

สื่อสิ่งพิมพ์ใน ยุค 4.0

จิรวัดน์ แก้ววันตรีนโซติ

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email : s61123328006@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัย “สื่อสิ่งพิมพ์ในยุค 4.0” เน้นที่ผลกระทบของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในปัจจุบันที่มีการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีรวมถึงนวัตกรรมซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของคนในสังคมต่อการเสพสื่อ ค้นหาเพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์จากอดีตถึงปัจจุบัน พร้อมกับวิเคราะห์กลยุทธ์ วิธีการ รูปแบบการปรับตัวของสื่อสิ่งพิมพ์ ด้วยการวิเคราะห์หาสาเหตุและปัจจัยที่ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบในยุค 4.0 ใช้วิธีการวิจัยโดยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน จำนวน 3 คน โดยการวิจัยพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตต่างกับปัจจุบันมากทั้งในเรื่องของการผลิต เนื้อหา ช่องทางในการจัดจำหน่าย ตัวธุรกิจและเทคโนโลยี ซึ่งเปลี่ยนจากในอดีตอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งจากทั้งหมดที่กล่าวมามีสาเหตุจากการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอีกทั้งพฤติกรรมของคนในสังคมปัจจุบันที่มีวิถีการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปและอีกหลายๆปัจจัยที่เกี่ยวข้อง กลยุทธ์ที่ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ใช้แก้ปัญหา เพื่อรองรับต่อสภาพเศรษฐกิจสังคม คือ การลดจำนวนคน ลดต้นทุนในการผลิต ลดปริมาณรายจ่ายในทุกๆด้านเพื่อความอยู่รอดและเพื่อให้ธุรกิจยังดำเนินต่อไป

คำสำคัญ สื่อสิ่งพิมพ์ ,ผลกระทบสื่อสิ่งพิมพ์ ,ยุค 4.0

Printed media in the 4.0 era

Chiravadh Kaewwandeethanachot

Suan Sunandha Rajabhat University

Email : s61123328006@ssru.ac.th

Abstract

This research "Printed media in the 4.0 era", emphasize the impact of the printed media business at the present that has the development of science and technology which affects the behavior of people in society on the use of media. The researcher indicates the objectives as follows: 1) to study the change of the printed media business from the past to the present 2) to analyze the strategies, methods, patterns, adaptation patterns of the printed media in the 4.0 era and 3) to analyze the causes and factors that affect the impact of the printed media in the 4.0 era. The research was conducted by in-depth interview. Samples used in this research were 3 people who were academicians in mass communication and professional journalism. The research found that printed media in the past were very different from the present. Both in terms of content production, distribution channels, and technology that had significantly changed from the past. In which all of the above, the causes from the development of science and technology and the people's behavior that had changing ways of living and many other factors. The strategies that printed media used to solve problems for supporting the social economy were reducing the number of people, reducing production costs, reducing the amount of expenses in every way to survive and keep the business going.

Keywords: printed media, printed media impact, 4.0 era

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยมีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยีของประเทศที่เพิ่มขึ้นและพร้อมกับการปฏิรูปประเทศในด้านต่างๆ เพื่อปรับแก้ จัดระบบ ปรับทิศทางและการสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วรุนแรงในศตวรรษที่ 21

ประเทศไทย 4.0 หรือ Thailand 4.0 เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบาย การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศหรือโมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลภายใต้การนำของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ ปฏิรูปการวิจัยและการพัฒนา ปฏิรูปการศึกษาไปพร้อมๆ กัน เน้นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมเปลี่ยนสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้านวัตกรรมเปลี่ยนประเทศเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม เปลี่ยนจาก Traditional SMEs หรือ SMEs ที่มีอยู่และรัฐบาลต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลาไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Startup บริษัทเกิดใหม่ที่มีศักยภาพสูง เปลี่ยนจาก Traditional Service ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำไปสู่ High Value Service และเปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและทักษะสูงเป็นต้น (เพ็ญประภา ศรีประสม, 2560)

การเปลี่ยนแปลงไปสู่การพัฒนาของประเทศในยุคประเทศไทย 4.0 จะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงสินค้าและบริการได้เพิ่มขึ้น แต่หากมองอีกด้านหนึ่งเมื่อมีการพัฒนาด้านอุตสาหกรรม เกษตรกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การแพทย์ นวัตกรรม ฯลฯ ที่เพิ่มมากขึ้นกลับทำให้เกิดการลดลงของจำนวนแรงงานและแทนที่ด้วยเทคโนโลยีที่เข้ามาเพิ่มศักยภาพในการผลิตสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง เป็นสาเหตุให้ธุรกิจหลายๆ ธุรกิจต้องปรับตัวรับสภาพของการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ เห็นได้อย่างชัดเจน เช่น “ธนาคาร” ผู้ให้บริการเริ่มใช้จ่ายเงินผ่านบัตร ฝากถอนเงินผ่านตู้ ทำให้นักการต้องลดจำนวนพนักงานลง “พ่อค้าแม่ค้า” ไม่สามารถมียอดขายเท่ากับพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ที่ไม่มีหน้าร้าน “ธุรกิจสื่อ” มีระบบสมาร์ตโฟนที่หลอมรวมทุกสื่อไว้ในโทรศัพท์มือถือเครื่องเดียวเป็นต้น

ในปัจจุบัน “สื่อ” มีการเปลี่ยนแปลงที่มากขึ้น เนื่องด้วยผู้คนเริ่มมีการใช้โทรศัพท์มือถือเคลื่อนที่มากขึ้น มีการใช้สมาร์ตโฟนและระบบอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ทำให้ความสามารถในการเข้าถึงสื่อเป็นไปได้ง่ายและรวดเร็ว อีกทั้งยังสะดวกต่อการใช้งานในทุกสถานที่และทุกเวลา ทั้งหมดที่กล่าวมานั้นส่งผลกระทบต่อ “สื่อสิ่งพิมพ์” อย่างมากที่สุดเพราะในปัจจุบันผู้คนเริ่มมีพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไป ผู้คนเริ่มไม่สนใจในการซื้อนิตยสารเล่มใหญ่ๆ หรือซื้อหนังสือพิมพ์มาอ่านข่าวประจำวัน ไม่หาข้อมูลด้วยการอ่านหนังสือในห้องสมุด เปลี่ยนรูปแบบมาเป็นการหาข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านระบบออนไลน์ที่มีรูปแบบการเข้าถึงที่ง่าย สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น สื่อที่ไม่สามารถมีการปรับตัวในองค์กรให้ทันต่อโลกยุคปัจจุบันย่อมได้รับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม แต่ในทางกลับกันองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์บางแห่งยังสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ด้วยการเปลี่ยนแปลงปรับเปลี่ยนตามรูปแบบเศรษฐกิจและยุคสมัยใหม่

ปี 2558 ถือเป็นจุดเริ่มที่อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ไทยเข้าสู่วิกฤตอย่างแท้จริง ทั้งจากพฤติกรรมผู้อ่านที่เลิกพลิกอ่านข้อมูลบนหน้ากระดาษหันมาสไลด์จอตูสิ่งที่น่าสนใจผ่านโลกออนไลน์ และจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวมที่ทรุดตัวพร้อมกันทั่วโลก ส่งผลกระทบค่าโฆษณาซึ่งถือเป็น “ท่อน้ำเลี้ยงหลัก” ของธุรกิจสิ่งพิมพ์ในหลายๆ แขนง ทำให้นิตยสารจำนวนหนึ่งต้องประกาศปิดตัวลง หลังหมดเงินโฆษณาในช่วง 10 ปีหลังลดลงถึงกว่า 1 ใน 3 ขณะที่หนังสือพิมพ์แม้จะยังเปิดดำเนินการได้แต่ก็มีมาตรการรัดเข็มขัดด้วยการประกาศไม่รับคนเพิ่ม แน่นนอนว่าผลกระทบนี้เกี่ยวเนื่องกันเป็นลูกโซ่ตั้งแต่สายส่ง ร้านหนังสือ

สำนักพิมพ์ ฯลฯ ไปจนถึงตัวนักเขียนเองด้วยและ ถ้าติดตามข่าวสารกันมาตั้งแต่ต้นปีจะพบว่าในปี 2559 มีนิตยสารหลายฉบับในประเทศไทยทยอยปิดตัวกันอย่างต่อเนื่องที่ยังพออยู่รอดได้ก็ต้องมีมาตรการในการรัดเข็มขัดหรือว่าปรับตัวกันครั้งใหญ่ (รัตนชัย ม่วงงาม, 2559)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้นจะเห็นได้ถึงการเปลี่ยนแปลงของประเทศที่ส่งผลกระทบต่อผู้คน รวมไปถึงภาคสินค้าและบริการ ทั้งของรัฐบาลและภาคเอกชน ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญเพื่อศึกษา “การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนศึกษากลยุทธ์ วิธีการและรูปแบบของการปรับตัวของสื่อสิ่งพิมพ์บางสำนักที่สามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสื่อสิ่งพิมพ์บางสำนักที่ผันตัวเพิ่มช่องทางเป็นสื่อออนไลน์และบางแห่งปิดสื่อสิ่งพิมพ์ลง” เพื่อให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของภาคธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตที่มีเทคโนโลยีและวิวัฒนาการไม่พัฒนาเท่าในปัจจุบันจนถึงช่วงที่อินเทอร์เน็ตมีการแพร่มากขึ้น เพื่อให้ทราบถึงวิธีการหรือกลยุทธ์วิธีการที่จะรับมือต่อสภาพเศรษฐกิจและสภาพสังคมที่เปลี่ยนไปในยุค 4.0 ที่มีอินเทอร์เน็ตเข้ามาของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุหรือปัจจัยที่ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์นั้นได้รับผลกระทบอันเกิดจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีและวิวัฒนาการในยุค 4.0

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์จากอดีตถึงปัจจุบัน
2. เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ วิธีการ รูปแบบการปรับตัวของสื่อสิ่งพิมพ์ในยุค 4.0
3. เพื่อวิเคราะห์สาเหตุและปัจจัยที่ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบในยุค 4.0

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “สื่อสิ่งพิมพ์ในยุค 4.0” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สาเหตุและปัญหาที่เกิดขึ้น ที่มีผลให้ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ต้องปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมในยุคปัจจุบัน ศึกษาวิธีการและกลยุทธ์ตลอดจนแนวทางที่ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ใช้เพื่อรับมือกับสภาพปัจจุบัน อีกทั้งเพื่อทราบถึงแนวโน้มของการทำงานด้านสื่อสิ่งพิมพ์ในอนาคต โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักของการสัมภาษณ์เป็นแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 นักวิชาชีพหนังสือพิมพ์ และกลุ่มที่ 2 นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน จำนวน 3 คน เพื่อที่จะสามารถสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและเจาะจงกับผู้ที่มีความรู้ด้านธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และเป็นผู้มีความรู้ด้านสื่อสารมวลชนโดยตรง เพื่อข้อมูลที่ถูกต้องของภาคธุรกิจสื่อสารมวลชน

กลุ่มที่ 1 นักวิชาชีพหนังสือพิมพ์ จากหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยม (Popular Newspaper) ที่มีการตีพิมพ์ติดต่อกันไม่น้อยกว่า 50 ปีและเป็นหนังสือพิมพ์ที่มียอดการตีพิมพ์สูงสุด 1 ใน 10 อันดับของประเทศไทย โดยหนังสือพิมพ์ “ไทยรัฐ” และ “เดลินิวส์” มียอดการตีพิมพ์ที่เท่ากันที่ 810,000 ล้านฉบับ (Infoquest.co.th., 2563) และเป็นผู้มีประสบการณ์การตรงกับสายงานสื่อสารมวลชนมาอย่างยาวนาน จำนวน 2 คน ได้แก่

1. นายดำฤทธิ์ วิริยะกุล

ตำแหน่ง บรรณาธิการข่าวภูมิภาคหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ,เลขาธิการสมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย
และที่ปรึกษาสมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย

หน่วยงาน หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

2. นายชาย ปละคามินทร์

ตำแหน่ง ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์เดลินิวส์และเลขาธิการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ

หน่วยงาน หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

กลุ่มที่ 2 นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน ที่มีประสบการณ์การทำงานด้านสื่อสารมวลชน เป็นผู้เขียนหนังสือและตำราเรียนเกี่ยวกับด้านการสื่อสารมวลชน จำนวน 1 คน ได้แก่

ผศ.สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำวิชาสาขานิเทศศาสตร์ (แขนงวารสารศาสตร์)

หน่วยงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ ตำราทางวิชาการ หนังสือ บทความ เอกสาร งานวิจัยต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลของสำนักงานสื่อสิ่งพิมพ์ในเรื่องการดำเนินงาน กลยุทธ์การปรับเปลี่ยนสื่อสิ่งพิมพ์ให้เข้ากับยุค 4.0

ทั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งขอบเขตวิจัยเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาและทฤษฎี การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องหนังสือพิมพ์ แนวคิดเรื่องนิตยสาร แนวคิดเรื่องการแพร่เข้ามาของอินเทอร์เน็ต แนวคิดเรื่องหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จากหนังสือ ตำราวิชาการ บทความ สื่อออนไลน์ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาอ้างอิงการศึกษาวิจัย และการสร้างเครื่องมือการวิจัย
2. ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาระหว่าง สิงหาคม - ธันวาคม 2562
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษากับ ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มที่ 1 คือ นักวิชาชีพหนังสือพิมพ์ จากหนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนิยม (Popular Newspaper) กลุ่มที่ 2 คือ นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. คำถามสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ทั้งนี้คำถามจะครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์จากอดีตถึงปัจจุบัน

ประเด็นที่ 2 สาเหตุหรือปัจจัยที่ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบและการปรับตัวเพื่อรองรับสภาพสังคมในปัจจุบัน

ประเด็นที่ 3 ทิศทางของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในอนาคต

การจดบันทึก เพื่อให้สามารถบันทึกข้อมูลและประเด็นที่น่าสนใจซึ่งนอกเหนือจากแนวคำถามในแบบสัมภาษณ์ที่เตรียมไว้

2. เทปบันทึกเสียง เพื่อใช้สำหรับการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ควบคู่ไปกับการจดบันทึกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ละเอียดครบถ้วนตามวัตถุประสงค์

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์จากอดีตถึงปัจจุบัน

การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์อดีตถึงปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิต เนื้อหา ช่องทางการจัดจำหน่าย รวมไปถึงการปรับตัวในภาคธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการปรับตัวเป็นออนไลน์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 รูปแบบของการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตนั้นแตกต่างกับในปัจจุบันโดยสิ้นเชิง ทั้งนักวิชาการและนักวิชาชีพมีมุมมองที่คล้ายกันในเรื่องของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่เข้ามามีผลกระทบในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ เมื่อย้อนไปในอดีตสื่อสิ่งพิมพ์นั้นมีการบวนการที่ซับซ้อนหลายขั้นตอนทำให้การผลิตหนังสือพิมพ์หรือสื่อสิ่งพิมพ์นั้นใช้เวลาที่ค่อนข้างมาก ใช้จำนวนคนมากเช่นกัน เพราะในอดีตหากต้องการที่จะหาข่าวเพื่อตีพิมพ์จำเป็นต้องใช้จำนวนคนในการเดินทางข่าวหรือการแถลงข่าวเพื่อมาแตกประเด็นขยายประเด็นต่อไป ระยะเวลาในการผลิตนั้นเมื่อเทคโนโลยีในขณะนั้นไม่ได้พัฒนาดังเช่นในปัจจุบันจึงทำให้การตีพิมพ์นั้นใช้เวลาที่ค่อนข้างมาก ส่งผลถึงการปิดข่าว ปิดข่าวเร็วเพื่อมีเวลาตีพิมพ์หากขณะนั้นมีข่าวใหม่ขึ้นมาข่าวก็จะขาดความสดใหม่ในทันที แต่หากมองอีกมุมมองกระบวนการผลิตต้องการข่าวที่สดใหม่มาๆก็ต้องปิดข่าวแต่ต้องเร่งในขั้นตอนของการผลิต โดยสรุปการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด นักวิชาการและนักวิชาชีพ ให้ความเห็นที่ตรงกันว่า “เทคโนโลยี” คือปัจจัยสำคัญที่ทำให้ในปัจจุบันมีความสะดวกในการผลิต ในหนึ่งวันยอดการผลิตจะเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการ ใช้เวลาปิดข่าวที่ได้นานขึ้นและก็ยังเป็นข่าวที่สดใหม่ เทคโนโลยีพวกนี้ยังเข้ามาส่งผลในการผลิตอีกหลายๆด้าน เช่น จำนวนคนที่ใช้ในการผลิตและการหาข่าว ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นยังมาพร้อมกับการแพร่เข้ามาของระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ทุกๆกระบวนการในการผลิตนั้นง่ายขึ้น สามารถหาข้อมูลได้หลายๆแหล่งข้อมูลได้พร้อมๆกันใน

เวลานั้น ลดขั้นตอนในการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนช่วยในการผลิตเพื่อลดเรื่องของระยะเวลา เพื่อให้ได้มาซึ่งข่าวที่สดใหม่และเข้าถึงคนได้ในทุกภูมิภาคของประเทศ ระยะเวลาการผลิตที่ลดเพราะการเข้ามาของระบบอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันเมื่อมีข่าวใหม่สามารถเขียนข่าวออนไลน์ส่งผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและสามารถลิงก์เชื่อมโยงไปดูข่าวอื่นๆที่เกี่ยวข้องได้เพิ่มเติม เพิ่มความน่าสนใจด้วยภาพทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวและเสียง ไม่เหมือนอย่างในอดีตที่ผ่านมาจึงเป็นที่มาของคำว่า “พรุ่งนี้เจอกันบนแผง”

1.2 รูปแบบเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์

เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา เรื่องนี้นักวิชาการได้ให้ความเห็นว่า ในอดีตเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์นั้นเปรียบเหมือนการนำเสนอของคนที่มีอำนาจในบ้านเมือง เนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มผลประโยชน์มากขึ้น เกี่ยวกับนักการเมือง ธุรกิจ รวมถึงกลุ่มนักเคลื่อนไหวต่างๆและประชาชน ปัจจุบันเนื้อหาที่มีความผ่อนคลายที่มากขึ้น นำเสนอเรื่องทั่วไป เรื่องสาระความบันเทิงต่างๆ และเนื้อหาข่าวมีความหลากหลาย เพิ่มบทบาทหน้าที่การเป็นกระบอกเสียงให้กับประชาชนเมื่อผู้มีอำนาจในสังคมทำเรื่องที่ผิดพลาด แต่ทั้งนี้ระยะหลังๆมาสื่อเองก็เรื่องโฆษณาแฝงที่เพิ่มเข้ามาได้อย่างชัดเจน เหตุผลจากการเข้ามาของระบบสัญญาณของอินเทอร์เน็ตที่ทำให้พฤติกรรมของคนนั้นเปลี่ยนไป สื่อสิ่งพิมพ์ก็ได้รับผลกระทบจึงจำเป็นต้องหากลยุทธ์และวิธีการทุกอย่างมาช่วยในเรื่องนี้ ด้านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเองมีการพัฒนาด้านเนื้อหาตลอดมา ให้ความสำคัญกับเนื้อหาข่าวให้ความเป็นกลาง มีความหลากหลายรอบด้าน ครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา สตรี บันเทิง กีฬา และให้ความสำคัญกับข่าวในภูมิภาคด้วย มีการส่งเสริมการอ่านให้กับชุมชน ในส่วนของทางเดลินิวส์นั้น เนื้อหาเน้นที่ครอบคลุมรอบด้านและความพิเศษในส่วนของเนื้อหา ส่วนในหนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญที่ตัวข่าวให้ความหลากหลายรอบด้านเช่นเดียวกับไทยรัฐ ในเรื่องของเนื้อหาที่มีรูปแบบเดียวกันในเรื่องของวิวัฒนาการแต่ในปัจจุบันก็มีความคล้ายกันในเรื่องของการบริหารจัดการและมีส่วนที่แตกต่างคือการบริหารจัดการของแต่ละสื่อสิ่งพิมพ์ต่อการปรับตัวของเนื้อหาเพื่อให้ตอบโจทย์ต่อความต้องการของคนในสังคม

1.3 รูปแบบของช่องทางในการจัดจำหน่าย

ช่องทางในการจัดจำหน่ายในอดีตให้ความเห็นที่ตรงกัน คือการใช้ “คน” เป็นตัวกลางในการขนส่งจากมือของผู้ผลิตไปสู่มือของผู้อ่านโดยตรง โดยคนกลางที่กล่าวถึงคือเอเย่นหรือตัวแทนจัดจำหน่าย ในบางบริษัทจะจัดจ้างเอเย่นในการจัดส่งหนังสือพิมพ์โดยตรง หากเป็นบริษัทที่ใหญ่จะมีความสามารถในการจ้างตัวแทนจัดจำหน่าย แต่ในบางบริษัทต้องจัดส่งเอง ปัจจุบันการเข้ามาของระบบอินเทอร์เน็ตทำให้มีการเพิ่มช่องทางในการรับชมหรืออ่านข่าวสารต่างๆ กล่าวคือไม่ใช่การเปลี่ยนจากการใช้คนเป็นไม่ใช่คน แต่คือการเพิ่มช่องทาง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มคนได้มากยิ่งขึ้น เพิ่มความสะดวกสบายมากขึ้น เพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในปัจจุบันอย่างสิ้นเชิง จากที่เคยใช้คนส่งเพียงอย่างเดียว ปัจจุบันเพิ่มเป็นมีช่องทางออนไลน์ในการส่งข่าวสารที่มีการอัปเดตตลอดเวลา เมื่อมีข่าวใหม่ก็สามารถเขียนและลงอัปเดตได้เลย แต่ในอดีตหากมีข่าวใหม่มาต้องรอรอบต่อไป ทำให้ตัวข่าวสารมีความล่าช้าไม่สดใหม่ ทั้งนักวิชาการและนักวิชาชีพให้ความเห็นตรงกันว่าสมัยก่อนใช้ “คน” แต่ปัจจุบันเพิ่ม “ออนไลน์” เข้ามาเพื่อให้เข้าถึงได้ง่ายในกลุ่มเป้าหมายของแต่ละสื่อสิ่งพิมพ์

1.4 รูปแบบธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตเป็นการรวมคนที่ใจรักรวมตัวกันมาทำ ไม่มีเงิน ไม่ได้เรียนมาโดยตรง แต่มีความสนใจอยากจะทำจึงรวมตัวไปหานายทุนให้ช่วยลงทุนให้ ในอดีตนายทุนจะเป็นคนที่ทำให้หนังสือพิมพ์กระจายข่าวแบบไม่เที่ยงตรง เป็นการเชียร์ธุรกิจของนายทุน ต่อมาเริ่มเป็นธุรกิจมากขึ้น มีการถือหุ้นหลายหุ้นหลายส่วน ปัจจุบันธุรกิจเริ่มมีการเติบโตมากยิ่งขึ้น กลายเป็นบริษัทจำกัดมหาชน ขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ เพื่อโปรดยทุน การบริหารจัดการต้องเป็นไปตามกฎระเบียบของการบริหารธุรกิจในรูปแบบตามหลักของตลาดหลักทรัพย์กำหนด มีกฎกติการายาท มีการคิดกำไรและมีปันผล เหมือนเป็นการซื้อกิจการสื่อ ในบางช่วงเวลาการเมืองเข้าไปซื้อหุ้นเพื่อเข้าไปแทรกแซงในการนำเสนอข่าว เรื่องการเมืองและสื่อเป็นกระบอกเสียงซึ่งกันและกันตลอดเวลา แต่ในปัจจุบันธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์มีการเปลี่ยนแปลงไปตามเจ้าของธุรกิจหรือตามความคิดเห็นของผู้สนับสนุนของในแต่ละช่วงของรายการ

1.5 ความแตกต่างระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์ที่อยู่ในกระดาษกับสื่อสิ่งพิมพ์ที่อยู่ในออนไลน์

สื่อสิ่งพิมพ์ในกระดาษต่างกับในออนไลน์อย่างมาก นักวิชาการต่างให้ความเห็นถึงเรื่องของ เทคโนโลยีที่เข้ามามีส่วนในการทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างนั้นมีการปรับตัวปรับเปลี่ยนเพื่อให้ทันและตอบสนองต่อความต้องการ มีการปรับเปลี่ยนไปตามกาลเวลาเป็นวัฏจักรของเทคโนโลยีที่ในปัจจุบันมีระยะที่สั้นลงเรื่อยๆ เมื่อเทคโนโลยีเข้ามาทำให้กระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตที่มีความซับซ้อนนั้นสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ส่วนการบริหารจัดการคือทางสำนักข่าวก็สามารถลงข่าวได้ในโซเชียลมีเดียได้เลย โดยที่ไม่ต้องรอการวางกรอบตีพิมพ์ต่างๆ เช่นเดียวกับสำนักข่าวที่นักข่าวเดินออกไปหาข่าวสามารถเขียนผ่านคอมพิวเตอร์ส่งกลับมาทางสำนักข่าวได้เลยเป็นการลดระยะเวลา เมื่อมีประเด็นข่าวที่สงสัยก็สามารถโทรไปสอบถามกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้ แม้จะเป็นในรายการสดโดยที่ไม่ต้องรอออกอากาศซ้ำอีกรอบ สามารถแพร่ภาพสดได้ขณะอยู่ในที่เกิดเหตุ สิ่งเหล่านี้ทำให้สามารถลดกระบวนการในการผลิตลง จึงส่งผลกระทบต่อต้องลดจำนวนคนเพราะเทคโนโลยีเข้ามาแทนที่และเทคโนโลยีเองก็ล้ำสมัยไปเรื่อยๆ สิ่งเหล่านี้จึงทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตจึงแตกต่างกับออนไลน์อย่างสิ้นเชิง

ประเด็น	สื่อสิ่งพิมพ์บนกระดาษ	สื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์
1.การหาข่าว	เดินหา ลงพื้นที่จริง	หาจากออนไลน์ ลิงก์ที่เกี่ยวข้อง
2.เวลาที่ใช้ในการผลิต	ใช้เวลานาน ซับซ้อน	ใช้เวลาสั้น สะดวก รวดเร็ว
3.จำนวนคนในการผลิต	ใช้จำนวนคนมาก	ใช้จำนวนคนน้อย
4.เนื้อหา	เข้มข้น อิงการเมือง นายทุน	ผ่อนคลาย เน้นวาไรตี้ อิงผู้สนับสนุน
5.การจัดจำหน่าย	ส่งตรงถึงมือผู้รับ	ช่องทางผ่านออนไลน์
6.รูปแบบธุรกิจ	รวมตัวกัน ไปหานายทุน	บริษัทหรือบริษัทมหาชน

ตารางที่ 1 เียบความแตกต่างระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตและปัจจุบัน

ประเด็นที่ 2 สาเหตุหรือปัจจัยที่ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบและการปรับตัวเพื่อรองรับสภาพสังคมในปัจจุบัน

นักวิชาการได้ให้ความเห็นว่าทุกๆกิจการนั้นได้รับผลกระทบทั้งหมดไม่ว่าจะมากหรือน้อย หากไม่มีการปรับตัวตามยุคหรือไม่ปรับเพื่อความอยู่รอดก็อาจจะต้องปิดตัวหรือยกเลิกกิจการไป ด้วยเทคโนโลยีที่เข้ามาพร้อมกับระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ตจึงส่งผลกระทบอย่างมากต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปส่งผลการรับชมสื่อที่เปลี่ยนจากสิ่งพิมพ์ที่พิมพ์ลงกระดาษมาเป็นออนไลน์ที่สามารถรับชมหรือดูได้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของตัวเอง สามารถเลือกรับชมข่าวที่ตัวเองสนใจเมื่อใดก็ได้ สถานที่ใดก็ได้ อ่านข่าวได้ สามารถดูรูปภาพหรือวิดีโอภาพเคลื่อนไหวได้ มีทั้งภาพและเสียงในการประกอบการรับชม เพื่อข่าวต่างๆที่เกี่ยวข้องให้อ่านเพื่อเติมได้อีกด้วย ทั้งหมดนี้นั้นส่งผลกระทบโดยตรงต่อสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต้องพิมพ์ลงกระดาษ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น ผลกระทบโดยตรงก็คือกลุ่มคนซื้อ เพราะกลุ่มคนซื้อนั้นลดลงแต่เปลี่ยนไปอยู่ในรูปแบบออนไลน์ คนอ่านนั้นยังมีอยู่เท่าเดิม เมื่อคนซื้อลดลง การโฆษณาที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคก็ต้องพิจารณาถึงความคุ้มค่า จึงลดการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ที่ค่าใช้จ่ายสูงมาใช้รูปแบบออนไลน์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคแทน มีการใช้คนที่ลดลงและต้นทุนที่ต่ำลงเพื่อช่วยลดในค่าใช้จ่าย ปริมาณคนเมื่อเทคโนโลยีเข้ามาแทนที่จำนวนก็แทนด้วยเครื่องจักรกลจึงส่งผลให้ต้องลดปริมาณคน หากจะกล่าวถึงสาเหตุที่ส่งผลกระทบคือการเข้ามาของสัญญาณอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีที่ล้ำแล้วนั้น ยังกล่าวได้ว่ายังมีปัจจัยอื่นๆประกอบด้วย เช่น การผลิตแบบดิจิทัลมีต้นทุนที่สูงกว่าออนไลน์ การแก้ไขข้อผิดพลาดในออนไลน์นั้นทำได้แต่ตีพิมพ์แล้วแก้ไขไม่ได้ ส่งผลถึงเรื่องของเอเย่นและซัพพอร์ทเอเย่นที่มีผลต่อหนังสือพิมพ์โดยตรง อย่างหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เมื่อบริษัทเอเย่นหรือซัพพอร์ทเอเย่นนั้นปิดกิจการลงทำให้หนังสือพิมพ์ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้อ่านได้ แต่เมื่อสำรวจแล้วกลับพบว่ากลุ่มคนอ่านยังอยู่แต่ไม่มีคนส่ง จึงทำการส่งเองบ้างและส่งเสริมเอเย่นบ้างเพื่อให้ธุรกิจนั้นดำเนินต่อไป โดยสรุปแล้วทุกอาชีพนั้นได้รับผลกระทบด้วยกันทั้งหมดแต่จะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับปรับตัวเพื่อรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้น หากตั้งรับได้ดีอาจจะกระทบแต่ไม่ถึงกับต้องปิดกิจการ

ประเด็นที่ 3 กลยุทธ์และทิศทางของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในอนาคต

3.1 กลยุทธ์ของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อรองรับสภาพสังคมในปัจจุบัน

สื่อสิ่งพิมพ์มีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันอยู่แล้ว นักวิชาการได้ให้ความเห็นว่าเมื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีผลกระทบกับสื่อสิ่งพิมพ์โดยตรงก็ทำให้ต้องเพิ่มช่องทางในการส่งสารถึงผู้บริโภค เมื่อก่อนเป็นสื่อสิ่งพิมพ์บนกระดาษปัจจุบันก็ออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook ,Line ,IG ,Youtube ฯลฯ เพื่อเพิ่มช่องทางเข้าถึงให้มากขึ้น ลดการโฆษณากับบอร์ด บิลบอร์ด ป้ายคัทต่างๆ เพิ่มการโฆษณาในรายการหรือที่เรียกกันว่าโฆษณาแฝงเข้าไปในช่วงของรายการ บางรายการนั้นก็โฆษณาโปรโมทรายการด้วยการสร้างกระแสความขึ้นมาเพื่อดึงดูดความสนใจของคนในสังคม มีการจัดกิจกรรมพิเศษขึ้นหรือที่เรียกว่า Event งานจัดขึ้นเพื่อโฆษณาโปรโมทและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้ารวมถึงสร้างภาพลักษณ์องค์กรความน่าเชื่อถือต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการขายแพ็คเกจโฆษณาในแบบ 1 ได้ถึง 3 เช่น ซื้อโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แล้วยังเพิ่มในโทรทัศน์แถมด้วยในออนไลน์เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการซื้อโฆษณา ถ้าเรามองถึงสื่อสิ่งพิมพ์พวกหนังสือพิมพ์ในบางบริษัทก็จะมีการปรับตัว ปรับนโยบายที่แตกต่างกันตามบริษัทของตัวเอง ในบางอย่างนักวิชาชีพไม่สามารถเปิดเผยได้เพราะเป็นข้อมูลภายในของบริษัทแต่ในทุกๆบริษัทที่เหมือนกันคือต้องประหยัด ลดต้นทุนในการผลิตต่างๆ แม้กระดาษที่ใช้ต้องมีการนำกลับมาใช้ซ้ำเพื่อลดต้นทุน กระบวนการในการผลิตให้ได้มากที่สุด เรื่องของพนักงานคนเมื่อคนเก่าออกไปก็รับคนใหม่เพิ่มทุกตำแหน่งที่ทำแทนกันได้ก็ให้ทำแทนกัน เพื่อลดจำนวนคน เพื่อทดแทนตำแหน่งกันได้ หนึ่งคนทำได้หลายอย่าง ในเรื่องของ

เนื้อหาที่ต้องการปรับให้เข้าถึงง่าย รวดเร็ว ถูกต้อง เพื่อความน่าเชื่อถือขององค์กร ซึ่งทุกอย่างที่นักวิชาการได้กล่าวนั้นถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ทุกบริษัทมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในยุคปัจจุบัน

3.2 ทิศทางแนวโน้มในอนาคต

ทิศทางของสื่อสิ่งพิมพ์ มีการคาดการณ์ว่าสื่อสิ่งพิมพ์จะหายไปในเวลาอีกไม่นานหรือปิดตัวลงอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์ยังมีเปิดทำการอยู่แต่อาจจะมียอดการผลิตที่ลดลง บางสื่อสิ่งพิมพ์ก็ปิดตัวลง อนาคตอาจจะมีปิดตัวที่มากขึ้น ในต่างประเทศอย่างประเทศสหรัฐอเมริกา มีการคาดการณ์ว่าสื่อสิ่งพิมพ์จะหายไปแต่ในปัจจุบันก็ยังอยู่ไม่ได้หายไป แต่เปลี่ยนจากขายเป็นแจกฟรีเพราะไม่มีคนซื้อมีคนอ่าน แต่ที่อยู่ได้เพราะสังคมสนับสนุนซัพพอร์ทเพราะถือว่าเป็นปากเสียงให้กับพวกเขา แต่ในประเทศไทยคุ้นชินกับของฟรีมีแต่โฆษณาไม่ค่อยมีสาระ อนาคตจะเป็นอย่างไรอยู่ที่คนอ่านจะพอใจหรือไม่ แต่ส่วนดีของหนังสือพิมพ์ก็ยังมีอยู่มาก อาจจะไม่มียอดบนกระดาษเลยก็ได้ อดีตมีการคาดการณ์ไว้ว่า 10 ปี แต่ในปัจจุบันอาจจะไม่ถึง 3 ปีแล้ว หนังสือพิมพ์อาจจะไม่มีอยู่แล้วแต่เรื่องธุรกิจก็ต้องหาหนทางรอดต่อไป ไม่ต้องพูดถึงว่าจะอยู่กี่ปี แต่ทุกสื่อสิ่งพิมพ์จะต้องอยู่ให้นานที่สุด ต้องคิดวิธีการต่างๆ ในการดึงดูด คัดวิธีการในการนำเสนอข่าวสาร เพื่อความอยู่รอดในอนาคต

สรุปและอภิปรายผล

ในการวิจัยครั้งนี้พบว่าสื่อสิ่งพิมพ์ในยุค 4.0 สามารถสรุปได้เป็นเป็น 3 ประเด็น ดังนี้ 1) การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์จากอดีตถึงปัจจุบัน 2) สาเหตุหรือปัจจัยที่ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบและการปรับตัวเพื่อรองรับสภาพสังคมในปัจจุบัน และ 3) กลยุทธ์และทิศทางของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในอนาคต โดยสรุปได้ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์จากอดีตถึงปัจจุบัน สื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตกับปัจจุบันต่างกันอย่างมาก เพราะเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตที่แพร่เข้ามามีส่วนในการทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างนั้นมีการปรับตัวปรับเปลี่ยนเพื่อให้ทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ สอดคล้องกับแนวคิดของสุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2541) เรื่อง การแพร่เข้ามาของสัญญาณอินเทอร์เน็ต พบว่า “เว็บไซต์กว่า 100 เว็บไซต์ การใช้อินเทอร์เน็ตจะเข้ามาแทนที่เวลาที่ใช้ชมรายการโทรทัศน์และการใช้โทรศัพท์ทางไกลซึ่งผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรายงานว่าใช้บริการอินเทอร์เน็ต 6.6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์แทนที่เวลาที่ใช้ในการชมรายการโทรทัศน์ถึงร้อยละ 50 นอกจากนั้นผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ถือว่าในอนาคตอินเทอร์เน็ตจะมีบทบาทในด้านต่างๆ มากที่สุด ได้แก่ ด้านข้อมูลข่าวสารการติดต่อสื่อสารและการศึกษา”

เมื่อเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในกระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ จากอดีตที่มีความซับซ้อนนั้นสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของสลิฟซ์ ผดุงเอกธนาภานต์ (2559) เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารธุรกิจสำนักพิมพ์ในประเทศไทย” พบว่า 4 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยด้านการบริหารองค์กร ปัจจัยด้านการบริหารบุคลากร ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และปัจจัยอื่นๆ ซึ่งทั้ง 4 ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นส่งผลให้สื่อสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบ

ทั้งนี้ปัจจัยการบริหารองค์กร เป็นปัจจัยด้านวิสัยทัศน์ นโยบาย และส่วนต่างๆ เป็นเรื่องของแต่ละบริษัทที่ไม่สามารถเปิดเผยรายละเอียดได้ ทั้งนี้ปัจจัยด้านบุคลากร เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ได้รับผลกระทบจากเทคโนโลยีและการเข้ามาของ

อินเทอร์เน็ตที่ทำให้กระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ง่ายขึ้น ไม่ซับซ้อน ทำให้มีการปรับลดแรงงานเพื่อลดค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ในแง่ของการผลิตข่าวก็สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว กระบวนการผลิตมีระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตสั้นและกระชับลงมา แต่ก็ยังได้ข่าวที่สดใหม่และมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

อีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสื่อสิ่งพิมพ์คือพฤติกรรมของผู้บริโภคของผู้เสพสื่อที่เปลี่ยนไป เดิมอ่านจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารในรูปแบบกระดาษ เป็นรูปแบบออนไลน์ เพราะสะดวกสบายอยู่ที่ไหนก็สามารถอ่านและเข้าถึงได้ง่าย

นอกจากนี้ “โฆษณา” นับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการเปลี่ยนแปลงของสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะรายได้หลักของสื่อสิ่งพิมพ์คือค่าโฆษณา ที่ลงไปบนสื่อออนไลน์ที่ตรงพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบเดิม

จะเห็นได้ว่าจากปัจจัยข้างต้นที่กล่าวมาคือ ปัจจัยด้านบริหารองค์กร ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านอื่นๆ ด้านการโฆษณา ด้านเงินทุนต่างๆ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกันเป็นลูกโซ่ เมื่อเทคโนโลยีเข้ามาสู่สื่อสิ่งพิมพ์ก็ปรับเปลี่ยนเพิ่มรูปแบบไปอยู่ในรูปแบบข่าวออนไลน์ แน่นอนว่าเมื่อออนไลน์แล้วนั้นย่อมต่างกับอดีตโดยสิ้นเชิง ซึ่งสอดคล้องกับการแนวคิดเรื่องหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เมื่อนำข้อดีข้อเสียของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสอดคล้องใกล้เคียงกับสื่อออนไลน์มาเปรียบเทียบหนังสือทั่วไปก็จะสามารถเห็นภาพข้อดีข้อเสียได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังตาราง

ประเด็น	หนังสือดิจิทัล	หนังสือทั่วไป
1.การใช้กระดาษ	ไม่ใช้	ใช้
2.ภาพเคลื่อนไหวประกอบ	มี	ไม่มี
3.เสียงประกอบ	มี	ไม่มี
4.การแก้ไขปรับปรุงข้อมูล	ง่าย	ยาก
5.ต้นทุนในการผลิต	ต่ำ	สูง
6.จำนวนการพิมพ์ การสำเนา	ไม่จำกัด	จำกัด
7.ความสามารถเชื่อมต่อไปยังข้อมูลอื่น	ทำได้ง่าย	ทำได้ยาก
8.ความสามารถในการอ่านและการรับชม	ออนไลน์ ได้ทุกที่	หนังสืออย่างเดียว
9.การพกพาและการใช้งาน	หลายไฟล์ในโทรศัพท์เครื่องเดียว	พกพาลำบาก ต้องไปห้องสมุดหรือหอสมุดเท่านั้น

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความต่างระหว่างหนังสือดิจิทัลและหนังสือทั่วไป

เนื่องจากเทคโนโลยีที่เข้ามาพร้อมกับระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้กระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ทั้งกระบวนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน ใช้ระยะเวลาผลิตน้อยลง เนื้อหาที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยมีเนื้อหาที่เน้นสาระบันเทิง ช่องทางในการส่งข้อมูลข่าวสารโดยไม่ผ่านคนกลาง ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตส่งตรงได้ถึงทุกคน ในทุกที่ทุกเวลา สามารถรับชมและสามารถอ่านย้อนหลังได้ตลอด ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook ,Line ,Youtube ,IG ,Twitter ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดขององค์กร แต่ละบริษัทจึงมีการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ต่างๆให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ปัจจุบันไม่ว่าจะเป็น ทั้งในเรื่องการลดต้นทุน ลดจำนวนพนักงาน พนักงาน 1 คนต้องสามารถทำงานได้หลากหลาย สอดคล้องกับผลงานวิจัยเรื่อง “วิกฤตสื่อสิ่งพิมพ์กับการปรับตัวของผู้ผลิตสื่อนิตยสารผู้หญิง กรณีศึกษา : นิตยสาร ลิซ่า” ได้กล่าวว่าการยุทธ์ที่นิตยสารลิซ่าใช้เพื่อแก้ไขวิกฤตสื่อสิ่งพิมพ์ คือ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) 4 ประการ หรือ 4P ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางในการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด (เน้นต้นกัศ ธีรโรจน์เดชาชัย และ ผศ.ดร.นิธิดา แสงสิงแก้ว, 2560) เช่นเดียวกับกลยุทธ์ที่ใช้ในการฝ่าวิกฤตสื่อ ผลิตภัณฑ์ก็มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบต่างๆ ทั้งภาพและเสียง สามารถเชื่อมโยงข่าวหนึ่งไปสู่อีกข่าวหนึ่ง เรื่องของราคาในที่นี้ก็มีราคาปรับเพื่อให้เข้าถึงผู้อ่านได้ในทุกๆที่ มีการปรับลดต้นทุนต่างๆที่ใช้ในการผลิต มีการใช้โฆษณาเข้ามาช่วยพยุงราคาต้นทุน ช่องทางในการจัดจำหน่ายก็เป็นส่งตรงถึงผู้บริโภคเหมือนเดิมใช้คนด้วยแต่เพิ่มช่องทางโซเชียลมีเดียมาเพิ่มเพื่อให้ถึงคนได้หลากหลายกลุ่มที่มากขึ้น การส่งเสริมการตลาดก็จะมีการจัด Event เพื่อเพิ่มความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเดิมและเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ อีกทั้งยังเพิ่มภาพลักษณ์ขององค์กรให้มีความน่าเชื่อถือเข้าถึงง่ายอีกด้วย เห็นได้ว่าไม่เพียงแต่หนังสือพิมพ์เท่านั้นที่ได้รับผลกระทบ นิตยสารก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ทางผู้วิจัยเห็นว่าควรนำเสนอไว้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการปรับตัวของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อรองรับระบบเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน ประการที่สำคัญที่สุดเพื่อรองรับสภาพเศรษฐกิจนั้นก็คือการปรับตัวไปตามยุคตามสมัยและหาช่องทางในการนำเสนอสิ่งใหม่ๆ เน้นเนื้อหาที่ผู้คนสนใจและตามกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังต้องทำให้โฆษณาเชื่อมั่นในการลงทุนโฆษณากับทางบริษัท และมีการใช้การหลอมรวมสื่อเพื่อเป็นอีกทางหนึ่งซึ่งสามารถช่วยให้ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ยังสามารถที่จะดำเนินต่อไปได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปควรจะต้องศึกษาให้ครอบคลุมถึงหนังสือพิมพ์ที่ปิดตัวลงไปแล้วด้วยและสื่อที่ยังคงตีพิมพ์อยู่ อีกทั้งยังควรที่จะสัมภาษณ์หนังสือ นิตยสารต่างๆ หนังสือที่ตีพิมพ์ต่างๆ ที่ยังตีพิมพ์อยู่และที่ปิดตัวไปแล้ว เพื่อจะได้ทราบถึงปัญหาที่เข้ามามีผลกระทบและทราบถึงแนวทางปฏิบัติที่บริษัทยังอยู่ได้ว่าจะมีการปรับตัวอย่างไร รวมถึงควรทำงานวิจัยเชิงปริมาณเกี่ยวกับพฤติกรรมและการเสพสื่อของคนในประเทศด้วยว่าดูข่าวหรืออ่านข่าวช่องทางไหน เนื้อหาแบบไหน เพื่อรองรับความต้องการในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- ชุมชนนักปฏิบัติสู่การจัดการความรู้ในศตวรรษที่ 21. (2559). *ศตวรรษที่ 21*. สืบค้น 9 กันยายน 2562, จาก <https://kaewpanya.rmutl.ac.th/rmutkm/index.php/14-2016-9th-rmut-km/9th-rmutlkm-general-information/about-km/21-21st-century>
- ไทยรัฐฉบับพิมพ์. (2559). *เสพข่าวพริ้วผ่านมือถือพุ่ง ทำทายอนาคตสื่อสิ่งพิมพ์*. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.thairath.co.th/content/639786>
- นางสาวนันท์นภัส อีโรจน์เดชชัย และ ผศ.ดร.นิธิดา แสงสิงแก้ว. (2560). *วิกฤตสื่อสิ่งพิมพ์กับการปรับตัวของผู้ผลิตสื่อนิตยสารผู้หญิง กรณีศึกษา : นิตยสาร ลิซ่า*. สืบค้น 25 กันยายน 2562., จาก <http://203.131.210.100/ejournal/wp-content/uploads/2017/12/JCIS60026.pdf>
- นางสาวสลิลพัชร ผดุงเอกธนาภานต์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารธุรกิจสำนักพิมพ์ในประเทศไทย* (ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เบญจวรรณ เทนอิสสระ,กาญจนา อยู่ใจเย็น. (2543). *การตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์ไทยรัฐของคนกรุงเทพมหานคร* (ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- เปรมฤดี อินไชยา. (2543). *ทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อนิตยสารไทย* (ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์วีระ โชติธรรมภรณ์. (2554). *การสร้างสื่อหนังสือดิจิทัล เรื่อง เทคโนโลยีการพิมพ์*. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- เพ็ญประภา ศรีประสม. (2560). *ประเทศไทย ยุค 4.0 เป็นอย่างไร*. สืบค้น 3 กันยายน 2562, จาก <http://www.drborworn.com>
- ศุภศิลาป์ กุลจิตต์เจืองศ์. (2560). *แนวทางการพัฒนาสิ่งพิมพ์ออนไลน์ในยุคดิจิทัล*. สืบค้น 25 กันยายน 2562, จาก <file:///C:/Users/Acer/Downloads/94416-Article%20Text-234738-1-10-20170727.pdf>
- สารานุกรมเสรี. (2562). *กลยุทธ์*. สืบค้น 9 กันยายน 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/กลยุทธ์>
- สารานุกรมเสรี. (2562). *เศรษฐกิจ*. สืบค้น 9 กันยายน 2562, จาก <https://th.m.wikipedia.org/wiki/เศรษฐกิจ>
- สุกัลยา คงประดิษฐ์. (2557). *การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ขนาดกลางในประเทศไทย ภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี กรณีศึกษา: หนังสือพิมพ์สยามรัฐ บ้านเมือง แนวหน้า และไทยโพสต์*. กรุงเทพมหานคร. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2541). บทบาทของผู้สอนวิชาหนังสือพิมพ์ในสถาบันราชภัฏต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียนการสอน

(ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Brand Buffet. (2560). ย้อนรอย 10 ปี เม็ดเงินโฆษณา “สื่อทีวี – หนังสือพิมพ์ – นิตยสาร” จากยุครุ่งเรือง สู่ยุควิกฤต.

สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2018/01/10-years-television-newspaper-magazine-media-spending/>

Digital_collect. (2560). ผลกระทบ. สืบค้น 9 กันยายน 2562, จาก

http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/47933110/chapter2.pdf

Fah Matnasanan. (2560). สื่อสิ่งพิมพ์กับอินเทอร์เน็ต. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2562, จาก

https://www.facebook.com/notes/fah-manatsanan/สื่อสิ่งพิมพ์กับอินเทอร์เน็ต/1354241244633340/?_rdc=2&_rdr

iM2Market. (2559). สื่อ หมายถึง (Media). สืบค้น 9 กันยายน 2562, จาก

<https://www.im2market.com/2016/10/22/3646>

it24hrs. (2560). Thailand 4.0 คืออะไร. สืบค้น 9 กันยายน 2562, จาก <https://www.it24hrs.com/2017/thailand-4-0/>

Kiatiasak. (2558). การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2562, จาก

<https://sites.google.com/site/kiatisak42256/8-2-thekhnoy-yukh-dicitxl-kab-kar-phlit-sux-sing-phimph>

Marketingoop!. (2562). ย้อนอดีต สู่ปัจจุบัน มองอนาคต! เทียบทัศนคติ-วิถีชีวิต-ไลฟ์สไตล์ “ยุค 90’s-ยุค

ดิจิทัล” แตกต่างอย่างไร? สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/consumer-behavior-90s-compare-with-digital-age/>

Sirisak Artkham. (2556). ความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์. สืบค้น 9 กันยายน 2562, จาก

<https://sites.google.com/site/sirisak42562/khwam-hmay-khxng-sux-sing-phimph>

TCIJ ทำความเข้าใจปรากฏ. (2561). Mission Possible? ความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในยุคดิจิทัล. สืบค้น 25

พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.tcijthai.com/news/2018/14/scoop/8325>

ThaiSMEs Center. (2559). 3เปลี่ยน! สื่อสิ่งพิมพ์ในยุคดิจิทัล. สืบค้น 7 กันยายน 2562, จาก

Thaimescenter.com/3-เปลี่ยน-สื่อสิ่งพิมพ์ในยุคดิจิทัล/

The Bangkok Insight. (2561). 4 ต้นทุน ป่วนสื่อสิ่งพิมพ์ ดิ้นปรับตัวมุ่งออนไลน์. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2562, จาก

<https://www.thebangkokinsight.com/224/>