

ปัจจัยแห่งความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น: กรณีศึกษา หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ

สุกสิณี กุลจิตต์เจืองวงศ์

บทคัดย่อ

ก ปัจจัยแห่งความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น: กรณีศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ และเพื่อศึกษาการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ ผลการศึกษาพบว่า พื้นที่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ มีขนาด 8,437.80 ตารางนิ้ว โดยแบ่งสัดส่วนของพื้นที่เป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) พื้นที่คอลัมน์ประจำร้อยละ 26.16 โดยมีการรายงานคอลัมน์ภูมิภาคมากที่สุด (ร้อยละ 32.41) รองลงมาได้แก่ คอลัมน์การศึกษา (ร้อยละ 22.39) คอลัมน์สังคม คอลัมน์การเมือง คอลัมน์ศิลปวัฒนธรรม คอลัมน์แหล่งท่องเที่ยว และคอลัมน์กีฬา ตามลำดับ 2) พื้นที่โฆษณา ร้อยละ 51.53 โดยแบ่งเป็น โฆษณาท้องถิ่น (ร้อยละ 45.34) โฆษณาของกลุ่มนักการเมือง (ร้อยละ 6.19) และ 3) พื้นที่ข่าวทั่วไป ร้อยละ 22.31

¹ อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ กลุ่มวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนานาชาติ แสตนฟอร์ด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมินั้นพบว่า ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อความอยู่รอดมากที่สุดได้แก่ เงินทุน รองลงมา ได้แก่ เทคโนโลยี ผู้โฆษณา กลยุทธ์ และการบริหารการตลาด ตามลำดับ สำหรับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความอยู่รอดมากที่สุดได้แก่ เศรษฐกิจ รองลงมาได้แก่ สังคม และเทคโนโลยี การสื่อสารสมัยใหม่ ส่วนกฎหมาย และการเมืองนั้นไม่มีผลต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์

คำสำคัญ: หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ความอยู่รอด

Abstract

Factors affecting the local newspapers existence: A case study of the Petchpoom Local Newspaper. The objective of this paper is to study the information presentation and the factors which affected the existence of the Petchpoom Local Newspaper. The result has showed that the Petchpoom Local Newspaper area has 8,437.80 square inches and divided into 3 categories: 1) column part has been 26.16% with the highest of the regional column (32.41%), followed respectively by the educational column (22.39%), the social column, the political column, the cultural column, the tourist attraction column and the sport column 2) advertising part has been 51.53%, divided into the local ads (45.34%), the political ads (19.6%), and 3) general news 22.31%.

This paper has found that the most affecting of the internal factor has been funding, followed respectively by technology, advertiser, strategy and marketing administration. Besides, the most affecting of the external factor has been the economy, followed by the social and the updated technology. Otherwise, the law and the politic have no affect on the existence of newspapers.

Keywords: Newspaper, Survival

บทนำ

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (Local Newspaper) เกิดขึ้นเพราะความต้องการในการบริโภคข้อมูลข่าวสารในท้องถิ่นนั้นๆ โดยเฉพาะ เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจึงมีลักษณะที่ชี้ให้เห็นถึงประเด็นปัญหา เหตุการณ์ใกล้ตัวที่อาจส่งผลกระทบต่อคนในท้องถิ่น รวมถึงวัฒนธรรมเฉพาะของคนในท้องถิ่นนั้นๆ อีกทั้งนักข่าวหรือนักหนังสือพิมพ์ มักเป็นคนในพื้นที่ จึงสามารถเข้าถึงเหตุการณ์เพื่อเผยแพร่ปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมท้องถิ่นได้อย่างเข้าใจลึกซึ้ง ทำให้ได้ข่าวที่เจาะลึก อันจะส่งผลให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมแก่ประชาชนในท้องถิ่นซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศ

ดังนั้น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจึงเป็นศูนย์รวมของปรากฏการณ์ทางสังคมและปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ ทั้งที่เป็นเรื่องราวที่ปกติและไม่ปกติ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจึงต้องมีการกิจที่สำคัญมากคือ การทำหน้าที่เปรียบประหนึ่งสถาบันสาธารณะสำหรับท้องถิ่น เรียกร้อง และชี้แนะให้รัฐบาลหรือหน่วยงานการปกครองในท้องถิ่นให้ความสำคัญถึงปัญหาของท้องถิ่น พร้อมกันนี้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังต้องทำหน้าที่ให้ข่าวสารกับประชาชนในท้องถิ่น และต้องคอยตรวจสอบเฉไฉความไม่ชอบมาพากลต่างๆ ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น พร้อมทั้งชี้แนะและเสนอแนะทางออกต่อปัญหาที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังต้องมีหน้าที่ในการทำนุบำรุงรักษามรดกวัฒนธรรม ประเพณี วัฒนธรรม วัฒนาธรรม ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมสถานอีกด้วย (พิศิษฐ์ ขวาลาวัช, 2541)

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นสื่อที่ใกล้ชิดกับชุมชน เพราะชาวบ้านเข้าถึงง่ายและมีราคาถูก เนื้อหาตอบสนองความต้องการของชุมชนท้องถิ่นมากกว่าสื่อส่วนกลาง มีความเป็นอิสระมากกว่า แต่ปัญหาคือหนังสือพิมพ์เหล่านี้ มักไม่เป็นไปตามเจตนารมณ์ของการก่อตั้ง เพราะไปติดกับดักของการบริหารจัดการให้อยู่รอด (อุดม ไพรเกษตร, สัมภาษณ์) สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่เป็นจุดอ่อนในการบริหารหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นคือ “ทุนการผลิต” ทุนในการผลิตถือเป็นปัจจัยหลักในการ

ขับเคลื่อน การบริหารหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ถึงแม้ว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะเป็นธุรกิจที่ไม่ใหญ่มากนักเมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์ประชานิยมทั่วไป แต่ก็ยังมีค่าใช้จ่ายที่ต้องนำมาบริหารงานในส่วนต่างๆ (ประสาน สุขใส, สัมภาษณ์)

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันโลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล (Digital Era) ช่องทางของข้อมูลข่าวสารมีการพัฒนาต่อเนื่องเรื่อยมาตามสภาพบริบทของสังคมและเทคโนโลยีที่มารองรับวิวัฒนาการดังกล่าว โลกได้ให้กำเนิดสื่อใหม่อย่าง “New Media” ที่มีประสิทธิภาพ การเข้าถึงและความทันสมัยมากกว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั่วไป รวมทั้งสื่อเก่าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะด้านในตัวเอง ไม่ว่าจะเป็น วิทยุ โทรทัศน์ หรือนิตยสาร ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จึงเป็นอีกหนึ่งตัวแปรที่อาจจะส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และในสภาวะปัจจุบันหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง และสื่อมวลชนกระแสหลักที่มีเงินทุน และเทคโนโลยีสูง ต่างก็แข่งขันกันใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อเหตุผลด้านการตลาด ทำให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นขนาดเล็กไม่สามารถต้านกระแสของการบีบคั้นจากระบบทุนนิยมได้ ทำให้หนังสือพิมพ์บางฉบับต้องปิดตัวลง ส่วนหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่เหลืออยู่ ก็อยู่ในสภาพที่ต้องพยุ่งตัวเอง และง่อนแง่นเต็มทน (วิลาสินี พิพิธกุล, 2548) ทั้งหมดจึงทำให้สภาพความเป็นอยู่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นไปด้วยความยากลำบาก นักวิชาการทางด้านสื่อสารมวลชนที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับสื่อท้องถิ่น เคยเรียกปรากฏการณ์เช่นนี้ที่เกิดขึ้นกับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นว่า “หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเกิดง่ายตายเร็ว”

อย่างไรก็ตามในขณะที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นส่วนใหญ่อยู่ในสภาพที่กำลังจะปิดกิจการลง หรือบางแห่งได้ปิดกิจการลงไปแล้ว แต่กลับมีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นฉบับหนึ่งซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นฉบับแรกของจังหวัดเพชรบุรีชื่อว่า “หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ” ที่มีอายุยืนยาวกว่า 56 ปี (พ.ศ. 2499-ปัจจุบัน) ออกจำหน่ายเป็นรายสัปดาห์คือ ทุกวันที่ 1 และ วันที่ 16 ของทุกเดือน ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูงสุดในบรรดาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบุรี โดยมียอดจำหน่ายอยู่ที่ประมาณ 15,000 ฉบับ/งวด และมี

โรงพิมพ์เป็นของตัวเอง (โรงพิมพ์เพชรภูมิ) โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเสนอข่าวสารที่ประชาชนควรรู้ และเพื่อทั่วถึงการบริหารงานของทางราชการ

ในเรื่องของการแสดงบทบาทตามแนวความคิดประชาสังคมของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จังหวัดเพชรบุรีนั้น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิได้สะท้อนแนวคิดผ่านข่าวสารและบทความต่างๆ ซึ่งยังคงให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหาระดับจังหวัดที่เป็นไปตามความสนใจของประชาชนส่วนใหญ่ในชุมชน รวมทั้งเป็นกระบอกเสียงและทำหน้าที่เป็นเวทีสาธารณะสำหรับประชาชนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง

นอกจากการเสนอข่าวด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และชุมชนในท้องถิ่นแล้ว อีกบทบาทหนึ่งที่สำคัญของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิคือ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ผ่านบทความประจำคอลัมน์ต่างๆ เช่น บอกเล่าเก้าสิบ จดหมายเหตุเพชรภูมิ วรรณศิลป์ เสน่ห์สำนวนไทย คำชวนคิด และร่วมเงาศาสนา เป็นต้น ซึ่งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิได้แสดงบทบาทในการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมมาอย่างต่อเนื่อง จนได้รับ “รางวัลองค์กรผู้ทำประโยชน์ด้านศิลปวัฒนธรรมในระดับประเทศ” โดยกระทรวงวัฒนธรรม (หนังสือพิมพ์เพชรภูมิ ปีที่ 31 ฉบับที่ 749 วันที่ 16 ตุลาคม พ.ศ. 2554 หน้า 5) และในปี 2554 ที่ผ่านมายังได้รับรางวัลชมเชยอันดับหนึ่ง “บทบรรณาธิการดีเด่นประจำปี 2554” ประเภทหนังสือพิมพ์ส่วนภูมิภาค “เรื่องพระอภัยมณีภาพในหลวง” จากสมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งชาติอีกด้วย

หากนับตั้งแต่ก่อตั้งจนถึงปัจจุบัน หนังสือพิมพ์เพชรภูมิมีอายุกว่า 56 ปี ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา มีทั้งปัญหาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เงินทุน สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม รวมทั้งคู่แข่งจนกระทั่งประสบปัญหาวิกฤตสุดถึงขั้นปิดกิจการมาแล้ว แต่ถึงกระนั้นหนังสือพิมพ์เพชรภูมิก็ยังสามารถดำเนินกิจการให้ผ่านพ้นวิกฤตดังกล่าว และอยู่รอดได้จนถึงปัจจุบัน เพราะฉะนั้นจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งว่าเป็นเพราะปัจจัยใดที่ทำให้หนังสือพิมพ์เพชรภูมิยังคงความอยู่รอดได้จนมาถึงปัจจุบัน ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์ในการทำ ความเข้าใจ และเพิ่มพูนความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นฉบับอื่นๆ ในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ และเพื่อศึกษาการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาในเรื่องปัจจัยแห่งความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จังหวัดเพชรบุรี โดยเลือกศึกษาเฉพาะหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ โดยมีการสัมภาษณ์เจ้าของลุ่มกองบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ กลุ่มผู้โฆษณา และกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ นอกจากนั้นยังได้ศึกษาเนื้อหาของหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ ฉบับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2554 ถึง 16 ธันวาคม 2554 จำนวน 24 ฉบับ มาเป็นกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นจึงใช้วิธีวิเคราะห์คุณลักษณะของประเภทเนื้อหา

นิยามคำศัพท์

คำนิยามศัพท์เฉพาะในการศึกษาค้นคว้าได้แก่

1) ปัจจัยภายใน (Internal Factor) หมายถึง ภาระหน้าที่ต่างๆ ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ที่พึงปฏิบัติเพื่อความอยู่รอดของตัวเอง เช่น การบริหารงาน การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งปัจจัยภายในดังกล่าวนี้ยังรวมถึง เงินทุนในการประกอบกิจการ รายได้จากส่วนต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นได้

2) ปัจจัยภายนอก (External Factor) คือ สภาพแวดล้อม ทางด้าน การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมถึงสภาพแวดล้อมอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในด้านต่างๆ

3) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (Local Newspaper) หมายถึง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ ตั้งอยู่ที่ 80 ม.4 ถ.เพชรเกษม อ.เมือง จ.เพชรบุรี 76000

4) ความอยู่รอด (Survival) หมายถึง การที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสามารถดำเนินกิจการได้อยู่ในสภาวะปกติอย่างต่อเนื่อง ไม่ถึงกับขาดทุน

5) การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร (Content Analysis) หมายถึง การศึกษาเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ ฉบับวันที่ 1 มกราคม 2554-16 ธันวาคม 2554 รายละเอียดที่ศึกษา ได้แก่ รูปแบบของการนำเสนอ และสัดส่วนการนำเสนอ

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยแห่งความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น: กรณีศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์โดยอิงโครงสร้างปานกลาง (Semi-Structural Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย รวมทั้งใช้วิธีการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวน 10 ผลงานวิจัย และแจกแจงออกมาเป็นตารางเมตริก (Matrix) เพื่อทำการสังเคราะห์ตัวแปรในการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรที่เป็นผู้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิทั้งชายและหญิง ผู้ลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นประจำ ประชากรในสำนักพิมพ์เพชรภูมิ และขอบเขตของหนังสือพิมพ์ที่ศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้นำมากำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ได้แก่ ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ กลุ่มที่ 2 ได้แก่ กลุ่มผู้โฆษณา กลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ และกลุ่มที่ 4 คือ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ กำหนดวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งผู้วิจัยใช้หลักการคำนึงถึงคุณสมบัติที่เหมาะสมเพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบในการตอบใจยัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ดังนี้ 1) กลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารทั้งหมด ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 4 ท่าน ได้แก่ ประธานกรรมการบริหาร เพชรภูมิการพิมพ์ จำกัด กรรมการผู้จัดการ กรรมการและบรรณาธิการ 2) กลุ่มผู้โฆษณา ผู้วิจัยได้คัดเลือกเฉพาะผู้ลงโฆษณากับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิมาอย่างต่อเนื่องตลอดปี 2554 ทั้งหมด โดยการคัดเลือกข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 5 กิจการ 3) หนังสือพิมพ์ที่ศึกษา ผู้วิจัยเลือกศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิภายในปี 2554 ทุกฉบับ (เดือนละ 2 ฉบับ) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-16 ธันวาคม 2554 จำนวนรวมทั้งสิ้น 24 ฉบับ มาเป็นกลุ่มตัวอย่าง 4) กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ เป็นประจำต่อเนื่องตลอดปี 2554 โดยคัดเลือกจากระบบการเป็นสมาชิกของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 10 คน และใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตาราง Krejcie & Morgan (1970 : 608-609)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า แบบสัมภาษณ์ โดยอิงโครงสร้างปานกลางที่สร้างขึ้นและได้นำแบบสัมภาษณ์ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ของแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และการใช้ภาษาที่ถูกต้องชัดเจน โดยการนำแบบสัมภาษณ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้อง และนำผลการตรวจสอบมาคำนวณหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยใช้สูตรการหาค่าความสอดคล้องแบบ IOC (Item Objective Conguence Index)

กรอบแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
2. แนวคิดและทฤษฎีการบริหารจัดการธุรกิจหนังสือพิมพ์
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
4. ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์กรหนังสือพิมพ์
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อตราสินค้า
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ

ผลการวิจัยเอกสารจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ จำนวนทั้ง 24 ฉบับ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2554-16 ธันวาคม 2554 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ เป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่มีขนาด 31x43 นิ้ว พิมพ์ 2 สี และ 4 สี ด้วยระบบการพิมพ์แบบออฟเซต มีโรงพิมพ์เป็นของตัวเอง จัดหน้าด้วยระบบคอมพิวเตอร์ มีจำนวนหน้าประมาณ 25-30 หน้า มีความถี่ในการออกจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ โดยออกจำหน่ายเป็นรายลือตเตอร์ี่เดือนละ 2 ครั้ง ทุกวันที่ 1 และวันที่ 16 ของเดือน

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ ยังมีการกำหนดขอบเขตของพื้นที่ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารภายในหนังสือพิมพ์อย่างชัดเจน โดยมีการกำหนดระเบียบวาระสังคมที่ต้องนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับในชุมชนท้องถิ่นโดยเฉพาะ เพื่อทำหน้าที่เป็นสื่อกลางและเป็นกระบอกเสียงให้กับประชาชนในเมืองเพชรบุรี โดยสรุปแล้วพื้นที่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ มีขนาด 8,437.80 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 100 แบ่งสัดส่วนของพื้นที่เป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) พื้นที่คอลัมน์ประจำร้อยละ 26.16 (2208.11 ตารางนิ้ว) มีการรายงานคอลัมน์ภูมิภาคมากที่สุด (ร้อยละ 32.41) รองลงมา

ได้แก่ คอลัมน์การศึกษา (ร้อยละ 22.39) คอลัมน์สังคม คอลัมน์การเมือง คอลัมน์ศิลปวัฒนธรรม คอลัมน์ แหล่งท่องเที่ยว และคอลัมน์กีฬา ตามลำดับ 2) พื้นที่ โฆษณาร้อยละ 51.53 (4,870.88 ตารางนิ้ว) แบ่งเป็น โฆษณาท้องถิ่น (ร้อยละ 45.34) โฆษณาของกลุ่ม นักการเมือง (ร้อยละ 6.19) และ 3) พื้นที่ข่าวทั่วไป ร้อยละ 22.31 ซึ่งไม่สามารถแจกแจงออกมาเป็น ตารางแสดงสัดส่วนของข่าวต่างๆ ได้ เนื่องจากสำนักพิมพ์ ไม่ได้กำหนดประเด็นข่าวที่เฉพาะเจาะจง แต่จะทำการ คัดเลือกข่าวตามความสนใจของประชาชน หรือข่าว ที่กำลังเป็นประเด็นของสังคม

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความอยู่รอดของ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น: กรณีศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เพชรภูมิ พบว่า ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อความอยู่รอด ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมากที่สุด ได้แก่ “การบริหาร เงินทุน / รายได้ และรายจ่าย” รองลงมา ได้แก่ เทคโนโลยี และนโยบาย ตามลำดับ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นควรให้ความสำคัญกับเงินทุนที่จะ มาบริหารงานในส่วนต่างๆ เพราะเงินทุนนั้นเป็นปัจจัย หลักในการขับเคลื่อนปัจจัยรองตัวอื่นเพื่อให้หนังสือพิมพ์ ท้องถิ่นนั้นสามารถดำรงความอยู่รอดได้ในสภาวะปกติ สำหรับด้านเทคโนโลยีนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือพิมพ์ ท้องถิ่นควรพัฒนาระบบเทคโนโลยีการพิมพ์สมัยใหม่ เพื่อให้รองรับระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ สามารถ เพิ่มปริมาณการพิมพ์ได้ครั้งละจำนวนมาก และให้ภาพ สีสันที่มีความสดใสมจริง ส่วนปัจจัยด้านนโยบายนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นควรมีนโยบาย ความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่กับการประกอบธุรกิจ เพราะหากสังคมอยู่ไม่ได้ ธุรกิจก็ไม่สามารถดำรงอยู่ได้ เช่นกัน

ส่วนของปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมากที่สุด ได้แก่ ความเปลี่ยนแปลง ด้านเศรษฐกิจ รองลงมาได้แก่ สังคม และเทคโนโลยี การสื่อสารสมัยใหม่ ตามลำดับ ซึ่งหากพิจารณาจาก ปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งของทั้งปัจจัยภายใน

และปัจจัยภายนอกแล้วจะพบว่า มีความสอดคล้องไปใน ทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ระบบเศรษฐกิจที่ทรุดตัวลง จะส่งผลต่อต้นทุนในการผลิตที่สูงขึ้น เช่น ต้นทุนราคา กระดาษ ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าขนส่ง เป็นต้น สำหรับ ปัจจัยด้านสังคมนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ควรติดตามความเคลื่อนไหวของสังคมอย่างใกล้ชิด เพราะ ถือเป็นหน้าที่และพันธกิจหลักของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ที่จะช่วยสร้าง “ความแตกต่าง” กับหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง อีกทั้งยังเป็นเหตุผลส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้อ่านติดตาม หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอยู่เป็นประจำ ส่วนปัจจัยด้าน เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ ผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือพิมพ์ ท้องถิ่นควรต่อยอดแข็งของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ด้าน “การรายงานข่าวในเชิงลึก” ภายในชุมชน พร้อมกับ พัฒนารูปแบบข่าวออนไลน์เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางให้ ผู้อ่านได้มีโอกาสในการเข้าถึงมากขึ้น

3. กลุ่มผู้อ่านและผู้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ

ความมีชื่อเสียงของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้อ่านติดตามอ่านเกิดความไว้วางใจ และติดตามอ่านหนังสือพิมพ์อย่างต่อเนื่อง เพราะผู้อ่าน ค้นเคยกับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิมานาน อีกทั้ง ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอในหน้าหนังสือพิมพ์นั้นส่วนใหญ่ เป็นเรื่องใกล้ตัว เกี่ยวกับคนในชุมชนท้องถิ่น ทำให้ ผู้อ่านเกิดความรู้สึกว่า เป็นเรื่องที่นำติดตาม และสามารถ นำข้อมูลข่าวสารภายหลังจากการอ่านนั้นไปบอกต่อ พูดคุยกับเพื่อนบ้านในชุมชนท้องถิ่นเดียวกัน

4. ผู้โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้โฆษณาเลือกลงโฆษณาใน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิคือ กลุ่มเป้าหมายของ ผู้โฆษณาคือประชาชนในเมืองเพชรบุรี ผู้โฆษณาจึงเลือก สื่อที่สามารถเป็นช่องทางในการเข้าถึงคนในพื้นที่ได้ดี หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ก่อตั้งมา ยาวนาน คนในท้องถิ่นต่างรู้จักเป็นอย่างดี อีกทั้งที่ ผ่านมาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิยังคงดำเนินงาน โดยก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีมาโดยตลอด ทำให้ผู้โฆษณา เกิดความไว้วางใจในการที่จะฝากแบรนด์ของตนไว้ บนหน้าหนังสือพิมพ์

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมินั้นแบ่งออกเป็นปัจจัยหลัก 4 ด้าน คือ 1) การวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ 2) การบริหารงานของสำนักพิมพ์ 3) ความจงรักภักดีในการอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิของกลุ่มผู้อ่าน และ 4) ผู้ลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ โดยผู้วิจัยขอแจกแจงรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ

ผลการวิจัยเอกสารจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิจำนวนทั้ง 24 ฉบับ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2554-16 ธันวาคม 2554 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิเป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่มีขนาด 31x43 นิ้ว พิมพ์ 2 สี และ 4 สี ด้วยระบบการพิมพ์แบบออฟเซต มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง จัดหน้าด้วยระบบคอมพิวเตอร์ มีจำนวนหน้าประมาณ 25-30 หน้า มีความดีในการออกจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ โดยออกจำหน่ายเป็นรายล็อตเตอร์เดือนละ 2 ครั้ง ทุกวันที่ 1 และวันที่ 16 ของเดือน

พื้นที่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ มีขนาด 8,437.80 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 100 แบ่งสัดส่วนของพื้นที่เป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) พื้นที่คอลัมน์ประจำร้อยละ 26.16 (2208.11 ตารางนิ้ว) มีการรายงานคอลัมน์ภูมิภาคมากที่สุด (ร้อยละ 32.41) รองลงมา ได้แก่ คอลัมน์การศึกษา (ร้อยละ 22.39) คอลัมน์สังคม คอลัมน์การเมือง คอลัมน์ศิลปวัฒนธรรม คอลัมน์แหล่งท่องเที่ยว และคอลัมน์กีฬา ตามลำดับ 2) พื้นที่โฆษณาร้อยละ 51.53 (4,870.88 ตารางนิ้ว) แบ่งเป็น โฆษณาท้องถิ่น (ร้อยละ 45.34) โฆษณาของกลุ่มนักการเมือง (ร้อยละ 6.19) และ 3) พื้นที่ข่าวทั่วไป ร้อยละ 22.31 ซึ่งไม่สามารถแจกแจงออกมาเป็นตารางแสดงสัดส่วนของข่าวต่างๆ ได้ เนื่องจากสำนักพิมพ์ไม่ได้กำหนดประเด็นข่าวที่เฉพาะเจาะจง แต่จะทำการคัดเลือกข่าวตามความสนใจของประชาชน หรือข่าวที่กำลังเป็นประเด็นของสังคม

จากข้อสรุปข้างต้นจะพบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิให้สัดส่วนพื้นที่การโฆษณาว่า ร้อยละ 51 ของจำนวนพื้นที่หนังสือพิมพ์ทั้งหมด ทั้งนี้เป็นเพราะว่า โฆษณาเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งอันจะส่งผลต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และเมื่อสัมภาษณ์ไปยังผู้บริหารของหนังสือพิมพ์จะพบว่าได้คำตอบไปในทิศทางเดียวกันคือ หนังสือพิมพ์จะไม่มีกำหนดสัดส่วนพื้นที่การรายงานข่าว และพื้นที่การโฆษณาที่ชัดเจนหรือตายตัว กล่าวคือ จะมีการกำหนดสัดส่วนเฉพาะคอลัมน์ประจำในแต่ละฉบับ การรายงานข่าวอื่นๆ จะเลือกประเด็นตามกระแสของสังคม ส่วนการโฆษณานั้นจะมีผู้ลงโฆษณาที่เป็นขาประจำอยู่แล้ว หากแต่มีผู้ลงโฆษณาเพิ่ม หนังสือพิมพ์ก็จะไม่ตัดรายละเอียดในส่วนอื่นๆออก แต่จะใช้วิธีการเพิ่มจำนวนหน้าของหนังสือพิมพ์แทน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ทศพล คุ่มสุพรรณ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารธุรกิจหนังสือพิมพ์ ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ พบว่า ปัจจัยสำคัญที่นำมาบริหารธุรกิจหนังสือพิมพ์ ได้แก่ การจำหน่ายหนังสือพิมพ์ การขายพื้นที่โฆษณา ธุรกิจโรงพิมพ์ และรายได้จากธุรกิจเครื่อง

2. การบริหารงานของสำนักพิมพ์ โดยแบ่งเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก สำหรับปัจจัยภายในที่สำคัญที่สุดต่อการบริหารความอยู่รอดคือ “เงินทุน” ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ในระยะเริ่มต้นนั้นสำนักพิมพ์จำเป็นต้องนำเงินทุนมาบริหารงานส่วนต่างๆ เช่น บุคลากร วัสดุ การพิมพ์ และเครื่องอุปโภคบริโภคทั่วไป โดยเงินทุนนั้นเป็นเงินทุนจากหุ้นส่วนธุรกิจครอบครัวของตระกูลสุนทรวาทะ ซึ่งเป็นธุรกิจที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น สมัยเริ่มก่อตั้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิไม่ได้มียอดจำหน่ายในปริมาณมากนัก ชื่อเสียงของหนังสือพิมพ์ก็ยังไม่เป็นที่รู้จัก ทำให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป อีกทั้งเพื่อการพิมพ์ที่มีคุณภาพ สำนักพิมพ์จำเป็นต้องลงทุนซื้อเครื่องพิมพ์ระบบออฟเซตจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นเครื่องพิมพ์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากที่สุด เงินทุนจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจของสำนักพิมพ์ให้สามารถดำรงอยู่ได้ในสภาวะปัจจุบันข้อสรุปดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธราภรณ์ ครุฑเมือง

(2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การดำรงอยู่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เอกราช ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคม พบว่า การบริหารงานหนังสือพิมพ์ให้ดำรงอยู่ได้ด้วยเงินทุน เทคโนโลยี และกลยุทธ์

สำหรับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิมากที่สุด ได้แก่ ความเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจนั้นส่งผลต่อการดำเนินงานสำนักพิมพ์ในด้านต่างๆ กล่าวคือ ระบบเศรษฐกิจที่ทรุดตัวลงจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น เช่น ต้นทุนค่าขนส่ง ราคากระดาษ ค่าหมึกพิมพ์ เป็นต้น ซึ่งที่ผ่านมาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจ ด้วยวิธีการหารายได้จากทางอื่นเข้ามาจนเจือซึ่งได้แก่ รายได้จากค่าโฆษณา และ รายได้จากการรับจ้างพิมพ์ ถึงแม้ว่าที่ผ่านมาสภาพเศรษฐกิจจะทรุดตัวลงอย่างต่อเนื่อง แต่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิก็ไม่สามารถที่จะปรับราคาของหนังสือพิมพ์ให้สูงตามต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นได้ อันเนื่องมาจากปัจจุบันหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และหนังสือพิมพ์ส่วนกลางมีราคาที่เท่ากัน ซึ่งหนังสือพิมพ์ส่วนกลางนั้นยังไม่มีมีการปรับราคาขึ้น ทำให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไม่สามารถปรับราคาให้สูงกว่าหนังสือพิมพ์ส่วนกลางได้มีเช่นนั้นแล้วจะทำให้ประชาชนหันไปอ่านหนังสือพิมพ์ส่วนกลางกันหมด รายได้จากการขายหนังสือพิมพ์จึงมีไม่มากนัก ซึ่งข้อสรุปดังกล่าวนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทวี ยอดมงคล (2542) ได้ศึกษาเรื่อง “การบริหารธุรกิจหนังสือพิมพ์ ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการปรับตัวของธุรกิจหนังสือพิมพ์ และผลของการปรับตัวธุรกิจหนังสือพิมพ์ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อหนังสือพิมพ์รายวันในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำคือ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้เกิดปัญหาต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ปัญหารายได้ที่ลดลงทั้งจากการจำหน่าย และการขายพื้นที่โฆษณาจากผลกระทบทำให้ธุรกิจหนังสือพิมพ์ เกิดการปรับตัวทั้งด้านการบริหารงาน การตลาด และการผลิต ซึ่งผลของการปรับตัวทำให้ธุรกิจหนังสือพิมพ์สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้

3. กลุ่มผู้อ่านและผู้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ

ความมีชื่อเสียงของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้อ่านและผู้่านเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิทั้งนี้เป็นเพราะว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิก่อตั้งมาเป็นเวลานานกว่า 30 ปี ประกอบกับการทำหน้าที่ของสื่ออย่างตรงไปตรงมา มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นของประชาชน และให้โอกาสประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมร้องทุกข์ผ่านหนังสือพิมพ์ ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นเกิด “ความไว้วางใจ” ในการทำหน้าที่ของสื่อของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ ซึ่งข้อสรุปดังกล่าวนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลนารี เหล่าวานิช (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความภักดีของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ปัจจัยที่ผู้อ่านให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรกคือความไว้วางใจ รองลงมาคือด้านภาพลักษณ์สินค้า รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดของเบอร์รี่ และพานาสุรามาน (Berry and Parazuraman, 1991) ที่ระบุว่า ความไว้วางใจคือตัวชี้วัดผลที่สำคัญเกี่ยวกับสัมพันธภาพที่ถูกคำมีต่อองค์กรธุรกิจบริการ เนื่องจากโดยธรรมชาติแล้วลูกค้าไม่สามารถจับต้องตัวผลิตภัณฑ์ได้

4. ผู้โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ

ในส่วนของผู้โฆษณานั้นสาเหตุหลักที่ทำให้ผู้โฆษณาเลือกลงโฆษณาบนหน้าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมินั้นเป็นเพราะว่า “ภาพลักษณ์ที่ดี” ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ ตลอดระยะเวลาที่ก่อตั้งสำนักพิมพ์เพชรภูมิด้วยความไว้วางใจ และความมีชื่อเสียงของเพชรภูมิสามารถสร้างการรับรู้ในแบรนด์ของผู้โฆษณาไปสู่ผู้อ่านได้เป็นอย่างดี ผู้โฆษณายังเชื่ออีกว่า ภาพลักษณ์ที่ดีของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ จะช่วยให้แบรนด์ที่โฆษณาอยู่บนหนังสือพิมพ์นั้นมีภาพลักษณ์ที่ดีตามไปด้วย ซึ่งข้อสรุปดังกล่าวนี้สอดคล้องกับแนวคิดทางการโฆษณาของ เดวิด โอกลีวี่ (David Ogilvy, 1978) ที่ได้อธิบายถึงการโฆษณาที่เน้นการสร้างภาพลักษณ์ว่า โฆษณาทุกชิ้นควรจะถือว่าเป็นตัวช่วยเสริมสร้างสัญลักษณ์ของตราสินค้า โอกลีวี่ได้ให้ข้อคิดว่า ผลิตภัณฑ์และบริการจำนวนมากมีลักษณะคล้าย ๆ กัน จึงเป็นการยากยิ่งที่จะ

ค้นหาลักษณะหรือประโยชน์ที่มีเอกลักษณ์ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวคิดหลักหรือเป็นจุดขาย ดังนั้นกลยุทธ์การสร้างสรรคโฆษณาเพื่อขายผลิตภัณฑ์เหล่านี้ให้ได้ จึงควรมุ่งเน้นโฆษณาที่สร้างเอกลักษณ์ของตราให้มากๆ ให้ผู้บริโภคจำได้ หรือเข้าใจความหมายของตราสินค้า

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอื่นๆ ที่มีลักษณะการจำหน่ายที่แตกต่างกันเพิ่มเติม เช่น หนังสือพิมพ์ที่ออกเป็นรายวัน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่มีระบบออนไลน์ เพื่อที่จะดูปัจจัยใดที่เหมือนหรือแตกต่าง ที่ส่งผลต่อการดำรงอยู่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบการทำหน้าที่ของสื่อในชุมชนเพิ่มเติม เช่น วิทยุชุมชน หรือ เคเบิลทีวี (Cable TV) เพราะลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละชนิด อาจส่งผลต่อการทำหน้าที่ในฐานะของสื่อมวลชนที่ต่างกัน

บรรณานุกรม

หนังสือ

- พิศิษฐ์ ขวาลาวัช. (2541). **การปฏิรูปสื่อมวลชนท้องถิ่น**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดับเบิลยูเอ็น พรินติ้ง จำกัด.
- ประสาน สุกใส. (2548). **หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์พระพัฒนา.
- วิลาสินี พิพิธกุล. (2548). **ความเข้าใจเรื่องระบบสื่อมวลชน**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Berry and Parazuraman. **Marketing Service: Competing Thought Quality**. New York: The Free Press, 1991.
- Robert V. Krejcie and Eayle W. Morgan. **Educational and Psychological Measurement**, 1970 : 608-609)

วิทยานิพนธ์

- พัชราภรณ์ ครุฑเมือง. (2552). **การดำรงอยู่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เอกราช ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคม**. วิทยานิพนธ์ภาควิชาวารสารสนเทศ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลนารี เหล่าวานิช. (2550). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความภักดีของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ในเขตกรุงเทพมหานคร**. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- พรทวี ยอดมงคล. (2542). **การบริหารธุรกิจหนังสือพิมพ์ ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ**. คณะวารสารศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทศพล คุ่มสุพรรณ. (2552). **การบริหารธุรกิจหนังสือพิมพ์ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ**. คณะวารสารศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บทสัมภาษณ์

อุดม ไพรเกษตร. ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ บริษัทเนชั่นบรอดแคสติ้งคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน).
สัมภาษณ์. (วันที่ 18 มิถุนายน 2554).

ประสาน สุขใส. ประธานเครือข่ายบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ภาคใต้. สัมภาษณ์. (วันที่ 18 มิถุนายน 2554).

เว็บไซต์

หนังสือพิมพ์เพชรภูมิ. (2555). ประวัติหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพชรภูมิ. วันที่ค้นข้อมูล 15 มิถุนายน 2555, จาก
สำนักพิมพ์เพชรภูมิ เว็บไซต์: <http://www.petchpoom.com/>

David Ogilvy. (1978). แนวคิดในการสร้างงานโฆษณา. วันที่ค้นข้อมูล 15 มิถุนายน 2555, จาก Blogger เว็บไซต์:
http://free4marketingad.blogspot.com/2012/02/blog-post_2534.html