

๗

สิ่งพิมพ์ ออนไลน์ : ถึงเวลาสิ่งตีพิมพ์ต้องสู้ Online publication: It's time publication to fight

จารุสิทธิ์ เครือจันทร์¹

Charusit krouchan

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องสิ่งพิมพ์ออนไลน์ : ถึงเวลาสิ่งตีพิมพ์ต้องสู้ เป็นการศึกษาถึงทางเลือกของผู้บริโภคและการแข่งขันในการนำเสนอข่าวสารผ่านสิ่งตีพิมพ์และสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ในระบบธุรกิจการสื่อสารที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยอาศัยการศึกษาจากข้อมูลแหล่งต่างๆ นำมาเปรียบเทียบถึงจุดเด่นและจุดด้อยของสิ่งพิมพ์ทั้งสองประเภท รวมทั้งความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

จากการศึกษาพอสรุปได้ว่า แนวโน้มของการสื่อสารในยุคปัจจุบันและอนาคต ต่างมุ่งเป้าไปที่การพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารระบบดิจิทัล เนื่องจากธุรกิจการสื่อสารระบบดิจิทัลได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและขยายโครงข่ายไปยังพื้นที่ต่างๆ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว เป็นการสร้าง

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

คำนิยมและเป็นทางเลือกที่สำคัญสำหรับผู้บริโภคยุคใหม่ ขณะที่สิ่งตีพิมพ์บางส่วนหายไปจากท้องตลาด แต่ก็ยังมีการพัฒนารูปแบบสิ่งตีพิมพ์ต่างๆ ให้ความทันสมัย รวมทั้งการผสมผสานการนำเสนอข่าวสารทั้งสองรูปแบบได้อย่างลงตัวเพื่อความอยู่รอด และตอบสนองต่อผู้บริโภคที่ยังต้องการข่าวสารผ่านสิ่งตีพิมพ์ให้คงอยู่ตลอดไป

คำสำคัญ: สิ่งพิมพ์ออนไลน์, สิ่งตีพิมพ์ต้องรู้

Abstract

The study of online publication: It's time publication to fight. A study of consumer choice and competition in the news through publications and online publications. In business communication systems available today. By dint of the information from various sources. To compare the strengths and weaknesses of both types of publications. As well as the changes that will occur in the future.

The conclusion of the study. Trends in the present and the future of communication. Are aimed at the development of digital communications. Because digital communications business is constantly evolving and expanding networks to the target quickly. Create value and a great choice for the modern consumer. While some publications disappear from the market. It has also developed a variety of publications, reconstruction. Including a combination of these two models presenting information seamlessly to survive. And responsive to consumer also needed through. publications to remain forever.

Keywords: online publication, publications to fight

บทนำ

สิ่งพิมพ์ออนไลน์ เป็นนวัตกรรมทางด้านการสื่อสารด้วยเทคโนโลยี ทำให้เข้าถึงวิถีชีวิตผู้คนได้มากขึ้น เป็นสิ่งอำนวยความสะดวก และเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคข้อมูลข่าวสาร ด้วยเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ นอกเหนือไปจากการรับรู้ข่าวสารจากสิ่งตีพิมพ์ ที่วี วิทย์ แล้ว สิ่งพิมพ์ออนไลน์ ซึ่งเป็นหนึ่งในสื่อที่อาศัยระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่มีผู้เข้าชมผ่านเว็บไซต์จำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในขณะที่สื่อสิ่งตีพิมพ์พื้นฐานต่างๆ ไป ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ นิตยสาร วารสาร หรือหนังสือพิมพ์ มีจำนวนลดลง การที่ผู้บริโภคหันมาอาศัยทางเลือกสิ่งพิมพ์ออนไลน์ อาจเป็นเพราะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ที่ผู้คนในยุคใหม่แสวงหาความเปลี่ยนแปลง และความเสมอภาคในการรับรู้ข่าวสาร ด้วยต้นทุนการผลิตต่ำ ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมจากการที่จะต้องใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติเป็นจำนวนมาก ทำให้เป็นข้อได้เปรียบของสิ่งพิมพ์ออนไลน์ มีต่อสื่อสิ่งตีพิมพ์พื้นฐาน แต่กระนั้นก็ตามแม้มีข้อได้เปรียบ แต่ก็มีข้อด้อย ทำให้สิ่งพิมพ์ออนไลน์ ยังไม่สามารถชนะใจผู้บริโภคได้อย่างเด็ดขาด หรืออาจจะเป็น 2 ทางเลือกให้กับผู้บริโภค ที่จะบริโภคข่าวสารทางใดทางหนึ่งหรือทั้ง 2 ทางไปพร้อมกัน

ข่าวสารกับการรับรู้ ทางเลือกที่ถูกกำหนด

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้มนุษย์มีการติดต่อสื่อสารกันด้วยระบบเครือข่ายมากขึ้น สามารถส่งข่าวสารถึงกันได้ทั้งภาพและเสียง ด้วยการคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ๆ จึงทำให้รูปแบบการสื่อสารระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแพร่หลายไปยังพื้นที่ต่างๆ และกว้างขวางมากยิ่งขึ้น สิ่งพิมพ์ออนไลน์ เป็นสื่อชนิดหนึ่งที่พึ่งพาอาศัยระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ส่งผ่านข้อมูลข่าวสารไปยังผู้บริโภค อีกทั้งยังสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค ด้วยประสิทธิภาพของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล ทำให้การสื่อสารเป็นรูปธรรมมากขึ้น ในขณะที่สื่อสิ่งตีพิมพ์ด้วยกระดาษเริ่มถดถอย แม้ว่าปัจจุบันจะยังคงหลงเหลืออยู่ แต่ก็เป็นที่วิตกกังวลต่อความอยู่รอดในอนาคตข้าง

หน้า ถึงเวลาที่สิ่งตีพิมพ์กระดาษจะต้องตระหนักและหันมาสำรวจสิ่งต่างๆ เพื่อหาแนวทางในการที่จะดำรงอยู่ ในขณะที่สิ่งพิมพ์ออนไลน์ ได้ก้าวล้ำไปไกลเกินกว่าคู่แข่งจะก้าวตามทัน แต่อย่างไรก็ตามสิ่งตีพิมพ์กระดาษยังมีข้อได้เปรียบและยังคงอยู่ในใจของผู้บริโภคบางกลุ่ม ด้วยเนื้อหาและรายละเอียดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการผสมผสานรูปแบบของสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ควบคู่กับสิ่งตีพิมพ์กระดาษ เพื่อความสะดวกในการบริโภคข่าวสาร สำหรับผู้บริโภคที่หันมาหาทางเลือกใหม่

ในขณะที่คนทั้งโลกหันไปตื่นตัวกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านเครือข่ายส่งตรงถึงแหล่งรับข่าวสาร ไม่ว่าจะอยู่ ณ ที่ใดก็ตาม เครือข่ายเหล่านี้โยงใยครอบคลุมไปถึง จนกล่าวได้ว่าโลกที่เราที่เคยคิดว่ากว้างใหญ่ไพศาลกับดูละเอียดลงอย่างไม่น่าเชื่อ ทั้งนี้เพราะไม่ว่าจะเกิดเหตุการณ์ใดๆ ในที่หนึ่ง ผู้คนในอีกฟากหนึ่งจะสามารถรับรู้ เข้าใจ และทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหวได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากรับทราบแล้ว ยังสามารถที่จะได้ตอบ พุดคุย ให้ความเห็น เสนอแนะต่อเหตุการณ์นั้นๆ ด้วยภาพและเสียง ทั้งนี้เพราะข่าวคราวเหล่านั้นถูกส่งผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเข้าถึงทุกแหล่งที่มีอุปกรณ์แปลงสัญญาณออกมาเป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ตัวอักษร หรือเสียงประกอบ สิ่งพิมพ์ออนไลน์ คือหนึ่งในเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทำให้ผู้บริโภคจำนวนมาก สามารถอ่านได้ข่าวสารจากสิ่งพิมพ์เล่มเดียวกัน จากกระแสความต้องการบริโภคข่าวสารที่เพิ่มขึ้นตามลำดับ ทำให้มีการนำเสนอข่าวสารผ่านระบบเครือข่ายมากขึ้น พร้อมทั้งได้ตอบกับผู้บริโภคในแง่มุมต่างๆ ทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจกับเทคโนโลยีด้านนี้ ส่วนการสื่อสารด้วยสิ่งตีพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์พื้นฐาน ที่ผ่านกรรมวิธีการพิมพ์ด้วยกระดาษมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน จวบจนกระทั่งการก้าวเข้ามาของการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ที่เรียกกันว่า “สิ่งพิมพ์ออนไลน์” ในรูปของ e-book, e-magazine, e-news, e-journal, e-publishing ซึ่งเข้ามามีบทบาทในการนำเสนอข่าวสารอย่างไร้ขีดจำกัด ผู้บริโภคสามารถทำการพิมพ์สำเนาเอกสารจำนวนเท่าไรก็ได้ตามความต้องการ นอกจากการอ่านและสืบค้นข่าวสารแล้ว

ยังมีการสร้างเครือข่ายสำหรับการแลกเปลี่ยนข่าวสารเป็นการเฉพาะ เพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารกันเฉพาะกลุ่ม

ความเปลี่ยนแปลงส่งผลให้สิ่งตีพิมพ์พื้นฐานหลายประเภทต้องหันมาให้ความสำคัญ ด้วยการนำข้อมูลบางส่วนของหนังสือ นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ หรือสิ่งตีพิมพ์ต่างๆ มาผลิตเป็นสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ในระบบคู่ขนานเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น จากกระแสความนิยมดังกล่าวถึงกับมีผู้วิตกกังวลว่าสิ่งตีพิมพ์พื้นฐานต่างๆ ที่เคยเป็นที่นิยมคงอาจจะสูญหายไปไม่ช้า นั้นเพราะสิ่งตีพิมพ์พื้นฐานมีความล่าช้า ทั้งในระบบการผลิต การขนส่ง กว่าจะถึงมือผู้บริโภค ขวคราวต่างๆ เหล่านั้นแทบจะหายไปจากความทรงจำ ปริญ เพ็ญจุฑา.(มปป.) ได้ให้ความเห็นไว้ว่า เทคโนโลยีในปัจจุบัน เอื้อประโยชน์ให้เกิดความสะดวกสบายในการเลือกซื้อหนังสือมาอ่าน โดยไม่จำเป็นต้องไปร้านหนังสือเหมือนเมื่อก่อน และหนังสือก็ไม่ได้อยู่ในรูปแบบของกระดาษอีกต่อไป แน่นนอนมันอาจดูแล้วช่วยลดการตัดไม้ทำลายป่าของโลกลง แต่นั่นก็หมายความว่าถึงการรุกรานธุรกิจอีกด้านโดยหลีกเลี่ยงไม่ได้

วารวิสุทธิ์ ภิญญูยาง.(2554) กล่าวว่า สื่อสิ่งพิมพ์ทั่วโลก ก็มีได้เพิกเฉยต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว และได้มีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ สื่อสิ่งพิมพ์ยักษ์ใหญ่ของอเมริกัน ต่างพากันปรับเนื้อหาและรูปแบบ นำเสนอผู้อ่านในรูปแบบของ “แอฟ” บนไอแพด และสมาร์ตโฟนแพลตฟอร์มต่างๆ รวมไปถึงสื่อสิ่งพิมพ์ในไทย ทั้งหนังสือพิมพ์และนิตยสารจากค่ายใหญ่ๆ อย่าง อัมรินทร์ จีเอ็ม และเนชั่น ก็ต่างมีคอนเทนต์ของตนในรูปแบบของ “แอฟ” เช่นเดียวกับสื่อสิ่งพิมพ์ของอเมริกัน จากข้อมูลนิตยสาร Business Week กล่าวว่า หนังสือพิมพ์รายวันทั่วสหรัฐกว่า 635 หัว มียอดขายลดลง 8.7% เมื่อเทียบกับปีก่อน ที่ลดลงไป 5% สอดรับกับสถิติ จากนิลสันออนไลน์ (Nielsen Online) ที่บอกว่า จำนวนผู้ที่เยี่ยมชมเว็บไซต์ของสำนักข่าวต่างๆ ในสหรัฐมีประมาณเกือบๆ 90 ล้านคนในแต่ละเดือน คิดเป็น 1 ใน 3 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งประเทศ เพิ่มขึ้น 15% เมื่อเทียบกับปี 2009 และทุกคนใช้เวลาอ่านเว็บไซต์เหล่านี้รวมกันกว่า 3 พันล้านนาทิต

ปฏิกิริยาเชิงรุก: ข้อเสนอชวนหลงใหล

นับแต่วันถือกำเนิดสิ่งพิมพ์ออนไลน์ มาจวบจนปัจจุบัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีก้าวไกลจนสุดที่จะหยั่งคาด มีผลิตภัณฑ์รับ-ส่งรุ่นใหม่ ๆ ออกสู่ท้องตลาด สามารถรับ-ส่งข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว กระทัดรัด เหมาะมือ มีความคมชัด ให้สีสันที่เหมือนจริง ออกแบบสวยงาม ตอบสนองต่อสังคมยุคปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์เหล่านี้พยายามที่จะสรรหาความแปลกใหม่มาเติมเต็มให้กับผู้บริโภค ที่ต้องการไขว่คว้าหาความสะดวก ด้วยวิธีการค้นคิดเทคโนโลยีใหม่ๆ เพียบพร้อมพร้อมประโยชน์ใช้สอย และกรรมวิธีทางการตลาดต่างๆ ที่เต็มไปด้วยข้อเสนอชักชวนให้ผู้บริโภคมั่นใจ และยินดีที่จะจ่ายสำหรับการได้เป็นผู้ครอบครอง

นอกเหนือจากสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ที่ดำเนินการโดยบริษัทสิ่งพิมพ์ยักษ์ใหญ่ต่างๆ แล้ว ยังมีผู้ผลิตสิ่งพิมพ์ออนไลน์อิสระไม่มีต้นสังกัดอีกเป็นจำนวนมาก นำเสนอข่าวสารกระจัดกระจายในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ด้วยต้นทุนต่ำ สิ่งพิมพ์ออนไลน์ไม่จำเป็นต้องลงทุนอย่างมากมายมหาศาล เพียงแค่มีอุปกรณ์เพียงเล็กน้อย เช่น คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ คอมพิวเตอร์แบบพกพา หรือแม้แต่โทรศัพท์มือถือ และเครือข่ายที่รับสมัครเป็นสมาชิก ผวนกับความคิดสร้างสรรค์ พร้อมกับ Download โปรแกรมแจกฟรีจากอินเทอร์เน็ต ก็ทำการผลิตสิ่งพิมพ์ออนไลน์ได้ ข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปสามารถแก้ไขปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา และส่งถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างไม่จำกัด

สุทธิชัย หยุ่น.(2554) กล่าวว่า Washington Post ได้เปิดเว็บไซต์ย่อย ๆ ใหม่ เรียกมันอย่างง่าย ๆ ตรง ๆ ว่า “Ask the Post” ซึ่งเท่ากับเป็นการเปิดช่องทางการสื่อสารอย่างเป็นระบบ เพื่อรับฟังความเห็นจากคนอ่านอย่างเป็นกิจลักษณะ ไม่ใช่เพียงรอรออ่านอีเมลล์จากคนอ่านที่เกิดอารมณ์ไม่พอใจกับบางเรื่องบางข่าวหรือบางรูปเท่านั้น การเปิดเว็บไซต์เพื่อให้เป็นเวทีเปิด และให้คนอ่านสามารถเข้ามามีปฏิสัมพันธ์ทั้งกับคนทำสื่อกับคนอ่านกันเอง จึงเป็นการเปิดกว้างที่มีนัยสำคัญสำหรับการสร้างฐานคนอ่าน และผู้เสพข่าวอย่างต่อเนื่องท่ามกลางการทำหายของข่าวสารที่หลั่งไหลมาทุกวินาที



ภาพประกอบที่ 1 : ผลิตภัณฑ์รับ-ส่งข่าวสาร ที่มา <http://www.google.co.th/search?>

บทเรียนที่ต้องทบทวน

ในขณะเดียวกัน สิ่งตีพิมพ์พื้นฐานหรือสิ่งพิมพ์กระดาษ ที่หลายคนอาจคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าว่าจะหายไปตามกาลเวลา เพราะปัญหาอุปสรรคต่างๆ แต่มาจนถึงปัจจุบันนี้สิ่งตีพิมพ์พื้นฐานยังคงมีให้เห็น แม้ความนิยมจะลดน้อยลงไปบ้าง เพราะเหตุใด เป็นสิ่งที่หลายคนตั้งข้อสงสัย Nopparat.นามแฝง.(2555). www.bangkokbiznews.com. กล่าวว่า ขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจสิ่งพิมพ์และร้านหนังสือในไทย ต่างเร่งพัฒนาธุรกิจเข้าสู่แพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อ “ความอยู่รอด” แม้ปัจจุบันแพลตฟอร์มใหม่นี้จะไม่สามารถวัดผลได้เป็นกอบเป็นกำก็ตาม

แม้ว่าสิ่งพิมพ์ออนไลน์ จะมีข้อได้เปรียบบางประการ แต่ก็ยังมีข้อจำกัดทางเทคนิคบางอย่าง เช่น การรับข่าวสาร จะต้องลงทุนซื้ออุปกรณ์รับสัญญาณที่มีคุณภาพเพียงพอต่อการรับสัญญาณภาพและเสียง ในบางพื้นที่สัญญาณคลื่นความถี่ระบบอินเทอร์เน็ต หรือระบบสัญญาณโทรศัพท์อาจจะไม่สม่ำเสมอ หรือแม้แต่การมีอุปกรณ์รับสัญญาณที่แตกต่างกัน ก็ไม่สามารถรับข่าวสารได้ เพราะระบบการส่งข่าวสารจะมีผู้ผลิตถือลิขสิทธิ์และระบบเครือข่ายเฉพาะไม่สามารถเชื่อมโยงกันได้โดยตรง จะต้องเสียค่าใช้จ่ายเชื่อมโยงสัญญาณระหว่างกัน จึงจะสามารถรับข่าวสารนั้นได้ หรือแม้แต่ข่าวสารบางประเภทจะต้องสมัครเป็นสมาชิกเสียค่าใช้จ่ายตามแต่

ผู้ให้บริการเป็นผู้กำหนด จึงจะเข้าถึงข้อมูลเบื้องลึกเบื้องหลังของข่าวสารนั้นๆ และที่สำคัญคือการอ่านข่าวจากสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ผู้อ่านอาจไม่มีสมาธิในการสืบค้นเพียงพอ เพราะการสืบค้นอาจจะมีสิ่งอื่นมารบกวน สิ่งพบเห็นบนหน้าจอคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือหรืออุปกรณ์แบบพกพาต่างๆ อาจจะพบกับโฆษณา ถ้อยคำเพื่อการเสนอขายสินค้าแฝงมากับข่าวสาร หรือมีสิ่งยั่วยุเข้าทางอารมณ์เข้ามารบกวน ทำให้หันเหไปตามทิศทางของสิ่งเร้าต่างๆ เหล่านั้น เมื่อเปิดหาข้อมูลสิ่งพิมพ์ออนไลน์ คล้ายๆ กับการเปิดหนังสือหลายๆ เล่ม ในเวลาเดียวกัน ดูแล้วสับสนุ่นวาย ทำให้สูญเสียสมาธิในบางช่วงเพื่อรอให้เนื้อหาข่าวสารปรากฏตามต้องการ

ด้วยความฉับพลันรวดเร็วในการนำเสนอในฐานะสื่อสาธารณะ ข่าวสารจากแหล่งอิสระทั้งหลายที่นำมาเสนอส่วนใหญ่จึงไม่ผ่านการกลั่นกรองหรือพิจารณาความเหมาะสมจากแหล่งผลิตต้นทาง ทำให้ข้อมูลนั้นๆ ขาดความน่าเชื่อถือ อีกทั้งกลุ่มผู้บริโภคที่รับข่าวสารอาจมีผู้ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะเพียงพอต่อการพิจารณาถึงมูลเหตุของที่มาข่าวสาร นำไปสู่การบิดเบือนของสังคมข่าวสารได้เช่นกัน และในบางขณะอาจพบกับข้อมูลเดิมๆ ไม่ว่าจะเปลี่ยนทิศทางการเชื่อมโยง เหตุเพราะมีผู้นำเอาข้อมูลเหล่านั้นมาเผยแพร่ต่อ จึงพบเห็นข้อมูลเดิมปรากฏในแหล่งต่างๆ ทำให้เกิดความเบื่อหน่าย และด้วยเนื้อหาของข้อมูลที่แน่นขนัดแต่พื้นที่สำหรับการนำเสนอมีจำกัด จึงต้องตัดทอนเนื้อหารายละเอียดบางส่วนออกไป หรือมีข้อจำกัดในด้านลิขสิทธิ์การนำออกมาเผยแพร่ ทำให้เนื้อหาข่าวสารบางส่วนขาดหายไป ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องแสวงหาแหล่งข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมจากสิ่งตีพิมพ์อื่นๆ

ถึงเวลาต้องลุกขึ้นสู้

สิ่งตีพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์พื้นฐานที่เคยเฟื่องฟูและได้รับความนิยมมายาวนาน อาจจะต้องถึงเวลาล้มหายตายจากไปก็เป็นได้ ดังมีผู้กล่าวไว้ในตอนต้น นอกจากจะเจอกับคู่แข่งอย่างสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ที่มีอยู่หลากหลายรูปแบบทั้งอินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟน, และ แท็บเล็ต ยังต้องแข่งขันกับสิ่งตีพิมพ์ด้วยตนเอง มันเป็นการท้าทายสำหรับสิ่งตีพิมพ์พื้นฐานที่จะต้องหาวิธีการเอาตัวรอดด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อดึงดูด

ใจผู้บริโภคให้หันมาสนใจในสิ่งที่ตัวเองมีให้มากขึ้น แม้ว่าจะมีผู้บริโภคบางส่วนหันเหไปยั้งสิ่งพิมพ์ออนไลน์ เพราะต้องการความสะดวกจากข้อมูลในช่วงระยะเวลาสั้นๆ และไม่ต้องการรายละเอียดมากนัก แต่ก็ยังมีกลุ่มผู้บริโภคอีกกลุ่มยังยึดแน่นอยู่กับสิ่งตีพิมพ์ เนื่องจากความหลากหลายที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสได้ด้วยตนเอง มีความต้องการอยากเป็นเจ้าของ ยินดีที่จะซื้อในสิ่งที่ตัวเองชอบและโปรดปราน เนื้อหาการบอกเล่าที่อธิบายถึงรายละเอียด อรรถรสจากการอ่าน ความประทับใจในข่าวสารที่สิ่งตีพิมพ์ที่นำเสนอ และบุคลิกของหนังสือแต่ละเล่มมีความแตกต่าง การออกแบบรูปเล่มที่สวยงาม กระบวนการผลิตที่เจาะจงต่อกลุ่มเป้าหมาย หรือการสร้างสิ่งตีพิมพ์ในมิติที่หลากหลาย และที่สำคัญคือความต้องการของผู้บริโภค ที่ผู้ผลิตสิ่งตีพิมพ์จะต้องเปิดใจรับฟัง และยอมรับในข้อเสนอเพื่อนำมาสู่การพิจารณาปรับปรุง และอาจจะต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในโลกยุคไอที

Pussaraporn Dechtupthai. (2555) กล่าวว่า อาจจะขึ้นอยู่กับกรนำเสนอของหน่วยงานผู้จัดทำก็ได้ ซึ่งก็เป็นสิทธิของแต่ละฝ่ายก็ได้ว่าจะนำเสนอออกมาในรูปแบบใด สังคมต้องการอะไร แบบไหน ซึ่งก็ต้องทำตามที่สังคมต้องการเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ

สุทธิชัย หยุ่น.(2011) คนทำข่าวกำลังเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงครั้งประวัติศาสตร์ในยุคดิจิทัล คนข่าวมีอาชีพ จะปรับตัวเพื่อรักษามาตรฐานวิชาชีพ ในอันที่จะเป็นปากเสียงอันแท้จริงของสาธารณชนได้อย่างไร?

ปริญ เพ็ญวุฒิ.(มปป.) การสืบเข้ามาของเทคโนโลยีด้านการสื่อสารใหม่ๆ เปิดโอกาสให้ช่องทางสำหรับธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ต้องปรับตัวตาม ด้วยการวิเคราะห์จากปัจจัยด้านเทคโนโลยี การเพิ่มขึ้นของการใช้งานมือถือแบบสมาร์ตโฟน การเปิดตัวอุปกรณ์ที่สามารถอ่านอีบุ๊ก การมีรูปแบบของอีบุ๊กที่เป็นมาตรฐาน และการใช้โครงข่ายการสื่อสารแบบ 3G ทำให้ความเป็นไปได้ในการสูญพันธ์ของสื่อสิ่งพิมพ์แบบเดิมๆ มีสูงมาก

วงศ์ทงศ์ ชัยณรงค์สิงห์. (2555) กรุงเทพฯธุรกิจออนไลน์. กรรมการผู้จัดการ บริษัท เดย์ โพเทสส์ จำกัด หรือ โหน่ง อะเดย์ บอกว่า ธุรกิจสื่อไม่ใช่คนทำ

หนังสืออย่างเดียวนั้นแล้ว สังเกตได้จาก 4-5 ปีหลัง เกิดการกระจายตัวของสื่อมากขึ้น รวมถึงการแผ่อิทธิพลของ “นิวมီเดีย” ตอนนี้จะสังเกตได้ว่า “แอปพลิเคชัน” มาแรงมากขึ้น เพราะอุปกรณ์แท็บเล็ตและสมาร์ทโฟนหาซื้อง่ายขึ้น ราคาถูกลง รวมถึงนวัตกรรมทางการเงินใหม่ๆ ที่เปิดโอกาสให้คนได้เป็นเจ้าของอุปกรณ์เหล่านี้

วิชัย พยัคฆ์โส.(2542) ได้เปรียบเทียบหนังสือพิมพ์ กับสื่อมวลชนประเภทอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการเสนอข่าวหรือเรื่องราวต่างๆ แล้วพบว่าหนังสือพิมพ์ยังมีข้อได้เปรียบดังนี้ คือ

ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability)

คนเรามักจะมั่นใจในสิ่งที่ได้อ่านมากกว่าสิ่งที่ได้ยิน และแม้ว่าโทรทัศน์จะทำให้เราเห็นภาพก็จริง แต่เป็นการเห็นภาพเพียงแวบเดียว สื่อสิ่งพิมพ์จึงให้ความมั่นใจต่อผู้รับข่าวสารในประการนี้มากกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น

ด้านความสมบูรณ์ (Completeness)

สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ย่อมให้รายละเอียดของข่าวสารได้มากกว่าวิทยุหรือโทรทัศน์

ด้านการอ้างอิง (Deferability)

ผู้อ่านสื่อสิ่งพิมพ์สามารถกลับมาอ่านเรื่องราวที่ได้อ่านแล้วอีกครั้งหรือหลายครั้งก็ได้และอ่าน ในเวลาใดก็ได้ ส่วนวิทยุและโทรทัศน์นั้นผู้ฟัง และผู้ชมจะต้องไม่พลาดเวลาออกอากาศ

ด้านการย้ำ (Repetition)

สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์อาจลงข่าวเดียวกันติดต่อกันหลายวัน และทุกครั้งมีรายละเอียดเพิ่มเติม ซึ่งอาจจะน่าเบื่อสำหรับผู้รู้แต่เป็นการกระตุ้นมวลชนให้เกิดความตื่นตัว เกิดอารมณ์ร่วม มีการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี และช่วยเผยแพร่ต่อกันไป วิทยุอาจรายงานข่าวซ้ำกันได้ก็จริง แต่มีโอกาสน้อยที่จะเดิมรายละเอียด ส่วนโทรทัศน์มีโอกาสเสนอข่าว ซึ่งน้อยกว่าวิทยุ และมีโอกาสขยายความได้น้อยกว่าหนังสือพิมพ์

ข่าวสารธุรกิจ ผู้จัดการออนไลน์ (<http://www.manager.co.th/Business/ViewNews>.) ได้นำเสนอผลการสำรวจตลาดโฆษณาไทย ผ่านสื่อต่างๆ 10 เดือนแรก ของปี พ.ศ.2555 ซึ่งผลการโฆษณาของไทยเติบโต 97,613 ล้านบาท เติบโต 8% เผยทุกสื่อเพิ่มขึ้นหมด แต่สื่อหลักเติบโตต่ำกว่าสื่อรองทั้งสิ้น มีสื่อ นิตยสารเท่านั้นที่ตกลงสื่อเดียวถึง 12%

บริษัท นิลเส้น ประเทศไทย จำกัด รายงานถึงตัวเลขมูลค่างบโฆษณาเดือน ตุลาคม 2555 เพียงเดือนเดียวมีมูลค่าประมาณ 10,064 ล้านบาท เติบโต 14.47% จากเดิมช่วงเดียวกันที่มีมูลค่า 8,792 ล้านบาท โดยสื่อทีวีมีมูลค่า 5,953 ล้านบาท เติบโต 15% จากเดิม 5,167 ล้านบาท สื่อวิทยุมูลค่า 563 ล้านบาท เติบโต 4% จากเดิมมูลค่า 541 ล้านบาท สื่อหนังสือพิมพ์ มูลค่า 1,218 ล้านบาท ลดลง 1% จากเดิม 1,234 ล้านบาท สื่อนิตยสารมูลค่า 393 ล้านบาท ลดลง 24% มากที่สุด จากเดิม 522 ล้านบาท

ขณะที่ช่วง 10 เดือนแรกของปี 2555 เทียบปี 2554 พบว่า มูลค่าตลาดรวม 97,631 ล้านบาท เติบโต 8% จากเดิม 89,708 ล้านบาท สื่อหลักเติบโตหมดคือ ทีวี 56,692 ล้านบาท โต 4% จากเดิม 54,128 ล้านบาท สื่อวิทยุมูลค่า 5,228 ล้านบาท เติบโต 4% จากเดิม 5,005 ล้านบาท สื่อหนังสือพิมพ์มูลค่า 12,368 ล้านบาท เติบโต 1% จากเดิม 12,150 ล้านบาท สื่อนิตยสารมูลค่า 4,292 ล้านบาท ลดลง 12% จากเดิม 4,918 ล้านบาท

เช่นเดียวกับสื่อรองเติบโตทั้งหมดคือ สื่อโรงหนังมูลค่า 10,006 ล้านบาท เติบโต 66% จากเดิม 6,018 ล้านบาท สื่อกลางแจ้งมูลค่า 3,807 ล้านบาท เติบโต 7% จากเดิม 3,553 ล้านบาท สื่อเคลื่อนที่มูลค่า 2,405 ล้านบาท เติบโต 9% จากเดิม 2,191 ล้านบาท สื่ออินสโตร์มูลค่า 2,357 ล้านบาท เติบโต 74% มากที่สุด จากเดิม 1,349 ล้านบาท สื่ออินเทอร์เน็ตมูลค่า 474 ล้านบาท เติบโต 19% จากเดิม 397 ล้านบาท

จากผลสำรวจการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ของไทย พบว่า ในขณะที่สื่ออื่นๆ มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วแต่จำนวนสื่อสิ่งตีพิมพ์กลับมีจำนวนลดลงถึง 12% ซึ่ง

คล้องจองกับคำกล่าวของผู้ที่ทำธุรกิจด้านนี้ ได้แสดงถึงความวิตกกังวลต่อสิ่งตีพิมพ์ที่อยู่คู่กับสังคมข่าวสารมายาวนาน สิ่งตีพิมพ์อาจจะต้องมีอันเป็นไปในวันใดวันหนึ่งเมื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ได้ก้าวเข้ามามีบทบาทและอิทธิพลสูงสุด

สรุป

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าแม้ความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทางการสื่อสารจะพัฒนาไปอย่างรวดเร็วเพียงใด แต่สิ่งตีพิมพ์ยังคงเกาะติดความรู้สึกของผู้บริโภคอยู่เสมอ แม้วารสนิยมของผู้บริโภคในโลกข่าวสารสมัยใหม่จะแปรเปลี่ยนไปตามกระแสนิยม ผู้ที่ดำเนินธุรกิจด้านสิ่งตีพิมพ์ อาจจะต้องถึงเวลาลุกขึ้นสู้ เพื่อรักษาสถานภาพให้อยู่รอดในสังคมธุรกิจข่าวสาร แต่จะเป็นเช่นนั้นจริงหรือไม่ ผู้บริโภคจะเป็นผู้ให้คำตอบได้ดีที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- ปริญ เพ็ญวุฒิ.(มปป). ยุคถดถอยของสื่อสิ่งพิมพ์. บทความออนไลน์ <http://www.flexiologic.com/?p=3016>.สืบค้นวันที่ 12 กรกฎาคม 2555.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2555) ข่าวสารธุรกิจ (<http://www.manager.co.th/Business/ViewNews>.) สืบค้นวันที่ 13 พฤศจิกายน 2555.
- วิชัย พยัคฆ์โส.(2542). **อุตสาหกรรมการพิมพ์.เอกสารประกอบการฝึกอบรม** เรื่องการจัดเตรียมและวางแผนการผลิตสิ่งพิมพ์.กรุงเทพฯ:สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรวิสุทธิ์ ภิญโญยาง.(2554). **ธุรกิจสิ่งพิมพ์แห่งอนาคต**. กรุงเทพฯธุรกิจออนไลน์. สืบค้นวันที่ 12 กรกฎาคม 2555.
- สุทธิชัย หยุ่น. (2554). **อนาคตของข่าว**. http://newsjunkiesuthichaiyoon.blogspot.com/2011/09/blog-post_17.html. สืบค้นวันที่ 12 กรกฎาคม 2555.

Nopparat.นามแฝง.(2555).จับตา ‘ธุรกิจสิ่งพิมพ์’... ‘รอด-ร่วง’ในยุคเปลี่ยนผ่าน. มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา.กรุงเทพธุรกิจออนไลน์.2555. (www.bangkokbiznews.com) สืบค้นวันที่ 10 กันยายน 2555.

Pussaraporn Dechtupthai.(2555). อิทธิพลของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีต่อสังคม “นิตยสาร กุลสตรี”.

<http://pussaraporn.blogspot.com/2012/01/blog-post.html>.สืบค้นวันที่ 20 กรกฎาคม 2555.