

บทคัดย่อ

ชื่อการค้นคว้าอิสระ	การปรับตัวขององค์กรข่าวในยุค Digital Disruption กรณีศึกษา บริษัท บางกอก โปสต์ จำกัด (มหาชน)
ชื่อผู้เขียน	นางสาวศรุตตรีย์ คชาชีวะ
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2562

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการปรับตัวขององค์กรข่าวในระดับผู้บริหาร ระดับหัวหน้างาน และระดับผู้ปฏิบัติงาน ในยุค Digital Disruption และ (2) เพื่อหาแนวทางการปรับตัวขององค์กรข่าวในยุค Digital Disruption โดยผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในรูปแบบของกรณีศึกษา (Case Study) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) บุคลากรใน 3 ระดับงาน ของบริษัท บางกอก โปสต์ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ระดับผู้บริหาร ระดับหัวหน้างาน และระดับผู้ปฏิบัติงาน รวมจำนวน 9 ท่าน

ผลการศึกษาพบว่า การปรับตัวขององค์กรข่าวอย่าง บริษัท บางกอก โปสต์ จำกัด (มหาชน) เพื่อรับมือกับผลกระทบที่เกิดขึ้นในยุค Digital Disruption ซึ่งโดยหลักคือการที่ส่วนรายได้จากหนังสือพิมพ์ลดลง และพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป ไม่ใช่เรื่องง่าย เนื่องจากการเป็นองค์กรข่าวดั้งเดิมที่ดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นหลักมานาน ทำให้ไม่ได้เตรียมตัวรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ไม่ได้สร้างความพร้อมให้บุคลากรส่วนใหญ่จึงยังขาดทักษะด้านดิจิทัล รวมทั้งการที่นโยบายและทิศทางในการปรับตัวยังมีความคลุมเครือ และบุคลากรที่ต้องรับผิดชอบในส่วนงานดิจิทัลเพิ่มขึ้น นอกเหนือจากส่วนงานหนังสือพิมพ์ที่ทำอยู่เดิม ไม่ได้ได้รับการผลักดันในการทำงาน หรือการสนับสนุนในด้านเครื่องมืออุปกรณ์ทางเทคโนโลยีอย่างครอบคลุมและเพียงพอ นอกจากนี้ การเป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่ต้องแบกรับภาระจากการดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์และสื่อดิจิทัลควบคู่กัน ทำให้ไม่สามารถดำเนินการปรับตัวได้อย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพตามที่คาดหวัง ส่วนหน่วยรายได้ดิจิทัลที่องค์กรเพิ่มขึ้นมา ยังไม่มีแนวโน้มที่จะช่วยทดแทนสัดส่วนรายได้จากหนังสือพิมพ์ที่หายไปภายในระยะเวลาสั้น

ทั้งนี้ จากการศึกษาทำให้ผู้วิจัยค้นพบข้อเสนอแนะต่อการปรับตัวขององค์กรข่าวในยุค Digital Disruption ภายใต้โมเดลชื่อ POST ดังนี้; P (People) องค์กรข่าวควรให้ความสำคัญกับหัวใจหลักอย่างบุคลากร ไม่ว่าจะเป็นบุคลากรรุ่นเก่าหรือรุ่นใหม่ ในทุกระดับงานและในทุกส่วนงาน O (Opportunities for monetization) องค์กรควรพยายามสร้างโอกาสในการหารายได้เพิ่มจากต้นทุนที่มี คือจุดเด่นหรือข้อได้เปรียบเฉพาะด้าน S (Strategic policy) องค์กรควรกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบัน เพื่อให้บุคลากรสามารถทำงานได้อย่างคล่องตัวและช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันในตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป และ T (Technology-based mobilization) องค์กรควรให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงาน รวมทั้งช่วยให้สามารถเข้าใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

ABSTRACT

Title of Independent study	The Adaptation of a News Organization in the Age of Digital Disruption: A Case study of Bangkok Post Public Company Limited
Author	Miss Soratree Gajajiva
Degree	Masters of Arts (Communication Arts and Innovation)
Year	2019

The purposes of this research are (1) to study the adaptation of a news organization at the executives, supervisors, and workers' levels in the age of Digital Disruption and, (2) to find guidelines for the adaptation of a news organization in the age of Digital Disruption. The study employed qualitative research using case study method and in-depth interviewing 3 levels of employees of Bangkok Post Public Company Limited consisting of the executives, supervisor and workers in total of 9 persons.

According to the study, it is found that the adjustment of a news organization, namely Bangkok Post Public Company Limited that is used to cope with the effects in the age of Digital Disruption is not easy and the main problems are a decrease in newspaper revenue and changing consumers' behavior. Due to being a traditional news organization that mainly runs newspaper business, therefore, the company did not prepare to deal with the growing transformation of technology as well as the readiness for personnel causing most of them to be lacking of digital and technological skills. Including the policy and direction of adjustment are still unclear, and personnel that have to be responsible of digital work, apart from newspaper work as the major work, have yet to be pushed or received support for technological tools sufficiently and comprehensively. In addition, being a large news organization that has to bear burden of operating newspapers and digital media together making it impossible to perform the adjustment flexibly and efficiently as expected. Whereas the addition of digital revenue unit in the company is not likely to be able to compensate the proportion of a loss of newspaper revenue within a short period of time.

Suggestions discovered from this study regarding the adaptation of a news organization in the age of Digital Disruption is presented under the model POST; P (People) a news organization should pay more attention to personnel in at all work levels and all departments regardless of whether they are old or new generation, O (Opportunities for monetization) a news organization should try finding more revenue channels by seizing opportunities from existing assets such as own strengths, S (Strategic policy) the policies should be clear and up-to-date so that personnel can work flexibly, which enable the organization to compete in a transforming market, in accordingly, and T (Technology-based mobilization) a news organization should give importance to the use of technology in operations to help enhance work efficiency as well as to improve better responses to consumers' needs.