

แบบประเมินบทความ/งานวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ชื่อบทความ (ภาษาไทย) : สื่อสิ่งพิมพ์ใน ยุค 4.0

(ภาษาอังกฤษ) : Printed media in the 4.0 era

หัวข้อการพิจารณา

หัวข้อ	คะแนนประเมิน					ข้อแก้ไข / ข้อเสนอแนะ
	1	2	3	4	5	
1. บทคัดย่อ			✓	✓	✓	at
2. Abstract			✓	✓	✓	at
3. บทนำ			✓	✓	✓	at.
4. วัตถุประสงค์การวิจัย/การศึกษา			✓	✓	✓	คือ #at key informant real V.
5. วิธีการวิจัย/วิธีการศึกษา	✓					key informant คือ 2 คน เพศ 3 คน มี 100 ชิ้น m/115 ชิ้น, fac/rece 100 ชิ้น, 100 ชิ้น 100 ชิ้น
6. ผลการวิจัย/ผลการศึกษา			✓	✓	✓	คือ m/115
7. สรุปผลการวิจัย/สรุปผลการศึกษา			✓	✓	✓	คือ m/115
8. อภิปรายผล/ข้อเสนอแนะ				✓	✓	at dr.
9. เอกสารอ้างอิง			✓	✓	✓	real
10. ความใหม่และคุณค่าทางวิชาการ				✓	✓	at.

Printed media in the 4.0 era

Chiravadh Kaewwandeethanachot

Suan Sunandha Rajabhat University

Email : ssru61123328006@ssru.ac.th

Abstract

This research "Printed media in the 4.0 era", the researcher team finds 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 team 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 and senior staffs in printed media. 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

ปัจจุบันประเทศไทยมีการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่เพิ่มขึ้นและมาพร้อมกับการปฏิรูป ประเทศในด้านต่างๆ เพื่อปรับแก้ จัดระบบ ปรับทิศทางและการสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วรุนแรงในศตวรรษที่ 21 (เพ็ญประภา ศรีประสม, 2560)

ประเทศไทย 4.0 หรือ Thailand 4.0 เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบาย การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศหรือโมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลภายใต้การนำของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” มีการกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ ปฏิรูปการวิจัยและการพัฒนา ปฏิรูปการศึกษาไปพร้อมกัน 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 เป็นสาเหตุให้ ธุรกิจหลายๆ ธุรกิจต้องปรับตัวรับสภาพของการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ เห็นได้อย่างชัดเจน เช่น “ธนาคาร” ผู้ให้บริการเริ่มใช้จ่ายเงินผ่านบัตร ผ่าถอนเงินผ่านตู้ ทำให้ธนาคารต้องลดจำนวนพนักงานลง “พ่อค้าแม่ค้า” ไม่สามารถมี ยอดขายเท่ากับพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ที่ไม่มีหน้าร้าน “ธุรกิจสื่อ” มีระบบสมาร์ตโฟนที่หลอมรวมทุกสื่อไว้ในโทรศัพท์มือถือ เครื่องเดียวเป็นต้น

ในปัจจุบัน “สื่อ” มีการเปลี่ยนแปลงที่มากขึ้น เนื่องด้วยผู้คนเริ่มมีการใช้โทรศัพท์มือถือเคลื่อนที่มากขึ้น มีการใช้สมาร์ตโฟนและระบบอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ทำให้ความสามารถในการเข้าถึงสื่อเป็นไปได้ง่ายและรวดเร็ว อีกทั้งยังสะดวกต่อการใช้งานในทุกสถานที่และทุกเวลา ทั้งหมดที่กล่าวมานั้นส่งผลกระทบต่อ “สื่อสิ่งพิมพ์” อย่างมากที่สุดเพราะในปัจจุบันผู้คนเริ่มมีพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไป ผู้คนเริ่มไม่สนใจในการซื้อนิตยสารเล่มใหญ่ๆ หรือซื้อหนังสือพิมพ์มาอ่าน ชาวประจําวัน ไม่หาข้อมูลด้วยการอ่านหนังสือในห้องสมุด เปลี่ยนรูปแบบมาเป็นการหาข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านระบบออนไลน์ที่มีรูปแบบการเข้าถึงที่ง่าย สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น สื่อที่ไม่สามารถมีการปรับตัวในองค์กรให้ทันต่อโลกยุคปัจจุบันย่อมได้รับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม แต่ในทางกลับกันองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์บางแห่งยังสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ด้วยวิธีการเปลี่ยนแปลงปรับเปลี่ยนตามรูปแบบเศรษฐกิจและยุคสมัยใหม่

ปี 2558 ถือเป็นจุดเริ่มที่อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ไทยเข้าขั้นวิกฤติอย่างแท้จริง ทั้งจากพฤติกรรมผู้อ่านที่เลิกพลิกอ่านข้อมูลบนหน้ากระดาษหันมาสไลด์จอตูสิ่งที่น่าสนใจผ่านโลกออนไลน์ และจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวมที่ทรุดตัวพร้อมกันทั่วโลกส่งผลกระทบต่อค่าโฆษณาซึ่งถือเป็น “ท่อ น้ำเลี้ยงหลัก” ของธุรกิจสิ่งพิมพ์ในหลายๆ แขนง ทำให้นิตยสารจำนวนหนึ่งต้องประกาศปิดตัวลง หลังเม็ดเงินโฆษณาในช่วง 10 ปีหลังลดลงถึงกว่า 1 ใน 3 ขณะที่หนังสือพิมพ์แม้จะยังเปิดดำเนินการได้แต่ก็มีมาตรการรัดเข็มขัดด้วยการประกาศไม่รับคนเพิ่ม แน่แน่นอนว่าผลกระทบนี้เกี่ยวเนื่องกันเป็นลูกโซ่ตั้งแต่สายส่ง ร้านหนังสือ สำนักพิมพ์ ฯลฯ ไปจนถึงตัวนักเขียนเองด้วยและ ถ้าติดตามข่าวสารกันมาตั้งแต่ต้นปีจะพบว่าในปี 2559 มีนิตยสารหลายฉบับในประเทศไทยทยอยปิดตัวกันอย่างต่อเนื่องที่ยังพออยู่รอดได้ก็ต้องมีมาตรการในการรัดเข็มขัดหรือว่าปรับตัวกันครั้งใหญ่ (รัตนชัย ม่วงงาม, 2559)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้นจะเห็นได้ถึงการเปลี่ยนแปลงของประเทศที่ส่งผลกระทบต่อผู้คน รวมไปถึงภาคสินค้าและบริการ ทั้งของรัฐบาลและภาคเอกชน ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญเพื่อศึกษา “การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ

สื่อสิ่งพิมพ์ 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” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงกระบวนการดำเนินงาน แนวโน้มของการทำงานด้านสื่อสิ่งพิมพ์ และเพื่อค้นหากลยุทธ์การปรับเปลี่ยนสื่อสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมสำหรับการเตรียมพร้อมเข้าสู่ยุค 4.0 โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักของการสัมภาษณ์เป็นแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ นักวิชาชีพหนังสือพิมพ์และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน เพื่อที่จะสามารถสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและเจาะจงกับผู้ที่มีประสบการณ์ด้านธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และเป็นผู้มีความรู้ด้านสื่อสารมวลชนโดยตรง เพื่อข้อมูลที่ถูกต้องเจาะลึกและเฉพาะเจาะจงของภาคธุรกิจสื่อสารมวลชน

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

1. นายคำฤทธิ์ วิริยะกุล

ตำแหน่ง บรรณาธิการข่าวภูมิภาคหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ,เลขาธิการสมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย และที่ปรึกษาสมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย

หน่วยงาน หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

2. นายชาย ปละคามินทร์

ตำแหน่ง ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์เดลินิวส์และเลขาธิการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ

หน่วยงาน หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

กลุ่มที่ 2 นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน ที่มีประสบการณ์การทำงานด้านสื่อสารมวลชน เป็นผู้เขียนหนังสือและตำราเรียนเกี่ยวกับด้านการสื่อสารมวลชน จำนวน 1 ท่าน ได้แก่

ผศ.สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำวิชาสาขาวิชานิติศาสตร์ (แขนงวิชาการวารสารศาสตร์)

หน่วยงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

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

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 ทั้งนี้นักวิชาการและนักวิชาชีพมีมุมมองที่คล้ายกันในเรื่องและเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่เข้ามามีผลกระทบในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ เมื่อย้อนไปในอดีตสื่อสิ่งพิมพ์นั้นมีการบวนการ

ที่ซับซ้อนหลายขั้นตอนทำให้การผลิตหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์นั้นใช้เวลาที่ค่อนข้างมาก ใช้จำนวนคนมากเช่นกัน เพราะในอดีตหากต้องการที่จะทงข่าวเพื่อตีพิมพ์จำเป็นต้องใช้จำนวนคนในการค้นหาข่าวหรือการแถลงข่าวเพื่อมาตกแต่งประเด็น ขยายประเด็นต่อไป ระยะเวลาในการผลิตนั้นเมื่อเทคโนโลยีในขณะนั้นไม่ได้พัฒนาดังเช่นในปัจจุบันจึงทำให้การตีพิมพ์นั้นใช้เวลาที่ค่อนข้างมาก ส่งผลถึงการปิดข่าว ปิดข่าวเร็วเพื่อมีเวลาตีพิมพ์หากขณะนั้นมีข่าวใหม่ขึ้นมาข่าวก็จะขาดความสดใหม่ในทันที แต่หากมองอีกมุมมองกระบวนการผลิตต้องการข่าวที่สดใหม่มากก็จะต้องปิดข่าวแต่ต้องเร่งในขั้นตอนของการผลิต โดยสรุปการผลิตสิ่งพิมพ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด นักวิชาการและนักวิชาชีพ ให้ความเห็นที่ตรงกันว่า “เทคโนโลยี” คือปัจจัยสำคัญที่ทำให้ในปัจจุบันมีความสะดวกในการผลิต ในหนึ่งวันยอดการผลิตจะเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ใช้เวลาปิดข่าวที่ได้นานขึ้นและก็ยังเป็นข่าวที่สดใหม่ เทคโนโลยีพวกนี้ยังเข้ามาส่งผลในการผลิตอีกหลายด้าน เช่น จำนวนคนที่ใช้ในการผลิตและการหาข่าว ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นยังมาพร้อมกับการแพร่เข้ามาของระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ทุกๆกระบวนการในการผลิตนั้นง่ายขึ้น สามารถหาข้อมูลได้หลายๆแหล่งข้อมูลได้พร้อมๆกันในเวลาอันสั้น ลดขั้นตอนในการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนช่วยในการผลิตเพื่อลดเรื่องของระยะเวลา เพื่อให้ได้มาซึ่งข่าวที่สดใหม่และเข้าถึงคนได้ในทุกๆภูมิภาคของประเทศ ระยะเวลาการผลิตที่ลดเพราะการเข้ามาของระบบอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันเมื่อมีข่าวใหม่สามารถเขียนข่าวออนไลน์ส่งผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและสามารถลิงก์เชื่อมโยงไปดูข่าวอื่นๆที่เกี่ยวข้องได้เพิ่มเติม เพิ่มความน่าสนใจด้วยภาพทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวและเสียง ไม่เหมือนอย่างในอดีตที่ผ่านมาจึงเป็นที่มาของคำว่า “พรุ้งนี้เจอกันบนแผง”

1.2 รูปแบบเนื้อหาของสิ่งพิมพ์

เนื้อหาของสิ่งพิมพ์มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา เรื่องนี้นักวิชาการได้ให้ความเห็นว่า ในอดีตเนื้อหาของสิ่งพิมพ์นั้นเปรียบเหมือนการนำเสนอของคนที่มีอำนาจในบ้านเมือง ต่อมาเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มผลประโยชน์มากขึ้นเกี่ยวกับนักการเมือง ธุรกิจ รวมถึงกลุ่มนักเคลื่อนไหวต่างๆและประชาชน ต่อมาก็มีอ่อนลงในด้านของเนื้อหาที่ให้ความผ่อนคลายที่มากขึ้น เช่นเรื่องทั่วไป เรื่องสาระ ความบันเทิงต่างๆ ในปัจจุบันเนื้อหาข่าวมีความหลากหลายอย่างเห็นได้ชัด มีความอ่อนลงไม่เข้มข้นเหมือนในอดีต เน้นไปทางวาไรตี้ เพิ่มบทบาทหน้าที่การเป็นกระบอกเสียงให้กับประชาชนเมื่อคนใหญ่คนโตของประเทศทำเรื่องผิดพลาด เป็นปากเสียงให้กับประชาชนมากขึ้น แต่ในช่วงหลังๆมาสื่อเองก็เรื่องแผงก็โฆษณาที่เพิ่มเข้ามาได้อย่างชัดเจน เหตุผลจากการเข้ามาของระบบสัญญาณของอินเทอร์เน็ตที่ทำให้พฤติกรรมของคนนั้นเปลี่ยนไป สื่อสิ่งพิมพ์ก็ได้รับผลกระทบจึงจำเป็นต้องหากกลยุทธ์และวิธีการทุกอย่างมาช่วยในเรื่องนี้ ด้านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเองมีการพัฒนาด้านเนื้อหาตลอดมา ให้ความสำคัญกับเนื้อหาข่าวให้ความเป็นกลาง มีความหลากหลายรอบด้าน ครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา สตรี บันเทิง กีฬา และให้ความสำคัญกับข่าวในภูมิภาคด้วย มีการส่งเสริมการอ่านให้กับชุมชน ในส่วนของทางเดลินิวส์นั้น เนื้อหาเน้นที่ครอบคลุมรอบด้านและความพิเศษในส่วนของเนื้อหา ส่วนในหนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญที่ตัวข่าวให้ความหลากหลายรอบด้านเช่นเดียวกับไทยรัฐ ในเรื่องของเนื้อหาที่มีรูปแบบเดียวกันในเรื่องของวิวัฒนาการแต่ในปัจจุบันก็มีความคล้ายกันในเรื่องของการบริหารจัดการและมีส่วนที่แตกต่างคือการบริหารจัดการของแต่ละสื่อสิ่งพิมพ์ต่อการปรับตัวของเนื้อหาเพื่อให้ตอบโจทย์ต่อความต้องการของคนในสังคม

1.3 รูปแบบของช่องทางในการจัดจำหน่าย

ช่องทางในการจัดจำหน่ายสมัยก่อนให้ความเห็นที่ตรงกัน คือการใช้ “คน” เป็นตัวกลางในการขนส่งจากมือของผู้ผลิตไปสู่มือของผู้บริโภคโดยตรง โดยคนกลางที่กล่าวถึงคือเอเย่นหรือตัวแทนจัดจำหน่าย ในบางบริษัทจะจัดจ้างเอเย่นในการจัดส่งหนังสือพิมพ์โดยตรง หากเป็นบริษัทที่ใหญ่ก็จะมีคู่แข่งในการจัดจำหน่ายแต่ในบางบริษัทก็จัดส่งเอง แต่ในปัจจุบันการเข้ามาของระบบอินเทอร์เน็ตทำให้มีการเพิ่มช่องทางในการรับชมหรืออ่านข่าวสารต่างๆ กล่าวคือไม่ใช้การเปลี่ยน

จากการใช้คนเป็นไม่ใช่คนแต่คือการเพิ่มช่องทางเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มคนได้มากยิ่งขึ้น เพิ่มความสะดวกสบายให้มากขึ้น เพื่อรองรับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในปัจจุบันอย่างสิ้นเชิง จากที่เคยใช้คนส่งอย่างเดียวก็มีเพิ่มเป็นมีช่องทางออนไลน์ในการส่งข่าวสารที่มีการอัปเดตตลอดเวลา เมื่อมีข่าวใหม่ก็สามารถเขียนและลงอัปเดตได้เลยแต่ในอดีตหากมีข่าวใหม่มาต้องรอรอบต่อไป ทำให้ตัวข่าวสารมีความล่าช้าไม่สดใหม่ ทั้งนักวิชาการและนักวิชาชีพให้ความเห็นตรงกันว่าสมัยก่อนใช้ “คน” แต่ปัจจุบันเพิ่ม “ออนไลน์” เข้ามาเพื่อให้เข้าถึงได้ง่ายในกลุ่มเป้าหมายของแต่ละสื่อสิ่งพิมพ์

1.4 รูปแบบธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตเป็นการรวมคนที่ใจรักรวมตัวกันมาทำ ไม่มีเงิน ไม่ได้เรียนมาโดยตรง แต่ใจอยากจะทำรวมตัวไปหานายทุนให้ออกเงินให้แต่ในสมัยนั้นนายทุนจะพาหนังสือพิมพ์กระจายข่าวแบบไม่เที่ยงตรง เป็นการเชียร์ธุรกิจของนายทุน ในยุคถัดมาเริ่มเป็นธุรกิจมากขึ้นแน่นอนว่ามีกรณีหุ้นหลายหุ้นหลายส่วน แต่ยังคงต้องอาศัยนายทุนอยู่เช่นเดิม ต่อมาธุรกิจเริ่มโตมากยิ่งขึ้นเป็นบริษัทจำกัดมหาชน ขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ เพื่อไประดมทุน การบริหารจัดการต้องเป็นไปตามกฎระเบียบของการบริหารธุรกิจในรูปแบบตามหลักของตลาดหลักทรัพย์กำหนด กฎกติกาบรรยายท ก่าไรต้องมีป็นผลเหมือนเป็นการ Take over กิจการสื่อ ในบางช่วงเวลากการเมืองเข้าไปซื้อหุ้นด้วยและเข้าไปแทรกแซงในการนำเสนอข่าว ซึ่งแน่นอนว่าการเมืองและสื่อเป็นกระบอกเสียงซึ่งกันและกัน แต่ในปัจจุบันธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์มีการเปลี่ยนแปลงไปตามเจ้าของธุรกิจหรือตามความคิดเห็นของผู้สนับสนุนของในแต่ละช่วงของรายการ

1.5 ความแตกต่างระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์ที่อยู่ในกระดาษกับสื่อสิ่งพิมพ์ที่อยู่บนออนไลน์

สื่อสิ่งพิมพ์ในกระดาษต่างกับออนไลน์อย่างมาก นักวิชาการต่างให้ความเห็นถึงเรื่องของ เทคโนโลยีที่เข้ามามีส่วนในการทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างนั้นมีการปรับตัวปรับเปลี่ยนเพื่อให้ทันและตอบสนองต่อความต้องการ ซึ่งหมุนวนไปตามกาลเวลา เป็นวัฏจักรของเทคโนโลยีที่ในปัจจุบันมีระยะที่สั้นลงเรื่อยๆ เมื่อเทคโนโลยีเข้ามาทำให้กระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตที่มีความซับซ้อนนั้นสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น หากมองไปถึงการบริหารจัดการคือทางสำนักข่าวก็สามารถลงข่าวได้โมโซเซียลมีเดียได้เลย โดยที่ไม่ต้องรอการวางกรอบตีพิมพ์ต่างๆ เช่นเดียวกับสำนักข่าวที่นักข่าวเดินออกไปหาข่าวสามารถเขียนผ่านคอมพิวเตอร์ส่งกลับมาทางสำนักข่าวได้เลยเป็นการลดระยะเวลา เมื่อมีประเด็นข่าวที่สงสัยก็สามารถโทรไปสอบถามกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้เลยแม้ในรายการสดโดยที่ไม่ต้องรอรอกอากาศซ้ำอีกรอบ สามารถแพร่ภาพสดได้เลยขณะอยู่ในที่เกิดเหตุ สิ่งเหล่านี้ทำให้สามารถลดกระบวนการในการผลิตลง จึงส่งผลกระทบต่อต้องลดจำนวนคนเพราะเทคโนโลยีเข้ามาแทนที่และเทคโนโลยีเองก็ล้ำสมัยไปเรื่อยๆ สิ่งเหล่านี้จึงทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตจึงแตกต่างกับออนไลน์อย่างสิ้นเชิง

ตารางที่ 1 เที่ยบความแตกต่างระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตและปัจจุบัน

สื่อสิ่งพิมพ์ในอดีต	สื่อสิ่งพิมพ์ในปัจจุบัน
การหาข่าวเป็นแบบเดินหาข่าว การสัมภาษณ์ หาข้อมูลจากสถานที่จริง	การหาข่าวจากสื่อออนไลน์และลิงค์ข่าวที่เกี่ยวข้อง
ใช้เวลาในการผลิตนาน	ใช้เวลาในการผลิตน้อย
ใช้จำนวนคนมาก	ใช้จำนวนคนน้อย
เนื้อหาข่าวมีความเข้มข้น	เนื้อหาข่าวไม่เข้มข้น
ข่าวเป็นกระบอกเสียงทางการเมือง	ข่าวอิงผู้สนับสนุน
จัดจำหน่ายโดยตรงถึงมือผู้รับ	เพิ่มช่องทางออนไลน์
คนที่ใจรักรวมตัวกัน ไปหานายทุน	บริษัททั้งเอกชนหรือมหาชน

ตารางเปรียบเทียบสื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตที่ผ่านมากับปัจจุบัน

ประเด็นที่ 2 สาเหตุหรือปัจจัยที่ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบและการปรับตัวเพื่อรองรับสภาพสังคมในปัจจุบัน

นักวิชาการได้ให้ความเห็นว่าทุกๆกิจการนั้นได้รับผลกระทบทั้งหมดไม่ว่าจะมากหรือน้อย หากไม่มีการปรับตัวตามยุคหรือไม่ปรับเพื่อความอยู่รอดก็อาจจะต้องปิดตัวหรือยกเลิกกิจการไป ด้วยเทคโนโลยีที่เข้ามาพร้อมๆกับระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ตจึงส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปส่งผลกระทบต่อสื่อที่เปลี่ยนจากสิ่งพิมพ์ที่พิมพ์ลงกระดาษมาเป็นออนไลน์ที่สามารถรับชมหรือดูได้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของตนเอง สามารถเลือกรับชมข่าวที่ตัวเองสนใจเมื่อใดก็ได้ สถานที่ใดก็อ่านข่าวได้ สามารถดูรูปภาพหรือวิดีโอภาพเคลื่อนไหวได้ มีทั้งภาพและเสียงในการประกอบการรับชม เพื่อข่าวต่างๆที่เกี่ยวข้องให้อ่านเพื่อเติมได้อีกด้วย ทั้งหมดนี้นั้นส่งผลกระทบต่อสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต้องพิมพ์ลงกระดาษ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น ผลกระทบโดยตรงก็คือกลุ่มคนซื้อ เพราะกลุ่มคนซื้อนั้นลดลงแต่เปลี่ยนไปอยู่ในรูปแบบออนไลน์ ส่วนคนอ่านนั้นยังมีอยู่เท่าเดิม เมื่อคนซื้อลดลง การโฆษณาที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคก็ต้องพิจารณาถึงความคุ้มค่า จึงลดการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ที่ค่าใช้จ่ายสูงมาใช้รูปแบบออนไลน์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคแทน มีการใช้คนที่ลดลงและต้นทุนที่ต่ำลงเพื่อช่วยลดในค่าใช้จ่าย ปริมาณคนเมื่อเทคโนโลยีเข้ามาแทนที่จำนวนก็แทนด้วยเครื่องจักรกลจึงส่งผลให้ต้องลดปริมาณคน หากจะกล่าวถึงสาเหตุที่ส่งผลกระทบคือการเข้ามาของสัญญาณอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีที่ล้ำแล้วนั้น ยังกล่าวได้ว่ายังมีปัจจัยอื่นๆประกอบด้วย เช่น การผลิตแบบตีพิมพ์มีต้นทุนที่สูงกว่าออนไลน์ การแก้ไขข้อผิดพลาดในออนไลน์นั้นทำได้แต่ตีพิมพ์แล้วแก้ไขไม่ได้ ส่งผลถึงเรื่องของเอเย่นและซัพพอร์ทเอเย่นที่มีผลต่อหนังสือพิมพ์โดยตรง อย่างหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เมื่อบริษัทเอเย่นหรือซัพพอร์ทเอเย่นนั้นปิดกิจการลงทำให้หนังสือพิมพ์ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้อ่านได้ แต่เมื่อสำรวจแล้วกลับพบว่ากลุ่มคนอ่านยังอยู่แต่ไม่มีคนส่ง จึงทำการส่งเองบ้างและส่งเสริมเอเย่นบ้างเพื่อให้ธุรกิจนั้นดำเนินต่อไป โดยสรุปแล้วทุกอาชีพนั้นได้รับผลกระทบด้วยกันทั้งหมดแต่จะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับปรับตัวเพื่อรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้น หากตั้งรับได้ดีอาจจะกระทบแต่ไม่ถึงกับต้องปิดกิจการ

ประเด็นที่ 3 กลยุทธ์และทิศทางของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในอนาคต

- กลยุทธ์ของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อรองรับสภาพสังคมในปัจจุบัน

ต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันอยู่แล้ว นักวิชาการได้ให้ความเห็นว่าเมื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีผลกระทบกับสื่อสิ่งพิมพ์โดยตรงก็ทำให้ต้องเพิ่มช่องทางในการส่งสารถึงผู้บริโภค เมื่อก่อนเป็นสื่อสิ่งพิมพ์บนกระดาษปัจจุบันก็ออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook ,Line ,IG ,Youtube ฯลฯ เพื่อเพิ่มช่องทางเข้าถึงให้มากขึ้น ลดการโฆษณากับบอร์ด บิลบอร์ด ป้ายคัทต่างๆ เพิ่มครโฆษณาในรายการหรือที่เรียกกันว่าโฆษณาแฝงเข้าไปในช่วงของรายการ บางรายการนั้นก็โฆษณาโปรโมทรายการด้วยการสร้างกระแสครามาขึ้นมาเพื่อดึงดูดความสนใจของคนในสังคม มีการจัดกิจกรรมพิเศษขึ้นหรือที่เรียกว่า Event งานจัดขึ้นเพื่อโฆษณาโปรโมทและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้ารวมทั้งสร้างภาพลักษณ์องค์กรความน่าเชื่อถือต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการขายแพ็คเกจโฆษณาในแบบ 1 ได้ถึง 3 เช่น ซื้อโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แล้วยังเพิ่มในทีวีแถมด้วยในออนไลน์เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการซื้อโฆษณา ถ้าเรามองถึงสื่อสิ่งพิมพ์พวกหนังสือพิมพ์ในบางบริษัทก็จะมีการปรับตัว ปรับนโยบายที่แตกต่างกันตามบริษัทของตัวเอง ในบางอย่างนักวิชาชีพไม่สามารถเปิดเผยได้เพราะเป็นข้อมูลภายในของบริษัทแต่ในทุกๆบริษัทที่เหมือนกันคือต้องประหยัด ลดต้นทุนในการผลิตต่างๆ แม้กระดาษที่ใช้ต้องมีการนำกลับมาใช้ซ้ำเพื่อลดต้นทุน กระบวนการในการผลิตให้ได้มากที่สุด เรื่องของพนักงานคนเมื่อคนเก่าออกไปก็ไม่รับคนใหม่เพิ่มทุกตำแหน่งที่ทำแทนกันได้ก็ให้ทำแทนกัน เพื่อลดจำนวนคน เพื่อทดแทนตำแหน่งกันได้ หนึ่งคนทำได้หลายอย่าง ในเรื่องของเนื้อหาที่ต้องมี

การปรับให้เข้าถึงง่าย รวดเร็ว ถูกต้อง เพื่อความน่าเชื่อถือขององค์กร ซึ่งทุกอย่างที่นักวิชาการได้กล่าวนั้นถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ทุกๆ บริษัทมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในยุคปัจจุบัน

-ทิศทางแนวโน้มในอนาคต

เคยมีคนทำนายไว้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์จะหายไป แต่ในปัจจุบันก็ยังอยู่แต่อาจจะมียอดการผลิตที่ลดลง บางสื่อสิ่งพิมพ์ก็ปิดตัวลง อนาคตอาจจะมีปิดตัวที่มากขึ้น ยอดขายที่ลดลงแต่กลุ่มคนอ่านยังคงอยู่ แต่สื่อสิ่งพิมพ์จะไม่โตไปกว่านี้แล้ว ในต่างประเทศอย่างสหรัฐอเมริกาเคยมีคนทำนายไว้ว่าจะหายไปแต่ในปัจจุบันก็ยังอยู่ไม่ได้หายไป เปลี่ยนจากขายเป็นแจกฟรี เพราะไม่มีคนซื้อมีคนอ่าน แต่ที่อยู่ได้เพราะสังคมสนับสนุนซัพพอร์ตเพราะถือว่าเป็นปากเสียงให้กับพวกเขา แต่ในประเทศไทยคุ้นชินกับของฟรีแต่โฆษณาไม่ค่อยมีสาระ อนาคตจะเป็นอย่างไรอยู่ที่คนอ่านจะพอใจหรือไม่ แต่ส่วนดีของหนังสือพิมพ์ก็ยังมีอยู่มาก อาจจะไม่มียอดคนกระดาษเลยก็ได้ สมัยก่อนมีคนเคยบอกว่า 10 ปี แต่ตอนนี้อาจจะไม่ถึง 3 ปีก็ได้ หนังสือพิมพ์อาจจะไม่มีอยู่แล้วแต่เรื่องธุรกิจก็ต้องหาหนทางรอดต่อไป ไม่ต้องพูดถึงว่าจะอยู่กี่ปี แต่ทุกสื่อสิ่งพิมพ์จะต้องอยู่ให้นานที่สุด ต้องคิดวิธีการต่างๆ ในการดึงดูด คิววีซีการในการนำเสนอข่าวสาร เพื่อความอยู่รอดในอนาคต

สรุปและอภิปรายผล

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

สื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตกับในปัจจุบันที่เป็นออนไลน์ต่างกันอย่างมาก ในเรื่องของเทคโนโลยีที่เข้ามามีส่วนในการทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างนั้นมีการปรับตัวปรับเปลี่ยนเพื่อให้ทันและตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ เมื่อเทคโนโลยีเข้ามาทำให้กระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตที่มีความซับซ้อนนั้นสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยสาเหตุและปัจจัยหลักๆ นั้นมาจากที่อินเทอร์เน็ตนั้นเข้ามามีบทบาทประกอบกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้คน มีความสอดคล้องกับงานวิจัยว่าด้วยเรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารธุรกิจสำนักพิมพ์ในประเทศไทย" คือ มี 4 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยด้านการบริหารองค์กร ปัจจัยด้านการบริหารบุคลากร ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และปัจจัยอื่นๆ ซึ่งทั้ง 4 ปัจจัยนี้ก็สอดคล้องกับสาเหตุและปัจจัยที่ส่งผลให้สื่อสิ่งพิมพ์นั้นได้รับผลกระทบ ด้านปัจจัยการบริหารองค์กร เป็นปัจจัยด้านวิสัยทัศน์ นโยบาย และส่วนต่างๆ เป็นเรื่องของแต่ละบริษัทที่ไม่เปิดเผยรายละเอียด ปัจจัยด้านบุคลากร เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลการใช้แรงงานคน มีการปรับลดเพื่อลดค่าใช้จ่าย ปัจจัยนี้เกี่ยวเนื่องมาจากปัจจัยที่สำคัญคือ พฤติกรรมของผู้เสพสื่อที่เปลี่ยนไป จากเสพสื่อผ่านหนังสือพิมพ์ นิติสารก็เปลี่ยนไปอยู่ในรูปแบบออนไลน์ เพิ่มความสะดวกสบายอยู่ที่ไหนก็สามารถเล่นได้ เข้าถึงได้ง่าย ชาวาก็สามารถเขียนได้อย่างรวดเร็ว ปัจจัยด้านเทคโนโลยี สิ่งนี้คือหัวใจสำคัญที่ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์จากอดีตแตกต่างกับปัจจุบันโดยสิ้นเชิง เทคโนโลยีที่เข้ามา ส่งผลถึงกระบวนการในการผลิตและช่องทาง กระบวนการผลิตเมื่อเทคโนโลยีนั้นเข้ามาจึงทำให้ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตสั้นและกระชับลงมา แต่ก็ยังได้ข่าวที่สดใหม่อยู่ เพราะเทคโนโลยีตรงนี้เป็นตัวทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบ แต่ในข้อเสียก็มีข้อดีคือทำให้สื่อสิ่งพิมพ์นั้นมีข่าวที่สดใหม่และมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามาก ก็ส่งผลให้จำนวนคนนั้นไม่ต้องมากเหมือนในอดีตเพราะถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยี สิ่งเหล่านี้จึงถือว่าเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกันและกัน อีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบโดยตรงก็คือ "การโฆษณา" ซึ่งก็เกี่ยวเนื่องกับเงินทุนที่มีผลต่อการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ลดลงเปลี่ยนไปอยู่ในรูปแบบออนไลน์แทน สิ่งเหล่านี้ก็จะวนกลับไปกับการบริหารองค์กร ปัจจัยทั้ง 4 อย่าง คือ ปัจจัยด้านการบริหารองค์กร ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านอื่นๆ ด้านการโฆษณา ด้านเงินทุนต่างๆ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกันเป็นลูกโซ่ เมื่อเทคโนโลยีเข้ามาสื่อสิ่งพิมพ์ก็ปรับเปลี่ยนเพิ่มรูปแบบไปอยู่ในรูปแบบข่าวออนไลน์ แน่แน่นอนว่าเมื่อออนไลน์แล้วนั้นย่อมต่างต่างกับอดีตโดยสิ้นเชิง ซึ่งสอดคล้องการแนวคิดเรื่องหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

เมื่อนำข้อดีข้อเสียของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสอดคล้องใกล้เคียงกับสื่อออนไลน์มาเปรียบเทียบหนังสือทั่วไปก็จะสามารถเห็นภาพข้อดีข้อเสียได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังตาราง

หนังสือดิจิทัล	หนังสือทั่วไป
ไม่ใช้กระดาษ (อนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้)	ใช้กระดาษ
สามารถสร้างให้มีภาพเคลื่อนไหวได้	มีข้อความและภาพประกอบธรรมดา
สามารถใส่เสียงประกอบได้	ไม่มีเสียงประกอบ
สามารถแก้ไขและปรับปรุงข้อมูล (update) ได้ง่าย	สามารถแก้ไขปรับปรุงได้ยาก
สามารถสร้างจุดเชื่อมโยง (links) ออกไปยังข้อมูลภายนอกได้	มีความสมบูรณ์ในตัวเอง
มีต้นทุนในการผลิตหนังสือต่ำ	มีต้นทุนการผลิตสูง
ไม่มีขีดจำกัดในการจัดพิมพ์ สามารถทำสำเนาได้ง่ายไม่จำกัด	มีขีดจำกัดในการจัดพิมพ์
สามารถอ่านผ่านคอมพิวเตอร์ และส่งพิมพ์ผลได้	สามารถเปิดอ่านจากเล่ม อ่านได้อย่างเดียว
หนังสือดิจิทัล 1 เล่ม สามารถอ่านพร้อมกันได้จำนวนมาก (ออนไลน์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต)	สามารถอ่านได้ 1 คนต่อหนึ่งเล่ม
สามารถพกพาสะดวกได้ครั้งละจำนวนในรูปแบบของไฟล์คอมพิวเตอร์ และสามารถเข้าถึงโดยไม่จำกัดเรื่องสถานที่และเวลา	สามารถพกพาลำบาก และต้องเดินทางไปใช้ที่ห้องสมุดและศูนย์สารนิเทศต่างๆ

เนื่องจากเทคโนโลยีที่เข้ามาพร้อมกับระบบอินเทอร์เน็ตจึงทำให้กระบวนการผลิตนั้นผิดไปจากอดีตอย่างมาก จากที่มีความซับซ้อนก็ได้อันเทคโนโลยีมาซัพพอร์ทให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับเนื้อหาที่ต้องมีการตอบรับกับกลุ่มเป้าหมายและผู้ที่สนใจติดตามอ่านข้อมูลข่าวสาร เนื้อหาก็จะแทรกโฆษณาที่เรียกกันว่าโฆษณาแฝงอยู่ในรายการเพื่อนำส่วนตรงนั้นมาช่วยพุงในการผลิต เนื้อหามีการเปลี่ยนไปเนื้อหาอ่อนลง ช่องทางในการส่งข้อมูลข่าวสารก็เปลี่ยนไป เปลี่ยนจากส่งโดยตรงถึงมือผู้บริโภคโดยผ่านคนที่เป็นตัวกลางในที่นี้เรียกว่าเอเย่นเป็นผู้ส่ง ผ่านบริษัทที่ซัพพอร์ทเอเย่น จนมาถึงปัจจุบันนี้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตส่งตรงได้ถึงทุกคน ในทุกที่ทุกเวลา สามารถรับชมและสามารถอ่านย้อนหลังได้ตลอด ไม่ว่าจะเป็นช่องทาง Facebook ,Line ,Youtube ,IG ,Twitter แตกต่างกับอดีตที่ต้องรอเจอบนแผงพวงนี้หรือต้องใช้เวลารอหลายชั่วโมงกว่าที่จะทราบข้อมูลข่าวสาร ส่วนในเรื่องเทคโนโลยีนั้นก็เป็ปัจจัยสำคัญที่ทำให้อดีตกับปัจจุบันนั้นแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง แต่ละบริษัทจึงมีนโยบายกลยุทธ์ต่างๆ นำมาปรับใช้เพื่อความอยู่รอดของบริษัท แนวทางของบริษัทเป็นเรื่องที่มีความละเอียดอ่อนแต่ในท้ายที่สุดก็ต้องยอมเพื่อความอยู่รอด ทั้งในเรื่องการลดจำนวนเงินทุน ประหยัดในทุกด้านของรายจ่าย เรื่องลดปริมาณคนในการผลิตต่างๆ ใช้คนๆเดียวในหลายๆตำแหน่งงานเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายตรงนี้ มีงานวิจัยเรื่อง “วิกฤตสื่อสิ่งพิมพ์กับการปรับตัวของผู้ผลิตสื่อ นิตยสารผู้หญิง กรณีศึกษา : นิตยสาร ลิซ่า” ได้กล่าวว่กลยุทธ์ที่นิตยสารลิซ่าใช้เพื่อแก้ไขวิกฤตสื่อสิ่งพิมพ์ คือ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) 4 ประการ หรือ 4P ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางในการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด จะเห็นได้ว่ามีความเหมือนกันในตัวกลยุทธ์ที่ใช้ในการฝ่าวิกฤตสื่อ ผลิตภัณฑ์ก็มีการปรับรูปแบบต่างๆ ทั้งภาพและเสียง สามารถเชื่อมโยงมาหาหนึ่งไปสู่อีกหาหนึ่ง เรื่องของราคาในที่นี้ก็มีราคาปรับเพื่อให้เข้าถึงผู้อ่านได้ในทุกๆที่ มีการปรับลดต้นทุนต่างๆที่ใช้ในการผลิต มีการใช้โฆษณาเข้ามาช่วยพุงราคาต้นทุน ช่องทางในการจัดจำหน่ายก็เป็นส่งตรงถึงผู้บริโภคเหมือนเดิมใช้คนด้วยแต่เพิ่มช่องทางโซเชียลมีเดียมาเพิ่มเพื่อให้ถึงคนได้หลากหลายกลุ่มที่มากขึ้น การส่งเสริมการตลาดก็จะมีการจัด Event เพื่อเพิ่มความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเดิมและเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ อีกทั้งยังเพิ่มภาพลักษณ์ขององค์กรให้มีความน่าเชื่อถือเข้าถึงง่ายอีกด้วย เห็นได้ว่าไม่เพียงแต่หนังสือพิมพ์เท่านั้นที่ได้รับผลกระทบ นิตยสารก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

<http://www.drborworn.com>

ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์. (2560). **แนวทางการพัฒนาสิ่งพิมพ์ออนไลน์ในยุคดิจิทัล**, 25 กันยายน 2562. สืบค้นจาก

<file:///C:/Users/Acer/Downloads/94416-Article%20Text-234738-1-10-20170727.pdf>

สารานุกรมเสรี. (2562). **กลยุทธ์**, 9 กันยายน 2562. สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/กลยุทธ์>

สารานุกรมเสรี. (2562). **เศรษฐกิจ**, 9 กันยายน 2562. สืบค้นจาก <https://th.m.wikipedia.org/wiki/เศรษฐกิจ>

สุกัลยา คงประดิษฐ์. 2557. **การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ขนาดกลางในประเทศไทย ภายใต้การเปลี่ยนแปลงทาง**

เทคโนโลยี กรณีศึกษา: หนังสือพิมพ์สยามรัฐ บ้านเมือง แนวหน้า และไทยโพสต์. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ

สร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). กรุงเทพมหานคร

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. 2541. **บทบาทของผู้สอนวิชาหนังสือพิมพ์ในสถาบันราชภัฏต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียนการสอน**.

ปริญญาโท การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.

Brand Buffet. (2560). **ย้อนรอย 10 ปี เม็ดเงินโฆษณา “สื่อทีวี – หนังสือพิมพ์ – นิตยสาร” จากยุครุ่งเรือง สู่วิกฤต**, 25

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

Digital_collect. (2560). **ผลกระทบ**, 9 กันยายน 2562. สืบค้นจาก

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

Fah Matnasanan. (2560). **สื่อสิ่งพิมพ์กับอินเทอร์เน็ต**, 25 พฤศจิกายน 2562. สืบค้นจาก

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

iM2Market. (2559). **สื่อ หมายถึง (Media)**, 9 กันยายน 2562. สืบค้นจาก

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

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

Kiatiasak. (2558). **การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์**, 25 พฤศจิกายน 2562. สืบค้นจาก

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

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

ดิจิทัล” แตกต่างอย่างไร?, 25 พฤศจิกายน 2562. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/>

<reports/behaviors/consumer-behavior-90s-compare-with-digital-age/>

Sirisak Artkham. (2556). ความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์, 9 กันยายน 2562. สืบค้นจาก

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

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

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

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

Thaismescenter.com/3-เปลี่ยน-สื่อสิ่งพิมพ์ในยุคดิจิทัล/

The Bangkok Insight. (2561). 4 ต้นทุน ป่วนสื่อสิ่งพิมพ์ ดันปรับตัวมุ่งออนไลน์, 25 พฤศจิกายน 2562. สืบค้นจาก

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