบริหารงานแบบบริษัท** (Corporation) สำหรับหนังสือพิมพ์รายวันส่วนใหญ่แล้วนิยมการบริหารงานแบบนี้ เพราะบริษัทมีความคล่องตัวในการแก้ปัญหาต่างๆ เช่น การขยายกิจการ การรวมอำนาจ หรือการโอนกรรมสิทธิ์

4. การบริหารแบบกลุ่มหรือเครือข่าย (Group or Chain Ownership) มีลักษณะการบริหารเช่นเดียวกับอุตสาหกรรม และธุรกิจอื่น เครือข่ายของหนังสือพิมพ์จะควบคุมผลประโยชน์ทางการเงิน แนวทางการเสนอข่าว และการบริหาร

5. การบริหารโดยการรวมหุ้นระหว่างพนักงานและลูกจ้าง (Employee Ownership) ในบางกรณี พนักงานและลูกจ้างจะเป็นผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่ ซึ่งจะทำให้สามารถควบคุมนโยบายของหนังสือพิมพ์นั้นได้

6. การบริหารงานโดยเครือข่ายที่เชื่อมโยงจากหน่วยงานอื่น (Vertical Ownership) ซึ่งอาจจะเป็นหนังสือ หรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ โรงงานกระดาษ สำนักงานขายข่าวและโฆษณา ธุรกิจที่อยู่รวมกันนี้จะมีส่วนช่วยทำให้การดำเนินงานหนังสือพิมพ์ประสบความสำเร็จ

7. การบริหารโดยการร่วมลงทุนของผู้ที่เป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์ตั้งแต่ 2 ฉบับขึ้นไป (Joint Operation) ทั้งนี้เพื่อลดต้นทุนด้านวัสดุอุปกรณ์ หนังสือพิมพ์จะผลิตจากโรงพิมพ์เดียวกัน แต่จะเสนอข่าวที่แตกต่างกัน และมีการบริหารแยกออกจากกัน มีนโยบายเป็นของตนเอง มีนักข่าว พนักงานโฆษณา และพนักงานอื่น ๆ เป็นของตนเอง แต่จะมีการประสานงานกันในด้านรายได้

การจัดองค์กรหนังสือพิมพ์

การจัดองค์กรหนังสือพิมพ์โดยทั่วไปแล้ว จะมีลักษณะการจัดองค์การแบบ The Staff and Line Type โดยแบ่งการทำงานออกเป็นฝ่ายต่างๆ ดังนี้

1. ฝ่ายบรรณาธิการ (Editorial-News Department) มีหน้าที่ในการตรวจต้นฉบับข่าวบทความ และงานเขียนทุก ๆ ชิ้นที่จะนำไปพิมพ์ กองบรรณาธิการจะแบ่งงานต่างๆ ออกไปหลายแผนก โดยขึ้นอยู่กับขนาดของหนังสือพิมพ์ แต่โดยทั่วไปแล้วจะแบ่งเป็น 5 แผนก คือ

1.1 แผนกข่าว (News Room) แผนกนี้จะทำหน้าที่รับข่าวสารจากแหล่งต่างๆ เช่น ข่าวที่มาจากโทรสาร โทรเลข โทรศัพท์ วิทยุ หรือการสัมภาษณ์ หนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่อาจจะแบ่งงานในแผนกข่าวไปตามประเภทของข่าวอีก เช่น ข่าวที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม เศรษฐกิจ เกษตร บันเทิง กีฬา

1.2 แผนกตรวจต้นฉบับ (Copy Desk) แผนกนี้จะทำหน้าที่แก้ไข การใช้คำ ตรวจสอบความถูกต้องของการสะกด ย่อหน้า การรายงานข่าว หลังจากนั้นจะจัดส่งไปยังแผนกจัดหน้า (Layout) เพื่อวางตำแหน่งของข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ต่อไป

1.3 แผนกบรรณาธิการ (Editorial Room) แผนกนี้จะรับผิดชอบเกี่ยวกับบทบรรณาธิการ และบทความที่จะลงในหน้าบรรณาธิการ รวมทั้งสารคดี บทวิจารณ์หนังสือ จดหมายถึง

บรรณาธิการ และการเขียนบทความแสดงความคิดเห็น ที่จะสะท้อนจุดยืนของหนังสือพิมพ์ในประเด็นสำคัญๆ

1.4 แผนกภาพ (Picture Division) แผนกนี้จะรับผิดชอบเกี่ยวกับภาพข่าว หนังสือพิมพ์ใหญ่ ๆ จะมีช่างภาพจำนวนมาก เพื่อที่จะถ่ายภาพข่าวตามที่บรรณาธิการสั่ง แผนกนี้จะต้องมีห้องล้างฟิล์มอัดภาพ เพื่อให้ได้ภาพข่าวตามที่ต้องการด้วย

1.5 ห้องสมุด (Library) หรือ The Morgue จะเป็นสถานที่เก็บรวบรวมข่าวแห้งๆ (Dead Copy) หรือข่าว หรือบทความที่เสนอไปแล้วโดยตัดเก็บไว้ ซึ่งอาจจะนำมาใช้อ้างถึงหรือเป็น Background ในการเขียนข่าวหรือบทความต่อไป นอกจากนี้ยังเป็นที่รวบรวมหนังสืออ้างอิงรายงานประจำปี ฯลฯ

2. ฝ่ายธุรกิจ (Business Department) ทำหน้าที่ควบคุมการผลิต การจัดทำจำหน่าย การจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย การโฆษณา ฝ่ายธุรกิจนี้แบ่งเป็นแผนกย่อยได้ดังนี้

2.1 แผนกโฆษณา (Advertising Division) ถือว่า เป็นแผนกที่มีความสำคัญที่สุดของฝ่าย โดยปกติแล้วแผนกโฆษณาจะแบ่งงานโฆษณาออกไปตามสินค้าที่นำมาโฆษณาดังนี้

- งานโฆษณาท้องถิ่น (Local Advertising) โฆษณาประเภทนี้จะขายพื้นที่โฆษณาให้กับธุรกิจในพื้นที่หนังสือพิมพ์ดำเนินการ

- งานโฆษณาทั่วไป (General Advertising) บางครั้งเรียกว่าโฆษณาระดับประเทศ งานโฆษณานี้จะรับผิดชอบสินค้าจากแหล่งต่าง ๆ ทั่วไปไม่เจาะจง อาจจะเป็นสินค้าที่มาจากแหล่งไกลๆ ก็ได้

- งานโฆษณาย่อย (The Smallest Ads-The Classifieds) เป็นงานโฆษณาตรง ถือได้ว่าเป็นงานที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับหนังสือพิมพ์

2.2 แผนกจัดจำหน่าย (Circulation Division) แผนกนี้ถือได้ว่าเป็นเส้นเลือดใหญ่ของหนังสือพิมพ์ ถ้าไม่มีการจัดจำหน่ายก็จะมีงานโฆษณาเข้ามาลงในหนังสือพิมพ์ ก็กิจการหนังสือพิมพ์ก็จะอยู่ไม่ได้ แผนกจัดจำหน่ายนี้อาจจะแบ่งย่อยๆ ออกไปเป็นงานขาย งานจัดส่ง งานเก็บรวบรวม บางฉบับก็อาจจะมีเอเยนต์จำหน่ายในต่างจังหวัดด้วย ปัญหาของฝ่ายจัดจำหน่ายก็คือ การส่งหนังสือพิมพ์ไปยังผู้อ่านที่อยู่ในท้องถิ่นห่างไกลให้ทันเวลาในขณะที่ข่าวยังสดอยู่

2.3 แผนกจัดพิมพ์งานพิเศษ (Job Printing Division) เป็นแผนกที่รับผิดชอบงานพิมพ์พิเศษเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ตามที่หน่วยงานว่าจ้างให้จัดพิมพ์ เช่น การเผยแพร่บทความ พิธีเปิดที่ทำการ ฯลฯ

3. ฝ่ายส่งเสริมและเผยแพร่ (Promotion Department) จะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้ผู้อ่านเห็นว่า หนังสือพิมพ์มีคุณภาพดีเช่นไร ผู้อ่านจะได้รับประโยชน์จากหนังสือพิมพ์อย่างไรบ้าง การลงโฆษณาจะช่วยส่งเสริมการขายอย่างไร

4. ฝ่ายเทคนิค (Machine Department) จะทำหน้าที่เกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตทั้งหมด ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านการพิมพ์ก้าวหน้าไปมาก มีการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในงานพิมพ์ ซึ่งสร้างความสะดวกรวดเร็วให้กับหนังสือพิมพ์เป็นอย่างมาก

5. ฝ่ายประมวลผลข้อมูล (Data Processing Department) เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีทางด้านการพิมพ์ก้าวหน้าขึ้นมาก และมีการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในระบบการพิมพ์ ดังนั้น หนังสือพิมพ์บางฉบับจึงได้จัดให้มีฝ่ายประมวลผลข้อมูลขึ้น โดยมีคอมพิวเตอร์เป็นหัวใจสำคัญของฝ่ายนี้ คอมพิวเตอร์จะทำหน้าที่เก็บรวบรวมข้อมูลของทุก ๆ ฝ่ายในองค์กรหนังสือพิมพ์ รวมทั้งควบคุมระบบการผลิตทั้งหมด บุคลากรในฝ่ายนี้จึงต้องเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ การโปรแกรมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

6. ฝ่ายบริหาร (Administrative Department) จะประกอบด้วย เจ้าของ ผู้พิมพ์ผู้โฆษณา และผู้บริหารระดับสูง ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งหนังสือพิมพ์ วางแผนการดำเนินงานและกำหนดนโยบายของหนังสือพิมพ์ ฝ่ายบริหารจะทำหน้าที่ควบคุมดูแลทุก ๆ ฝ่ายในองค์กรหนังสือพิมพ์ไม่ว่าจะเป็นทางด้านข่าว (News Side) หรือด้านธุรกิจ (Business Side)

บทที่ 4

โครงสร้างตลาดหนังสือพิมพ์

การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดของธุรกิจหนังสือพิมพ์ จะเริ่มทำการวิเคราะห์จากจำนวนและขนาดของผู้ผลิต ลักษณะของผู้ซื้อ ความแตกต่างของสินค้าที่จำหน่ายและเงื่อนไขการเข้าสู่ตลาดตามลำดับ ดังต่อไปนี้

จำนวนและขนาดของผู้ผลิต

เมื่อพิจารณาถึงจำนวนและขนาดของผู้ผลิตในธุรกิจหนังสือพิมพ์ จะพบว่า ในอุตสาหกรรมมีจำนวนผู้ผลิตทั้งสิ้น 15 ราย โดยมีรูปแบบการดำเนินงานทั้งการเป็นบริษัทจำกัด และบริษัทมหาชนจำกัด หรือบริษัทที่มีการจดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ รวมทั้งบางส่วนก็มีลักษณะของการเป็นเจ้าของร่วมภายในสื่อ (Within Media Ownership) และการเป็นเจ้าของร่วมกันข้ามสื่อ (Cross Media Ownership) ด้วย โดยได้สรุปไว้ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 รูปแบบการดำเนินงานธุรกิจหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์	ชื่อองค์กรธุรกิจ	หมายเหตุ
กรุงเทพธุรกิจ คม ชัด ลึก เดอะเนชั่น	บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	มีเครือข่ายสิ่งพิมพ์และสื่อสาร มวลชนประเภทอื่นๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์
ข่าวสด มติชนรายวัน ประชาชาติธุรกิจ	บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) (บริษัท ข่าวสด จำกัด เป็นบริษัทในเครือ ของบริษัท มติชน จำกัด (มหาชน))	มีเครือข่ายสิ่งพิมพ์และนิตยสาร
เดลินิวส์	บริษัท สี่พระยาการพิมพ์ จำกัด	
ไทยรัฐ	บริษัท วัชรพล จำกัด	มีการลงทุนในธุรกิจเกี่ยวเนื่อง คือ โรงงานรีไซเคิลกระดาษ
บางกอกโพสต์ โพสต์ทูเดย์	บริษัท โพสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)	
ไทยโพสต์	บริษัท ไทยเจอรันด์ กรุ๊ป จำกัด	
แนวหน้า	บริษัท หนังสือพิมพ์แนวหน้า จำกัด	
บ้านเมือง	บริษัท บ้านเมืองการพิมพ์ จำกัด	
ผู้จัดการรายวัน ผู้จัดการรายสัปดาห์	บริษัท แมเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	มีเครือข่ายสิ่งพิมพ์ บริการการ พิมพ์ การตลาด และการจัด จำหน่าย รวมทั้งมีการลงทุน นอกประเทศด้วย
เสรีรายวัน	บริษัท สำนักข่าวเสรี จำกัด	
สยามรัฐรายวัน	บริษัท สยามรัฐ จำกัด	
สยามธุรกิจ	บริษัท สยามรวมใจ จำกัด	
บางกอก ทูเดย์	บริษัท ทราฟฟิค คอร์ปอเรชั่น โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)	มีเครือข่ายสิ่งพิมพ์และสื่อสาร มวลชนประเภทอื่น เช่น วิทยุ

ตารางที่ 4.1 รูปแบบการดำเนินงานธุรกิจหนังสือพิมพ์ (ต่อ)

หนังสือพิมพ์	ชื่อองค์กรธุรกิจ	หมายเหตุ
ฐานเศรษฐกิจ	บริษัท ฐานเศรษฐกิจ จำกัด	มีเครือข่ายสิ่งพิมพ์ บริการการพิมพ์ การตลาด และจัดเลี้ยง
พิมพ์ไทย Xinghwa	บริษัท ต้นไทย จำกัด	

ที่มา: ปรับและเพิ่มเติมจากพรทวิ ยอดมงคล “การบริหารธุรกิจหนังสือพิมพ์ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ” วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

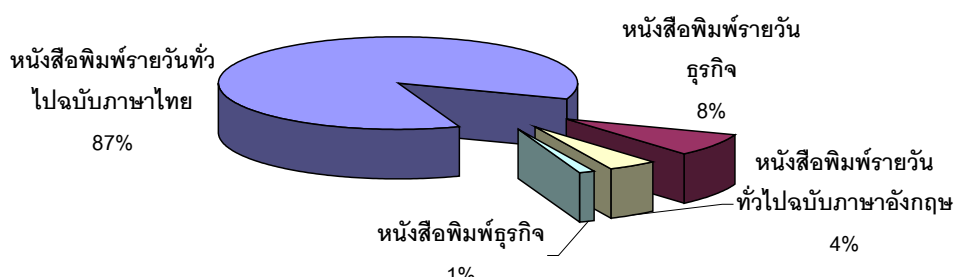
ในทางปฏิบัติแล้ว ธุรกิจหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทตามแต่ละตลาดผู้ซื้อ²⁸ ได้แก่

1. หนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปฉบับภาษาไทย
2. หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษ
3. หนังสือพิมพ์รายวันธุรกิจ
4. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ

ซึ่งจำนวนการจำหน่ายต่อปีของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับก็จะแตกต่างกันไป โดยเกือบร้อยละ 90 ของตลาดหนังสือพิมพ์เป็นของหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปฉบับภาษาไทย เนื่องจากหนังสือพิมพ์ประเภทดังกล่าวสามารถจำหน่ายและได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายที่ครอบคลุมมากกว่าทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงประชากร โดยสัดส่วนการตลาดของหนังสือพิมพ์แต่ละประเภทสามารถแสดงได้ดังรูปที่ 4.1

²⁸ การแบ่งตลาดตามลักษณะของตลาดผู้ซื้อ เป็นการแบ่งตามแบบ 56-1 ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งให้ผลในการแยกออกจากกันของตลาด เพื่อความเหมาะสมต่อการวิเคราะห์ตลาดได้ดีกว่าการแบ่งตามทฤษฎีของวารสารศาสตร์

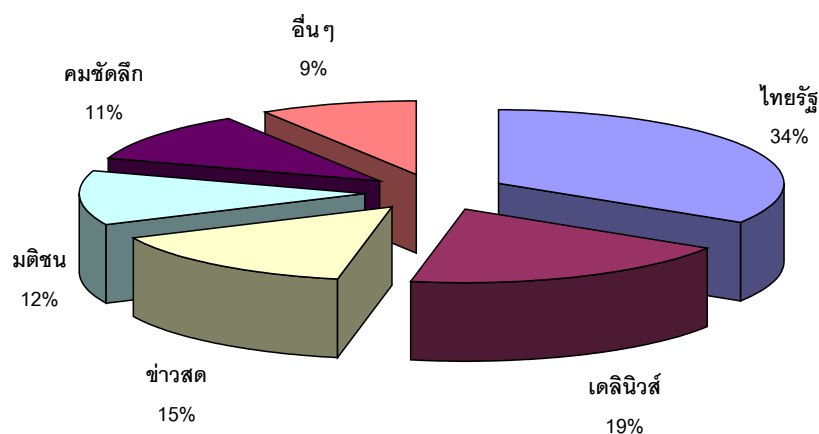
รูปที่ 4.1 สัดส่วนการตลาดของหนังสือพิมพ์แต่ละประเภทในปี 2545



ที่มา: จากการคำนวณโดยอาศัยข้อมูลจากแบบ 56-1 ของธุรกิจหนังสือพิมพ์

เมื่อพิจารณาถึงตลาดของหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปฉบับภาษาไทยที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด พบว่า เนื่องจากตลาดนี้เป็นตลาดขนาดใหญ่มาก จึงทำให้มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากตามไปด้วย หนังสือพิมพ์ที่อยู่ในตลาดนี้ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด มติชน คมชัดลึก ไทยโพสต์ สยามรัฐ เป็นต้น โดยการเข้าแข่งขันของหนังสือพิมพ์อื่นในตลาดนี้ทำได้ยากและต้องลงทุนสูงมาก ทั้งในด้านเครื่องจักร เครื่องมืออุปกรณ์และบุคลากร หนังสือพิมพ์ที่มีอยู่ก่อนก็จะมีความพร้อมทางด้านกำลังคน ทรัพยากรและประสบการณ์มากกว่า ทำให้สามารถปรับปรุงพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ทั้งรูปแบบและเนื้อหา ตลอดจนประสิทธิภาพในการควบคุมการผลิตและการจัดจำหน่ายให้สามารถอยู่ในจุดที่ได้เปรียบและสามารถยึดครองส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่เอาไว้ได้ ดังนั้น แม้ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ผู้นำตลาดรายใหญ่มิได้กล่าวถึงจึงไม่ได้รับผลกระทบทั้งจากรายได้จากการโฆษณาและการจำหน่ายหนังสือพิมพ์เท่าใดนัก แต่เหตุการณ์ดังกล่าวกลับยิ่งทำให้ความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตรายเดิมยังคงเข้มแข็งมากขึ้น โดยเมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะสามารถแสดงได้ตามรูปที่ 4.2

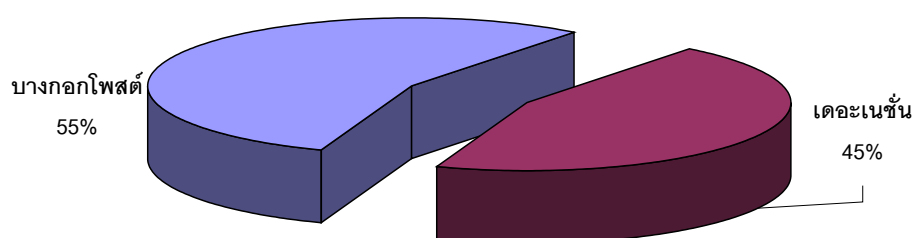
รูปที่ 4.2 ส่วนแบ่งตลาดของหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปฉบับภาษาไทยในปี 2545



ที่มา: จากการคำนวณโดยอาศัยข้อมูลจากแบบ 56-1 ของธุรกิจหนังสือพิมพ์

สำหรับหนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษจะเป็นตลาดที่ค่อนข้างจำกัดเฉพาะกลุ่มผู้ที่สามารถอ่านภาษาอังกฤษได้ ยอดจำหน่ายส่วนใหญ่ร้อยละ 90 อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร²⁹ การเติบโตของหนังสือพิมพ์ประเภทนี้จึงค่อนข้างอยู่ในวงจำกัด หนังสือพิมพ์ที่มีบทบาทสำคัญในตลาดนี้มีเพียง 2 รายเท่านั้น ได้แก่ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ และเดอะเนชั่น โดยเมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะสามารถแสดงได้ตามรูปที่ 4.3

รูปที่ 4.3 ส่วนแบ่งตลาดของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในปี 2545



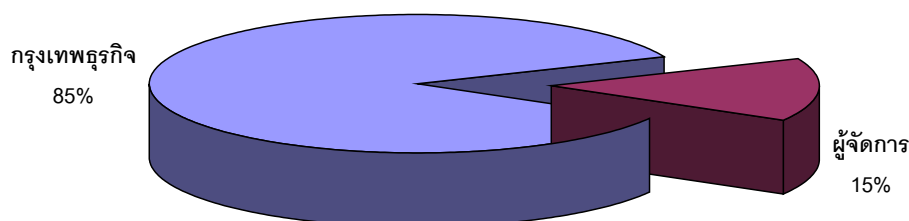
ที่มา: จากการคำนวณโดยอาศัยข้อมูลจากแบบ 56-1 ของธุรกิจหนังสือพิมพ์

ทางด้านหนังสือพิมพ์ธุรกิจประกอบด้วยหนังสือพิมพ์ธุรกิจประเภทรายวัน เช่น หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจและผู้จัดการรายวัน หนังสือพิมพ์ธุรกิจราย 3 วัน เช่น ประชาชาติธุรกิจและฐานเศรษฐกิจ และหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายสัปดาห์ เช่น สยามธุรกิจและผู้จัดการรายสัปดาห์ เป็นต้น ตลาด

²⁹ อ้างจากแบบ 56-1 ของบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด(มหาชน)

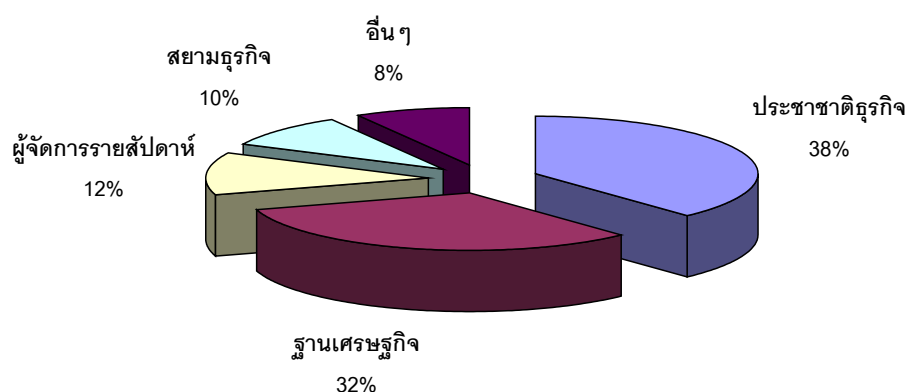
หนังสือพิมพ์ในกลุ่มนี้ได้กลับมามีบทบาทมากขึ้นในระยะเวลาที่ผ่านมา เนื่องจากเป็นไปตามภาวะของการพัฒนาเศรษฐกิจและสภาพการแข่งขันของธุรกิจ แต่เป้าหมายหลักของการจำหน่ายยังคงเป็นเขตเมืองใหญ่ทั่วประเทศ เพราะมีแนวโน้มการเติบโตที่สูงกว่า โดยเมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะสามารถแสดงได้ตามรูปที่ 4.4 และรูปที่ 4.5

รูปที่ 4.4 ส่วนแบ่งตลาดของหนังสือพิมพ์รายวันธุรกิจในปี 2545



ที่มา: จากการคำนวณโดยอาศัยข้อมูลจากแบบ 56-1 ของธุรกิจหนังสือพิมพ์

รูปที่ 4.5 ส่วนแบ่งตลาดของหนังสือพิมพ์ธุรกิจในปี 2545



ที่มา: จากการคำนวณโดยอาศัยข้อมูลจากแบบ 56-1 ของธุรกิจหนังสือพิมพ์

ต่อไปจะเป็นการวิเคราะห์โดยใช้ค่าดัชนี Herfindahl-Hirschman (Herfindahl-Hirschman Index; HHI) ค่าอัตราส่วนการกระจุกตัว (Concentration Ratio; CR4) และค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวแบบครอบคลุม (Comprehensive Concentration Ratio; CCR) เพื่อพิจารณาถึงสภาพการแข่งขันและอำนาจเหนือตลาด³⁰ ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.2

³⁰ ดูสูตรการคำนวณและคำอธิบายผลได้ที่ภาคผนวก

ตารางที่ 4.2 ค่าดัชนี Herfindahl-Hirschman ค่าอัตราส่วนการกระจุกตัว
และค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวแบบครอบคลุม

	HHI		CR4		CCR	
	2545	2540	2545	2540	2545	2540
หนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปฉบับภาษาไทย	0.20	0.30	80	92	0.53	0.60
หนังสือพิมพ์รายวันธุรกิจ	0.75	0.63	100	100	0.84	0.87
หนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปฉบับภาษาอังกฤษ	0.51	0.50	100	100	0.60	0.64
หนังสือพิมพ์ธุรกิจ	0.28	0.32	92	100	0.88	0.83
ทั้งอุตสาหกรรม	0.28	0.33	80	92	0.57	0.64

ที่มา: จากการคำนวณโดยอาศัยข้อมูลจากแบบ 56-1 ของธุรกิจหนังสือพิมพ์

ตลาดหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปฉบับภาษาไทยมีการแข่งขันกันสูงขึ้นในปี 2545 เปรียบเทียบกับปี 2540 เมื่อพิจารณาจากค่าดัชนี Herfindahl-Hirschman ที่ลดลงจาก 0.30 เหลือ 0.20 นอกจากนี้ ค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวที่ผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุด 4 ราย ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด และมติชนมีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากร้อยละ 92 เหลือร้อยละ 80 แต่อย่างไรก็ตามผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดไม่ได้มีอำนาจเหนือตลาดลดลงมากนัก เพราะค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวแบบครอบคลุมลดลงเพียงเล็กน้อยจาก 0.60 เหลือ 0.53 เท่านั้น

ในส่วนของตลาดหนังสือพิมพ์รายวันธุรกิจไม่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดมากนัก โดยพิจารณาได้จากค่าดัชนี Herfindahl-Hirschman ค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวที่ผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุด 4 ราย และค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวแบบครอบคลุมมีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ทั้งนี้ น่าจะมีสาเหตุมาจากไม่ได้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดในช่วงเวลาดังกล่าว

เมื่อพิจารณาดตลาดหนังสือพิมพ์ธุรกิจพบว่า มีการแข่งขันกันมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องมาจากการมีหนังสือพิมพ์เข้ามาแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปฉบับภาษาไทย แต่หนังสือพิมพ์ที่มีบทบาทเพิ่มขึ้นคือหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจนั้นก็ยังไม่มีความสำคัญมากนัก โดยพิจารณาได้จากค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวและค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวแบบครอบคลุมที่ลดลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ขณะที่ตลาดหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปฉบับภาษาอังกฤษไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก เช่นเดียวกับตลาดหนังสือพิมพ์รายวันธุรกิจ เนื่องจากไม่มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาสู่ตลาด ทำให้เป็นการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการรายเดิมที่มีอยู่เท่านั้น

ภาพรวมของทั้งอุตสาหกรรมนั้นค่อนข้างมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่มีการแข่งขันมากขึ้นตามตลาดหนังสือพิมพ์ทั่วไปรายวันฉบับภาษาไทย โดยเมื่อพิจารณาจากค่าดัชนี Herfindahl-Hirschman พบว่าตลาดมีการแข่งขันกันค่อนข้างมากอยู่แล้ว แต่ก็มีผู้นำตลาดอยู่ด้วย โดยผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุด 4 รายมีส่วนแบ่งตลาดสูงถึงร้อยละ 80 แม้ว่าจะลดลงจากร้อยละ 92 แล้วก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวแบบครอบคลุมพบว่าอำนาจตลาดของผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดลดลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น แสดงว่าแม้ตลาดจะมีการแข่งขันกันมากขึ้น แต่ผู้ผลิตรายใหญ่ก็ยังสามารถรักษาอำนาจเหนือตลาดเอาไว้ได้

จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นได้ว่า ลักษณะตลาดหนังสือพิมพ์เป็นตลาดผู้ขายน้อยรายแบบที่มีผู้นำ-ผู้ตาม (Leader-Follower Oligopoly Market) โดยที่แต่ละตลาดผู้ซื้อแยกออกจากกันอย่างเด็ดขาด ซึ่งในแต่ละตลาดผู้ซื้อก็จะมีผู้นำตลาดเป็นของตนเอง

ลักษณะของลูกค้า

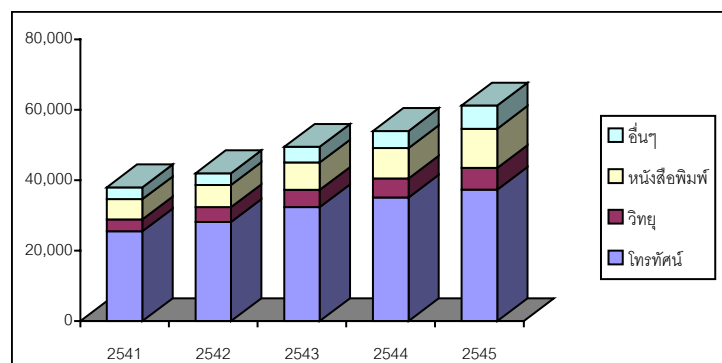
ในธุรกิจหนังสือพิมพ์นั้นจะมีรายได้มาจาก 2 แหล่ง ได้แก่ รายได้จากการขายเนื้อที่โฆษณาในหนังสือพิมพ์ และรายได้จากการจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ โดยรายได้จากการขายโฆษณาจะเป็นรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ คิดเป็นประมาณร้อยละ 65 ของรายได้รวม ทั้งนี้การแสวงหารายได้จากการโฆษณาก็เพื่อทำให้การตั้งราคาขายหนังสือพิมพ์สามารถกำหนดไว้ได้ในระดับที่ต่ำจนสามารถจูงใจและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง สาเหตุหนึ่งที่หนังสือพิมพ์เป็นเป้าหมายสำคัญซึ่งธุรกิจต่างๆ เลือกลงเป็นพื้นที่สำหรับโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า เนื่องมาจากหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมและอยู่ได้นานกว่าสื่อประเภทอื่นๆ³¹ โดยรายได้จากการโฆษณาจะมาจากลูกค้า 2 กลุ่มหลัก คือ ลูกค้าที่เป็นบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) ประมาณร้อยละ 25-30 และลูกค้าที่สั่งโฆษณาโดยตรง (Direct Customers) ประมาณร้อยละ 70-75 โดยลูกค้าที่เป็นบริษัทตัวแทนโฆษณาจะได้รับส่วนลดจากปกติประมาณร้อยละ 15 เนื่องจากการเป็นกลางโฆษณาคราวละมากๆ และเพื่อเป็นการจูงใจให้บริษัทดังกล่าวมาโฆษณาในหนังสือพิมพ์ของตน ในขณะที่รายได้ที่มาจากการจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ ซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 35 ของรายได้รวมนั้น มาจากลูกค้า 2 กลุ่มเช่นเดียวกัน ได้แก่ ลูกค้าที่เป็นสมาชิกประจำ และลูกค้าที่ผ่านระบบจัดจำหน่ายไปยังแผงหนังสือ³²

³¹ สื่อหนังสือพิมพ์อยู่ได้นานกว่าสื่อวิทยุโทรทัศน์ หมายความว่าสื่อวิทยุโทรทัศน์เป็นการโฆษณาแบบเฉพาะช่วงเวลา (Spot) ในขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์จะสามารถถ่ายทอดโฆษณาดังกล่าวได้ทั้งวัน

³² ข้อมูลจากแบบ 56-1 ของธุรกิจหนังสือพิมพ์

เมื่อพิจารณาจากค่าประเภทโฆษณาพบว่า ในปี 2545 ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาโดยรวมของประเทศขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ซึ่งจากรูปที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่าค่าใช้จ่ายในการโฆษณาทั้งระบบนั้นมีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ หมายความว่ารายได้ที่มาจากโฆษณาของธุรกิจหนังสือพิมพ์ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงตามภาวะเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญด้วย

รูปที่ 4.6 ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาทั้งระบบและแยกตามสื่อในช่วงปี 2541-2545



ที่มา: บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด

เมื่อพิจารณาในเชิงของสัดส่วนของสื่อโฆษณาที่มีการใช้จะเห็นว่า หลังจากช่วงวิกฤติเศรษฐกิจเป็นต้นมา สัดส่วนของการใช้สื่อประเภทต่างๆ ไม่ได้เปลี่ยนแปลงมากนัก เนื่องจากผู้ประกอบการโฆษณาได้เปลี่ยนมาใช้กระบวนการโฆษณาแบบใหม่ที่เรียกว่า การตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication) ที่เป็นการใช้สื่อหลายๆ ประเภทในการโฆษณาคราวหนึ่งๆ เพื่อให้สื่อเหล่านั้นเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การใช้สื่อต่างๆ จึงถูกกำหนดไว้ในสัดส่วนที่ค่อนข้างคงที่ ซึ่งพิจารณาได้จากตารางที่ 4.3 โดยสื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับสองรองจากสื่อโทรทัศน์ และมีมูลค่าโฆษณาในปี 2545 เท่ากับ 11,116 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 18 ของค่าใช้จ่ายโฆษณาทั้งหมด ความนิยมในการใช้สื่อหนังสือพิมพ์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการโฆษณาโดยรวม โดยเฉพาะในสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีการแข่งขันกันสูงและแต่ละบริษัทพยายามสร้างอำนาจเหนือตลาดผ่านการโฆษณา ทำให้หนังสือพิมพ์หลายฉบับพยายามเพิ่มหน้าสีเพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการใช้สื่อของตนในการแย่งชิงส่วนแบ่งในตลาดนี้ด้วย เนื่องจากแนวโน้มการเติบโตของการโฆษณายังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม เมื่อบริษัทโฆษณาทำการตลาดในลักษณะนี้ รายได้จากการโฆษณาของธุรกิจหนังสือพิมพ์จะเป็นการเติบโตจากปัจจัยภายนอกอุตสาหกรรม ทำให้รายได้ที่มาจากแหล่งนี้ค่อนข้างคงที่ การแสวงหารายได้ของธุรกิจหนังสือพิมพ์จึงเป็นการแข่งขันระหว่างกันเองเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตรงนี้

ตารางที่ 4.3 สัดส่วนการลงโฆษณาในสื่อต่างๆ

	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545
โทรทัศน์	53.94	53.14	58.71	66.62	66.60	65.79	65.19	61.00
วิทยุ	8.32	7.72	8.23	8.89	10.14	9.52	10.06	10.00
หนังสือพิมพ์	29.81	26.31	21.27	15.36	14.79	15.62	15.56	18.00
อื่นๆ	7.92	12.83	11.80	9.13	8.47	9.07	9.20	11.00
รวม	100	100	100	100	100	100	100	100

ที่มา: บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด

ในขณะที่ลักษณะของลูกค้าจากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์นั้นประกอบไปด้วย 2 วิธี ได้แก่ วิธีแรกเป็นการขายให้กับผู้อ่านโดยตรงผ่านระบบสมาชิก ซึ่งเป็นการจัดส่งไปยังผู้อ่านตามบ้านและสำนักงานของลูกค้ารายย่อย ช่องทางการขายด้วยวิธีนี้ประกอบด้วย การขายผ่านตัวแทนขาย การขายทางไปรษณีย์ โทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ต การขายผ่านเคาเตอร์ของบริษัทที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัท ซีอีดียู เคชั่น จำกัด และการขายผ่านพันธมิตรทางการค้า เช่น แอมเวย์ เป็นต้น อีกวิธีหนึ่งคือ การจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าส่งหรือบริษัทตัวแทน และการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีกหรือแผงร้านค้าย่อย อันเป็นการขายผ่านคนกลางอีกทีหนึ่ง เพื่อให้คนอ่านสามารถซื้อสิ่งพิมพ์ของบริษัทได้อย่างทั่วถึง

ตารางที่ 4.4 สัดส่วนการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ของบริษัทผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในปี 2544

	หนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปฉบับภาษาไทย	หนังสือพิมพ์ประเภทอื่น
การจัดจำหน่ายโดยตรง	15-20	65-75
การจัดจำหน่ายผ่านคนกลาง	80-85	25-35
รวม	100	100

ที่มา: แบบ 56-1 ของธุรกิจหนังสือพิมพ์

เมื่อพิจารณาตารางที่ 4.4 จะพบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายของหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปฉบับภาษาไทยส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายผ่านคนกลาง ในขณะที่หนังสือพิมพ์ประเภทอื่นมุ่งเน้นไปที่การจัดจำหน่ายโดยตรงมากกว่า ทั้งนี้ เนื่องจากหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปฉบับภาษาไทยมีกลุ่มผู้ซื้อที่ครอบคลุมทั้งในเชิงของพื้นที่และเชิงประชากรมากกว่าจึงสามารถจำหน่ายผ่านคนกลางได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า ซึ่งการจัดจำหน่ายผ่านคนกลางจะกลายเป็นข้อจำกัดของการเข้าสู่ตลาดในผู้ประกอบการรายใหม่อันเนื่องมาความจำเป็นในการที่ต้องให้ส่วนลดมากกว่ารายเดิมที่ครองตลาดอยู่ จึงจะได้รับการสนับสนุนจากคนกลางดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม ลูกค้าประเภทโฆษณารายใหญ่ในระบบเศรษฐกิจเป็นภาครัฐ ซึ่งมาจากงบประมาณของกระทรวง ทบวง หรือกรมต่างๆ ที่รัฐบาลเป็นผู้ตัดสินใจในการจัดสรรงบดังกล่าว นอกจากนี้ รัฐบาลยังเป็นองค์กรที่รวบรวมกลุ่มทุนขนาดใหญ่เป็นจำนวนมาก รวมทั้งยังเป็นผู้ออกนโยบายที่สามารถสร้างผลกระทบต่อกลุ่มทุนขนาดใหญ่อื่นๆ ที่เป็นผู้ถือครองงบประมาณอีกจำนวนมากมหาศาลเช่นกัน ส่งผลให้รัฐบาลสามารถเข้าแทรกแซงการทำงานของหนังสือพิมพ์ผ่านการเป็นเจ้าของและการเป็นผู้ให้ทุนให้โทษกับเจ้าของงบประมาณจำนวนมากดังกล่าวกว่า รัฐบาลจึงสามารถแทรกแซงหรือครอบงำการทำงานของหนังสือพิมพ์ได้ผ่านช่องทางนี้อีกด้วย โดยจากตารางที่ 4.5 จะเห็นได้ว่า การโฆษณาจากภาครัฐในสื่อหนังสือพิมพ์มีมูลค่าสูงถึง 132.28 ล้านบาทในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2546 ซึ่งเป็นงบประมาณที่มีมูลค่าสูงมาก และสามารถมีผลกระทบต่อการทำงานของหนังสือพิมพ์ได้

ตารางที่ 4.5 งบประมาณของทุกสื่อและสื่อหนังสือพิมพ์จำแนกตามอุตสาหกรรมครึ่งปี 2546

ลำดับที่	อุตสาหกรรม	หนังสือพิมพ์	ทุกสื่อ	สัดส่วน
1	อสังหาริมทรัพย์	385.80	898.87	42.92
2	ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่	208.46	1,098.16	18.98
3	วิดีโอและวีซีดี	203.70	514.33	39.60
4	ยานยนต์	199.24	530.26	37.57
5	เครื่องปรับอากาศ	166.07	481.06	34.52
6	ภาพยนตร์	162.50	695.59	23.36
7	เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่	155.08	344.97	44.95
8	รถกระบะ	143.59	414.28	34.66
9	งานแสดงสินค้า	135.61	603.09	22.49
10	หน่วยงานของภาครัฐ	132.28	793.61	16.67
	อื่นๆ	4,030.32	27,519.58	14.65
	รวม	5,922.65	33,893.80	17.47

ที่มา: ข้อมูลช่วงมกราคม 2546 ถึงมิถุนายน 2546 จากหนังสือ Advertising Book 2004

ความแตกต่างของสินค้า

ความแตกต่างของสินค้าในธุรกิจหนังสือพิมพ์นั้น จะมาจากเนื้อหาข่าว (Contents) เป็นสำคัญ เนื่องจากเนื้อหาข่าวคือสินค้าที่มีการซื้อขายอย่างแท้จริงในตลาดหนังสือพิมพ์ โดยที่มีกระดาษและหมึกพิมพ์เป็นส่วนของบรรจุภัณฑ์ (Packages) ดังนั้น การสร้างความแตกต่างของหนังสือ

พิมพ์ (Product Differentiation) จึงมีอยู่ 2 ส่วนคือ การสร้างความแตกต่างในส่วนของเนื้อหาข่าว และการสร้างความแตกต่างในส่วนของบริษัท

การสร้างความแตกต่างในส่วนของเนื้อหาข่าวจะมีบทบาทโดยตรงในตลาดผู้ซื้อ เนื่องจากเนื้อหาข่าวคือ ตัวสินค้าที่แท้จริง หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจึงต้องเน้นไปที่การขายความแตกต่างในแง่ของความสำเร็จของเหตุการณ์ที่น่าเสนอ โดยเป็นการแข่งขันกันด้วยลักษณะการเจาะลึก ความรวดเร็วและเนื้อหาเชิงวิเคราะห์ ขณะเดียวกันก็ต้องมีเนื้อหาในส่วนที่เป็นเรื่องราว และความคิดเห็นที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ด้วย โดยการสร้างความแตกต่างในส่วนของเนื้อหาข่าวจะมีบทบาทอย่างมากในการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์ของกลุ่มผู้ซื้อที่ไม่ได้เป็นสมาชิก รวมทั้งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อ หมายความว่า เนื้อหาข่าวจะเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจเลือกซื้อในระยะแรกของผู้อ่านหนังสือพิมพ์

การสร้างความแตกต่างในส่วนของบริษัทจะมีบทบาทสำคัญในตลาดผู้ซื้อเช่นเดียวกัน แตกต่างตรงที่การสร้างความแตกต่างในส่วนของบริษัทเป็นการวางตำแหน่งระยะยาว (Long-run Positioning) ในความคิดผู้อ่านที่จะอยู่ในลำดับถัดจากการสร้างความแตกต่างในส่วนของเนื้อหาข่าว เนื่องจากเปรียบเทียบเป็นการสร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) โดยเมื่อผู้อ่านได้อ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่งเป็นประจำแล้วจะเกิดความยึดติด (Stickiness) ในเรื่องของการใช้ รูปแบบการจัดวาง รูปแบบตัวอักษร รวมทั้งยังมีความยึดติดในเนื้อหา³³ อีกด้วย

ในส่วนของบริษัทโฆษณาจะเป็นผลสืบเนื่องมาจากการสร้างความแตกต่างในส่วนของเนื้อหาข่าวเป็นหลัก เพราะทำให้หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับมีการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) ที่เป็นของตนเองอยู่แล้ว โดยแต่ละฉบับจะพยายามสร้างให้มีรูปแบบและเนื้อหาที่หลากหลายและครอบคลุมกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายในตลาดของตนให้ได้ทั้งหมด ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนการจัดแบ่งพื้นที่สำหรับเนื้อหาต่างๆ เช่น พื้นที่ของข่าวทั่วไปในประเทศ ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ เป็นต้น ซึ่งสัดส่วนของเนื้อหาเหล่านี้จะกลายเป็นลักษณะเด่นที่จะทำให้เจ้าของผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ สามารถเลือกหนังสือพิมพ์เพื่อลงโฆษณาสินค้าได้ตรงตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปความแตกต่างของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับตามลักษณะเด่นและตามกลุ่มผู้อ่าน ได้ดังตารางที่ 4.6

³³ ความยึดติดในเนื้อหาจะเกิดขึ้นเมื่อผู้อ่านได้ทำการอ่านคอลัมน์หนึ่งๆ อย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถสื่อสารและสร้างความเข้าใจ รวมทั้งความสนใจที่ตรงกันกับผู้เขียนคอลัมน์ได้

ตารางที่ 4.6 ความแตกต่างของหนังสือพิมพ์รายวันแต่ละฉบับตามลักษณะเด่นและกลุ่มผู้อ่าน

หนังสือพิมพ์	ลักษณะเด่น	กลุ่มผู้อ่าน
กรุงเทพธุรกิจ	เป็นหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน มุ่งเสนอข่าวธุรกิจทุกด้าน	นักธุรกิจตั้งแต่ระดับกลางขึ้นไป และ คนทำงานที่สนใจข่าวธุรกิจ
ข่าวสด	เสนอข่าวทั่วไปมีลักษณะของ Softnews	คนทั่วไปทุกกลุ่มอายุ, อาชีพ
คมชัดลึก	เสนอข่าวทั่วไปมีลักษณะของ Softnews	คนทั่วไปทุกกลุ่มอายุ, อาชีพ
เดลินิวส์	เสนอข่าวทั่วไปมีลักษณะของ Softnews	กลุ่มผู้อ่านระดับกลาง ได้แก่ ประชา ชนทั่วไปที่มีการศึกษาและฐานะทาง เศรษฐกิจในระดับปานกลางลงไป
ไทยรัฐ	เสนอข่าวทั่วไปมีลักษณะของ Softnews	คนทั่วไปทุกชนชั้น
ไทยโพสต์	เสนอข่าวลักษณะ Hardnews เน้นข่าวการเมือง	ข้าราชการ แพทย์ ผู้สนใจการเมือง เพศชาย อายุ 30 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ใน กรุงเทพฯ มากกว่าต่างจังหวัด
แนวหน้า	เสนอข่าวทั่วไป เน้นเสนอบทความ วิเคราะห์การเมือง	ชนชั้นกลางค่อนข้างมีฐานะขึ้นไป
บ้านเมือง	เสนอข่าวทั่วไป	ข้าราชการ ครอบครัวยุคใหม่
ผู้จัดการรายวัน	หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน เสนอข่าวธุรกิจ และการเมือง	ชนชั้นกลาง นักธุรกิจ ข้าราชการ การ ศึกษาตั้งแต่อนุบาลปริญญาขึ้นไป
มติชนรายวัน	เสนอข่าวทั่วไป ในลักษณะ Hardnews	อายุ 30 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เพศชาย อาชีพพนักงานบริษัท นักธุรกิจ ข้าราชการ การ พยายามขยายฐานสู่กลุ่มผู้อ่าน วัยรุ่นและเด็ก
เสรีรายวัน	เสนอข่าวเศรษฐกิจการเมือง	นักธุรกิจ นักศึกษา บุคคลทั่วไป
สยามรัฐรายวัน	เสนอข่าวทั่วไป มีบทความค่อนข้างมาก	ข้าราชการ ครู วิศวกร พยายามขยายฐาน สู่กลุ่ม อบต. อบจ.
บางกอกทูเดย์	เสนอข่าวทั่วไปมีลักษณะของ Softnews	คนทั่วไปทุกชนชั้น

ตารางที่ 4.6 ความแตกต่างของหนังสือพิมพ์รายวันแต่ละฉบับตามลักษณะเด่นและกลุ่มผู้อ่าน (ต่อ)

หนังสือพิมพ์	ลักษณะเด่น	กลุ่มผู้อ่าน
เดอะเนชั่น	หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษเสนอข่าวเน้นในเรื่องสาระ เช่น ข่าวการเมือง เศรษฐกิจหรือเหตุการณ์ระหว่างประเทศ	นักธุรกิจ ข้าราชการ นักการเมือง ชาวต่างประเทศ ทูตานุทูต

ที่มา: ปรับและเพิ่มเติมจากพรทวิ ยอดมงคล “การบริหารธุรกิจหนังสือพิมพ์ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ” วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

เงื่อนไขการเข้าสู่ตลาด

เงื่อนไขการเข้าสู่ตลาดของหนังสือพิมพ์ฉบับใหม่ ในระยะสั้นนั้นมีความเป็นไปได้น้อยมาก เนื่องจากการผลิตหนังสือพิมพ์เพื่อจำหน่ายถือเป็นทักษะเฉพาะด้านที่ต้องอาศัยประสบการณ์มาเป็นเวลานาน นอกจากนี้ในการผลิตก็ยังต้องใช้เงินลงทุนสูงพอสมควร สิ่งสำคัญประการหนึ่งของการเข้าสู่ตลาดคือ ความยืดหยุ่น หรือความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของลูกค้าที่ซื้อหนังสือพิมพ์อยู่เดิม หมายความว่า ลูกค้าที่ซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดอยู่แล้วเป็นประจำก็มีแนวโน้มที่จะซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นต่อไปค่อนข้างแน่นอน เพราะความเคยชินทั้งสิ้น ลักษณะการจัดวาง หรือแม้กระทั่งคอลัมน์ประจำ นอกจากนี้ การทำธุรกิจหนังสือพิมพ์นั้นต้องอาศัยความน่าเชื่อถือและประสบการณ์ที่สั่งสมมาเป็นเวลานาน ทำให้รายใหม่ที่จะทำได้ค่อนข้างยาก

ตลาดหนังสือพิมพ์ในปัจจุบันมีความแตกต่างของสินค้าค่อนข้างมาก หรือกล่าวได้ว่ามีสินค้าที่หลากหลายอยู่ในตลาด (Heterogeneous Products) ภาวะที่เป็นอยู่เช่นนี้ในแง่หนึ่งก็เป็นผลดีต่อผู้อ่าน เพราะมีสินค้าที่หลากหลายให้เลือก แต่ในอีกแง่หนึ่งก็ถือว่าเป็นกำแพงกีดกันการเข้าสู่อุตสาหกรรมด้วยเช่นกัน เนื่องจากการมีสินค้าที่หลากหลายจะทำให้อุปสงค์ส่วนเหลือ (Residual Demand) มีอยู่น้อย เพราะถูกเก็บไปด้วยสินค้าที่หลากหลายแล้ว และการที่รายใหม่จะเข้ามาทำการผลิตแล้วสร้างความแตกต่างให้แตกต่างจากรายเดิมที่มีความแตกต่างกันและมีอยู่เป็นจำนวนมากแล้ว ก็ทำได้ยากมากด้วย

บทที่ 5

พฤติกรรมของตลาดหนังสือพิมพ์

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมตลาดจะเป็นการศึกษาถึงกลยุทธ์การแข่งขัน การรวมตัวตามแนวนอน และการโฆษณา เพื่อพิจารณาถึงลักษณะของกลยุทธ์และเครื่องมือในการแข่งขันต่างๆ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์การแข่งขัน

เนื่องจากธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นตลาดขนาดใหญ่และเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์อย่างมหาศาล ส่งผลให้บริษัทต่างๆ จำเป็นต้องดำเนินกลยุทธ์การแข่งขันอยู่พอสมควร แต่อาจไม่มากเท่ากับในหลายธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจหนังสือพิมพ์มีความเกี่ยวข้องกับความรักภักดีต่อตราสินค้า ทำให้การทดแทนกันระหว่างตราสินค้าทำได้ค่อนข้างยากอยู่แล้ว กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหนังสือพิมพ์จึงมักจะมุ่งไปที่การสร้างความรักภักดีมากกว่าการสร้างรายได้เปรียบต่อคู่แข่ง กลยุทธ์การแข่งขันสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้เป็นกลยุทธ์ทางด้านราคา (Price Strategy) และกลยุทธ์ที่ไม่ใช้ราคา (Non-price Strategy)

กลยุทธ์ทางด้านราคา

การพิจารณากลยุทธ์ทางด้านราคาของธุรกิจหนังสือพิมพ์นั้นจะพิจารณาแยกออกเป็น 2 ตลาดตามประเภทของลูกค้าดังที่ได้กล่าวไว้แล้ว โดยกลยุทธ์ทางด้านราคาในตลาดผู้ซื้อนั้นจะเป็นการตั้งราคาที่ขึ้นอยู่กับคู่แข่งเป็นหลัก ซึ่งหนังสือพิมพ์ที่อยู่ในตลาดเดียวกันจะมีการตั้งราคาที่เท่ากันหรือไม่แตกต่างกันมากเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ เช่นเดียวกับลูกค้าที่อยู่ในลักษณะของสมาชิกก็จะได้รับส่วนลดที่มักไม่แตกต่างกันในตลาดเดียวกัน แต่ส่วนลดดังกล่าวจะแตกต่างกันไปตามตลาด โดยตลาดที่มีฐานลูกค้ารายย่อยกว้างก็จะได้รับส่วนลดจากการสมัครสมาชิกน้อยกว่า เช่น ในกรณีการสมัครสมาชิกของกรุงเทพมหานครธุรกิจจะได้รับส่วนลดร้อยละ 30 ราคาสมาชิกของแต่ละเนชั่นจะได้รับส่วนลดร้อยละ 45 และราคาสมาชิกของคมชัดลึกก็จะได้รับส่วนลดเพียงร้อยละ 14 ทั้งนี้ราคาหนังสือพิมพ์สามารถพิจารณาได้จากตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 ราคาจำหน่ายหนังสือพิมพ์ปี 2546

หนังสือพิมพ์	ราคาจำหน่ายต่อฉบับ (บาท)		
	2537	2540	2545
กรุงเทพธุรกิจ	5	15	15
ข่าวสด	5	8	8
เดลินิวส์	5	8	8
ไทยรัฐ	5	8	8
ไทยโพสต์	-	10	10
แนวหน้า	5	10	10
บ้านเมือง	5	10	10
ผู้จัดการรายวัน	5	10	15
มติชนรายวัน	5	8	8
เสรีรายวัน	-	-	8
โพสต์ทูเดย์	-	-	15
บางกอกทูเดย์	-	-	10
วิญจักรรายวัน	5	15	-
สยามรัฐรายวัน	5	8	8
บางกอกโพสต์	12	20	20
เดอะเนชั่น	12	20	20

ที่มา: จากการรวบรวม

สาเหตุที่ธุรกิจหนังสือพิมพ์มีการตั้งราคาเท่ากันหรือไม่แตกต่างกันนั้น น่าจะเนื่องมาจากบริษัทที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุดมีส่วนแบ่งแตกต่างจากบริษัทในอันดับรองลงไปค่อนข้างมาก ผลที่ตามมาก็คือ บริษัทดังกล่าวจะมีลักษณะเป็นผู้นำตลาด (Market Leader) ซึ่งจะเป็นผู้ที่มีบทบาทหลักในการกำหนดราคา โดยที่ผู้นำตลาดเลือกกลยุทธ์การตั้งราคาแบบจำกัด (Limit Pricing) หมายความว่า เป็นการตั้งราคาเท่ากับต้นทุนการผลิตเฉลี่ย (Average Cost) ซึ่งตนเองมีความได้เปรียบกว่าบริษัทอื่น เนื่องมาจากการประหยัดต่อขนาด บริษัทอื่นจึงจำเป็นต้องตั้งราคาให้เท่ากับบริษัทที่เป็นผู้นำตลาดทั้งที่มีความเสียเปรียบ โดยที่ต้องหารรายได้ในทางอื่นเข้ามาทดแทน ในขณะที่บริษัทใหม่จะเข้าสู่ตลาดได้ลำบาก เนื่องจากบริษัทใหม่จะอยู่ในช่วงทารก (Infant Production) ที่มีต้นทุนเฉลี่ยสูง เนื่องจากยอดการจัดจำหน่ายต่ำ จึงอยู่ในสภาพขาดทุน ผู้ประกอบการรายใหม่จึงจำเป็นต้องมีเงินทุนสำรองมากเพียงพอที่จะผ่านช่วงนี้ไปได้

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผู้ประกอบการสามารถมีรายได้อีกทางหนึ่งจากตลาดโฆษณา ซึ่งรายได้จากการโฆษณาได้กลายเป็นรายได้หลักในการสร้างกำไรให้กับธุรกิจหนังสือพิมพ์ โดยในตลาดโฆษณา ธุรกิจจะกำหนดราคาในลักษณะของ Price List ดูได้จากตารางที่ 5.2 โดยหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีอัตราค่าโฆษณาสูงที่สุด รองลงมาคือเดลินิวส์ สาเหตุที่อัตราค่าโฆษณามีความแตกต่างกัน ก็เนื่องจากลักษณะของหนังสือพิมพ์เองที่มีลักษณะลูกค้าที่แตกต่างกันและยอดจัดจำหน่าย เนื่องมาจากอัตราค่าโฆษณาจะถูกกำหนดจากอัตราการเข้าถึง (Rate of Accession) อันเป็นเป้าหมายหลักของการโฆษณา โดยจะเป็นการพิจารณาจากยอดจำหน่ายในตลาดผู้ซื้อเป็นหลัก หมายความว่าหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูงกว่าก็จะมีอัตราค่าโฆษณาที่แพงกว่าด้วย แต่อัตราค่าโฆษณาที่สูงขึ้นนี้จะไม่สูงขึ้นในสัดส่วนเดียวกันกับยอดจำหน่าย ดังนั้นธุรกิจจึงนิยมที่จะโฆษณาในหนังสือพิมพ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก นอกจากนี้แม้ว่ารายได้ของธุรกิจหนังสือพิมพ์ที่มาจากการโฆษณาจะเป็นไปตามภาวะเศรษฐกิจ แต่โครงสร้างของอัตราค่าโฆษณาก็ไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามภาวะเศรษฐกิจ ทั้งนี้ธุรกิจหนังสือพิมพ์จะใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น อัตราส่วนลด หรือสามารถลงในหนังสือพิมพ์ในเครือได้หลายฉบับโดยจ่ายค่าโฆษณาเพียงฉบับเดียวเป็นต้น

ตารางที่ 5.2 อัตราค่าโฆษณาในหนังสือพิมพ์ปี 2540 และปี 2546

หนังสือพิมพ์	2540		2546	
	เต็มหน้าขาว-ดำ	เต็มหน้าสี	เต็มหน้าขาว-ดำ	เต็มหน้าสี
กรุงเทพธุรกิจ	180,000	230,000	180,000	230,000
ข่าวสด	216,000	266,000	216,000	266,000
เดลินิวส์	264,000	444,000	288,000	480,000
ไทยรัฐ	336,000	560,000	472,500	787,500
ไทยโพสต์	127,200	155,200	127,200	155,200
แนวหน้า	132,000	162,000	132,000	162,000
บ้านเมือง	120,000	168,000	120,000	168,000
ผู้จัดการรายวัน	228,000	273,000	228,000	273,000
มติชนรายวัน	216,000	266,000	216,000	266,000
สยามรัฐรายวัน	144,000	168,000	126,000	198,000
บางกอกโพสต์	126,000	198,000	233,000	293,000
เดอะเนชั่น	233,000	293,000	200,000	249,000
	200,000	249,000		

ที่มา: จากการรวบรวม

สำหรับบางบริษัทที่มียอดจำหน่ายมากหรือมีสื่อครบวงจรก็สามารถให้ข้อเสนอและส่วนลดให้กับลูกค้าได้อย่างหลากหลายมากกว่า โดยในส่วนของลูกค้าโฆษณากับบริษัทที่มีหนังสือพิมพ์มากกว่าหนึ่งฉบับก็จะสามารถเสนอเงื่อนไขพิเศษให้กับลูกค้า เช่น สามารถลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์สองฉบับได้ในราคาพิเศษ ที่เป็นราคาแพ็คเกจ ซึ่งเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่มีหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวก็ถือได้ว่าเป็นความได้เปรียบของบริษัทขนาดใหญ่ นอกจากนี้ถ้าหากเป็นบางบริษัทที่มีการถือครองข้ามสื่อก็จะสามารถเสนอกลยุทธ์การขายในรูปแบบมัลติมีเดียแพ็คเกจ (Multimedia Package) ซึ่งเป็นการเสนอขายสื่อทุกประเภททั้งสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และ อินเทอร์เน็ตร่วมกันทั้งหมดเพื่อให้สอดคล้องกับการตลาดแบบครบวงจรอันเป็นที่นิยมของบริษัทโฆษณาได้ด้วยราคาพิเศษและประหยัดกว่าราคาของการซื้อโฆษณาแยกสื่อของแต่ละบริษัทมาก

กลยุทธ์ที่ไม่ใช้ราคา

กลยุทธ์การแข่งขันโดยไม่ใช้ราคาของธุรกิจหนังสือพิมพ์จะทำการวิเคราะห์หรือออกเป็น กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

ในส่วนของกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความแตกต่างของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับนั้นได้กล่าวไว้บ้างแล้วในหัวข้อความแตกต่างของสินค้า แต่ในที่นี้จะพิจารณามุ่งไปที่กระบวนการสร้างความแตกต่างดังกล่าว โดยกระบวนการหนึ่งคือการกำหนดพื้นที่ให้กับหนังสือพิมพ์ตามสัดส่วนเนื้อหาที่ต้องการให้ปรากฏ ซึ่งการกำหนดพื้นที่ดังกล่าวสามารถแสดงได้ตามตารางที่ 5.3 โดยจะเห็นได้ว่าค่อนข้างสอดคล้องกับการสร้างความแตกต่างของสินค้าในส่วนของเนื้อหาข่าวเป็นหลัก

ตารางที่ 5.3 พื้นที่ของหนังสือพิมพ์ตามสัดส่วนเนื้อหา

หนังสือพิมพ์	ข่าว		คอลัมน์		บทความ		โฆษณา		อื่นๆ		รวม	
	คอลัมน์ข่าว	ร้อยละ	คอลัมน์ข่าว	ร้อยละ	คอลัมน์ข่าว	ร้อยละ	คอลัมน์ข่าว	ร้อยละ	คอลัมน์ข่าว	ร้อยละ	คอลัมน์ข่าว	ร้อยละ
กรุงเทพธุรกิจ	2,678.86	33.22	1,399.91	17.36	1,277.33	15.84	2,330.50	28.90	370.39	4.68	8,064.00	100.00
ข่าวสด	1,850.68	27.54	1,870.17	27.83	551.04	8.20	2,116.80	31.50	331.30	4.93	6,720.00	100.00
เดลินิวส์	2,652.67	34.54	1,890.82	24.62	1,206.53	15.71	1,420.03	18.40	509.95	6.64	7,680.00	100.00
ไทยรัฐ	2,228.74	29.02	1,934.59	25.19	129.02	1.68	3,061.25	39.86	326.40	4.25	7,680.00	100.00
ไทยโพสต์	1,910.40	49.75	1,064.45	27.72	618.24	16.10	33.02	0.86	213.89	5.57	3,840.00	100.00
แนวหน้า	2,559.84	53.33	1,184.16	24.67	339.36	7.07	370.56	7.72	346.08	7.21	4,800.00	100.00
บ้านเมือง	2,368.51	41.12	1,358.21	23.58	814.46	14.44	910.66	15.81	308.16	5.35	5,760.00	100.00
ผู้จัดการรายวัน	1,473.02	38.36	1,444.61	37.62	215.43	5.61	527.23	13.73	179.71	4.68	3,840.00	100.00
มติชนรายวัน	2,099.52	36.45	933.70	16.21	627.84	10.90	1,691.14	29.36	407.80	7.08	5,760.00	100.00
วิญญูจักรายวัน	1,181.17	19.53	1,340.24	22.16	88.91	1.47	3,034.28	50.17	403.40	6.67	6,048.00	100.00
สยามรัฐรายวัน	2,391.38	39.54	2,152.48	35.59	456.62	7.55	750.56	12.41	296.96	4.91	6,048.00	100.00
เดอะเนชั่น	2,499.55	23.67	1,177.44	11.15	1,087.68	10.30	4,499.62	42.61	1,295.71	12.27	10,560.00	100.00

ที่มา: พรทวิ ยอดมงคล “การบริหารธุรกิจหนังสือพิมพ์ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ” วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน)

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

- กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

ธุรกิจหนังสือพิมพ์ได้มีการจัดโครงการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี โดยส่วนใหญ่มักเป็นกิจกรรมเพื่อขยายตลาดลูกค้าสมาชิก โดยมีทั้งการจัดกิจกรรมของบริษัทเองและการร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจอื่นๆ อาทิเช่น การส่งเสริมการขายของคัมภีร์ที่ได้อัดแคมเปญร่วมกับ เซลล์ ห้างเซ็นทรัล มามา น้ำผลไม้มาลี เป็นต้น ซึ่งการจกการส่งเสริมการขายนี้ได้รวมไปถึงการแจกรางวัลให้แก่บริษัทตัวแทนจำหน่ายและผู้จัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ทั่วประเทศด้วย แต่อย่างไรก็ตามกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขายมักใช้ในการเจาะตลาดระยะแรกเพื่อให้ผู้ซื้อทดลองอ่านมากกว่า โดยในระยะต่อมาผู้ซื้อจะซื้ออย่างต่อเนื่องหรือไม่จะขึ้นอยู่กับความสามารถของบริษัทในการสร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้ามากกว่าการส่งเสริมการขาย

การรวมตัวตามแนวนอน

การรวมตัวเป็นกลยุทธ์การแข่งขันประเภทหนึ่งเพื่อมุ่งให้เกิดการผลิตสินค้าแบบครบวงจร ทั้งนี้เพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายสามารถสั่งซื้อสินค้าหลายๆ ประเภทได้จากบริษัทเดียว และเพื่อให้ลูกค้าที่เป็นบริษัทโฆษณาซึ่งในระยะหลังนิยมใช้กลยุทธ์การโฆษณาแบบครบวงจรสามารถเลือกซื้อโฆษณาได้ในลักษณะแพคเกจที่ครอบคลุมทุกสื่อได้จากบริษัทเดียว โดยเป็นการใช้ฐานความได้เปรียบเดิมที่มีอยู่แล้วขยายไปสู่สินค้าอื่น (Economies of Scope) ตัวอย่างที่มีให้เห็นในประเทศไทยคือ กรณีของบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่ทำธุรกิจสื่อแบบครบวงจร กล่าวคือเป็นการทำธุรกิจทั้งทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ด้านกระจายภาพและเสียง และด้านอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศ นอกเหนือจากบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่มีให้เห็นส่วนใหญ่ของธุรกิจหนังสือพิมพ์ก็จะเป็นเพียงการรับจ้างพิมพ์งานพิมพ์ต่างๆ เท่านั้น

การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจหนังสือพิมพ์จะแตกต่างกัน กล่าวคือการโฆษณาของธุรกิจหนังสือพิมพ์จะเป็นการหวังผลระยะสั้นในช่วงของการเข้าสู่ตลาดเท่านั้น เนื่องจากดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นเรื่องของความจงรักภักดีต่อตราสินค้าเป็นหลัก และในระยะต่อมาที่หนังสือพิมพ์ฉบับนั้นได้เข้าสู่ตลาดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว การประชาสัมพันธ์จะเข้ามามีบทบาท เพราะเป็นการสร้างความรู้สึกที่ดีต่อผู้ซื้อ เช่น การช่วยเหลือสังคมเมื่อเกิดภัยธรรมชาติ หรือ

การสร้างโรงเรียนอนุเคราะห์ เป็นต้น ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะมีผลต่อความจงรักภักดีต่อตราสินค้าในระยะยาวด้วย

บทที่ 6

ผลการดำเนินงานในตลาดหนังสือพิมพ์

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของธุรกิจในตลาดหนังสือพิมพ์จะมุ่งไปที่การพิจารณาความสามารถในการทำกำไร ประสิทธิภาพการดำเนินงาน และบทบาทของเทคโนโลยีเป็นหลัก เนื่องจากสาเหตุ 3 ประการนี้จะส่งผลกระทบต่อความยากง่ายของการเข้าสู่ตลาดในผู้ประกอบการรายใหม่

ความสามารถในการทำกำไร

การพิจารณาความสามารถในการทำกำไรจะใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์คือ อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio) ที่นิยมใช้กันทั่วไป โดยจะทำการวิเคราะห์จากบริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์เท่านั้น ซึ่งอัตราส่วนทางการเงินที่ใช้ในการวิเคราะห์จะพิจารณา อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margins or Sales Margins) และอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margins)³⁴ ผลการวิเคราะห์แสดงได้ดังตารางที่ 6.1

ตารางที่ 6.1 อัตรากำไรขั้นต้นและอัตรากำไรสุทธิ

	อัตรากำไรสุทธิ			อัตรากำไรขั้นต้น		
	2538	2540*	2545	2538	2540*	2545
เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	7.57	(4.85)	8.78	8.33	(5.56)	17.21
แมนเจอร์มีเดีย กรุ๊ป	(43.71)	(104.55)	(3.91)	(36.32)	(79.56)	5.85
โพสต์ พับลิชชิง	n.a.	n.a.	3.29	n.a.	n.a.	5.19
สีพระยาการพิมพ์	1.43	(85.07)	2.85**	0.02	(11.51)	4.98**
มติชน	11.32	17.84	12.73	6.72	14.67	17.05
วิชรพล	8.34	10.24	3.47**	2.49	0.29	8.54**

* ไม่รวมผลการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน

** เป็นผลประกอบการของปี 2544

ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกระทรวงพาณิชย์

³⁴ ดูสูตรการคำนวณและคำอธิบายผลได้ที่ภาคผนวก

จากตารางที่ 6.1 จะเห็นได้ว่า ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจหนังสือพิมพ์จะค่อนข้างมีความผันผวนไปตามภาวะเศรษฐกิจสูงมาก กล่าวคือ ถ้าหากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ รายได้ของธุรกิจหนังสือพิมพ์จะลดลงอย่างมาก โดยรายได้ที่ลดลงส่วนใหญ่เป็นรายได้จากการโฆษณา เพราะสินค้าหนังสือพิมพ์เป็นอุปสงค์ต่อเนื่อง (Derived Demand) ของธุรกิจโฆษณา เนื่องจากการใช้หนังสือพิมพ์เป็นช่องทางการส่งผ่านโฆษณา หนังสือพิมพ์จึงเปรียบเสมือนเป็นวัตถุดิบชนิดหนึ่งในการผลิตด้วย ขณะที่ผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงปี 2540 ที่ผ่านมามีส่งผลให้ต้นทุนของธุรกิจหนังสือพิมพ์สูงขึ้นมากจากต้นทุนวัตถุดิบประเภทกระดาษที่นำเข้า เนื่องจากค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลงมากหลังจากการปรับระบบอัตราแลกเปลี่ยนเป็นแบบลอยตัว แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจที่มีโกดังเก็บกระดาษขนาดใหญ่อย่างบริษัท วัชรพล จำกัด ซึ่งได้มีการเก็บกระดาษไว้เป็นจำนวนมากก็จะได้รับผลกระทบที่น้อยกว่า

เมื่อทำการพิจารณาความสามารถในการทำกำไรโดยรวมของธุรกิจหนังสือพิมพ์จะเห็นว่าธุรกิจหนังสือพิมพ์ไม่ใช่ธุรกิจประเภทที่มีกำไรเป็นแรงจูงใจในการเข้าสู่ตลาด (Profit Incentive Business) อย่างเช่นธุรกิจโทรคมนาคม หรือธุรกิจบันเทิงทั่วไปที่มีอัตราการเติบโตสูง เพราะอยู่ในช่วงชีวิตผลิตภัณฑ์ขึ้นเติบโต (Product Life Cycle: Growth Stage) แต่ธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นธุรกิจที่มีอัตรากำไรไม่แตกต่างจากธุรกิจทั่วไปมากนัก ส่วนหนึ่งน่าจะมีสาเหตุมาจากการที่ธุรกิจอยู่ในช่วงชีวิตผลิตภัณฑ์ขึ้นอิ่มตัว (Product Life Cycle: Maturity Stage) หมายความว่า ตลาดมีการขยายตัวค่อนข้างเต็มที่ การเติบโตของธุรกิจก็จะเป็นไปตามจำนวนประชากรเป็นหลัก พิจารณาได้จากตารางที่ 6.2 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปริมาณการจำหน่ายหนังสือพิมพ์ต่อประชากรต่อปีค่อนข้างคงที่ที่ 7-8 ฉบับ การแข่งขันที่เกิดขึ้นจะเป็นการแข่งขันในลักษณะที่เป็นการแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดระหว่างธุรกิจด้วยกันมากกว่า การเปิดตลาดใหม่ ดังนั้นจึงมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดค่อนข้างน้อย เพราะยอดขายที่เกิดขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่จะเป็นยอดขายที่เกิดเนื่องจากการแย่งชิงมาจากผู้ประกอบการรายเดิมซึ่งเป็นไปได้ยากมาก

ตารางที่ 6.2 ปริมาณการจำหน่ายหนังสือพิมพ์ต่อประชากรต่อปี

	2541	2542	2543	2544	2545
ปริมาณการจำหน่ายต่อประชากรต่อปี	6.94	7.02	7.88	7.97	8.08

ที่มา: จากการคำนวณโดยอาศัยข้อมูลจากแบบ 56-1 ของธุรกิจหนังสือพิมพ์

อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่า แนวโน้มของการซื้อหนังสือพิมพ์ต่อประชากรได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2541 ทั้งนี้ น่าจะมีสาเหตุมาจากการเพิ่มสูงขึ้นของอัตราการอ่านออกเขียนได้ (Literacy Rate) ของประชากรในประเทศได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจากการสำรวจทาง

สถิติของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2546 พบว่า ประชากรที่อายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป มีการอ่านหนังสือพิมพ์ร้อยละ 37.3 ของประชากรทั้งหมด โดยที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครอ่านหนังสือพิมพ์มากที่สุด ร้อยละ 65.1³⁵ ซึ่งถ้าพิจารณาเปรียบเทียบกับปริมาณการจำหน่ายต่อปี จะพบว่า อัตราการหมุนของหนังสือพิมพ์ในการอ่านของประชากรจะอยู่ที่ 4.62 คนต่อฉบับ³⁶

ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

การศึกษาประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจหนังสือพิมพ์จะอาศัยเครื่องมือเดียวกันกับการศึกษาความสามารถในการทำกำไร โดยจะเป็นการใช้อัตราส่วนทางการเงินมาวิเคราะห์ การวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการดำเนินงานนั้นจะใช้อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (Return on Investment) และอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total Assets Turnover Ratio)³⁷ กับบริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์เท่านั้น เนื่องจากสามารถหางบดุลของบริษัทได้ ซึ่งผลการวิเคราะห์สามารถแสดงได้ตามตารางที่ 6.3

ตารางที่ 6.3 อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนและอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม

	อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน		อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม	
	2544	2545	2544	2545
เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป*	1.60	(0.04)	0.30	0.43
แมเนเจอร์มีเดีย กรุ๊ป	(17.95)	(4.27)	0.93	1.01
มติชน	7.25	6.63	0.75	0.68
โพสต์ พับลิชชิง	10.36	9.33	0.97	1.08

* เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป มีธุรกิจหลายประเภทที่รวมไปถึงวิทยุโทรทัศน์ด้วย

ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากตารางที่ 6.3 จะเป็นการแสดงถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจหนังสือพิมพ์ โดยรวมแล้วจะเห็นได้ว่าธุรกิจหนังสือพิมพ์มีประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์รวมเพื่อก่อให้เกิด

³⁵ สรุปการสำรวจสื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์) พ.ศ.2546 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ จาก www.nso.go.th

³⁶ เป็นการคำนวณโดยใช้ยอดขายต่อประชากรในปี 2545 ร่วมกับอัตราการอ่านหนังสือพิมพ์ในปี 2546

³⁷ ดูสูตรการคำนวณและคำอธิบายผลได้ที่ภาคผนวก

รายได้ในแต่ละปีประมาณ 0.70-1.0 เท่า ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างมีประสิทธิภาพ แต่เมื่อพิจารณาถึงอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนจะเห็นว่าอัตราผลตอบแทนดังกล่าวจะค่อนข้างหลากหลาย ทั้งนี้เป็นการแสดงให้เห็นถึงภาวะการแข่งขันของธุรกิจในระดับหนึ่งของบริษัทที่อยู่ในตลาด แต่ก็แสดงถึงความเสี่ยงของการเข้าสู่ตลาดในบริษัทรายใหม่อยู่พอสมควร

บทบาทของเทคโนโลยี

ในการผลิตหนังสือพิมพ์นั้น เทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทใน 2 ด้าน ได้แก่ บทบาทของเทคโนโลยีในด้านการพิมพ์ และบทบาทของเทคโนโลยีในการทำข่าว ซึ่งเทคโนโลยีทั้งสองประเภคนั้นเป็นเทคโนโลยีที่มีการซื้อขายกันได้ (Commodity Technology) โดยเทคโนโลยีในด้านการพิมพ์นั้นจะค่อนข้างมีความใกล้เคียงกัน เพราะเทคโนโลยีในด้านการพิมพ์เป็นเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาไปมากแล้ว การพัฒนาเทคโนโลยีประเภทนี้ในระยะหลังจึงมุ่งไปที่การลดความสูญเสียจากการผลิตมากกว่าการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในขณะที่เทคโนโลยีในการทำข่าวนั้นจะเป็นการพึ่งพาเทคโนโลยีโทรคมนาคม ที่แม้ว่าจะมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว แต่ก็สามารถเข้าถึงได้โดยทุกบริษัทอีกเช่นเดียวกัน ผลที่ตามมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีต่อธุรกิจหนังสือพิมพ์จึงไม่ได้มีบทบาทในการสร้างการแข่งขันหรือกีดกันการแข่งขันมากนัก เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีที่สามารถหาซื้อได้

บทที่ 7

ปัจจัยกำหนดตลาดหนังสือพิมพ์

การศึกษาปัจจัยกำหนดตลาด จะเป็นการศึกษาปัจจัยในลักษณะที่สามารถสร้างผลกระทบให้กับทั้งอุตสาหกรรมได้ หมายความว่าปัจจัยกำหนดตลาดจะเป็นปัจจัยที่ทุกบริษัทต้องเผชิญเหมือนกัน รวมทั้งไม่ได้เกิดจากภายในอุตสาหกรรมเอง ปัจจัยกำหนดตลาดโดยทั่วไปจะมาจาก 2 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยกำหนดที่มาจากด้านอุปสงค์ และปัจจัยกำหนดที่มาจากด้านอุปทาน

ปัจจัยกำหนดที่มาจากด้านอุปสงค์

ปัจจัยกำหนดที่มาจากด้านอุปสงค์คือปัจจัยกำหนดที่มาจากเงื่อนไขของผู้ซื้อหนังสือพิมพ์และบริษัทโฆษณาเป็นหลัก โดยแยกพิจารณาออกเป็นความยืดหยุ่นของอุปสงค์หนังสือพิมพ์ และการทดแทนระหว่างสื่อหนังสือพิมพ์กับสื่อประเภทอื่น

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์หนังสือพิมพ์

เมื่อพิจารณาความยืดหยุ่นของหนังสือพิมพ์ในส่วน of ราคาขายจะพบว่า ราคาขายของหนังสือพิมพ์นั้นไม่มีบทบาทต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อมากนัก เนื่องจากความจงรักภักดีต่อตราสินค้าที่มีบทบาทมากของธุรกิจหนังสือพิมพ์ ส่งผลให้อุปสงค์หนังสือพิมพ์ค่อนข้างมีความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำ สาเหตุประการหนึ่งก็เนื่องมาจากหนังสือพิมพ์ได้กลายเป็นสินค้าจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนไปแล้ว ในขณะที่ความยืดหยุ่นของหนังสือพิมพ์ในส่วน of อัตราค่าโฆษณาจะมีบทบาทมากกว่า แต่ก็ยังไม่ถือว่าสูงนัก เนื่องมาจากหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับล้วนแต่มีตลาดของตัวเอง ทำให้การทดแทนของการโฆษณาไม่สามารถทำได้อย่างสมบูรณ์

ในทางตรงข้ามหากกลับมาพิจารณาความยืดหยุ่นของอุปสงค์หนังสือพิมพ์ต่อรายได้ จะพบว่ารายได้มีบทบาทมากต่อปริมาณการขายหนังสือพิมพ์ โดยผลกระทบดังกล่าวจะผ่านมาจาก 2 ช่องทาง ได้แก่ ผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงรายได้ของผู้ซื้อในส่วนจุลภาค ที่ส่งผลโดยตรงทำให้มีการซื้อหนังสือพิมพ์เพิ่มขึ้นหรือน้อยลง และอีกช่องทางหนึ่งคือ ผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงรายได้ของผู้ซื้อในส่วนมหภาค ที่ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการโฆษณาของธุรกิจ อันเป็นรายได้หลักของธุรกิจหนังสือพิมพ์

การทดแทนกันระหว่างสื่อหนังสือพิมพ์กับสื่อประเภทอื่น

สำหรับสินค้าทดแทนในส่วนของการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ยังมีค่อนข้างน้อย โดยแม้ว่าการโฆษณาทางสื่ออินเทอร์เน็ต หรือบริการหนังสือพิมพ์ทางอินเทอร์เน็ตจะมีบทบาทมากขึ้นในปัจจุบัน แต่ก็ยังไม่สามารถใช้ทดแทนสื่อหนังสือพิมพ์ได้ในระยะเวลาอันใกล้ สื่ออินเทอร์เน็ตจึงถือเป็นสื่อที่ให้บริการข่าวสารรูปแบบใหม่ แต่ผู้บริโภคเลือกใช้อินเทอร์เน็ตมักประกอบไปด้วยวัตถุประสงค์ที่หลากหลายมากคือ เลือกเปิดอินเทอร์เน็ตเพื่อพักผ่อน ดูข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ธุรกิจ และสุขภาพ หรือเลือกอ่านหนังสือพิมพ์เพื่อติดตามข่าวเจาะลึก ข่าวการเงิน ข่าวกีฬา เป็นต้น

ปัจจัยกำหนดที่มาจากด้านอุปทาน

สำหรับปัจจัยกำหนดที่มาจากด้านอุปทานนั้น ในธุรกิจหนังสือพิมพ์มีปัจจัยสำคัญอยู่ได้แก่ โครงสร้างอุตสาหกรรมในแนวดิ่ง การประหยัดต่อขนาด และการประหยัดจากการเรียนรู้ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

โครงสร้างอุตสาหกรรมในแนวดิ่ง

โครงสร้างอุตสาหกรรมในแนวดิ่งของธุรกิจหนังสือพิมพ์จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และการกระจายหนังสือพิมพ์ไปยังผู้อ่าน โดยในส่วนของกระจายหนังสือพิมพ์ไปยังผู้อ่านได้กล่าวไว้แล้วในหัวข้อลักษณะของลูกค้า หัวข้อนี้จึงขอกล่าวถึงเฉพาะเรื่องวัตถุดิบและโครงสร้างวัตถุดิบเท่านั้น ซึ่งโครงสร้างวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตหนังสือพิมพ์นั้นสามารถแสดงได้ตามตารางที่ 7.1

ตารางที่ 7.2 สัดส่วนต้นทุนในการผลิตหนังสือพิมพ์

	สัดส่วนต้นทุน(%)
กระดาษหนังสือพิมพ์	80-90
หมึกพิมพ์	3-5
เพลท	2-4
ฟิล์ม	2-4
อื่นๆ (เช่น น้ำยาล้างฟิล์ม น้ำยาล้างเพลท)	2-4
รวม	100

ที่มา: แบบ 56-1 ของธุรกิจหนังสือพิมพ์

จากตารางจะพบว่า มูลค่ากระดาษเป็นมูลค่าวัตถุดิบที่สำคัญมากที่สุดเพียงชนิดเดียวของธุรกิจหนังสือพิมพ์ โดยสภาพปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบในการผลิตหนังสือพิมพ์ก็จะมาจากราคากระดาษซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามราคาเยื่อกระดาษ โดยการสั่งซื้อกระดาษหนังสือพิมพ์ของบริษัทผู้ผลิตจะต้องทำการสั่งซื้อก่อนเป็นเวลาล่วงหน้าประมาณ 3-4 เดือน และแม้ว่ากระดาษหนังสือพิมพ์จะเป็นสินค้าประเภทหาซื้อได้ทั่วไป (Commodities) ที่มีราคาตลาดโลกอ้างอิง ทำให้สามารถเปรียบเทียบราคาจากผู้จำหน่ายแต่ละรายได้ แต่ราคาของกระดาษดังกล่าวก็ค่อนข้างมีความผันผวนมาก และบริษัทผู้ผลิตยังต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่ทำให้ราคาของกระดาษดังกล่าวผันผวนเพิ่มขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ปัจจัยทางด้านราคาแล้ว กำลังการผลิตของผู้ผลิตยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่บริษัทต้องให้ความสำคัญ เพราะถ้าเป็นผู้ผลิตที่มีกำลังการผลิตไม่แน่นอนก็จำเป็นต้องสำรองปริมาณวัตถุดิบและถ่วงดุลอำนาจการต่อรองของผู้ผลิตวัตถุดิบแต่ละรายไว้มาก ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการเพิ่มต้นทุนให้เพิ่มสูงขึ้นไปอีก

ในช่วงปี 2542 บริษัทส่วนใหญ่ได้พยายามสั่งซื้อวัตถุดิบจากในประเทศให้มากขึ้น เนื่องจากแหล่งวัตถุดิบต่างประเทศบางแห่งประสบปัญหาในการดำเนินงานและผลของการปรับระบบอัตราแลกเปลี่ยนทำให้ต้นทุนของบริษัทสูงขึ้น ต่อมาในช่วงต้นปี 2543 ถึงปลายปี 2544 บริษัทเหล่านี้ก็ได้ปรับเปลี่ยนสัดส่วนการสั่งซื้อเป็นวัตถุดิบที่มาจากต่างประเทศมากขึ้นหลังจากที่อัตราแลกเปลี่ยนได้เริ่มเข้าสู่สภาวะปกติ สาเหตุหนึ่งก็เนื่องมาจากคุณภาพของกระดาษที่ผลิตในประเทศยังไม่ทัดเทียมกับคุณภาพกระดาษของต่างประเทศ โดยสัดส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบจากแหล่งต่างๆ สามารถแสดงได้ตามตารางที่ 7.3

ตารางที่ 7.3 แหล่งวัตถุดิบในการนำเข้ากระดาษที่ใช้ผลิตหนังสือพิมพ์

แหล่งวัตถุดิบ	สัดส่วน (%)
ประเทศในยุโรปและอเมริกา	60-70
ประเทศในเอเชีย	20-30
ในประเทศ	10-20

ที่มา: แบบ 56-1 ของธุรกิจหนังสือพิมพ์

สำหรับวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ หมึกพิมพ์ เพลท फिल्म และน้ำยาต่างๆ มีสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 10-13 คิดเป็นมูลค่าของวัตถุดิบไม่สูงนักเมื่อเปรียบเทียบกับค่ากระดาษ โดยบริษัทผู้ผลิตได้ทำการสั่งซื้อจากบริษัทตัวแทนในประเทศทั้งหมดเพราะมีผู้ขายเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบในส่วนนี้ไม่มีปัญหากับบริษัท

การประหยัดต่อขนาด

ในส่วนของการประหยัดต่อขนาดนั้น เป็นสิ่งที่ทุกอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนต้นทุนคงที่ต้องเผชิญ โดยถ้ายังมีการลงทุนต้นทุนคงที่มากเท่าไรก็จะยิ่งเผชิญกับสภาพของการประหยัดต่อขนาดมากขึ้นเท่านั้น ธุรกิจหนังสือพิมพ์จึงกลายเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการประหยัดต่อขนาดเข้ามามีบทบาทในการดำเนินธุรกิจ โดยการประหยัดต่อขนาดของธุรกิจหนังสือพิมพ์สามารถพิจารณาได้ดังนี้

- การประหยัดต่อขนาดในต้นทุนการผลิตจริง

การประหยัดต่อขนาดในต้นทุนการผลิตจริงเป็นการประหยัดต่อขนาดที่เกิดขึ้นจากการผลิตเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยของธุรกิจลดลง เนื่องจากต้นทุนคงที่ต่อหน่วยมีค่าลดลงเมื่อปริมาณการผลิตมากขึ้น และอำนาจการเจรจาต่อรองในการจัดซื้อต้นทุนผันแปรมีมากขึ้นด้วย ในธุรกิจหนังสือพิมพ์ก็หมายความว่า บริษัทผู้ผลิตรายใหญ่จะสามารถลงทุนเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพมากกว่า เพื่อการผลิตเป็นจำนวนมาก ทำให้มีต้นทุนต่ำกว่า ขณะที่ในแง่ของต้นทุนผันแปรซึ่งร้อยละ 90 เป็นต้นทุนค่ากระดาษนั้น บริษัทขนาดใหญ่จะสามารถลงทุนสร้างโกดังเก็บกระดาษที่มีขนาดใหญ่กว่าได้ ผลที่ตามมาคือ บริษัทจะสามารถสั่งซื้อได้คราวละมากๆ อันเป็นอำนาจต่อรองการลดราคาของผู้ขายกระดาษ และยังสามารถเลือกซื้อกระดาษในช่วงเวลาที่กระดาษมีราคาถูกลงมากก็ดูสำหรับการผลิตในอนาคตได้มากกว่าอีกด้วย

- การประหยัดต่อขนาดในต้นทุนการทำข่าว

การประหยัดต่อขนาดประการต่อมาของธุรกิจขนาดใหญ่ในตลาดหนังสือพิมพ์จะเกิดจากต้นทุนการทำข่าว ซึ่งต้นทุนการทำข่าวในที่นี้จะต้นทุนการทำข่าวที่รวมเฉพาะต้นทุนในแง่ของการผลิตเนื้อหาข่าวเท่านั้น³⁸ โดยในแง่ของเนื้อหาข่าวนั้น บริษัทขนาดเล็กที่ทำธุรกิจหนังสือพิมพ์จะต้องลงทุนมากกว่า เพราะการเข้าสู่ตลาดหรือดำรงอยู่ได้ของบริษัทหนังสือพิมพ์ขนาดเล็กนั้นจะต้องมีเนื้อหาของข่าวที่ลึกซึ้งมากกว่า เนื่องจากผู้อ่านมีอยู่ในวงจำกัด ในขณะที่บริษัทขนาดใหญ่ซึ่งมีปริมาณขายจำนวนมากนั้น อาจไม่จำเป็นต้องให้ความสนใจในด้านนี้เท่ากับบริษัทขนาดเล็ก เพราะกลุ่มผู้อ่านค่อนข้างกว้างและครอบคลุมมาก อีกทั้งบริษัทใหญ่ที่มียอดขายเป็นจำนวนมากนั้นจะได้รับประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของกลุ่มลูกค้าที่มากกว่าด้วย

- การประหยัดต่อขนาดในต้นทุนการกระจายสินค้า

การประหยัดต่อขนาดในต้นทุนการกระจายสินค้าได้กล่าวไปบ้างแล้วในหัวข้อลักษณะของผู้ซื้อสินค้า ซึ่งเป็นการพิจารณาการให้ส่วนลดของเอเย่นหรือคนกลางในการจัดจำหน่ายสินค้าที่บริษัทขนาดใหญ่จะสามารถให้ส่วนลดเพื่อจูงใจต่อการสนับสนุนของคนกลางให้เกิดการผลักดันสินค้า (Push Strategy) ไปยังผู้ขายรายย่อยได้มากกว่า

- การประหยัดต่อขนาดในต้นทุนการสร้างรายได้จากการโฆษณา

เนื่องจากรายได้ที่มาจากการโฆษณาเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญมากต่อการทำกำไรและการดำรงอยู่ของธุรกิจหนังสือพิมพ์ ดังนั้น หนังสือพิมพ์ทุกฉบับย่อมให้ความสำคัญกับรายได้ที่มาจากส่วนนี้อย่างมากตามไปด้วย และตามที่ไดวิเคราะห์ไว้แล้วจะเห็นว่าอัตราค่าโฆษณาต่อพื้นที่นั้นจะผันแปรไปตามยอดขายของหนังสือพิมพ์ หมายความว่ารายได้จากการโฆษณาจะเปลี่ยนแปลงไปตามพื้นที่และยอดขายหนังสือพิมพ์ด้วย ต่อมาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของต้นทุนการผลิตจริง จะพบว่าบริษัทขนาดใหญ่จะมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำกว่าในจำนวนกระดาษที่เท่ากัน หรือมีจำนวนหน้ากระดาษในหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับที่มากกว่าในต้นทุนการผลิตที่เท่ากัน แสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ที่มียอดขายสูงกว่าจะสามารถเพิ่มจำนวนหน้าให้มากขึ้นเพื่อการขายพื้นที่โฆษณามากขึ้น เพื่อให้ได้รายได้มากขึ้น ในขณะที่ยังสามารถรักษาดัชนีต้นทุนต่อหน่วยให้ยังคงต่ำกว่าได้

³⁸ ต้นทุนการทำข่าวในแง่ของบุคลากรทำข่าวจะกล่าวถึงในหัวข้อการประหยัดจากการเรียนรู้

การประหยัดจากการเรียนรู้

การประหยัดจากการเรียนรู้จะหมายถึงการที่ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดต่ำลง เนื่องจากการมีทักษะของบุคลากรในองค์กรเพิ่มสูงขึ้น โดยการประหยัดจากการเรียนรู้สามารถเกิดได้ 2 แนวทางคือ การประหยัดจากการเรียนรู้ภายใน (Internal Learning Effects) หมายความว่า บุคลากรมีการเรียนรู้จากภายในองค์กรอันเนื่องมาจากประสบการณ์การทำงานภายในองค์กร และการประหยัดจากการเรียนรู้ที่เกิดจากภายนอก (External Learning Effects) หมายถึงการซื้อตัว หรือการนำเอาบุคลากรที่มีทักษะอยู่แล้วจากองค์กรอื่นเข้ามาทำงาน ซึ่งการประหยัดจากการเรียนรู้จะเป็นข้อส่งเสริมให้บริษัทขนาดใหญ่มีความได้เปรียบอันเนื่องมาจากการมีต้นทุนในการรักษาหรือดึงดูดบุคลากรที่มีทักษะมากกว่าให้มาทำงานอยู่กับตนเองได้ โดยที่บุคลากรที่มีทักษะนั้นเปรียบเสมือนทรัพยากรที่มีจำกัดและไม่สามารถสร้างขึ้นได้ในเวลาอันรวดเร็ว ผลที่ตามมาคือจะเกิดปรากฏการณ์สนามแม่เหล็ก (Magnetic Field Phenomenon) ในธุรกิจหนังสือพิมพ์ กล่าวคือ บริษัทขนาดใหญ่จะสามารถรักษาคนที่มีทักษะมากกว่าเอาไว้กับตัวเองได้ด้วยผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินซึ่งต่ำกว่าบริษัทขนาดเล็ก โดยมีผลประโยชน์ทางสังคมมาชดเชย ในขณะที่ถ้าบริษัทขนาดเล็กหรือบริษัทที่เข้าสู่ตลาดใหม่ต้องการบุคคลเหล่านี้ไปทำงานจะต้องจ่ายผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินที่สูงกว่า นอกจากนี้ หากบริษัทเล็กมีการดึงตัวบุคคลดังกล่าวออกไปแล้ว บริษัทใหญ่ก็ยังสามารถดึงเอาบุคคลที่มีทักษะทดแทนกันได้จากบริษัทอื่นมาแทนที่ได้เช่นเดิม ดังนั้น บริษัทใหญ่จะไม่สูญเสียบุคลากรที่มีทักษะไป อีกทั้งยังสามารถจ่ายผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินตอบแทนในอัตราต่ำกว่าได้

บทที่ 8 การกำกับดูแลหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย

โดยทั่วไปแล้ว เสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์เป็นปัจจัยสำคัญต่อความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลข่าวสาร เพราะหากหนังสือพิมพ์ถูกควบคุมไม่ให้มีเสรีภาพในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนอย่างเต็มที่ ก็อาจทำให้ประชาชนถูกไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและครบถ้วน หรืออาจได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกบิดเบือนไปจากความเป็นจริง ผ่านการกำหนดทิศทางอันเป็นที่ต้องการของผู้มีอำนาจได้ จึงอาจกล่าวได้ว่า เสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์จะไปกระทบต่อสิทธิการรับรู้ของประชาชน (Right to Know) ซึ่งจะทำให้ประชาชนไม่สามารถตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ตามที่ตนเองต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ถือเป็นสิทธิเสรีภาพขั้นพื้นฐานของประชาชน ในฐานะที่เป็นเงื่อนไขสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ เพราะสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นเงื่อนไขสำคัญของสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น เพราะการแสดงความคิดเห็นจะเกิดขึ้นได้ก็จะต้องมีความคิดเห็นเป็นของตนเองก่อน โดยการจะมีความคิดเห็นเป็นของตนเองก็จำเป็นต้องมีหลักประกันต่อสิทธิเสรีภาพที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอด้วย

สิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ยังเป็นสิทธิที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 โดยกฎหมายรัฐธรรมนูญได้บัญญัติรับรองสิทธิดังกล่าวเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของบุคคลไว้ตามมาตรา 58 แต่อย่างไรก็ตาม สิทธิรับรู้ตามกฎหมายรัฐธรรมนูญ หมายถึง "สิทธิที่ประชาชนจะรู้เรื่องเกี่ยวกับรัฐบาลเท่านั้น ไม่ใช่เรื่องส่วนตัวอะไรของใครก็จะมีสิทธิ" (กมล สุวรรณธรรมา, 2538)

อย่างไรก็ตาม ในอีกด้านหนึ่ง เสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ก็จะมีผลกระทบต่อสิทธิส่วนบุคคล (Right to Privacy) ของประชาชนที่ถูกนำเสนอด้วยว่าจะได้รับผลอย่างไรจากการนำเสนอข่าวสารดังกล่าว เพราะหากหนังสือพิมพ์ใช้เสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารไปในทางที่ผิดก็อาจทำให้การนำเสนอข่าวสารนั้นไปละเมิดสิทธิส่วนบุคคลที่ถูกนำเสนอจนเสื่อมเสียชื่อเสียง หรือได้รับความเสียหายได้ เช่น การนำเสนอข่าวคดีข่มขืน ที่หนังสือพิมพ์มีการนำเสนอข่าวของผู้ถูกข่มขืนจนทำให้บุคคลดังกล่าวได้รับความอับอาย และเสื่อมเสียชื่อเสียงมากยิ่งขึ้น เช่น การลงภาพถ่ายของผู้ถูกข่มขืน การระบุชื่อญาติพี่น้องของผู้ถูกข่มขืน การลงที่อยู่ สถานที่ทำงาน หรือสถานศึกษาของผู้ถูกข่มขืน เป็นต้น การกระทำดังกล่าวจึงถือได้ว่าเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้ถูกข่มขืน ซึ่งเป็นผลกระทบโดยตรงจากการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ที่ไม่ได้รับการควบคุมอย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ การที่หนังสือพิมพ์เป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างกลุ่มต่างๆ ของสังคม ทำให้หนังสือพิมพ์ต้องเผชิญกับปัญหาการถูกคุกคามจากบุคคลที่มีอิทธิพล ซึ่งต้องการให้หนังสือพิมพ์เสนอข่าวที่บิดเบือนจากความเป็นจริง เพื่อให้เป็นผลประโยชน์กับตนเอง รวมทั้งหนังสือพิมพ์ยังมีโอกาสที่จะไปคุกคามประชาชนได้ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีอำนาจของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งอาจจะทำให้บุคคลนั้นๆ เสียประโยชน์ได้ ดังนั้น หนังสือพิมพ์นอกจากจะต้องมีความเป็นกลางและมีเสรีภาพในการนำเสนอข่าวอย่างแท้จริงแล้ว หนังสือพิมพ์ยังต้องดำรงอยู่ภายใต้กรอบของกฎหมาย จริยธรรม และศีลธรรมอันดีของสังคม บนพื้นฐานที่ว่า หนังสือพิมพ์จะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อไม่ให้เกิดการใช้เสรีภาพที่มีอยู่ไปบิดเบือนข้อมูลข่าวสาร หรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่นได้

จริยธรรมของหนังสือพิมพ์

เนื่องจากการปฏิบัติหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ได้อยู่ภายใต้ข้อจำกัดและอุปสรรคเป็นจำนวนมาก รวมทั้งมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายกลุ่มในสังคม ทำให้การดำเนินงานของหนังสือพิมพ์อาจมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ การที่หนังสือพิมพ์เป็นตัวกลางของการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร และเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่มตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ยังทำให้การดำเนินการของหนังสือพิมพ์อาจกลายเป็นช่องทางสำคัญที่ทำให้บุคคลกลุ่มต่างๆ เข้ามาแสวงหาผลประโยชน์ จึงเป็นความเสี่ยงที่อาจจะทำให้หนังสือพิมพ์กระทำผิดจริยธรรมได้ โดยที่ผ่านมามีงานศึกษาเกี่ยวกับจริยธรรมของหนังสือพิมพ์ในด้านต่างๆ ไว้ดังตารางที่ 8.1

ตารางที่ 8.1 ปัญหาทางจริยธรรมของหนังสือพิมพ์ที่เกิดขึ้นจริง

ปัญหาทางจริยธรรม ที่เกิดขึ้นจริง	ร้อยละของปัญหา ในมุมมองนักหนังสือพิมพ์	ร้อยละของปัญหา ในมุมมองผู้อ่านหนังสือพิมพ์
การวางตัวไม่เป็นกลาง	29.63	34.27
การรับซองขาว	16.67	9.27
การเสนอข่าวบิดเบือน	13.89	22.78
การเสนอข่าวละเมิด สิทธิส่วนบุคคล	12.96	16.13
การใช้ภาษาเสียดสี	10.65	7.46
การเรียกรับผลประโยชน์ อันไม่ชอบธรรม	8.33	4.44
การใช้คำหยาบคาย	5.56	3.63
อื่นๆ	2.31	2.02
รวม	100	100

ที่มา: สุวัฒน์ ทองธนากุล. **ปัญหาจริยธรรมและบทบาทของสภากาหนังสือพิมพ์แห่งชาติในการกำกับด้านจริยธรรม**. เอกสารวิจัยส่วนบุคคล วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, 2542, หน้า 65-66.

จากปัญหาทางจริยธรรมตามที่น่าเสนอในตารางที่ 15 จะพบว่า ปัญหาสำคัญในมุมมองของนักหนังสือพิมพ์และผู้อ่านหนังสือพิมพ์ในลำดับต้นๆ ค่อนข้างจะใกล้เคียงกันคือ ปัญหาการวางตัวไม่เป็นกลาง การรับซองขาว การเสนอข่าวบิดเบือน และการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

ปัญหาทั้ง 4 ประการดังกล่าวนี้ สามารถสรุปได้เป็น 2 หมวดสำคัญ คือ ปัญหาการเป็นตัวกลางการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ ปัญหาการวางตัวไม่เป็นกลาง การรับซองขาว และการเสนอข่าวบิดเบือน และปัญหาการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล โดยปัญหาในกลุ่มแรกจะเป็นการส่งผ่านข้อมูลที่บิดเบือน เติมแต่ง หรือไม่ครบถ้วน ซึ่งปัญหาเหล่านี้สามารถเกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะคือ ความบกพร่องทางจริยธรรม (Moral Hazard) และการเลือกผิดโดยไม่ตั้งใจ (Adverse Selection)

ความบกพร่องทางจริยธรรมของหนังสือพิมพ์นั้น เกิดจากปัญหาที่เกี่ยวข้องกันระหว่างการรับซองขาว การเสนอข่าวบิดเบือน และการเสนอข่าวที่ไม่เป็นกลาง เช่น นักหนังสือพิมพ์อาจเรียกรับซองขาวจากบุคคลบางกลุ่มที่ต้องการให้ตนเองเสนอข่าวบิดเบือนหรือไม่เป็นกลาง โดยปัญหาเหล่านี้เป็นสิ่งที่นักหนังสือพิมพ์บางรายมีเจตนาที่ต้องการแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนเอง อันเป็นการทำข่าวอย่างไม่เป็นกลางโดยเจตนา ส่งผลให้ประชาชนได้รับข่าวสารข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง และครอบคลุม

นำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาดจากที่ควรจะเป็นได้ จึงทำกลไกการทำงานของตลาดทั้งทางเศรษฐกิจและการเมืองไม่สมบูรณ์ได้

อย่างไรก็ตาม การนำเสนอข่าวที่บิดเบือนหรือไม่ครบถ้วนและไม่เป็นกลางอาจเกิดจากการเลือกผิดโดยไม่ได้ตั้งใจ ในกรณีนี้ถือเป็นการนำเสนอข่าวอย่างไม่เป็นกลางโดยไม่ได้เจตนา ซึ่งอาจเกิดจากความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของนักข่าว เช่น หากมีกรณีพิพาทเกิดขึ้น คู่กรณีจะรู้ถึงข้อมูลข่าวสารทั้งหมดที่เกิดขึ้นระหว่างการพิพาท ในขณะที่หนังสือพิมพ์ซึ่งไม่ได้อยู่ในกรณีพิพาทดังกล่าวไม่รู้ ต้องอาศัยการวินิจฉัยจากคำบอกเล่า สถานการณ์ที่เป็นไปได้ หรือสิ่งแวดล้อมของเหตุการณ์ ยกตัวอย่างเช่น ในกรณีของโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่อย่างเช่นการสร้างท่าอากาศยาน หรือถนนข้ามทะเลจะมีกรณีพิพาทเกิดขึ้นระหว่างบุคคลหลายกลุ่ม ซึ่งในที่นี้ขอยกกรณีพิพาทระหว่างสองกลุ่มคือ กลุ่มของนักธุรกิจและกลุ่มชาวบ้าน โดยหนังสือพิมพ์ก็ควรทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการรายงานข้อมูลที่เป็นกลางอย่างตรงไปตรงมาตามที่สามารถหาข้อมูลข่าวสารได้ แต่ในความเป็นจริง กลุ่มนักธุรกิจจะมีความพร้อมต่อการให้สัมภาษณ์กับหนังสือพิมพ์มากกว่ากลุ่มชาวบ้าน โดยมีตัวแทนของกลุ่มที่ชัดเจนและเข้าใจในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมาทำหน้าที่แทนกลุ่ม ซึ่งตัวแทนดังกล่าวจะสามารถอธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยภาษาที่เข้าใจได้ง่าย มีการลำดับความที่น่าเชื่อถือ และมีการเตรียมข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการทำข่าวไว้ค่อนข้างพร้อม และในบางกรณี นักธุรกิจก็จะให้การจ่ายเงินบางส่วนมาเป็นงบประมาณในหนังสือพิมพ์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในส่วนของตนให้ประชาชนส่วนใหญ่คล้อยตาม ในขณะที่กลุ่มของชาวบ้านเองจะไม่สามารถรวมตัวกันเพื่อค้นหาตัวแทนที่เหมาะสมในการให้สัมภาษณ์หรือรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นเอาไว้ได้ง่ายนัก เพราะไม่ได้มีโครงสร้างการจัดสถาบันที่ดีพอ ทำให้เมื่อหนังสือพิมพ์ทำการติดต่อเพื่อขอสัมภาษณ์หรือตามต่อในเรื่องของข้อมูลข่าวสารและข้อเท็จจริงก็จะทำได้ง่ายกว่าในด้านของข้อมูลข่าวสารที่มาจากกลุ่มนักธุรกิจ ซึ่งกลุ่มนักธุรกิจก็มักจะมีแนวโน้มในการให้ข้อมูลที่เอนเอียงมาด้านของตนเองมากกว่า เมื่อเป็นเช่นนี้การรายงานข่าวและตามต่อของข่าวโดยหนังสือพิมพ์ก็อาจจะเอนเอียงไปทางกลุ่มนักธุรกิจโดยไม่ได้ตั้งใจ

ในขณะที่ปัญหาอีกประการหนึ่งคือ ปัญหาการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ซึ่งการละเมิดนี้ไม่ได้ทำให้การรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากความเป็นจริง แต่เป็นการทำให้บุคคลบางคนหรือบางกลุ่มได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหาย ซึ่งแม้ว่าปัญหาในกรณีนี้จะเป็นปัญหาระหว่างบุคคลกับหนังสือพิมพ์ แต่ก็ก็เป็นปัญหาที่สมควรมีการกำกับดูแลเช่นเดียวกับกรณีแรก เพราะถือเป็นการก้าวล่วงสิทธิส่วนบุคคลของผู้ที่ไม่เกี่ยวข้อง

โครงสร้างการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์

เมื่อพิจารณาถึงโครงสร้างการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์ในเชิงจริยธรรมจะพบว่า โครงสร้างการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์จะมีมาตรการอยู่ 4 กลุ่ม ได้แก่ มาตรการการควบคุมโดยสาธารณะ (Public Regulation) มาตรการการควบคุมทางการปกครอง (Government Regulation) มาตรการการควบคุมทางกฎหมาย (Legal Regulation) และมาตรการการควบคุมตนเอง (Self Regulation)³⁹ ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละมาตรการแล้ว จะสามารถอธิบายได้ ดังต่อไปนี้

มาตรการการควบคุมโดยสาธารณะ (Public Regulation)⁴⁰

การควบคุมโดยสาธารณะเป็นการควบคุมที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบสนองของสาธารณชนผ่านการทำงานของสื่อมวลชน ในฐานะที่เป็นผู้บริโภคสื่อโดยตรง การควบคุมโดยสาธารณะนั้นจะสะท้อนถึงกลไกตามระบอบประชาธิปไตยคือ สาธารณชนเองเป็นผู้ตัดสินใจในกระบวนการควบคุมสื่อมวลชน เพื่อไม่ให้สื่อมวลชนดำเนินการโดยปราศจากขอบเขตแห่งความรับผิดชอบ ซึ่งมาตรการควบคุมโดยสาธารณะ จำแนกได้ 4 รูปแบบ ได้แก่

1. การควบคุมโดยปัจเจกบุคคล

การควบคุมโดยปัจเจกบุคคล คือ การที่แต่ละบุคคลมีปฏิกิริยาต่อหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นๆ เช่น การแสดงความคิดเห็นและเรียกร้องด้วยการเขียนจดหมายหรือโทรศัพท์ไปยังบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ หรือการหยุดซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นๆ เป็นต้น

2. การควบคุมโดยมติมหาชน

การควบคุมสื่อมวลชนโดยมติมหาชน หมายถึง การลงประชานิธิ (Publicized) ที่เป็นทางการหรือไม่ก็ได้ แต่การกระทำนั้นเป็นการแสดงมติต่อสื่อมวลชนในบางประการ เช่น การที่ผู้บริโภคได้รวมตัวกันเพื่อการงดซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นๆ (Boycotts) เนื่องจากความไม่พอใจในการรายงานข้อมูลข่าวสารของหนังสือพิมพ์

³⁹ สุวัฒน์ ทองธนากุล. ปัญหาจริยธรรมและบทบาทของสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติในการกำกับด้านจริยธรรมของหนังสือพิมพ์. เอกสารวิจัยส่วนบุคคล วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, 2542.

⁴⁰ รายละเอียดของมาตรการนี้สามารถดูได้จาก วิลาสินี พิพิฏกุล การตรวจสอบโดยสังคม ในโครงการการปฏิรูประบบสื่อ สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2547.

3. การควบคุมจากกลุ่มทางสังคม

เนื่องจากการควบคุมโดยมติมหาชนนั้นเป็นไปได้ค่อนข้างยาก และการควบคุมโดยปัจเจกบุคคลก็มักไม่ได้ผลเท่าที่ควร การกำกับดูแลหนังสือพิมพ์จึงจำเป็นต้องดำเนินการโดยกลุ่มทางสังคมที่มีลักษณะเฉพาะ เพื่อแก้ไขปัญหาการควบคุมในทั้งสองกลไกดังกล่าวข้างต้น เพราะการควบคุมโดยกลุ่มทางสังคมจะมีพลังมากกว่าและมีต้นทุนในการรวมตัวต่ำกว่า เช่น การประท้วงของสมาคมสตรี เมื่อหนังสือพิมพ์รายงานข่าวเสมือนหนึ่งว่าสตรีเป็นเพียงวัตถุทางเพศ เป็นต้น

4. การควบคุมจากระบบการแข่งขันทางธุรกิจ

การแข่งขันระหว่างหนังสือพิมพ์ด้วยกัน เปรียบเสมือนเป็นการควบคุมรูปแบบหนึ่ง โดยเป็นการควบคุมจากมติมหาชนในทางอ้อม เนื่องจากหนังสือพิมพ์จำเป็นต้องแสวงหาการสนับสนุนจากประชาชนในฐานะผู้บริโภค ดังนั้น หนังสือพิมพ์จึงต้องปรับปรุงและแก้ไขการทำงานของตนเองอยู่เสมอ เพื่อรักษาและเพิ่มพูนจำนวนผู้บริโภคของตน เช่นเดียวกับการอาศัยกลไกการโฆษณาที่การแข่งขันความจำนงลงโฆษณาบริษัทธุรกิจและอัตราค่าใช้จ่ายทางโฆษณาของบริษัทธุรกิจ จะสะท้อนให้เห็นความนิยมของประชาชนต่อหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นๆ หนังสือพิมพ์ฉบับใดที่มียอดการโฆษณาลดต่ำ ย่อมแสดงให้เห็นถึงการไม่สนับสนุนของประชาชน อันอาจส่งผลต่อผลการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์นั้น

มาตรการการควบคุมทางกฎหมาย (Legal Regulation)

มาตรการควบคุมทางกฎหมาย เป็นมาตรการเพื่อควบคุมการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ในแง่ของเสรีภาพและความรับผิดชอบที่จำเป็นต้องมีตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ ตลอดจนสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนตามกฎหมายรัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ.2540 อันจะมีความเกี่ยวเนื่องกับเสรีภาพของหนังสือพิมพ์ในการเสนอข่าว นอกจากนี้ การนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ควรต้องคำนึงถึงการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้ตกเป็นข่าวประกอบด้วย เพราะผู้ตกเป็นข่าวอาจได้รับความเสียหายจากการนำเสนอข่าวสารดังกล่าว ซึ่งอาจทำให้บุคคลนั้นๆ มีสิทธิในการฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายจากหนังสือพิมพ์ผู้นำเสนอข่าวสารดังกล่าวได้

เมื่อบุคคลหนึ่งได้รับความเสียหายจากการนำเสนอข่าวสารของสื่อหนังสือพิมพ์ในแง่ใดก็ตาม บุคคลดังกล่าวจะสามารถดำเนินการทางกฎหมายเพื่อเรียกร้องให้หนังสือพิมพ์แสดงความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้น ซึ่งกฎหมายที่นำมาปรับใช้ในเรื่องของความเสียหายดังกล่าว ได้แก่ กฎหมายรัฐธรรมนูญ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยลักษณะละเมิด และประมวลกฎหมายอาญา⁴¹

⁴¹ รายละเอียดของกฎหมายสามารถดูได้จากภาคผนวก

เมื่อสิทธิส่วนบุคคลได้มีบทบัญญัติของกฎหมายรัฐธรรมนูญเข้ามารองรับ แต่เมื่อมีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลเกิดขึ้น บทบัญญัติของกฎหมายรัฐธรรมนูญเองก็ไม่อาจนำมาบังคับใช้ในการเยียวยาความเสียหายที่เกิดขึ้นได้โดยตรง หากแต่ต้องอาศัยบทบัญญัติกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ลักษณะละเมิดในกรณีที่ต้องการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนหรือร้องขอให้เยียวยาต่อความเสียหายที่เขาได้รับในทางแพ่ง ส่วนประมวลกฎหมายอาญาจะเข้ามาเกี่ยวข้องเมื่อเข้าความผิดฐานหมิ่นประมาท และผู้เสียหายต้องการฟ้องคดีอาญาแก่ผู้ที่กระทำตนต้องเสียหายนั้น นอกจากนี้ในบางกรณีอาจจะต้องพิจารณากฎหมายพิเศษเป็นเรื่องๆ ไป ว่าบทบัญญัติกฎหมายดังกล่าวมีข้อห้ามมิให้สื่อมวลชนกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใด อันอาจเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลหรือเป็นส่วนตัวที่กฎหมายมุ่งประสงค์จะคุ้มครอง

มาตรการการควบคุมทางการปกครอง (Government Regulation)

การควบคุมสื่อมวลชนโดยอาศัยมาตรการทางการปกครองของประเทศไทยนั้น รัฐยังเป็นผู้มีบทบาทสูงในการกำหนดบทบาทถึงสิ่งที่ต้องกระทำ และไม่กระทำของสื่อมวลชน โดยหน่วยงานราชการที่มีหน้าที่ดูแลควบคุมสื่อมวลชนมีเป็นจำนวนมาก สำหรับองค์กรทางการปกครองในส่วนของหนังสือพิมพ์นั้น หน่วยงานของรัฐที่เข้ามามีบทบาทในการควบคุมค่อนข้างมาก ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

มาตรการการควบคุมตนเอง (Self Regulation)⁴²

มาตรการการควบคุมตนเอง เป็นความรับผิดชอบที่เกิดขึ้นจากจิตสำนึก และความตระหนักของบุคคลในวงการสื่อสารมวลชนเอง เกี่ยวกับบทบาทที่เหมาะสมของสื่อมวลชนต่อสังคมส่วนรวม โดยมาตรการการควบคุมตนเองมี 2 ระดับคือ ระดับจรรยาบรรณ หมายถึงเป็นการกำกับดูแลที่อาศัยจิตสำนึกของแต่ละบุคคล และระดับสภาวิชาชีพ อันเป็นการกำกับดูแลที่มีองค์กรกลางเข้ามาควบคุม ดังนั้น มาตรการควบคุมตนเองของหนังสือพิมพ์ จึงประกอบด้วย

จรรยาบรรณของหนังสือพิมพ์

จรรยาบรรณของหนังสือพิมพ์ เป็นจริยธรรมที่นักวารสารศาสตร์พึงปฏิบัติในฐานะที่เป็นผู้ประกอบวิชาชีพทางด้านนี้ ซึ่งในวงการวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนในประเทศไทย ก็ได้มี

⁴² รายละเอียดของมาตรการนี้สามารถดูได้จาก พิงรอง รามสูต วัฒนันท์ การกำกับดูแลตนเองของสื่อ ในโครงการการปฏิรูประบบสื่อ สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2547.

การกำหนดจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพไว้ เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกของปัจเจกบุคคลในการทำหน้าที่เพื่อสังคมอย่างแท้จริง

สำหรับจริยธรรมแห่งการประกอบวิชาชีพนั้น สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ก็ได้กำหนดไว้ดังนี้

1. ส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งเสรีภาพของการเสนอข่าวและความคิดเห็น
2. ให้ประชาชนได้ทราบข่าวเฉพาะที่เป็นจริง การเสนอข่าวสารใดๆ ออกพิมพ์โฆษณาเผยแพร่ ถ้าปรากฏว่าไม่ตรงต่อความเป็นจริง ต้องรีบจัดการแก้ไขให้ถูกต้องโดยเร็ว
3. ในการได้มาซึ่ง ข่าว ภาพ หรือข้อมูลอื่นใด มาเป็นของตน ต้องใช้วิธีการที่สุภาพและซื่อสัตย์เท่านั้น
4. เคารพในความไว้วางใจของผู้ให้ข่าว และรักษาไว้ซึ่งความลับของแหล่งข่าว
5. ปฏิบัติหน้าที่ของตน โดยมุ่งหวังต่อสาธารณประโยชน์ ไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว หรือหมู่คณะโดยไม่ชอบธรรม
6. ไม่กระทำการอันเป็นการบั่นทอนเกียรติคุณของวิชาชีพ หรือความสามัคคีของเพื่อนร่วมวิชาชีพ

ในขณะที่จรรยาบรรณหนังสือพิมพ์ ของสมาคมนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยในพรมบรมราชูปถัมภ์ จะประกอบด้วย

1. การส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งเสรีภาพของหนังสือพิมพ์เป็นการกิจอันมีความสำคัญเหนืออื่นใด สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์
2. การเสนอข่าว ภาพ หรือการแสดงความคิดเห็น ต้องเป็นไปด้วยความสุภาพ สุจริต ปราศจากความมุ่งหวังในประโยชน์ส่วนตน หรือ อามิสสินจ้างใดๆ
3. การเสนอข่าว ต้องเสนอแต่ความจริงพึงละเว้นการต่อเติมเสริมแต่งหากปรากฏว่าข่าวใดไม่ตรงต่อความจริง ต้องรีบแก้ไขโดยเร็ว
4. การที่จะให้ได้ข่าว ภาพหรือข้อมูลอย่างใดๆมาเป็นของตน ต้องใช้วิธีการที่สุภาพและซื่อสัตย์
5. ต้องเคารพต่อความไว้วางใจที่ได้รับมอบหมายจากการปฏิบัติหน้าที่ในวิชาชีพของตน
6. ต้องปฏิบัติหน้าที่ของตน โดยถือเอาสาธารณประโยชน์ เป็นสำคัญ ไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่ของตน โดยถือเอาสาธารณประโยชน์ เป็นสำคัญ ไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่ แสวงหาประโยชน์ส่วนตนหรือหมู่คณะโดยมิชอบ

7. ต้องไม่กระทำการใดๆ อันเป็นการบั่นทอนเกียรติคุณของวิชาชีพ หรือ ความสามัคคี ของเพื่อนร่วมวิชาชีพ

สภาวิชาชีพทางด้านวารสารศาสตร์

สภาวิชาชีพ ถือเป็นองค์กรที่ดำเนินการในอีกมาตรการหนึ่งที่ใช้ควบคุมนักหนังสือพิมพ์ด้วยกันเอง โดยเป็นมาตรการที่ริเริ่มจากคนในวงการ เพื่อใช้ควบคุมการปฏิบัติงานของหนังสือพิมพ์ ได้แก่ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ มาตรการการควบคุมกันเองของหนังสือพิมพ์ จึงถือเป็นมาตรการการควบคุมที่พยายามหลีกเลี่ยงการกำกับดูแลจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งอาจมีการแทรกแซงเกิดขึ้นได้

สภาการหนังสือพิมพ์ฯ เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อส่งเสริมเสรีภาพ ความรับผิดชอบ และยกระดับผู้ประกอบการวิชาชีพและกิจการหนังสือพิมพ์ให้ดียิ่งขึ้น สภาการหนังสือพิมพ์ฯ เป็นรูปแบบของการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์ในแบบทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ไม่เห็นด้วยกับการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์แบบอำนาจนิยม แต่ถ้าหากปล่อยให้มีการใช้เสรีภาพแบบเสรีนิยมเกินไป ก็อาจจะมีผลกระทบต่อสังคมได้ ดังนั้น ทางเลือกของกลุ่มหนังสือพิมพ์หลายประเทศคือ การให้หนังสือพิมพ์มีเสรีภาพ ปลอดจากการควบคุมของรัฐ แต่มีอำนาจกำกับดูแลลงโทษหนังสือพิมพ์ โดยอาศัยเกียรติยศแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนที่พึงมีอยู่

สำหรับในประเทศไทยได้มีการต่อสู้เพื่อให้มีการจัดตั้งสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติมานานร่วม 30 ปี จนกระทั่งวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ.2540 ก็สามารถจัดตั้งสภาการหนังสือพิมพ์ฯ ขึ้นอย่างเป็นทางการ เมื่อเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษจำนวน 25 ฉบับ จากจำนวนทั้งสิ้น 32 ฉบับ รวมทั้งองค์กรที่เกี่ยวข้องกับหนังสือพิมพ์ 10 องค์กร ได้ร่วมกันลงนามในบันทึกเจตนารมณ์จัดตั้ง “สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ” โดยมีตัวแทนสถานทูตสหรัฐอเมริกา อินเดีย รัสเซีย และสโมสรผู้สื่อข่าวต่างประเทศร่วมเป็นสักขีพยาน

ประสิทธิภาพของกลไกการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์

เมื่อพิจารณากลไกการควบคุมจริยธรรมหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 มาตรการแล้ว จะพบว่า แต่ละมาตรการมีข้อดีข้อเสีย และความเหมาะสมกับแต่ละเหตุการณ์ที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้ในงานวิจัยฉบับนี้จะอาศัยกรอบแนวคิดของเศรษฐศาสตร์สถาบันเข้ามาวิเคราะห์ โดยจะเป็นการพิจารณาถึงต้นทุนธุรกรรม ประสิทธิภาพของการใช้มาตรการ บทลงโทษ ความสามารถในการหยุดหรือเยียวยาความเสียหาย และระยะเวลาในการดำเนินการของแต่ละมาตรการ

มาตรการการกำกับดูแลโดยสาธารณะ

ในมาตรการการกำกับดูแลโดยสาธารณะนั้น อาจถือได้ว่าเป็นกระบวนการการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะเป็นการแทรกแซงทางสังคม (Social Sanction) ประเภทหนึ่ง โดยจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะมาตรการหยุดซื้อที่ส่งผลกระทบต่อรายได้จากการขายหนังสือพิมพ์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และยังส่งผลต่อเนื่องไปยังรายได้จากการขายโฆษณา อันเป็นรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ด้วย มาตรการดังกล่าวย่อมส่งผลให้หนังสือพิมพ์หาทางแก้ไขต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้นอย่างดีที่สุด โดยอาจจะเป็นการขอโทษ การยอมรับผิด การชดใช้ค่าเสียหาย หรือวิธีการอื่นๆ

อย่างไรก็ตาม มาตรการการควบคุมโดยสาธารณะใน 2 รูปแบบแรกจะเป็นการกระทำผ่านมาตรการการหยุดซื้อเป็นหลัก ซึ่งการควบคุมโดยปัจเจกบุคคลด้วยวิธีนี้ ย่อมไม่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจหนังสือพิมพ์มากนัก เพราะเป็นรายได้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ในขณะที่การควบคุมโดยมติมหาชนจะมีประสิทธิผลมากกว่า แต่มาตรการการหยุดซื้อโดยมหาชนก็เกิดขึ้นได้ยากมากในโลกของความเป็นจริง เนื่องจากเหตุผลสำคัญคือ การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลมีต้นทุนสูงมาก (Coordination Problem) จนอาจไม่คุ้มกับการสร้างความร่วมมือระหว่างบุคคลเพื่อกำกับดูแลหนังสือพิมพ์ หมายความว่า ถ้าหนังสือพิมพ์เสนอข่าวแบบที่ผิดจริยธรรม เช่น การละเมิด ซึ่งการละเมิดดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อบุคคลเพียงบางกลุ่ม และย่อมไม่ได้ทำให้บุคคลที่ไม่อยู่ในกลุ่มคำนึงถึงสภาวะส่วนตัวของบุคคลผู้ถูกละเมิดมากนัก เพราะไม่ได้เกิดผลกระทบโดยตรงกับตนเอง หรือเกิดผลกระทบน้อยมาก เพราะเป็นผลกระทบผ่านระบบศีลธรรมของสังคม ดังนั้น มาตรการการหยุดซื้อจะไม่เกิดขึ้น เนื่องจากบุคคลที่ไม่ถูกละเมิด ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของสังคมนั้น ไม่ได้รับผลกระทบและไม่ได้ตระหนักถึงการละเมิดดังกล่าว โดยถ้าผู้ถูกละเมิดต้องการให้มาตรการหยุดซื้อเกิดขึ้นในสังคม ก็ต้องสร้างความเข้าใจหรือชักจูงให้ผู้คนส่วนใหญ่เห็นด้วย ซึ่งจะมีต้นทุนสูงมากและมีโอกาสสำเร็จน้อยมาก

ในขณะที่การกำกับดูแลจากระบบการแข่งขันนั้น ไม่มีประสิทธิภาพมากนัก เพราะหนังสือพิมพ์มักหลีกเลี่ยงที่จะทำหน้าที่ตรวจสอบกันเอง เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงความขัดแย้งระหว่างกันเอง⁴³ โดยหากจะมีการตรวจสอบเกิดขึ้น ก็จะเป็นไปใน 2 รูปแบบ ได้แก่ เป็นการเสนอข่าวสารจากการเคลื่อนไหวของกลุ่มทางสังคมแทนที่จะเป็นการเสนอความคิดเห็นของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นๆ โดยตรง และหากจะมีการตรวจสอบโดยตรงก็จะเป็นหนังสือพิมพ์ขนาดเล็กที่ทำหน้าที่ตรวจสอบหนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่เท่านั้น ซึ่งก็จะไม่ค่อยได้รับความสนใจจากประชาชนมากนัก

⁴³ อรุณช วานิชทวีวัฒน์. กระบวนการตรวจสอบกันเองระหว่างหนังสือพิมพ์รายวัน ในช่วงปี พ.ศ. 2537 ถึง พ.ศ. 2539. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ดังนั้น มาตรการการกำกับดูแลโดยสาธารณะ ที่สามารถใช้ได้ในโลกความเป็นจริง และมีประสิทธิผลมากที่สุดคือ การควบคุมผ่านกลุ่มทางสังคม เช่น องค์กรสตรี องค์กรทางด้านเด็กและเยาวชน เพราะองค์กรเหล่านี้จะเป็นการรวมตัวของกลุ่มบุคคลที่มีวัตถุประสงค์เดียวกัน และมีการทำงานในรูปแบบที่เป็นทางการ ทำให้ต้นทุนการกำกับดูแล และต้นทุนการติดต่อสื่อสารต่ำกว่าการที่บุคคลบางกลุ่มจะกระทำเองมาก รวมทั้งสามารถสร้างกระแสหรือกำหนดทิศทางต่อการมีส่วนร่วมของบุคคลอื่นๆ ในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า

นอกจากนี้ การควบคุมผ่านกลุ่มทางสังคมยังสามารถทำได้ค่อนข้างรวดเร็วด้วย เพราะกลุ่มทางสังคมจะทำหน้าที่สร้างกระแสให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ในสังคมให้คำนึงถึงการเสนอข่าวสารในเรื่อมนั้นๆ ว่ามีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด กลุ่มทางสังคมจึงไม่ได้เป็นผู้ตัดสินใจการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์โดยตรง เพียงแต่เป็นการเสนอความคิดเห็น การควบคุมในรูปแบบนี้จึงไม่ต้องอาศัยระยะเวลาและกระบวนการมากนัก เพราะไม่ได้มีผลผูกพันในการให้คุณให้โทษกับหนังสือพิมพ์โดยตรง รวมทั้งการสร้างกระแสหรือการนำเสนอความคิดเห็นในแต่ละเรื่องดังกล่าวก็สามารถทำได้โดยการจัดแถลงข่าว หรือส่งจดหมายเวียนเท่านั้น ซึ่งมีต้นทุนที่ต่ำ และหนังสือพิมพ์เองก็ให้ความสำคัญ เพราะต้องตระหนักถึงภาพพจน์ของตนเองด้วย

มาตรการการกำกับดูแลทางกฎหมาย

มาตรการการกำกับดูแลทางกฎหมายถือเป็นมาตรการที่เห็นผลเป็นรูปธรรมมากที่สุด เพราะเป็นการใช้กระบวนการทางกฎหมายผ่านกระบวนการยุติธรรม รวมทั้งมาตรการนี้ยังสามารถสร้างภาระความรับผิดชอบให้กับหนังสือพิมพ์ได้ เช่น การปรับ การเรียกค่าสินไหมทดแทน และการตัดสินจำคุก เป็นต้น ดังนั้น ในแง่ของบทลงโทษที่เป็นรูปธรรมแล้ว มาตรการการกำกับดูแลทางกฎหมายจะส่งผลให้ผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์มีความตระหนักถึงมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม มาตรการการกำกับดูแลทางกฎหมายนั้น แม้ว่าจะมีผลที่เป็นรูปธรรมมากที่สุดก็ตาม แต่ต้นทุนการดำเนินการก็สูงมากตามไปด้วย ทั้งต้นทุนที่เป็นตัวเงิน และต้นทุนค่าเสียโอกาสจากการเสียเวลา เนื่องจากกระบวนการยุติธรรมนั้น จำเป็นต้องมีการสอบสวน พิจารณา และตัดสิน ซึ่งจำเป็นต้องใช้ความรอบคอบอย่างมาก เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดหรือลำเอียงได้

สำหรับต้นทุนการดำเนินการนั้น บุคคลผู้เสียหายในฐานะโจทก์จะต้องจ่ายไปก่อน เช่น ค่าทนาย ค่าธรรมเนียมศาล ซึ่งจะได้คืน เมื่อการดำเนินคดีถึงที่สุด และแม้ว่าจะชนะคดีความแต่การได้รับชดเชยคืนจากหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นจำเลยก็จะได้รับคืนในอัตราขั้นต่ำตามที่ศาลกำหนดเท่านั้น รวมทั้งรายจ่ายที่ต้องจ่ายไปก่อนก็เป็นต้นทุนที่ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อต้องการให้มีโอกาสชนะคดีมากขึ้นก็ต้องอาศัยทนายที่มีชื่อเสียง ซึ่งก็จะทำให้มีต้นทุนเพิ่มสูงขึ้นไปอีก

ขณะที่ต้นทุนค่าเสียโอกาสของเวลา ก็มีค่อนข้างสูงเช่นเดียวกัน เพราะในระบบของศาลนั้น ต้องอาศัยกระบวนการที่รอบคอบ ทำให้ต้องใช้เวลานาน ซึ่งอาจไม่ทันต่อการเยียวยาความเสียหายที่เกิดขึ้น

นอกจากนี้ การพิจารณาค่าเสียหายและค่าสินไหมทดแทน กระบวนการทางศาลจะทำการพิจารณาเฉพาะค่าเสียหายที่เกิดขึ้นจริงและเฉพาะกับตัวผู้เสียหายเท่านั้น โดยไม่ได้พิจารณาถึงโอกาสที่จะแสวงหารายได้ที่ควรจะได้ในอนาคตในระยะยาว ซึ่งสูญเสียไป หรือความเสียหายที่ส่งผลกระทบต่อญาติพี่น้อง ครอบครัว หรือคนสนิทด้วย ทำให้ค่าเสียหายที่โจทก์ได้รับหากขณะคดีนั้น ไม่สามารถชดเชยกับความเสียหายที่เกิดขึ้นได้อย่างแท้จริง

มาตรการการกำกับดูแลทางการปกครอง

การละเมิดจริยธรรมบางประการของหนังสือพิมพ์นั้น อาจก่อให้เกิดการเลียนแบบหรือย้ายู จนส่งผลเสียหายต่อสังคมในวงกว้างมากขึ้น เช่น การลงข่าวนักเรียนตีกันอย่างต่อเนื่อง ก็อาจกลายเป็นกระแสหรือค่านิยมของนักเรียนให้เกิดการตีกันมากขึ้น หรือการลงข่าวข่มขืนที่มีความละเอียดมากเกินไปจนเกินกว่าความจำเป็น ซึ่งในประเด็นนี้ จะไม่มีบุคคลผู้เสียหายชัดเจน แต่ความเสียหายนั้นคือ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับสังคมในอนาคต ในกรณีนี้ จึงไม่มีโจทก์ที่ชัดเจนจากการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ มาตรการควบคุมทางการปกครองจึงกลายเป็นมาตรการสำคัญ เนื่องจากต้องเข้ามากำกับดูแลเพื่อไม่ให้เกิดการขยายตัวของความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น หรืออาจจะก่อให้เกิดผลกระทบในวงกว้างต่อสังคมแล้ว มาตรการการควบคุมทางการปกครองจึงน่าจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะเป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าวแทนประชาชน เนื่องจากผลได้จากการกำกับดูแลในลักษณะนี้ต่ำกว่าต้นทุนที่จะให้สังคมเป็นผู้กำกับดูแลเอง (Market Failure)

อย่างไรก็ตามเนื่องจากในอดีตที่ผ่านมา รัฐมีการใช้กลไกทางปกครองเพื่อปกป้องหรือคุ้มครองนักการเมืองและข้าราชการจากการตรวจสอบมากกว่าที่จะใช้เพื่อปกป้องสิทธิเสรีภาพและความสงบสุขของสังคม จึงทำให้มาตรการดังกล่าวเป็นมาตรการที่ไม่เป็นที่ยอมรับในสังคมและในวงการศึกษามวลชน เพราะถือว่าถ้าให้ความเข้มแข็งหรืออำนาจกับมาตรการนี้มากเกินไปอาจจะมีผลให้เกิดการคุกคามการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ได้ดังเช่นที่เคยเกิดขึ้นในอดีต ทำให้มีการดำเนินการผ่านมาตรการด้านนี้น้อยลง เพราะอาจถูกมองว่าเป็นเครื่องมือของภาครัฐหรือหน่วยงานราชการเพื่อการแทรกแซงการทำงานของหนังสือพิมพ์ และมีความพยายามจะส่งเสริมให้มีการสร้างความเข้มแข็งให้กับมาตรการการควบคุมทางสังคมให้มากขึ้น

มาตรการการกำกับดูแลตนเอง

มาตรการการควบคุมตนเอง ถือได้ว่าเป็นมาตรการที่เข้ามาแก้ไขจุดอ่อนของมาตรการอื่นๆ โดยมาตรการนี้ค่อนข้างจะมีประสิทธิผลเช่นเดียวกับมาตรการการควบคุมโดยสาธารณะ เพราะมีกฎระเบียบที่ชัดเจน ผ่านการร่วมลงสัตยาบรรณของหนังสือพิมพ์หลายฉบับ มีต้นทุนที่ต่ำกว่าและใช้ระยะเวลาสั้นกว่ามาตรการทางกฎหมาย รวมทั้งมีโอกาสถูกแทรกแซงน้อยกว่ามาตรการทางการปกครองด้วย

อย่างไรก็ตาม มาตรการการควบคุมตนเองก็ยังมีจุดอ่อนในบางประการเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรการอื่นๆ กล่าวคือ มาตรการนี้ต้องอาศัยมติของคณะกรรมการ จึงต้องใช้ระยะเวลาในการเรียกประชุม ทำให้อาจไม่ทันการณ์ที่จะหยุดยั้งความเสียหายที่เกิดขึ้นได้ทันเท่ากับการเคลื่อนไหวของกลุ่มทางสังคมที่ถือเป็นมาตรการการควบคุมโดยสาธารณะ และความชัดเจนหรือรุนแรงของบทลงโทษไม่ชัดเจนเท่ากับการทางกฎหมาย

อย่างไรก็ตาม ในการพิจารณาถึงประสิทธิภาพของกลไกในการกำกับดูแลสื่อ มีประเด็นที่ละเอียดอ่อนในแต่ละกลุ่มวิชาชีพด้วย เพราะบางกลุ่มวิชาชีพมีความจำเป็นต้องพึ่งสื่อเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในระดับสูง เช่นกลุ่มดารานักร้อง ดังนั้นกลุ่มเหล่านี้จะไม่กล้าที่จะใช้กลไกใดๆ ในการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์เมื่อเกิดปัญหาขึ้น

ถ้าเราแบ่งกลุ่มของคนที่เป็่นข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์อยู่เป็นประจำออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ นักการเมืองและข้าราชการ นักธุรกิจ ดารานักร้อง และประชาชนทั่วไป โดยบุคคลทั้ง 4 กลุ่มอาจจะเป็นผู้ได้รับประโยชน์หรือเสียประโยชน์จากการกระทำของหนังสือพิมพ์ด้วยกันทั้งสิ้น ทั้งนี้ถ้าหนังสือพิมพ์มีการเสนอข่าวที่เป็นกลาง บุคคลเหล่านี้จะได้รับประโยชน์หรือเสียประโยชน์จากการกระทำของตัวเอง แต่ถ้าหนังสือพิมพ์เสนอข่าวอย่างไม่เป็นกลางจะถือว่าบุคคลกลุ่มนี้จะได้รับประโยชน์หรือเสียประโยชน์จากการกระทำของหนังสือพิมพ์ และแน่นอนว่าเมื่อบุคคลเหล่านี้รู้สึกว่าการเองไม่ได้รับความเป็นธรรม ก็ย่อมเกิดกระบวนการเรียกร้องความเป็นธรรมเกิดขึ้น ซึ่งเมื่อพิจารณาการเรียกร้องเพื่อขอความเป็นธรรมจนกระทั่งนำไปสู่กระบวนการที่เป็นรูปธรรมคือ กระบวนการของศาลที่กลับพบว่าจะมีเฉพาะกรณีพิพาทของหนังสือพิมพ์กับนักการเมืองและข้าราชการเป็นสำคัญ ในขณะที่กลุ่มดารานักร้อง ประชาชนทั่วไป และกลุ่มนักธุรกิจ มิให้เห็นค่อนข้างน้อย

ในกรณีของความขัดแย้งของหนังสือพิมพ์กับดารานักร้องนั้น มักไม่มีเรื่องฟ้องร้องในกระบวนการของศาลเกิดขึ้น เนื่องจากดารานักร้องจำเป็นต้องอาศัยหนังสือพิมพ์เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเป็นกระบอกเสียงของตนในการเผยแพร่กิจกรรมหรือเหตุการณ์ที่ตนเองเป็นผู้สร้างขึ้นตามที่ต้องการ ประเด็นจึงอยู่ที่ว่าความไม่สมมาตรของข้อมูลข่าวสารระหว่างหนังสือพิมพ์กับกลุ่มผู้อ่าน เพราะหนังสือพิมพ์สามารถล่วงรู้ถึงเรื่องราวของดารานักร้องมากกว่าประชาชนทั่วไป แล้ว

จึงทำหน้าที่เผยแพร่เรื่องราวเหล่านั้นให้กับประชาชน นั่นคือความสำเร็จของดาราจักรจึงจำเป็นต้องพึ่งพาหนังสือพิมพ์ (Dependency) หนังสือพิมพ์จึงเป็นผู้เลือกที่จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารใดก็ได้ตามที่ต้องการ และหนังสือพิมพ์อาจเลือกเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในบางประเภทหรือกับบางคนก็ได้ ทั้งนี้นักข่าวที่ทำงานในสายนี้อาจใช้คอลัมน์ของตนเองเป็นเครื่องมือในการแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนเองและขณะเดียวกัน หนังสือพิมพ์ก็อาจใช้การสร้างข่าวกับดาราจักร ซึ่งเป็นที่สนใจของประชาชนมาเป็นเครื่องมือในการเพิ่มยอดขายให้กับตนเอง เนื่องจากหนังสือพิมพ์ก็ทราบดีว่ามีโอกาสน้อยมากที่ดาราจักรจะฟ้องร้องตนเอง เพราะหากมีการฟ้องร้องก็อาจทำให้หนังสือพิมพ์เกิดความไม่พอใจ และจะยิ่งทำให้เกิดการลงข่าวในทางลบหรือไม่สนับสนุนตนเองต่อไปในอนาคต นั่นหมายความว่าความสำเร็จในการทำงานของดาราจักรคนนั้นอาจต้องเสียหายหรือจบสิ้นลงไป ดังนั้นหนทางที่ดีที่สุดของบุคคลกลุ่มนี้จึงน่าจะเป็นการอยู่เฉยๆ และปล่อยให้ข่าวนั้นเลยผ่านไป

ส่วนในกรณีของความขัดแย้งระหว่างหนังสือพิมพ์กับประชาชนทั่วไปนั้น มีความแตกต่างจากกรณีของดาราจักร เนื่องจากประชาชนทั่วไปไม่ใช่บุคคลสาธารณะจึงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยหนังสือพิมพ์เพื่อความสำเร็จในการประกอบอาชีพ ดังนั้นประชาชนทั่วไปที่มีความขัดแย้งกับหนังสือพิมพ์จึงมักเป็นไปลักษณะที่ได้รับความเสียหายที่เกิดจากการละเมิดสิทธิหรือการนำเสนอข่าวที่ไม่เหมาะสมของหนังสือพิมพ์ และต้องการฟ้องร้องหนังสือพิมพ์นั้น สิ่งที่บุคคลกลุ่มนี้ต้องเผชิญอย่างหนักคือ ต้นทุนการฟ้องร้องที่สูงมาก ทั้งในแง่ของต้นทุนที่เป็นตัวเงิน ต้นทุนการเสียเวลา ต้นทุนการยื่นยันพยานหลักฐานและพยานบุคคล และต้นทุนความเสี่ยงจากการข่มขู่ รวมทั้งไม่มีความชำนาญในการดำเนินการฟ้องร้องอีกด้วย สุดท้ายแล้ว บุคคลเหล่านี้จำนวนมากจึงยอมให้เรื่องที่เกิดขึ้นเงียบไปเองในที่สุดเช่นเดียวกับกลุ่มดาราจักร

ส่วนกรณีของกลุ่มนักธุรกิจนั้นพบว่า นักธุรกิจสามารถใช้กลไกต่างๆ เพื่อยุติเรื่องกับหนังสือพิมพ์ได้ง่ายกว่ากลุ่มอื่นๆ เช่นสามารถใช้กลไกผ่านงบประมาณเพื่อให้หนังสือพิมพ์ยุติการนำเสนอในประเด็นดังกล่าว หรืออาจจะใช้กลไกการเจรจา ซึ่งแรงข้อเท็จจริง ก่อนที่จะไปใช้มาตรการทางศาล ทั้งนี้โดยทั่วไปนักธุรกิจเองก็ต้องใช้สื่อหรือพึ่งพิงสื่อในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นการใช้มาตรการทางกฎหมาย หรือการเป็นศัตรูกับสื่ออาจจะสร้างต้นทุนในระดับสูงในระยะยาวได้

การฟ้องร้องส่วนใหญ่กับหนังสือพิมพ์จึงมักเกิดขึ้นในกรณีนักการเมืองและข้าราชการ เนื่องจากกลุ่มนี้มีความพร้อมทั้งในด้านเงินทุนและความชำนาญ ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบมากกว่ากลุ่มบุคคลทั่วไป นอกจากนี้ข้อกล่าวหาของหนังสือพิมพ์ก็มักจะมีพยานหลักฐานที่ไม่ชัดเจนหรือหนักแน่นเพียงพอ โอกาสที่นักการเมืองและข้าราชการจะชนะคดีจึงมีค่อนข้างมาก และขณะเดียวกันการฟ้องร้องมักจะมีผลให้หนังสือพิมพ์หยุดการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับตัวนักการเมืองและข้าราชการลง ซึ่งทำให้ความเสียหายในด้านภาพพจน์ต่อสาธารณชนยุติลงได้ในระดับหนึ่ง

จากข้อมูลการฟ้องร้องต่อศาล และการร้องเรียนผ่านสภาการหนังสือพิมพ์ในช่วง 2542 ถึง 2546 พบว่า การฟ้องร้องหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่เป็นกรณีพิพาทกับนักการเมือง ข้าราชการ และตำรวจมากถึงร้อยละ 73 ในขณะที่กลุ่มดารานักร้อง และบุคคลทั่วไปมีเพียงร้อยละ 7 และ 4 เท่านั้น เนื่องจากการฟ้องร้องมีต้นทุนค่อนข้างสูง ขณะที่ข้อมูลการร้องเรียนผ่านสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พบว่า สัดส่วนการร้องเรียนของบุคคลทั่วไปสูงถึงร้อยละ 55 รองลงมาเป็นการร้องเรียนโดยนักธุรกิจหรือผู้บริหารองค์กร ทั้งนี้เรื่องร้องเรียนทั้งหมดเป็นเรื่องจริยธรรมของนักข่าว (ตารางที่ 16)

นอกจากนี้ พบว่าสัดส่วนการร้องเรียนของบุคคลกลุ่มต่างๆ ต่อสภาการหนังสือพิมพ์ ผกผันตรงกันข้ามกับกรณีการฟ้องร้องอย่างชัดเจน

ตารางที่ 8.2 การฟ้องร้องต่อศาลและการร้องเรียนผ่านสภาฯ ของกลุ่มต่างๆ กับหนังสือพิมพ์

กลุ่มบุคคล	การฟ้องร้องต่อศาล*		การร้องเรียนผ่านสภาฯ**	
	จำนวนคดี	ตัดสิน	จำนวนคดี	ตัดสิน
นักการเมือง	22	41	3	6
ข้าราชการ	10	19	3	6
ตำรวจ	7	13	0	0
สื่อมวลชน	6	10	3	6
ดารา นักร้อง	4	7	0	0
นักธุรกิจหรือผู้บริหารองค์กร	3	6	14	27
บุคคลทั่วไป	2	4	29	55
รวม	54	100	52	100

ที่มา: * ศูนย์ข้อมูลหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ (นับเฉพาะที่ลงในหนังสือพิมพ์ตั้งแต่ ก.พ.2542 ถึง พ.ค.2546)

** สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ (ตั้งแต่ปี 2543 ถึง 2545)

ในการเปรียบเทียบการใช้มาตรการหรือกลไกในการควบคุมดูแลสื่อหนังสือพิมพ์ อาจศึกษาได้จากกรณี การลงข่าวและภาพจากวิถีการร่วมรักของคู่รักที่มีชื่อเสียงในสังคม (อ่านรายละเอียดจากล้อมกรอบ และภาคผนวก) ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงเดือนกรกฎาคม 2546 ซึ่งผู้ได้รับความเสียหายได้ใช้มาตรการทางปกครอง กฎหมาย และการร้องเรียน นอกจากนี้ในกรณีดังกล่าวเป็นเรื่องที่สร้างความตื่นตระหนกให้กับสังคมค่อนข้างมาก เพราะปรากฏว่ามีกลุ่มต่างๆ ออกมาแสดงความไม่เห็นด้วยกับสิ่งที่หนังสือพิมพ์นำเสนอ ซึ่งถือเป็นการใช้กลไกการควบคุมทางสังคม กลไกต่างๆ เหล่านี้มีผลให้การนำเสนอข่าวดังกล่าวหยุดลงในเวลาอันรวดเร็ว แต่ก็ไม่สามารถสรุปได้ว่า หลังการใช้มาตรการและกลไกดังกล่าวแล้ว เรื่องในลักษณะดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้นอีก

กรณีศึกษา: การลงข่าวและภาพจากวิชีติการร่วมรักของคู่รักที่มีชื่อเสียงในสังคม

จากกรณีที่มีหนังสือพิมพ์ 5 ฉบับ ได้แก่ บ้านเมือง ไทยรัฐ สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ สยามบันเทิง และบางกอกทูเดย์ ได้ตีพิมพ์ข่าวและภาพจากวิชีติ ซึ่งเป็นภาพการร่วมรักของคู่รักที่มีชื่อเสียงในสังคมคู่หนึ่ง ในหน้า 1 เมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ.2546 จนก่อให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างกว้างขวาง

ภายในช่วงเย็นของวันเดียวกัน หนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ ได้ไปสัมภาษณ์บุคคลต่างๆ ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของวงการวารสารศาสตร์เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ขึ้น โดยทุกฝ่ายมีความเห็นสอดคล้องกันว่า การนำเสนอข่าวในประเด็นนี้เป็นการนำเสนอในเรื่องส่วนตัวของบุคคลอื่น และไม่ก่อให้เกิดประโยชน์กับสังคม ซึ่งในกรณีนี้ถือได้ว่า เป็นการทำงานของมาตรการการกำกับดูแลโดยสาธารณะที่สามารถทำงานได้รวดเร็วที่สุด ทั้งการควบคุมโดยปัจเจกบุคคล และการควบคุมโดยมติมหาชน เพราะเป็นเหตุการณ์ที่มีบุคคลซึ่งมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในวงสังคม และผู้นำกลุ่มทางสังคมออกมาแสดงความคิดเห็นทั้งตั้งต่อการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ รวมทั้งยังเป็นเหตุการณ์ที่ประชาชนไม่เห็นด้วยกับการนำเสนอข่าวดังกล่าวของหนังสือพิมพ์ผ่านการสำรวจโดยสวนดุสิตโพลล์ นอกจากนี้ ต้องรวมไปถึงการกำกับดูแลจากระบบการแข่งขันด้วย เพราะเป็นเหตุการณ์ที่หนังสือพิมพ์ฉบับซึ่งไม่ได้นำเสนอข่าวดังกล่าวพยายามลงข่าวสารจากการสอบถามความคิดเห็นจากบุคคลที่เป็นกลางมานำเสนอ ซึ่งมาตรการนี้ได้ส่งผลต่อกระแสสังคมอย่างรุนแรง แต่หนังสือพิมพ์ที่ได้เสนอข่าวไปแล้วนั้น ก็ยังไม่ได้ยุติการนำเสนอในทันที

กลไกที่ทำงานในช่วงเวลาต่อมาคือ กลไกการกำกับดูแลทางการปกครอง โดยฝ่ายผู้เสียหายได้ร้องเรียนไปยัง ศูนย์ดำรงธรรม และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เพื่อให้มีการป้องปรามหนังสือพิมพ์ ซึ่งมาตรการนี้ได้ทำให้การแพร่กระจายของความเสียหายหยุดลง เพราะกลุ่มต่างๆ ที่สร้างความเสียหาย เกรงกลัวต่อความผิดที่อาจเกิดขึ้นหากถูกจับได้ โดยมาตรการนี้ทำงานไปพร้อมๆ กับการกำกับดูแลโดยสาธารณะที่เป็นมาตรการการควบคุมโดยกลุ่มทางสังคม และมาตรการการกำกับดูแลกันเองโดยจรรยาบรรณวิชาชีพ ซึ่งกลุ่มทางสังคมได้ออกมาเคลื่อนไหวและแสดงจุดยืนที่ชัดเจนในความไม่เห็นด้วยต่อการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ รวมทั้ง สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยก็ได้ออกแถลงการณ์ในเรื่องของจรรยาบรรณวิชาชีพเพื่อระบับความเสียหายที่เกิดขึ้น ซึ่งจากมาตรการทั้งหมดที่กล่าวมานั้น หนังสือพิมพ์ที่เคยเสนอข่าวทุกฉบับก็ได้หยุดการนำเสนอข่าวและภาพไปในทันที เนื่องจากเป็นห่วงเรื่องของภาพพจน์และกระแสการต่อต้านที่รุนแรงมากขึ้น

ในขณะที่กระบวนการการกำกับดูแลกันเองในระดับที่สองคือ ระดับของสภาวิชาชีพนั้น ได้มีมติการตัดสินของสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติภายหลังจากที่มาตรการอื่นๆ ทำงานไปพอสมควร

ควร และการนำเสนอข่าวและภาพของหนังสือพิมพ์ต่างๆ ได้ยุติลงแล้ว โดยที่มติสภาการฯ ได้กำหนดบทลงโทษ โดยการส่งหนังสือให้กับหนังสือพิมพ์ที่มีการนำเสนอข่าวและภาพเพื่อตักเตือนและแสดงความรับผิดชอบทางจริยธรรม แต่มาตรการเหล่านี้ก็ไม่ได้มีผลในทางปฏิบัติ ที่จะถือได้ว่าเป็นการเยียวยาความเสียหายให้กับผู้เสียหายได้

สำหรับมาตรการการกำกับดูแลทางกฎหมายนั้น ได้มีจุดเริ่มต้นในเวลาใกล้เคียงกับมาตรการทางการปกครอง เพราะผู้เสียหายในกรณีนี้ค่อนข้างมีฐานะดีพอสมควร ที่จะสามารถดำเนินการฟ้องร้องผ่านมาตรการนี้ได้ ซึ่งมาตรการทางกฎหมายจะเป็นมาตรการที่อาศัยระยะเวลาที่นานที่สุด เพราะมีกระบวนการพิสูจน์และตัดสินที่ค่อนข้างนาน แต่เมื่อมีผลการตัดสินออกมาก็คจะเป็นการเยียวยาความเสียหายให้กับผู้เสียหายได้ดีกว่ามาตรการอื่นๆ เพราะมีบทลงโทษที่ชัดเจนมากกว่า

บทที่ 9

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

โครงสร้างตลาดหนังสือพิมพ์

ธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศผ่านกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานของทุกภาคของประเทศ ดังนั้นกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นที่ต้องการของสังคมด้วยเช่นกัน

เมื่อพิจารณาตลาดหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการทั้งหมดในตลาดล้วนแต่เป็นภาคเอกชนทั้งสิ้น และสามารถเข้าออกตลาดได้โดยเหตุผลทางธุรกิจเป็นสำคัญ แต่อย่างไรก็ตามตลาดหนังสือพิมพ์มิได้อยู่ในสภาพที่มีการแข่งขัน เพื่อนำเสนอข่าวสารที่หลากหลายและมีคุณภาพ ทั้งนี้เพราะถึงแม้จะไม่มีกฎเกณฑ์ในการเข้าสู่ตลาด เช่นสื่อโทรทัศน์และวิทยุ ซึ่งจะต้องมีสัมปทาน แต่ผู้ประกอบการก็ไม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้อย่างสะดวก ผู้ประกอบการรายใหม่ไม่สามารถมีบทบาทอย่างมีนัยสำคัญได้ ทั้งนี้ สาเหตุสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ไม่สามารถประสบความสำเร็จได้โดยง่ายมีอยู่ 3 ประการ ได้แก่

ประการแรก ตลาดหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยมีลักษณะของตลาดผู้ขายน้อยรายแบบที่มีผู้นำและผู้ตาม โดยผู้นำตลาดจะมีบทบาทในการตั้งราคา และเลือกที่จะตั้งราคาต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบและกีดกันคู่แข่ง โดยทำการตั้งราคาตามต้นทุนการผลิตจริงที่ตนเองมีความได้เปรียบจากการประหยัดต่อขนาด ผู้ตามรายอื่นจึงจำเป็นต้องตั้งราคาตามผู้นำแม้ว่าจะเสียเปรียบก็ตาม ในขณะที่ผู้ประกอบการรายใหม่ก็ยากที่จะเข้าสู่ตลาดได้ เพราะวิธีการตั้งราคาดังกล่าวจะทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ประสบปัญหาการขาดทุนในช่วงแรกของการประกอบการค่อนข้างมาก ผู้ประกอบการรายใหม่จำเป็นต้องมีเงินทุนสำรองที่ค่อนข้างสูงจนกว่าหนังสือพิมพ์จะเป็นที่รู้จัก มีรายยอดขายเพิ่มขึ้น และมีรายได้จากยอดขายและการโฆษณาในระดับจุดคุ้มทุน ทั้งนี้การเพิ่มยอดขายของหนังสือพิมพ์ใหม่เป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก เนื่องจากอัตราการขยายตัวของหนังสือพิมพ์โดยรวมเพิ่มขึ้นในอัตราค่อนข้างต่ำ การเพิ่มยอดขายของผู้ประกอบการใหม่จะเกิดขึ้นโดยการแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากผู้ผลิตรายเดิมมากกว่าที่จะเกิดขึ้นจากการเปิดตลาดใหม่

ประการที่สอง ธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นธุรกิจที่มีการประหยัดต่อขนาดในหลายด้าน ทั้งในด้านต้นทุนการผลิตจริง ต้นทุนการกระจายสินค้า ต้นทุนการทำข่าวและการสร้างรายได้จากการโฆษณา รวมทั้งยังมีการประหยัดจากการเรียนรู้ที่สามารถรักษาบุคลากรที่มีทักษะมากกว่าเอาไว้ได้ สิ่ง

เหล่านี้จึงกลายเป็นปัจจัยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรายเดิม โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหญ่มีความได้เปรียบมากกว่าผู้ประกอบการรายเล็กหรือผู้ประกอบการรายใหม่อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ประการสุดท้ายคือ ธุรกิจหนังสือพิมพ์มีความเกี่ยวข้องกับความจริงภักดีต่อตราสินค้าเป็นอย่างมาก กล่าวคือ ผู้อ่านจะเกิดความยึดติดเมื่ออ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่งเป็นเวลานาน ส่งผลให้เกิดต้นทุนของตัวผู้อ่านในการเปลี่ยนไปอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ซึ่งเท่ากับเป็นการส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบของผู้ประกอบการรายเดิมที่อยู่เหนือผู้ประกอบการรายใหม่อีกเช่นเดียวกัน

ดังนั้น โครงสร้างตลาดหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยได้ตกอยู่ในสถานะที่มี “การกีดกันโดยธรรมชาติ” (Natural Barriers to Entry) หมายความว่า สิ่งกีดกันการเข้าสู่ตลาดไม่ใช่กฎระเบียบหรือข้อกำหนดที่เห็นได้ชัดดังเช่นการให้สัมปทาน แต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากโครงสร้างตลาดหรือลักษณะของธุรกิจหรืออุตสาหกรรมนั้น การแข่งขันของธุรกิจหนังสือพิมพ์จึงมีอยู่ในระดับหนึ่งเท่านั้น

จากการศึกษาพบว่า โครงสร้างตลาดหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย มีผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์อยู่ในตลาดจำนวนหลายราย และก็มีการแข่งขันกันเองอยู่พอสมควร ซึ่งผลของการแข่งขันดังกล่าวได้ส่งผลให้ ตลาดหนังสือพิมพ์ค่อนข้างมีพลวัต โดยหนังสือพิมพ์ได้มีการเปิดประเด็นและแสวงหาประเด็นข่าวใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมทั้ง มีการแข่งขันกันในการนำเสนอข่าวอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม หนังสือพิมพ์ยังคงไม่เน้นที่จะนำเสนอข่าวที่เจาะลึก หรือลงทุนทำข่าวที่มีการสืบสวนสอบสวน เพื่อนำเสนอข่าวที่รอบด้าน ลึกซึ้ง และถูกต้อง มากนัก เนื่องจากการลงทุนทำข่าวในลักษณะดังกล่าวจะต้องมีการลงทุนทั้งทางด้านบุคลากร เวลา และค่าใช้จ่าย ขณะเดียวกันอาจต้องเผชิญกับแรงกดดันทางธุรกิจจากงบประมาณของธุรกิจ หรือแรงกดดันทางการเมืองจากภาครัฐ ซึ่งในอดีตนั้นการทำข่าวเพื่อเปิดโปงผู้มีอิทธิพลทางการเมือง อาจโดนข่มขู่ทั้งอำนาจทางปกครอง และอำนาจมืด อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันการใช้อำนาจทางปกครองลดลง และการใช้อำนาจมืดก็นำไปสู่ปัญหาที่บานปลายมากขึ้นได้ ดังนั้น การใช้อำนาจของรัฐโดยผ่านงบประมาณของรัฐ ก็สามารถเป็นกลไกหนึ่งที่ทำให้บทบาทสื่อในฐานะที่เป็นกลไกในการตรวจสอบ และนำเสนอข้อเท็จจริงสู่สาธารณชนลดระดับของคุณภาพลงได้ หรืออาจเกิดกรณีการนำเสนอข่าวเพื่อเป็นเครื่องมือทางการเมืองได้ หนังสือพิมพ์จึงอาจนำเสนอข่าวอย่างมีอคติหรือบิดเบือนข้อมูล ซึ่งจะทำให้สังคมเสียประโยชน์ได้

การกำกับดูแลตลาดหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย

เสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์เป็นปัจจัยสำคัญต่อความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลข่าวสาร และมีผลกระทบต่อสิทธิการรับรู้ของประชาชน อันเป็นสิทธิเสรีภาพขั้นพื้นฐานของประชาชน แต่เสรีภาพดังกล่าวก็จะมีผลกระทบต่อสิทธิส่วนบุคคลของประชาชนที่ถูกนำเสนอจนอาจนำไปสู่การละเมิดได้ รวมทั้ง การที่หนังสือพิมพ์เป็นตัวกลางในการสื่อสาร ทำให้หนังสือพิมพ์

ต้องเผชิญกับปัญหาการถูกคุกคามและการคุกคามบุคคลอื่นด้วย ดังนั้น หนังสือพิมพ์จึงต้องมีความเป็นกลางและเสรีภาพในการนำเสนอข่าวภายใต้กรอบของกฎหมาย จริยธรรม และศีลธรรมอันดีของสังคม

โดยปัญหาทางจริยธรรมที่สำคัญคือ ปัญหาการเป็นตัวกลางการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ ปัญหาการวางตัวไม่เป็นกลาง การรับซองขาว และการเสนอข่าวบิดเบือน โดยปัญหาเหล่านี้จะเป็นการส่งผ่านข้อมูลที่บิดเบือน เติมแต่ง หรือไม่ครบถ้วน อันเกิดได้จากความบกพร่องทางจริยธรรม และการเลือกผิดโดยไม่ได้ตั้งใจ และปัญหาการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

สำหรับโครงสร้างการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์ในเชิงจริยธรรมจะประกอบไปด้วยมาตรการ 4 กลุ่ม ได้แก่ มาตรการการควบคุมโดยสาธารณะ มาตรการการควบคุมทางการปกครอง มาตรการการควบคุมทางกฎหมาย และมาตรการการควบคุมกันเอง

มาตรการการกำกับดูแลโดยสาธารณะนั้น เป็นมาตรการที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะหากเป็นมาตรการหยุดซื้อ แต่มาตรการหยุดซื้อโดยปัจเจกบุคคลย่อมไม่ส่งผลกระทบต่อหนังสือพิมพ์ และการหยุดซื้อโดยมติมหาชนก็เกิดขึ้นได้ยาก เพราะการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลมีต้นทุนสูง ในขณะที่การกำกับดูแลจากระบบการแข่งขันนั้นมีประสิทธิภาพพอสมควร โดยจะเป็นไปในรูปของการเสนอข่าวสารจากการเคลื่อนไหวของกลุ่มทางสังคม หรือหนังสือพิมพ์ขนาดเล็กเป็นผู้ทำหน้าที่ตรวจสอบหนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่ ซึ่งก็จะได้ความสนใจจากประชาชนไม่มากนัก ดังนั้น มาตรการการกำกับดูแลโดยสาธารณะมีประสิทธิผลมากที่สุดคือ การควบคุมผ่านกลุ่มทางสังคม เพราะองค์กรเหล่านี้มีการทำงานในรูปแบบที่เป็นทางการ ทำให้ต้นทุนการกำกับดูแลและต้นทุนการติดต่อสื่อสารต่ำ รวมทั้งสามารถสร้างกระแสหรือกำหนดทิศทางของสังคมได้มากและรวดเร็ว เพราะกลุ่มทางสังคมจะทำหน้าที่สร้างกระแสให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ในสังคม โดยไม่ได้เป็นผู้ตัดสินใจการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์โดยตรง จึงไม่ต้องอาศัยระยะเวลาและกระบวนการมากนัก เพราะไม่ได้มีผลผูกพันในการให้คุณให้โทษ และหนังสือพิมพ์เองก็ให้ความสำคัญ เพราะต้องตระหนักถึงภาพพจน์ของตน

มาตรการการกำกับดูแลทางกฎหมายเป็นมาตรการที่เห็นผลเป็นรูปธรรมมากที่สุด เพราะเป็นการใช้กระบวนการทางกฎหมายผ่านกระบวนการยุติธรรม รวมทั้งมาตรการนี้ยังสามารถสร้างภาระความรับผิดชอบให้กับหนังสือพิมพ์ได้ เช่น การปรับ การเรียกค่าสินไหมทดแทน และการตัดสินจำคุก แต่ต้นทุนการดำเนินการก็สูงมากตามไปด้วย ทั้งต้นทุนที่เป็นตัวเงิน และต้นทุนค่าเสียโอกาสจากการเสียเวลา โดยต้นทุนการดำเนินการนั้น บุคคลผู้เสียหายในฐานะโจทก์จะต้องจ่ายไปก่อน เช่น ค่าทนาย ค่าธรรมเนียมศาล ซึ่งจะได้คืนเมื่อการดำเนินคดีถึงที่สุด และได้รับคืนในอัตราขั้นต่ำเท่านั้น รวมทั้ง การพิจารณาค่าเสียหายจะพิจารณาเฉพาะค่าเสียหายที่เกิดขึ้นจริงและเฉพาะกับตัวผู้เสียหายเท่านั้น ทำให้ค่าเสียหายที่ได้รับนั้นไม่สามารถชดเชยกับความเสียหายที่เกิดขึ้นได้ ขณะที่ต้นทุนค่าเสีย

โอกาสของเวลาที่สูงด้วย เพราะในระบบของศาลต้องอาศัยกระบวนการที่ต้องใช้เวลานาน และอาจไม่ทันต่อการเยียวยาความเสียหายที่เกิดขึ้น

สำหรับในกรณีที่การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์อาจก่อให้เกิดผลกระทบในวงกว้างต่อสังคม มาตรการการควบคุมทางการปกครองจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะเป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าวแทนประชาชน เช่น การเสนอข่าวที่อาจก่อให้เกิดการเลียนแบบหรือยั่วยุ ซึ่งจะไม่มีตัวบุคคลผู้เสียหายที่ชัดเจน

มาตรการการควบคุมกันเองค่อนข้างจะมีประสิทธิผลเช่นเดียวกับมาตรการการควบคุมโดยสาธารณะ เพราะมีกฎระเบียบที่ชัดเจน ผ่านการร่วมลงสัตยาบรรณของหนังสือพิมพ์หลายฉบับ มีต้นทุนที่ต่ำกว่าและใช้ระยะเวลาน้อยกว่ามาตรการทางกฎหมาย รวมทั้งมีโอกาสถูกแทรกแซงน้อยกว่า มาตรการทางการปกครองด้วย แต่ก็ยังมีจุดอ่อนในบางประการเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรการอื่นๆ กล่าวคือ มาตรการนี้ต้องอาศัยมติของคณะกรรมการ จึงต้องใช้ระยะเวลาในการเรียกประชุม ทำให้อาจไม่ทันการณ์ที่จะหยุดยั้งความเสียหายที่เกิดขึ้นได้ทันเท่ากับการเคลื่อนไหวของกลุ่มทางสังคมที่ถือเป็นมาตรการการควบคุมโดยสาธารณะ และความชัดเจนหรือรุนแรงของบทลงโทษไม่ชัดเจนเท่ากับมาตรการทางกฎหมาย

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากแต่ละมาตรการให้ผลในการปฏิบัติที่แตกต่างกันตามลักษณะของผลกระทบ จึงควรต้องมีการพัฒนากลไกต่างๆ เหล่านี้ไปพร้อมๆ กัน ดังนี้

1. กรณีผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง หรือต่อกลุ่มทางสังคม ซึ่งไม่มีผู้เสียหายที่ชัดเจนโดยตรง กรณีนี้มาตรการที่ใช้ได้ผลและมีต้นทุนต่ำคือมาตรการการควบคุมทางสาธารณะ และการร้องเรียนผ่านสภาการหนังสือพิมพ์ จึงควรที่จะต้องมีการพัฒนารูปแบบองค์กรที่ชัดเจน เช่นกลุ่มตรวจสอบสื่อ กลุ่มทางสังคมอื่นๆ กลุ่มคุ้มครองผู้บริโภค
2. กรณีผลกระทบต่อตัวบุคคลหรือการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพกลไกทางกฎหมาย ที่สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย ด้วยต้นทุนที่ต่ำ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวอาจจะแยกไม่ออกจากการปฏิรูปกระบวนการยุติธรรม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น และกลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีฐานะยากจนสามารถเข้าถึงกระบวนการนี้ได้ เช่นการจัดตั้งหน่วยงานทางกฎหมายเพื่อดำเนินการฟ้องร้องให้สำหรับประชาชนที่มีฐานะยากจน

3. ความเสียหายทั้ง 2 ประเภท สามารถใช้กลไกผ่านสภาการหนังสือพิมพ์ เพื่อหยุดยั้งความเสียหายที่จะเกิดต่อไปได้ (แม้ว่าจะเป็นกระบวนการที่ไม่สามารถเยียวยาหรือชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้นหรือมีกลไกการป้องกันที่จะเกิดในอนาคต) จึงต้องมีการพัฒนารูปแบบการดำเนินการของสภาการหนังสือพิมพ์ให้มีความรวดเร็วมากขึ้นในการที่จะหยุดยั้งความเสียหายดังกล่าวได้อย่างรวดเร็ว

บรรณานุกรม

- Carlton, Dennis and Jeffrey Perloff, *Modern Industrial Organization*, New York: Cambridge University Press, 2000.
- Djankov, Simeon et al. "Who Owns the Media?" Harvard Institute of Economic Research: Discussion Paper Number 1919, April 2001.
- Sommerlad, E. Lloyd. *The Press in Developing Countries*. Australia: Sydney University Press, 1966.
- Wallis, Roger and Stanley Baron *The Known World of Broadcast News: International News and the Electronic Media* London: Routledge, 1990.
- กมลลา สุวรรณธรรมมา, *ความคิดเห็นเกี่ยวกับสิทธิในการรับรู้และสิทธิส่วนบุคคล และอิทธิพลของภาพลักษณ์ต่อการประเมินเหตุการณ์ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล* วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- กวี อรุณษะนันท์. *ปัจจัยต่อความเชื่อมั่นและความไว้วางใจขององค์กรตรวจสอบกันเองของผู้ประกอบวิชาชีพนักหนังสือพิมพ์และกลุ่มผู้บริโภคสื่อ*. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- เฉลิมพร ชุ่มแก้ว. *เสรีภาพสื่อมวลชนภายใต้กรอบแห่งกฎหมายไทย*. วิทยานิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- ดร.ณิ หิรัญรักษ์ *การจัดการธุรกิจหนังสือพิมพ์* กรุงเทพฯ: บริษัท เอกพิมพ์ไทย จำกัด, 2543.
- แบบ 56-1 ของบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด(มหาชน)
- แบบ 56-1 ของบริษัท โพสต์ พับลิชชิง จำกัด(มหาชน)
- แบบ 56-1 ของบริษัท มติชน จำกัด(มหาชน)
- แบบ 56-1 ของบริษัท แมเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป จำกัด(มหาชน)
- พรทิว ยอดมงคล "การบริหารธุรกิจหนังสือพิมพ์ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ" วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์ มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.
- สุวัฒน์ ทองธนากุล. *ปัญหาจริยธรรมและบทบาทของสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติในการกำกับด้านจริยธรรม*. เอกสารวิจัยส่วนบุคคล วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, 2542.
- อรนุช วานิชทวิวัฒน์. *กระบวนการตรวจสอบกันเองระหว่างหนังสือพิมพ์รายวัน ในช่วงปี พ.ศ. 2537 ถึง พ.ศ. 2539*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ภาคผนวก ก

สูตรการคำนวณและคำอธิบาย

1. ค่าดัชนี Herfindahl-Hirschman

ค่าดัชนี Herfindahl-Hirschman แสดงถึงการกระจายของจำนวนและขนาดของหน่วยผลิตทั้งหมดในอุตสาหกรรม ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง $1/n$ (ทุกหน่วยมีขนาดเท่ากัน) ถึง 1 (ตลาดผูกขาดรายเดียว) สำหรับสูตรการคำนวณได้แก่

$$HHI = \sum (S_i)^2$$

เมื่อ S_i = ส่วนแบ่งตลาดของผู้ผลิตรายที่ i

2. ค่าอัตราส่วนการกระจุกตัว

ค่าอัตราส่วนการกระจุกตัว แสดงถึงส่วนแบ่งตลาดของผู้ผลิตรายที่ใหญ่ที่สุดจำนวน 3 ราย ว่ามีการกระจุกตัวมากน้อยเพียงใด โดยถ้าอัตราส่วนการกระจุกตัวมีค่ามากแสดงว่ามีการกระจุกตัวสูง และถ้าอัตราส่วนการกระจุกตัวมีค่าน้อยแสดงว่ามีการกระจุกตัวต่ำ สำหรับสูตรการคำนวณได้แก่

$$CR4 = S_1 + S_2 + S_3 + S_4$$

3. ค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวแบบครอบคลุม

ค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวแบบครอบคลุม แสดงให้เห็นถึงลักษณะของบริษัทขนาดใหญ่ที่เป็นผู้นำตลาดในอุตสาหกรรมว่ามีอิทธิพลต่อตลาดมากน้อยเพียงใด โดยจะมีค่าอยู่ระหว่าง $1/n$ (ทุกหน่วยมีขนาดเท่ากัน) ถึง 1 (ตลาดผูกขาดรายเดียว) สำหรับสูตรการคำนวณได้แก่

$$CCI = S_i + \sum (S_j)^2 [1 + (1 - S_j)]$$

4. อัตรากำไรขั้นต้น

อัตรากำไรขั้นต้น แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรที่มาจากการดำเนินงานหลักของบริษัทเพียงอย่างเดียว สำหรับสูตรการคำนวณได้แก่

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{(\text{Revenue from Sales and Services}) * 100}{(\text{Cost of Sales and Services} + \text{Expense of Administration})}$$

5. อัตรากำไรสุทธิ

อัตรากำไรสุทธิ แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรรวมของบริษัท โดยเป็นอัตรากำไรขั้นสุดท้ายที่เกิดขึ้นจริง สำหรับสูตรการคำนวณได้แก่

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Total Revenue} * 100}{\text{Total Cost and Expense}}$$

6. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม

อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม แสดงถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัท โดยเป็นการแสดงให้เห็นว่าบริษัทมีความสามารถในการสร้างรายได้จากสินทรัพย์รวมที่มีอยู่ได้มากน้อยเพียงใด สำหรับสูตรการคำนวณได้แก่

$$\text{Total Assets Turnover Ratio} = \frac{\text{Total Revenue} * 100}{\text{Total Assets}}$$

7. อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน

อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน แสดงถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัท โดยเป็นการแสดงให้เห็นว่าบริษัทมีความสามารถในการทำกำไรสุทธิจากสินทรัพย์รวมที่มีอยู่ได้มากน้อยเพียงใด สำหรับสูตรการคำนวณได้แก่

$$\text{Return on Investment} = \frac{\text{Net Profit} * 100}{\text{Total Assets}}$$

ภาคผนวก ข

สิทธิและความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์

ในการศึกษาเรื่องการกำกับดูแลสื่อหนังสือพิมพ์นี้ จะพิจารณาว่าส่วนที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดของหนังสือพิมพ์ โดยจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ สิทธิในการรับรู้ข้อมูลของประชาชน เสรีภาพและความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์ในการเสนอข่าว และสิทธิส่วนบุคคลของผู้ตกเป็นข่าว

สิทธิในการรับรู้ข้อมูลของประชาชน

สิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ถือเป็นสิทธิเสรีภาพขั้นพื้นฐานของประชาชน ในฐานะที่เป็นเงื่อนไขสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ เพราะสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นเงื่อนไขสำคัญของสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น เพราะการแสดงความคิดเห็นจะเกิดขึ้นได้ก็จะต้องมีความคิดเห็นเป็นของตนเองก่อน โดยการจะมีความคิดเห็นเป็นของตนเองก็จำเป็นต้องมีหลักประกันต่อสิทธิเสรีภาพที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอด้วย

สิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นสิทธิที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 โดยกฎหมายรัฐธรรมนูญได้บัญญัติรับรองสิทธิดังกล่าวเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของบุคคลไว้ตามมาตรา 58 แต่อย่างไรก็ตาม สิทธิรับรู้ตามกฎหมายรัฐธรรมนูญ หมายถึง "สิทธิที่ประชาชนจะรู้เรื่องเกี่ยวกับรัฐบาลเท่านั้น ไม่ใช่เรื่องส่วนตัวอะไรของใครก็จะมีสิทธิ" (กมล สุวรรณธรรมา, 2537)

โดยนัยแห่งกฎหมายรัฐธรรมนูญมาตรา 58 นี้ สิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนทุกคนที่ประสงค์จะรับรู้ โดยไม่ต้องคำนึงถึงว่าบุคคลนั้นๆ จะมีประโยชน์ใดเสียเกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารนั้นหรือไม่ก็ตาม และจะไม่มีผู้ใดสามารถจำกัดสิทธิรับรู้ข้อมูลสาธารณะได้ เว้นแต่จะมีกฎหมายบัญญัติวางข้อจำกัดไว้ ซึ่งข้อจำกัดดังกล่าวที่สำคัญ ได้แก่ ความมั่นคงของรัฐ ความปลอดภัยของประชาชน และส่วนได้เสียอันพึงได้รับความคุ้มครองของบุคคลอื่นตามที่กฎหมายบัญญัติ

ส่วนได้เสียอันพึงได้รับความคุ้มครองของบุคคลอื่นตามที่กฎหมายบัญญัตินี้ หมายถึง ส่วนได้เสียหรือสิทธิอันพึงได้รับความคุ้มครองโดยกฎหมาย ซึ่งส่วนได้เสียที่ว่านี้ไม่จำเป็นต้องเป็นทรัพย์สินเท่านั้น แต่รวมไปถึงส่วนได้เสียที่คิดคำนวณราคาเป็นเงินได้ด้วย เช่น สิทธิในเกียรติยศหรือชื่อเสียง เป็นต้น ซึ่งกรณีของสิทธิส่วนบุคคลหรือสิทธิในความเป็นอยู่ของบุคคลนั้น จะถูกจัดอยู่ในประเภทส่วนได้เสียอันพึงได้รับความคุ้มครองจากบุคคลอื่นด้วย (กิตติศักดิ์ ปรกติ, 2541)

การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของประชาชน อาจได้มาจากหลายแหล่ง เช่น จากหน่วยงานราชการหรือจากสื่อมวลชน ซึ่งหนังสือพิมพ์ถือเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญ

ในการทำหน้าที่แสวงหาความจริงและข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาเสนอต่อประชาชน ซึ่งในปัจจุบันสิทธิในการได้รับข้อมูลข่าวสารก็ได้รับการคุ้มครองมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากกฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 และพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540 ที่พบว่า การนำเสนอข้อมูลต่างๆ ของสื่อมวลชน และแม้กระทั่งหน่วยงานของรัฐเองก็ได้มีการเปิดเผยสู่สาธารณชนมากขึ้น ซึ่งแตกต่างจากในอดีตที่มักมีการปิดบังข้อมูลต่างๆ หรือนำเสนอแค่เพียงบางส่วนเท่านั้น

เสรีภาพและควมรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์ในการนำเสนอข่าว

เนื่องจากประชาชนจำเป็นต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ โดยมีสื่อมวลชนเป็นตัวกลางในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ไปสู่ประชาชน ดังนั้นสื่อมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญในการแสวงหาความจริงเพื่อนำเสนอต่อประชาชน อันเป็นการตอบสนองต่อสิทธิในการรับรู้ของประชาชน เสรีภาพในการแสวงหาข่าวสารของสื่อมวลชนจึงเป็นที่ยอมรับในความสำคัญและถูกรับรองไว้ในกฎหมายของทุกประเทศ ดังนั้น เสรีภาพของหนังสือพิมพ์ในการแสวงหาข้อเท็จจริงเพื่อนำเสนอต่อประชาชน จึงมีความสัมพันธ์กับสิทธิในการรับรู้ของประชาชนอย่างแยกไม่ได้

เสรีภาพของหนังสือพิมพ์ที่ได้รับการคุ้มครองประกอบด้วย เสรีภาพในข่าวสาร (Freedom of Information) เสรีภาพในการพิมพ์ (Freedom of Printing) เสรีภาพในการวิพากษ์วิจารณ์ (Freedom of Criticize) และเสรีภาพในการจำหน่ายแจก (Freedom of Dissemination)

ตามกฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ได้ให้การคุ้มครองเสรีภาพในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนต่างๆ โดยปรากฏอยู่ในมาตรา 39 ว่า

มาตรา 39 "บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นในการพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น

การจำกัดเสรีภาพตามวรรคหนึ่งจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายเฉพาะเพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิ เสรีภาพ เกียรติยศ ชื่อเสียง สิทธิในครอบครัว หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคลอื่น เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันหรือระงับความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชน

การสั่งปิดโรงพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ เพื่อลดรอนสิทธิ เสรีภาพตามมาตรานี้จะกระทำมิได้ การให้นำข่าวหรือบทความไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจก่อนนำไปโฆษณาในหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์ จะกระทำมิได้ เว้นแต่จะกระทำในอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายซึ่งได้ตราขึ้นตามความในวรรคสอง

เจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์ หรือสื่อมวลชนอื่น ต้องเป็นบุคคลสัญชาติไทย ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ

การให้เงิน หรือทรัพย์สินอย่างอื่นอุดหนุนหนังสือพิมพ์ หรือสื่อมวลชนอื่นของเอกชน รัฐจะกระทำมิได้"

จะเห็นได้ว่า กฎหมายได้ให้เสรีภาพแก่สื่อมวลชนโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ แต่ขณะเดียวกันก็จำกัดขอบเขตของเสรีภาพไปพร้อมๆ กัน เพื่อไม่ให้ไปละเมิดต่อความมั่นคงของรัฐ ต่อสิทธิส่วนบุคคล ต่อศีลธรรมอันดีของประชาชน สิทธิเสรีภาพของหนังสือพิมพ์จึงไม่ใช่สิทธิเสรีภาพที่ได้ขาดหากแต่ถูกจำกัดตามเงื่อนไข ซึ่งจากเงื่อนไขดังกล่าวเป็นผลให้รัฐบาลออกกฎหมายจำกัดสิทธิเสรีภาพได้โดยชอบตามรัฐธรรมนูญ เพื่อให้สิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชน และสิทธิการรับรู้ข่าวสารของประชาชนอยู่ในขอบเขตที่ไม่กระทบต่อสิทธิเสรีภาพของบุคคลอื่น

นอกจากนี้ ในมาตรา 41 ของกฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 ได้กำหนดไว้ว่า

มาตรา 41 "พนักงานหรือลูกจ้างของเอกชนที่ประกอบกิจการรัฐธรรมนูญ วิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์ ย่อมมีเสรีภาพในการเสนอข่าวและแสดงความคิดเห็นภายใต้ข้อจำกัดตามรัฐธรรมนูญ โดยไม่ตกอยู่ภายใต้อำนาจของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเจ้าของกิจการนั้น แต่ต้องไม่ขัดจรรยาบรรณต่อการประกอบวิชาชีพ

ข้าราชการ พนักงาน หรือลูกจ้างของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ ในกิจการวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ย่อมมีเสรีภาพเช่นเดียวกับพนักงานหรือลูกจ้างของเอกชนตามวรรคหนึ่ง"

จากมาตราดังกล่าว จะเห็นว่า กฎหมายรัฐธรรมนูญเปิดกว้างให้ประชาชนได้มีสิทธิรับรู้ข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะมาจากด้านของหน่วยงานเอกชนหรือหน่วยงานราชการ ข้อมูลข่าวสารจะต้องไม่ถูกจำกัดหรือครอบงำโดยหน่วยงานของรัฐหรือเจ้าของสื่อ อีกทั้งแม้แต่พนักงานหรือลูกจ้างในกิจการที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หากจะมีการจำกัดสิทธิดังกล่าวก็ทำได้เฉพาะเพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ สิทธิในครอบครัวหรือความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคลอื่น เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันระงับความเสื่อมทรามของจิตใจหรือสุขภาพของประชาชน ซึ่งจะต้องเป็นเงื่อนไขที่ผู้นำเสนอต้องให้ความสนใจและระมัดระวังการนำเสนอข่าวของตน ในอันที่จะไม่ให้เกิดการละเมิดต่อบุคคลอื่น

สิทธิส่วนบุคคลของผู้ตกเป็นข่าว

แม้ว่ารัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยจะให้โอกาสในเรื่องเสรีภาพแก่สื่อมวลชนต่างๆ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ แต่กฎหมายรัฐธรรมนูญก็ได้จำกัดขอบเขตของเสรีภาพไปพร้อมๆ กัน ด้วยดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า การใช้เสรีภาพดังกล่าวของหนังสือพิมพ์ต้องไม่เป็นการ

ละเมิดต่อความมั่นคงของรัฐ ศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่น ซึ่งในที่นี้ จะขอกล่าวถึงแต่เฉพาะสิทธิส่วนบุคคลที่เกิดจากการใช้เสรีภาพของหนังสือพิมพ์เท่านั้น

1. ความหมายของสิทธิส่วนบุคคล

แม้ว่าสังคมจะมีข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วนและถูกต้อง แต่หากข้อมูลข่าวสารนั้น เป็นการรับรู้ความเคลื่อนไหวของบุคคลผู้ตกเป็นข่าว บุคคลนั้นก็ย่อมไม่มีเวลาเป็นส่วนตัว เพื่อพัฒนาความคิดเห็นในการจัดการข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้สามารถตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงถือเป็นการขัดต่อหลักของสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีจุดประสงค์เพื่อการตัดสินใจอย่างยั้ง ดังนั้น ในกรณีนี้การควบคุมให้บุคคลมีภาวะการณ์เป็นส่วนตัวก็น่าจะทำให้บุคคลนั้นมีเสรีภาพมากขึ้นในการเลือกพฤติกรรม และสามารถควบคุมกิจกรรมของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สิทธิส่วนบุคคลในที่นี้ จึงหมายถึง สิทธิที่จะอยู่คนเดียว ปราศจากการแทรกแซงโดยบุคคลอื่น หรือถูกแทรกแซงน้อยที่สุด รวมไปถึงสิทธิในการปกป้องตนเองจากการแทรกแซงในชีวิตส่วนตัว ครอบครัว และความเป็นอยู่ การแทรกแซงที่ทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงและเกียรติยศ การถูกทำให้หมองในสายตาสาธารณชน การเปิดเผยเรื่องส่วนตัวอย่างไม่เคารพ และมีเจตนาทำให้อับอาย การนำชื่อหรือแอบอ้างชื่อของบุคคลอื่นไปใช้ประโยชน์ การสอดแนม การสอดรู้สอดเห็น เผยแพร่ข้อมูลความลับทางวิชาชีพที่บุคคลอื่นได้ให้หรือได้รับ

2. การล่วงล้ำสิทธิส่วนบุคคล

การล่วงล้ำสิทธิส่วนบุคคล (Invasion of Privacy) หมายถึง การละเมิดต่อสิทธิส่วนบุคคล ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ ดังต่อไปนี้

1. การรบกวนแทรกแซง (Intrusion) คือ การแทรกแซงกิจกรรมส่วนตัวหรือการก้าวล่วงต่อสิทธิส่วนตัวที่จะมีความสันโดษ โดยที่ไม่มีเหตุผลอันสมควร การแทรกแซงเกี่ยวข้องกับการแสวงหาข่าวสารของสื่อมวลชนโดยทั่วไป รวมถึงการแอบลักลอบบันทึกเทป เครื่องขยายเสียง ภาพยนตร์ และเครื่องบันทึกไฟฟ้า หรือเครื่องมือดักฟังต่างๆ เพื่อบันทึกกิจกรรมส่วนตัวของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

2. การเปิดเผยเรื่องส่วนตัวต่อสาธารณชน (Public Disclosure of Privacy Fact) คือ การเผยแพร่ความจริงที่เกี่ยวข้องกับชีวิตส่วนตัวของบุคคล ซึ่งอาจเป็นผลเสียต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้ตกเป็นข่าว สิ่งนี้ถือเป็นการล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล อย่างไรก็ตาม การเปิดเผยที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลต้องเป็นการเปิดเผยที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางเรื่องส่วนตัวเท่านั้น กรณีที่หนังสือพิมพ์ได้ตีพิมพ์เรื่องราวหรือลงภาพเหตุการณ์ใดๆ ก็ตาม ที่เกิดขึ้นในที่สาธารณะ ไม่ว่าเรื่องดังกล่าวจะเป็นเรื่องที่สะเทือนใจหรือเป็นเรื่องที่น่าอับอายก็ตาม ไม่ถือเป็นการล่วงล้ำสิทธิส่วนบุคคล ดังนั้น หนังสือพิมพ์จะไม่ถูกฟ้องถ้าเขานำเสนอภาพของวัยรุ่นที่กำลังจูบกัน ตราบใดที่ช่างภาพบันทึกภาพ

เหล่านั้นได้เหมือนกับที่สายตาของบุคคลทั่วไปสามารถเห็นได้ในที่สาธารณะ ก็ไม่ถือว่าเป็นการล่วงล้ำสิทธิแต่อย่างใด

3. การไขข่าวแพร่หลายซึ่งข้อความอันฝ่าฝืนความจริง ซึ่งข้อความอันเป็นเท็จ (False Light in the Public Eye) โดยการตีพิมพ์เผยแพร่เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับบุคคลใด ซึ่งเป็นการกล่าวไปในทางที่ผิดจากความเป็นจริง การล่วงล้ำสิทธิส่วนบุคคลในรูปแบบนี้เป็นสิ่งที่ใกล้เคียงกับความผิดทางอาญาฐานหมิ่นประมาท เพราะมีองค์ประกอบของข้อความอันเป็นเท็จอยู่ด้วย

4. การแสวงหาประโยชน์จากเรื่องส่วนตัวโดยไม่ได้รับความยินยอมของบุคคลนั้น (Appropriation) คือ การใช้ชื่อหรือภาพ หรือบุคลิกลักษณะของบุคคลเพื่อนำไปแสวงหาผลประโยชน์ทางการค้า หรือเพื่อผลประโยชน์ของบุคคลหนึ่งบุคคลใดโดยไม่ได้รับความยินยอมอย่างชัดเจน

ภาคผนวก ค

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์

กฎหมายรัฐธรรมนูญ

ในเรื่องสิทธิส่วนบุคคลนั้นกฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 ได้บัญญัติรับรองไว้ในมาตรา 34 มีสาระสำคัญดังนี้

มาตรา 34 "สิทธิของบุคคลในครอบครัว เกียรติยศ ชื่อเสียง หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวย่อมได้รับความคุ้มครอง

การกล่าวหาหรือใส่ร้ายผู้อื่น ซึ่งขัดความหรือภาพไม่ว่าด้วยวิธีใดไปยังสาธารณชน อันเป็นการละเมิดหรือกระทบถึงสิทธิของบุคคลในครอบครัว เกียรติยศ ชื่อเสียง หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวจะกระทำมิได้ เว้นแต่จะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน"

เนื่องจากกฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 ได้มีการบัญญัติรับรองสิทธิส่วนบุคคลไว้ ดังนั้น หากมีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลดังกล่าว บุคคลที่ถูกละเมิดสิทธินั้นสามารถใช้สิทธิทางศาล หรือยกขึ้นเป็นข้อต่อสู้คดีในศาลได้ อย่างไรก็ตามดังที่ได้กล่าวมาแล้ว จะเห็นว่า กฎหมายรัฐธรรมนูญได้กำหนดขอบเขตไว้กว้างๆ และไม่ได้มีสภาพบังคับ ดังนั้น จำเป็นต้องอาศัยบทบัญญัติกฎหมายอื่นๆ มาเป็นเครื่องมือในการบังคับให้เป็นไปตามกฎหมายรัฐธรรมนูญ

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มีมาตราที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. มาตรา 420

มาตรา 420 "ผู้ใดจงใจประมาทหรือเลินเล่อ ทำต่อบุคคลอื่นโดยผิดกฎหมายให้เขาเสียหายถึงแก่ชีวิตก็ดี แก่ร่างกายก็ดี อนามัยก็ดี เสรีภาพก็ดี ทรัพย์สินหรือสิทธิอย่างหนึ่งอย่างใดก็ดี ท่านว่าผู้นั้นทำละเมิด จำต้องให้ค่าสินไหมทดแทนเพื่อการนั้น"

มาตรา 420 นี้เป็นบทบัญญัติความรับผิดเมื่อมีการละเมิด โดยการละเมิดต้องเป็นการกระทำโดยผิดกฎหมาย อันหมายถึง การกระทำนั้นเป็นการล่วงละเมิดสิทธิโดยผิดหน้าที่ที่ต้องเคารพต่อสิทธินั้นเป็นการผิดกฎหมายไปในตัว ไม่ต้องมีกฎหมายกำหนดว่า การกระทำเช่นนั้นเป็นความผิดกฎหมายอีกชั้นหนึ่ง กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องถึงขนาดมีกฎหมายบัญญัติโดยชัดแจ้งว่าการกระทำเช่นนั้นเป็นการผิดกฎหมายบทใดบทหนึ่ง ดังนั้นหากการกระทำโดยมีสิทธิตามกฎหมาย ตามสัญญา ไม่ถือว่าเป็นการกระทำโดยผิดกฎหมายหรือมิชอบด้วยกฎหมาย

สื่อมวลชนแม้ว่าจะมีเสรีภาพในการเสนอข่าวหรือแสดงความคิดเห็นก็ตาม แต่การใช้สิทธิเช่นว่านั้นต้องไม่เป็นการละเมิดในสิทธิของบุคคลอื่น ให้เขาเสียหายแก่ชื่อเสียง เกียรติคุณ หรือ ก้าวล่วงในชีวิตส่วนตัว แม้จะเป็นเรื่องจริงก็ตาม เช่น การนำภาพกึ่งเปลือยที่ดาราดำเล่นกันเอง ระหว่างเพื่อนๆ ไปตีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร เป็นต้น

การละเมิดนั้นอาจเกิดจากความไม่ตั้งใจก็ได้ เช่น การที่ผู้พิสูจน์อักษรของหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีหน้าที่ในการตรวจคำสะกดให้ถูกต้อง แต่หากได้มีการตรวจการที่จะต้องกระทำการที่มีหน้าที่ต้องกระทำ ทำให้เกิดความเสียหายขึ้น ดังกรณีต้นฉบับตอนหนึ่งเขียนว่า "นายกรัฐมนตรี ช. ไม่ชอบ การทุจริตคอร์รัปชัน....." พนักงานพิมพ์ตกคำว่า "ไม่" เขาตรวจพบเข้าแต่ใจปล่อยผ่าน ทั้งที่ผิดไปจากต้นฉบับ จนบรรณาธิการถูกฟ้อง พฤติการณ์เช่นนี้ถือได้ว่าเป็นการจงใจดัดแปลงการที่จะต้องกระทำ (พิศิษฐ์ ชวาลาวัช, พ.ศ.2542)

2. มาตรา 421

มาตรา 421 "การใช้สิทธิซึ่งมีแต่จะให้เกิดการเสียหายแก่บุคคลอื่นนั้น ท่านว่าเป็นการอันมิชอบด้วยกฎหมาย"

มาตรา 421 เป็นการใช้สิทธิที่ก่อให้เกิดความเสียหาย บทบัญญัติมาตรานี้เป็นบทขยายของมาตรา 420 การแสดงออกของสื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นการเสนอข่าวหรือให้ความเห็นใด ๆ ย่อมมีเสรีภาพใช้สิทธินั้นได้ สื่อมวลชนย่อมจะมีสิทธิโต้แย้งหรือวิจารณ์นโยบายของรัฐบาล หรือติชมการบริหารงานของรัฐมนตรี และการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่รัฐทุกระดับ หากสื่อมวลชนทำหน้าที่อย่างตรงไปตรงมาและใช้ความสุจริตเป็นที่ตั้ง ย่อมถือว่าการกระทำเช่นนั้นเป็นการกระทำที่ชอบด้วยกฎหมาย เว้นแต่กรณีที่ใช้สิทธิอย่างไม่มีข้อจำกัด และยิ่งร้ายกว่านั้นคือไม่มีความสุจริตใจ ประพฤติผิดหน้าที่ ขาดหลักจริยธรรมทางวิชาชีพ กระทำการโดยไม่สุจริตด้วยการบิดเบือนข้อเท็จจริงหรือกระทำการโดยประมาทเลินเล่อ จึงเกิดความเสียหายแก่บุคคลอื่นขึ้น การกระทำในลักษณะตามที่กล่าวมานี้เป็นการใช้สิทธิโดยมิชอบด้วยกฎหมาย สื่อมวลชนจะกล่าวอ้างเสรีภาพตามที่รัฐธรรมนูญให้ไว้ไม่ได้

หากพิจารณาถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการรายงานนำเสนอข่าวสาร ซึ่งเป็นหน้าที่ที่ต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของสาธารณชนเป็นหลัก การเปิดเผยการทุจริตคอร์รัปชันก็ดี การวิจารณ์การทำงานของนายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีก็ดี ย่อมเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรงของสื่อมวลชน เมื่อเรื่องราวเผยแพร่ไปสู่สาธารณะย่อมเป็นผลธรรมดาที่อาจให้บุคคลที่ถูกกล่าวถึงเสียหายไปบ้างก็ไม่ใช่ละเมิด เพราะเป็นผลธรรมดาของการใช้สิทธิของสื่อมวลชน ในทางตรงกันข้ามหากสื่อมวลชนใช้สิทธิโดยไม่คำนึงถึงความถูกต้องและไม่สุจริตใจที่จะใช้สิทธิเสรีภาพตามที่กฎหมายให้ไว้ การกระทำเช่นนั้นถือว่ามีมูลที่จะให้เกิดความเสียหายอย่างเดียว การกระทำดังกล่าวถือเป็นการใช้สิทธิอันมิชอบด้วยกฎหมาย จึงไม่อาจใช้เป็นข้อแก้ตัวได้ (พิศิษฐ์ ชวาลาวัช, พ.ศ.2542)

3. มาตรา 423

มาตรา 423 "ผู้ใดกล่าว หรือโฆษณาแพร่หลายซึ่งข้อความอันฝ่าฝืนต่อความจริง เป็นที่เสียหายแก่ชื่อเสียง หรือบุคคลอื่นก็ดี หรือเป็นที่เสียหายแก่ทางทำมาหาได้หรือทางเจริญของเขาโดยประการใดก็ดี ท่านว่าผู้นั้นจะต้องใช้ค่าสินไหมทดแทนให้แก่เขา เพื่อความเสียหายอย่างใดอย่างหนึ่ง อันเกิดแต่การนั้น แม้ทั้งเมื่อตนมิได้รู้ข้อความนั้นไม่จริง แต่หากควรรู้ได้"

ผู้ใดส่งข่าวสาส์นอันตนมิได้รู้ว่าเป็นความไม่จริง หากว่าตนเองหรือผู้รับข่าวสาส์นนั้นมีทางได้เสียโดยชอบในการนั้นด้วยแล้ว ท่านว่าเพียงที่ส่งข่าวสาส์นเช่นนั้นหาทำให้ผู้นั้นต้องรับผิดชอบค่าสินไหมทดแทนไม่"

มาตรา 423 เป็นกรณีการกล่าวหรือโฆษณาอันเป็นการฝ่าฝืนต่อความจริง โดยมาตรานี้เป็นเรื่องของบุคคล (หรือสื่อมวลชน) ที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ชื่อเสียงของบุคคลอื่น ซึ่งอาจทำให้ผู้อื่นเสียหายด้วยคำพูดหรือข้อเขียน โดยบัญญัติแยกออกเป็นเอกเทศต่างหากจากมาตรา 420 อันเป็นหลักทั่วไปของการกระทำละเมิด มาตรา 423 บัญญัติแยกเฉพาะเจาะจงถึงการกล่าวหรือโฆษณาแพร่หลายจนก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้อื่น สิทธิในชื่อเสียงก็เป็นสิทธิอย่างหนึ่ง ซึ่งจะจัดเข้าเป็นสิทธิอย่างใดอย่างหนึ่งตามความหมายของมาตรา 420 ก็ได้ ดังนั้นแม้ไม่มีมาตรา 423 ก็ไม่ได้หมายความว่าจะไม่ผิดตามมาตรา 420 เพียงแต่มาตรา 423 แยกบัญญัติกำหนดหลักเกณฑ์ต่างหากออกไป

4. มาตรา 438

มาตรา 438 "ค่าสินไหมทดแทนจะพึงใช้โดยสถานใดเพียงนั้น ให้ศาลวินิจฉัยตามควรแก่พฤติการณ์และความผิดร้ายแรงแห่งละเมิด"

มาตรา 438 เป็นเรื่องค่าสินไหมทดแทนเพื่อละเมิด โดยบัญญัติการวินิจฉัยของศาลไว้อย่างกว้างๆ ว่าศาลมีอำนาจวินิจฉัยตามควรแก่พฤติการณ์และความร้ายแรงแห่งละเมิด การขาดข้ออ้างเป็นค่าสินไหมทดแทน การคืนทรัพย์สิน การใช้ราคาทรัพย์สิน รวมไปถึงค่าเสียหายอันจะพึงใช้เพื่อความเสียหายอย่างใดๆ อันได้ก่อให้เกิดขึ้นนั้น เจตนารมณ์ของบทบัญญัติเพื่อที่จะทำให้ผู้เสียหายได้กลับคืนสู่ฐานะเดิมเหมือนกับยังไม่มีความเสียหายเกิดขึ้น มาตรา 438 นี้เป็นมาตราที่วางหลักทั่วไปในการกำหนดค่าเสียหาย (นอกจากนี้ยังมีบทบัญญัติไว้โดยเฉพาะในมาตรา 447 ถึงความเสียหายที่ผู้ละเมิดจะต้องจัดการตามกฎหมายดังที่จะกล่าวต่อไป) (พิศิษฐ์ ชวาลารวัช, พ.ศ.2542)

5. มาตรา 447

มาตรา 447 "บุคคลใดทำให้เขาต้องเสียหายแก่ชื่อเสียง เมื่อผู้ต้องเสียหายร้องขอ ศาลจะสั่งให้บุคคลนั้นจัดการตามควรเพื่อทำให้ชื่อเสียงของผู้นั้นกลับคืนดีแทนให้ใช้ค่าเสียหาย"

มาตรา 447 เป็นเรื่องให้ผู้เสียหายร้องขอให้ศาลสั่งให้บุคคลผู้ทำละเมิดต้องทำให้ชื่อเสียงของผู้เสียหายกลับคืนมา มาตรานี้เป็นบทบัญญัติเฉพาะในการชดเชยค่าเสียหายที่เกิดจากการกล่าวเท็จ อันก่อให้เกิดการละเมิดเป็นที่เสียหายตามมาตรา 420 และมาตรา 423 กล่าวคือ ผู้ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ชื่อเสียงด้วยการกล่าวและไขข่าวแพร่หลายอันฝ่าฝืนต่อความเป็นจริง และผู้เสียหายร้องขอต่อศาลเพื่อมีคำสั่งให้ผู้นั้นจัดการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยอาจเป็นการทำให้ชื่อเสียงกลับคืนดีเหมือนก่อนที่จะมีการละเมิด หรือให้ชดเชยค่าเสียหาย โดยให้ชดเชยค่าสินไหมทดแทนก็ได้

ประมวลกฎหมายอาญา

1. มาตรา 326

มาตรา 326 "ผู้ใดใส่ความผู้อื่นต่อบุคคลที่สาม โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้นั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น หรือถูกเกลียดชัง ผู้นั้นกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ"

มาตรานี้เป็นบทบัญญัติว่าด้วยความผิดฐานหมิ่นประมาท เพราะการใส่ความผู้อื่นต่อบุคคลที่สาม ในลักษณะที่น่าจะทำให้บุคคลนั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น หรือถูกเกลียดชัง โดยหลักการพิจารณาของศาลในคดีหมิ่นประมาทนั้น ศาลต้องพิจารณาจากข้อความทั้งหมดที่ปรากฏอยู่ในคำฟ้องของโจทก์ จะหยิบมาพิจารณาแต่เฉพาะตอนใดตอนหนึ่งไม่ได้ เพราะข้อความทั้งเรื่องเกี่ยวโยงสัมพันธ์กัน แสดงให้เห็นถึงความหนักเบาและความหมายที่แท้จริงของข้อความที่กล่าวแล้ว

2. มาตรา 327

มาตรา 327 "ผู้ใดใส่ความผู้ตายต่อบุคคลที่สาม และการใส่ความนั้นน่าจะเป็นเหตุให้บิดา มารดา คู่สมรส หรือบุตรของผู้ตายเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชัง ผู้นั้นกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท ต้องระวางโทษดังบัญญัติไว้ในมาตรา 326 นั้น"

มาตรา 327 เป็นเรื่องการใส่ความผู้ตาย แต่การกระทำนั้นเป็นเหตุให้บิดามารดา คู่สมรส หรือบุตรของผู้ตายเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น หรือถูกเกลียดชัง

3. มาตรา 328

มาตรา 328 "ถ้าความผิดฐานหมิ่นประมาทได้กระทำโดยการโฆษณาด้วยเอกสาร ภาพวาด ภาพระบายสี ภาพยนตร์ ภาพหรือตัวอักษร ที่ทำให้ปรากฏไม่ว่าด้วยวิธีใดๆ แผ่นเสียง หรือสิ่งบันทึกเสียง หรือบันทึกอักษร กระทำโดยการกระจายเสียง หรือการกระจายภาพ หรือโดยกระทำการปาวประกาศด้วยวิธีอื่น ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี และปรับไม่เกินสองแสนบาท"

มาตรา 328 เป็นเรื่องการโฆษณาใส่ความ มาตรานี้เป็นการเพิ่มโทษหากมีการกระทำ ความผิดฐานหมิ่นประมาทเกิดขึ้นตามมาตรา 326 กรณีสื่อมวลชนมีหน้าที่ในการรายงานข่าวและ วิพากษ์วิจารณ์ข้อความแพร่หลายไปสู่สาธารณชน บางครั้งอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลที่ กล่าวถึงได้ หากสื่อมวลชนมีความผิดตามข้อกล่าวหา ต้องรับผิดตามมาตรา 326 และมาตรา 328 เป็น เหตุเพิ่มโทษ เพราะมีการโฆษณาใส่ความโดยวิธีหนึ่งวิธีใดตามมาตรา 328 บทลงโทษจึงหนักกว่า มาตรา 326

4. มาตรา 329

มาตรา 329 "ผู้ใดแสดงความคิดเห็นหรือข้อความใดโดยสุจริต (1) เพื่อความชอบ ธรรม ป้องกันตนหรือป้องกันส่วนได้เสียเกี่ยวกับตนตามคลองธรรม (2) ในฐานะเป็นเจ้าพนักงานปฏิบัติ การตามหน้าที่ (3) ดิชม ด้วยความเป็นธรรม ซึ่งบุคคลหรือสิ่งใดอันเป็นวิสัยของประชาชนย่อมกระทำ หรือ (4) ในการแจ้งข่าวด้วยความเป็นธรรมเรื่องการดำเนินการอันเปิดเผยในศาลหรือในการประชุม ผู้ นั้นไม่มีความผิดฐานหมิ่นประมาท"

มาตรานี้เป็นบทบัญญัติที่ได้รับการยกเว้นจากความผิดฐานหมิ่นประมาท โดยถือว่า การแสดงความคิดเห็นหรือข้อความนั้นถูกต้อง เป็นความจริงดังที่เข้าใจโดยสุจริต การกระทำนั้นย่อม ไม่ถือว่าเป็นความผิดฐานหมิ่นประมาท

5. มาตรา 330

มาตรา 330 "ในกรณีหมิ่นประมาท ถ้าผู้ถูกกล่าวหาว่ากระทำความผิดพิสูจน์ได้ว่า ข้อ หาทว่าหมิ่นประมาทนั้นเป็นความจริง ผู้นั้นไม่ต้องรับโทษ

แต่ห้ามไม่ให้พิสูจน์ ถ้าข้อที่หาว่าเป็นหมิ่นประมาทนั้นเป็นการใส่ความในเรื่องส่วนตัว และการพิสูจน์จะไม่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน"

กรณีความผิดหมิ่นประมาทนั้น หากผู้ถูกกล่าวหาว่ากระทำความผิดพิสูจน์ได้ว่า ข้อ หาทว่าหมิ่นประมาทนั้นเป็นความจริง ผู้นั้นไม่ต้องรับโทษ แต่ยังถือว่ามีความผิดอยู่ อย่างไรก็ตาม มาตรา 330 วรรคสอง มีข้อห้ามมิให้มีการพิสูจน์ ถ้าหากว่าข้อกล่าวหาหมิ่นประมาทนั้นเป็นการใส่ ความในเรื่องส่วนตัว ไม่เกี่ยวกับหน้าที่การงาน และการพิสูจน์ดังกล่าวไม่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน โดยส่วนรวม กล่าวคือประชาชนไม่ได้รับประโยชน์จากการพูดหรือการเขียนหลังจากรับรู้เรื่องราวที่เกิดขึ้น

6. มาตรา 333

มาตรา 333 "ความผิดในหมวดนี้เป็นความผิดอันยอมความได้ ถ้าผู้เสียหายในความผิดฐานหมิ่นประมาทตายเสียก่อนร้องทุกข์ให้บิดา มารดา คู่สมรส หรือบุตรของผู้เสียหายร้องทุกข์ได้ และให้ถือว่าเป็นผู้เสียหาย"

เนื่องจากความผิดฐานหมิ่นประมาทนั้นเป็นความผิดส่วนตัว หากคู่ความสามารถทำการตกลงและมีการยอมรับผิดกันได้ สังคมจะอยู่กันได้อย่างสงบ ดังนั้น มาตรานี้จึงบัญญัติขึ้นเพื่อให้มีการยอมความกันได้ ไม่ว่าจะเป็นการยอมความกันในศาลหรือนอกศาลก็ตาม เจตนาของกฎหมายไม่ต้องการให้มีการค้าความกันยัดเยียด จึงเปิดโอกาสให้คู่ความตกลงกันเวลาใดก็ได้ ก่อนที่คดีหมิ่นประมาทจะถึงที่สุด

กฎหมายพิเศษอื่น ๆ

นอกจากบทบัญญัติกฎหมายที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว อาจพิจารณากฎหมายอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องในเรื่องการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้ อาทิเช่น พระราชบัญญัติจัดตั้งศาลเยาวชนและครอบครัว และวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ.2534 มีเรื่องที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

ก) การพิจารณาคดีให้กระทำการลับ สื่อมวลชนจะเข้าไปฟังการพิจารณาคดีย่อมกระทำได้ แม้ว่าจะมีบทบาทหน้าที่ในการรายงานข่าวก็ตาม

ข) ห้ามบันทึกภาพ แพร่ภาพ พิมพ์รูป หรือบันทึกเสียง แพร่เสียงของเด็กหรือเยาวชน ซึ่งต้องหาว่ากระทำความผิด หรือโฆษณาข้อความซึ่งปรากฏในทางสอบสวนของพนักงานสอบสวน หรือในทางพิจารณาคดีของศาล ซึ่งอาจจะทำให้บุคคลอื่นรู้จักตัวชื่อตัว หรือชื่อสกุลของเด็กและเยาวชน หรือโฆษณาข้อความเปิดเผยประวัติการกระทำความผิด หรือสถานที่อยู่ สถานที่ทำงาน หรือสถานศึกษาของเด็กหรือเยาวชนนั้น ยกเว้นกรณีที่มีการกระทำเพื่อประโยชน์ทางการศึกษา โดยได้รับอนุญาตจากศาล หรือการกระทำที่จำเป็นเพื่อประโยชน์ทางราชการ

ค) การอ่านคำพิพากษา ให้กระทำการลับ และในการเปิดเผยคำพิพากษาของศาลหรือคำสั่งศาล จะต้องปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดไว้

เมื่อสิทธิส่วนบุคคลได้มีบทบัญญัติของกฎหมายรัฐธรรมนูญเข้ามารองรับ แต่เมื่อมีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลเกิดขึ้น บทบัญญัติของกฎหมายรัฐธรรมนูญไม่อาจนำมาบังคับใช้ในการเยียวยาความเสียหายที่เกิดขึ้นได้โดยตรง หากแต่ต้องอาศัยบทบัญญัติกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ลักษณะละเมิดในกรณีที่ต้องการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน หรือร้องขอให้เยียวยาต่อความเสียหายที่เขาได้รับในทางแพ่ง ส่วนประมวลกฎหมายอาญาจะเข้ามา

เกี่ยวข้องเมื่อเข้าความผิดฐานหมิ่นประมาท และผู้เสียหายต้องการฟ้องคดีอาญาแก่ผู้ที่กระทำให้น
ต้องเสียหายนั้น นอกจากนี้ในบางกรณีอาจจะต้องพิจารณากฎหมายพิเศษเป็นเรื่อยๆ ไป ว่าบทบัญญัติ
กฎหมายดังกล่าวมีข้อห้ามมิให้สื่อมวลชนกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใด อันอาจเป็นการละเมิดสิทธิ
ส่วนบุคคลหรือเป็นส่วนหนึ่งที่กฎหมายมุ่งประสงค์จะคุ้มครอง

ภาคผนวก ง
ลำดับเหตุการณ์ที่สำคัญ
กรณีการนำเสนอข่าวและภาพการร่วมรักของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม

11 กรกฎาคม พ.ศ.2546 ถึง 16 กรกฎาคม พ.ศ.2546

รศ.ปิยะกุล เลาว์ฉัตรศิริ คณบดีคณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าว
ว่า “สื่อทุกวันนี้มีเสรีภาพในการนำเสนอข้อมูลมาก แต่การใช้สิทธิเสรีภาพควรมีขอบเขต และไม่ควรไป
ล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่น การเสนอข่าวดังกล่าวเป็นสิ่งไม่เหมาะสม เนื่องจากการกระทำดัง
กล่าวเป็นสิทธิส่วนบุคคลเป็นเรื่องธรรมชาติของมนุษย์ ซึ่งเกิดในห้องมิดชิด ไม่ได้มีเจตนาที่จะเผยแพร่
หรือเปิดเผยให้ผู้ใดทราบ”

รศ.ดร.ณัฏฐ์ หิรัญรักษ์ คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย กล่าวว่า
“เรื่องแบบนี้ไม่เหมาะสมที่จะเป็นข่าวและนำเสนอ เพราะประชาชนไม่ได้ประโยชน์อะไรเลย ซึ่งใน
ลักษณะนี้ส่งผลกระทบต่อบุคคลบางกลุ่มเท่านั้น โดยเฉพาะตัวผู้ตกเป็นข่าว กลายเป็น ทอล์ก ออฟ เดอะ
ทาวน์ ที่ชาวบ้านวิพากษ์วิจารณ์กันมากกว่า ซึ่งสิ่งที่เกิดขึ้นก็จะทำให้ผู้ตกเป็นข่าวเกิดความเสีย
หาย นอกจากนี้ การนำเสนอที่ไม่รู้ว่าใครเป็นใคร และไม่รู้ว่าเป็นใคร เอาข้อมูลมาจากไหน
อาจจะเป็นการกลั่นแกล้งกันก็ได้ ไม่มีใครรู้ หนังสือพิมพ์จะมาอ้างมั่วๆ ไม่ได้ว่า เป็นรูปที่มีคนส่งมาให้
และสื่อก็ไม่ได้ตกเป็นเครื่องมือของใครแน่นอน เพราะไม่ใช่หนังสือพิมพ์ที่เพิ่งก่อตั้ง ไม่ได้หัดทำข่าวเมื่อ
วาน ที่ทำก็ต้องการข่าวยาวภาพยาวหวัดเท่านั้น ทั้งนี้ สื่อมีหน้าที่ในการกลั่นกรอง ตรวจสอบข้อเท็จจริง
ก่อนที่จะมีการนำมาเผยแพร่”

นายวัลลภ ตังคณานันท์ ประธานกรรมการบริหาร สตรีและผู้สูงอายุ วุฒิสภา
กล่าวว่า “สื่อต้องจำแนกให้ได้ว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องส่วนตัวหรือเรื่องส่วนรวม และมีความเหมาะสมและ
เป็นประโยชน์หรือไม่ที่จะนำมาเผยแพร่ โดยส่วนตัวก็เห็นว่าน่าจะยุติเรื่องนี้ได้แล้ว”

ดร.เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง สมาชิกวุฒิสภา กรุงเทพมหานคร กล่าวว่า “ไม่ได้อ่านว่าราย
ละเอียดของข่าว เพราะเห็นว่าเป็นเรื่องส่วนตัวจึงไม่อยากจะไปยุ่ง แต่เรื่องอะไรที่เกี่ยวกับดาว มีดาว
เลือดดาวโลกีย์ มันทายดี เรื่องนี้เท่าที่เห็นเป็นการฉาบฉวยมาก และคิดว่าสื่อควรดูแลกันเอง”

นางสุกัญญา กลางณรงค์ รองเลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกาเพื่อการปฏิรูปสื่อ
(คปส.) กล่าวว่า “น่าเห็นใจคนที่ตกเป็นเหยื่อ คิดว่าประเด็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลเป็นประเด็นที่
แหลมคมมากขึ้นเรื่อยๆ ในสถานการณ์สื่อปัจจุบัน ซึ่งระยะหลังๆ จะเห็นได้ว่าสื่อจะนำประเด็นในเรื่อง
เหล่านี้มาเป็นจุดขายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมในเชิงชู้สาว หรือการไปแอบถ่ายพฤติกรรมในเชิง
ไม่ดีของคน ซึ่งก็เป็นการแน่นอนว่ามาตรฐานจริยธรรม สังคม อาจจะมองว่าเรื่องไม่ถูกต้องควรถูกเปิด
เผย แต่แท้จริงแล้วมันเป็นการใช้อำนาจในการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล แทนที่สื่อจะไปเปิดโปงเรื่องที่

เกี่ยวข้องประเด็นสาธารณะ เรื่องคอร์รัปชัน หรือเรื่องที่กระทบกับอำนาจรัฐ สื่อจะต้องระมัดระวังและทบทวนเรื่องจรรยาบรรณ และความรับผิดชอบมากขึ้น โดยส่วนตัวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งที่สื่อจะเน้นทิศทางการขายข่าว และเรียกร้องความสนใจในประเด็นนี้ จริงอยู่ที่มันทำให้คนสนใจและขายได้ แต่ถ้าสื่อยังไปในทิศทางนี้อยู่เรื่อยๆ ก็จะได้ไม่ทำหน้าที่หรือบทบาทในการตรวจสอบสังคมอย่างแท้จริง”

นางทิชา ณ นคร ผู้ประสานงานเครือข่ายผู้หญิงกับรัฐธรรมนูญ กล่าวว่า “ไม่เข้าใจและสงสัยอยู่เหมือนกันว่าเวลาที่สื่อมวลชนโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ นำเสนอข่าวเช่นนี้ออกไป แล้วเคยคิดบ้าง หรือไม่ว่าจะเกิดประโยชน์อะไรกับประชาชนและสังคม ที่สำคัญเล่นเป็นข่าวหน้าหนึ่งด้วย เพราะเรื่องบางเรื่องหากไม่ให้ความสำคัญ ก็อาจเป็นจุดที่ไม่ทำให้คนสนใจมากนัก และจะเห็นด้วยถ้าสื่อจะนำเสนอในเชิงวิเคราะห์ นำประเด็นที่น่าสนใจมาตีแผ่ แต่ที่เห็นในขณะนี้ เป็นเพียงการขายข่าว ข่าวที่เสนอออกมาบางครั้งก็เป็นพื้นที่ส่วนตัว ข่าวที่ออกมาเป็นการละเมิดความเป็นส่วนตัวของเขา ถ้าจะเล่นข่าวในลักษณะนี้ ก็ควรเสนอข่าวที่ชวนให้คิด อย่าเล่นในลักษณะหือหวาใส่ความรู้สึกแล้วก็จบ ส่วนแนวทางแก้ไขนั้น ตนเองจะไม่ซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นอ่าน ซึ่งเรื่องนี้ภาคประชาชนควรออกมาเคลื่อนไหว รวมตัวกันไม่ซื้อ เพื่อกระตุ้นจริยธรรมสื่อมวลชน แต่ขณะนี้ก็ไม่มีใครทำอย่างจริงจัง”

พล.ต.ท.จงรัก จุฑานนท์ ผู้บัญชาการประจำสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ทำหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการสืบสวน กล่าวว่า “กรณีการเผยแพร่แผ่นวีซีดีการมีเพศสัมพันธ์ที่เป็นข่าวฮือฮา ว่า ผู้ทำการเผยแพร่ด้วยการจำหน่าย หรือแจกฟรีก็ตาม ถือว่ากระทำความผิดอาญาแผ่นดิน ฐานเผยแพร่สิ่งซึ่งเป็นลามกอนาจาร ระวังโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี ปรับไม่เกิน 6,000 บาท หรือทั้งจำและปรับ เพราะเป็นการเผยแพร่สิ่งไม่เหมาะสมเรื่องเพศ ไปสู่สาธารณชน ตำรวจสามารถติดตามจับกุมได้ทันที โดยไม่ต้องรอให้เจ้าทุกข์เข้ามาแจ้งความดำเนินคดี นอกจากนี้ ยังเข้าข่ายหมิ่นประมาทด้วย แต่ผู้เสียหายต้องมาแจ้งความ ตำรวจถึงจะดำเนินการในข้อหาหมิ่นประมาทได้”

สวนดุสิตโพล สถาบันราชภัฏสวนดุสิต สำรวจความเห็นของประชาชน 1,072 คน ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลเกี่ยวกับข่าววีซีดีฉาว โดยประชาชนร้อยละ 73.66 มองว่าสื่อมวลชนไม่ควรนำเสนอข่าวนี้ เพราะเป็นสิทธิส่วนบุคคลทำให้ผู้อื่นเดือดร้อนและเสียชื่อเสียง ร้อยละ 26.34 บอกว่าสมควรเสนอข่าว เพราะทำให้รู้การเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย นอกจากนี้ร้อยละ 88.07 ให้ความเห็นว่าการนำภาพในซีดีมาเผยแพร่เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ส่วนประเด็นที่ว่าข่าวนี้อาจมีผลกระทบต่อสังคมไทยอย่างไรนั้น ร้อยละ 34.51 มองว่าสังคมไทยทุกวันนี้เสื่อมโทรมลงมากยากแก่การแก้ไข ร้อยละ 22.82 เป็นตัวอย่างไม่ดีกับเยาวชน อาจมีพฤติกรรมเลียนแบบ และร้อยละ 17.13 บอกว่าขัดต่อประเพณีและวัฒนธรรมของไทย

16 กรกฎาคม พ.ศ.2546 ถึง 17 กรกฎาคม พ.ศ.2546

นายเจริญ โทณะวณิก ประธานที่ปรึกษากฎหมายสำนักงานทนายความมโนทัย - เจริญ แอนด์ แอสโซซิเอตส์ ซึ่งเป็นที่ปรึกษากฎหมายให้กับเจ้าของเทปที่มีการบันทึกภาพไว้ขณะที่ทั้งคู่กำลังเริงรักกัน และมีการนำมาเผยแพร่ต่อสาธารณชน ว่า ขณะนี้ตนได้รับการติดต่อจากผู้เสียหายให้ออกมาแถลงข่าวป้อปปรามการกระทำใดๆ ที่ทำให้เกิดการเผยแพร่เทปบันทึกภาพดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของการลงภาพถ่าย และข่าวทางสื่อมวลชน การเผยแพร่ในรูปแบบของวิดีโอ ซีดี ภาพถ่ายหรืออีเมล ซึ่งเข้าข่ายความผิดทางแพ่งในข้อหาละเมิด เนื่องจากเป็นการทำให้เกิดความเสียหายต่อสิทธิและเสรีภาพส่วนบุคคล ทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงต่อเจ้าตัว และเกียรติยศวงศ์ตระกูล

นอกจากนี้ผู้ที่นำเทปดังกล่าวออกเผยแพร่ ส่งต่อกันไปเป็นทอดๆ หรือเผยแพร่ผ่านสื่อ ยังมีความผิดทางอาญาเข้าข่ายหมิ่นประมาท ละเมิดลิขสิทธิ์ ลิขทรัพย์และรับของโจร เพราะเทปบันทึกภาพดังกล่าวมีการขโมยมา แต่กลับนำมาครอบครองแล้วขายต่อหรือเผยแพร่ต่ออีก

ส่วนผู้ที่ทำการเผยแพร่ไปแล้ว เช่น สื่อต่างๆ ขอให้หยุดการกระทำเสีย แล้วรีบติดต่อมาทางผู้เสียหาย และทนายความโดยเร็วที่สุด เพื่อเยียวยาความเสียหายที่เกิดขึ้น ส่วนจะต้องเยียวยาอย่างไรบ้างแล้วแต่จะเจรจากัน แต่ถ้าไม่ติดต่อมาคงต้องฟ้องร้อง เพราะทางผู้เสียหาย ต้องการให้เป็นบรรทัดฐาน เป็นอุทาหรณ์ให้กับสังคม เป็นคดีตัวอย่าง เพราะการเผยแพร่ทางสื่อมวลชน หรือส่งต่อเทปบันทึกภาพกันไปเรื่อย ๆ ก่อให้เกิดความเสียหายอย่างมาก เป็นเรื่องที่ไม่น่าเกิดขึ้น เพราะเป็นเรื่องสิทธิส่วนบุคคล "สมมุติว่าภาพที่บันทึกไว้เป็นเรื่องจริง ก็ไม่มีสิทธินำมาเผยแพร่เพราะไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน แต่กลับทำให้เกิดโทษต่อสังคม ทำให้บ้านเมืองเกิดความวุ่นวาย

สำหรับหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ผู้จัดการ บ้านเมือง ที่มีการนำเสนอข่าวในเรื่องนี้ อยู่ในข่ายที่จะถูกฟ้องฐานละเมิดและหมิ่นประมาทเช่นกัน ถ้าหากไม่รีบติดต่อเจรจามายังผู้เสียหาย ส่วนจำนวนค่าเสียหายที่จะฟ้องเรียกนั้นอยู่ที่ว่าผู้ถูกฟ้องเป็นใคร มีฐานะอย่างไรด้วย อย่างไรก็ตามคงต้องฟ้องเรียกค่าเสียหายเป็นล้านบาทขึ้นไปอย่างแน่นอนเพราะผู้เสียหายเป็นผู้ที่มีเกียรติ มีฐานะในสังคม"

ตัวแทนศูนย์ดำรงธรรม กระทรวงมหาดไทย ได้รับการแจ้งจากผู้เสียหายและประสานจากสำนักงานทนายความของผู้เสียหาย กล่าวว่า "ขณะนี้ผู้เสียหายได้ประสานไปยังศูนย์ดำรงธรรมของกระทรวงมหาดไทยซึ่งเป็นศูนย์รับแจ้งเบาะแสจากประชาชนทั่วไปในเรื่องต่างๆ ให้ช่วยเหลือในเรื่องนี้แล้ว โดยให้ทางศูนย์ฯ รับแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับแหล่งที่มาหรือผู้ที่ทำการเผยแพร่เทปบันทึกภาพของผู้เสียหาย ทั้งนี้ทางผู้เสียหายจะมีเงินรางวัลตอบแทนให้กับผู้แจ้งเบาะแสมประมาณ 20-25 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนเงินที่ทางผู้เสียหายได้จากการฟ้องผู้ทำการเผยแพร่เทปดังกล่าว"

สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ได้มีการประชุมสมาคมฯ ประจำเดือนภายหลังการประชุม นายสุรศักดิ์ จีรวสตร์มงคล เลขาธิการสมาคมนักข่าว เปิดเผยว่า การประชุมครั้งนี้ได้หยิบยกกรณีที่มีสื่อมวลชนนำเสนอข่าวและภาพการเผยแพร่วิดีโอซีดี ของบุคคลชั้นสูงในวงสังคม

จนทำให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ถึงความไม่เหมาะสมในการนำเสนอข่าวและภาพดังกล่าว เนื่องจากเป็นข่าวและภาพข่าวที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะและเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้ตกเป็นข่าวอย่างชัดเจน ดังนั้น ที่ประชุมจึงมีมติว่า “การนำเสนอข่าวและภาพข่าวเช่นนี้ เป็นการกระทำที่ไม่เหมาะสมและให้มีหนังสือเวียนแจ้งขอความร่วมมือไปยังบรรณาธิการหนังสือพิมพ์และวิทยุโทรทัศน์ต่าง ๆ ให้เพิ่มความระมัดระวังในการเสนอข่าวและภาพข่าวไม่ให้ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้ที่ตกเป็นข่าวต่อไป”

18 กรกฎาคม พ.ศ.2546

คณะกรรมการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ได้หยิบยกกรณีทีหนังสือพิมพ์ “เสรีรายวัน” ได้ยื่นหนังสือถึงนายสมชาย กรุสวนสมบัติ ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ให้พิจารณาถึงความเหมาะสม และความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อกรณีที่มีสื่อหนังสือพิมพ์บางฉบับและสถานีโทรทัศน์บางสถานีนำเสนอภาพและข่าวการเผยแพร่วิดีโอซีดีของบุคคลชั้นสูงในวงสังคม ในลักษณะที่ไม่เหมาะสม ทั้งนี้ เพื่อให้มีมติอย่างใดอย่างหนึ่ง และประกาศให้สาธารณชนรับทราบอย่างเป็นทางการ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติของสื่อมวลชนต่อไปนั้น ที่ประชุมมีมติเป็นเอกฉันท์ว่าการกระทำดังกล่าว เป็นการละเมิดข้อบังคับสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ พ.ศ.2541 ในข้อ 15 17 และ 27

ภายหลังการประชุม สภาการหนังสือพิมพ์ฯ ได้ออกคำแถลงของสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติต่อกรณีดังกล่าว โดยเห็นว่า “การที่หนังสือพิมพ์บ้านเมือง ไทยรัฐ สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ หนังสือพิมพ์สยามบันเทิง ในฐานะสมาชิกสภาการหนังสือพิมพ์ฯ และหนังสือพิมพ์บางกอกทูเดย์ ซึ่งมีได้เป็นสมาชิกสภาการหนังสือพิมพ์ฯ นำเสนอข่าวและภาพข่าวการเผยแพร่วิดีโอซีดีส่วนบุคคล ซึ่งมีลักษณะไม่เหมาะสม ไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ และเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้ตกเป็นข่าว ในช่วงระหว่างวันที่ 9-17 กรกฎาคมที่ผ่านมา จนเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์ในสังคม”

ที่ประชุมสภาการหนังสือพิมพ์ฯ ได้พิจารณาเรื่องดังกล่าว มีมติเห็นว่า “การนำเสนอข่าวและภาพดังกล่าว เป็นการนำเสนอข่าวที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ และเป็นภาพข่าวที่เข้าข่ายการละเมิดศักดิ์ศรี ความเป็นมนุษย์ และละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลที่ตกเป็นข่าว อีกทั้งยังมีลักษณะเป็นภาพข่าวที่อุจาด ลามกอนาจาร การนำเสนอข่าวและภาพข่าวในลักษณะเช่นนี้ เป็นการละเมิดข้อบังคับสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ พ.ศ.2541 ข้อ 15 ในการเสนอข่าวหรือภาพใดๆ หนังสือพิมพ์ต้องคำนึงมิให้ล่วงละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ที่ตกเป็นข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องให้ความคุ้มครองอย่างเคร่งครัดต่อสิทธิมนุษยชนของเด็กสตรีและผู้ด้อยโอกาส ในการเสนอข่าวตามวรรคแรกต้องไม่เป็นการซ้ำเติมความทุกข์หรือโศกนาฏกรรมอันเกี่ยวแก่เด็ก สตรี และผู้ด้อยโอกาสนั้น

ข้อ 17 หนังสือพิมพ์ต้องไม่เสนอภาพข่าวที่อุจาด ลามกอนาจาร หรือน่าหวาดเสียว โดยไม่คำนึงถึงความรู้สึกของสาธารณชนอย่างถ้วนถี่ และข้อ 27 หนังสือพิมพ์ พึงละเว้นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เว้นแต่กรณีเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ในการนำเสนอข่าวและภาพข่าวต่างๆ หนังสือพิมพ์จะต้องให้ความสำคัญ กับการเคารพสิทธิส่วนบุคคล ของบุคคลผู้ตกเป็นข่าว เป็นอันดับแรก และสภากาหนังสือพิมพ์ฯ ขอชื่นชมต่อการตื่นตัวของภาคประชาชนที่ได้ออกมาวิพากษ์วิจารณ์และตักเตือนการนำเสนอข่าว และภาพข่าวของหนังสือพิมพ์ในกรณีนี้ และขอแสดงความชื่นชมต่อหนังสือพิมพ์อื่นๆ ทั้งเป็นสมาชิกและไม่ได้เป็นสมาชิกของสภากาหนังสือพิมพ์ฯ ที่ไม่นำเสนอข่าวและภาพข่าวดังกล่าว ซึ่งสภากาหนังสือพิมพ์ฯ จะมีหนังสือถึงหนังสือพิมพ์ที่ได้นำเสนอข่าวและภาพข่าวในกรณีนี้ เพื่อตักเตือนและแสดงความรับผิดชอบทางจริยธรรม หลังจากที่ได้นำเสนอข่าวและภาพข่าวดังกล่าวไปแล้ว”

19 กรกฎาคม พ.ศ.2546 ถึงปัจจุบัน

กระบวนการฟ้องร้องยังคงอยู่ระหว่างการดำเนินการของศาล