

# การใช้สื่อออนไลน์ลดค่าใช้จ่ายในการผลิตจดหมายข่าว “ประชากรและการพัฒนา”

## Reducing the Cost of Producing “Population and Development Newsletter” by Online Media

จิรวรรณ หงษ์ทอง<sup>1\*</sup> และ กฤติญา สำอางกิจ<sup>1</sup>  
Jeerawan Hongthong<sup>1\*</sup> and Krittiya Sam-arnkit<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวโน้มค่าใช้จ่ายเพื่อการผลิตและเผยแพร่จดหมายข่าว ประชากรและการพัฒนาด้วยสื่อสิ่งพิมพ์ และเพื่อศึกษาการคาดประมาณค่าใช้จ่ายในการผลิตจดหมายข่าว ประชากรและการพัฒนา และการเผยแพร่ผ่านระบบสื่อออนไลน์ โดยใช้ข้อมูลค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงจากการผลิตจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา ระหว่าง พ.ศ. 2556-2560 จากใบเสร็จที่เรียกเก็บจากสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล และแบบตอบรับที่ส่งให้กับสมาชิกจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา ผลการศึกษาพบว่า เมื่อเปลี่ยนรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์มาเป็นสื่อออนไลน์ จากการคาดประมาณจะเห็นได้ว่า ค่าจัดพิมพ์จดหมายข่าวเมื่อใช้ระบบออนไลน์เปรียบเทียบกับสื่อสิ่งพิมพ์คาดว่าในปี 2561 จะมีค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์แบบฉบับพิมพ์สูง ร้อยละ 60.8 หากจัดทำระบบออนไลน์จะมีค่าใช้จ่ายเพียง ร้อยละ 39.5 ดังนั้นค่าใช้จ่ายเพื่อเผยแพร่บทความในจดหมายข่าว เมื่อปรับมาใช้ระบบออนไลน์ค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์จะลดลงเกือบครึ่งหนึ่งของค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์ หรือ คนวัยทำงานสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว และผลการวิจัยนี้ยังสามารถมองเห็นแนวโน้มค่าใช้จ่ายเพื่อการผลิตและเผยแพร่ แต่อย่างไรก็ตามการเข้าถึงสื่อของผู้สูงอายุก็ยังสะดวกกับการรับเป็นสิ่งพิมพ์

**คำสำคัญ:** แนวโน้มค่าใช้จ่าย การคาดประมาณค่าใช้จ่าย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์

### Abstract

This study is aimed to explore the trend of cost of Population and Development Newsletter production and distribution by publishing method and estimate the cost of the newsletter production and distribution by online method. Data used in this study were the actual costs for producing and distributing the newsletter in 2013-2017. These data were gathered from all relevant receipts. Besides the cost, reply forms responded by newsletter members were also used for the study. The significant findings from the analysis revealed that, by replacing publishing media with online media, the cost in 2018 for publishing media production would reach 60.8 percent, much higher than the cost of online media production at 39.5 percent. The online media production could decrease the cost about 50 percent of publishing media production. Working-age people could access online media conveniently while older individuals still satisfied with the publishing type. Overall, obtained result could be used to forecast the trend of cost of production and distribution.

**Keywords:** trend of cost, estimated cost, publishing media, online media

<sup>1</sup> สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล จังหวัดนครปฐม 73170

<sup>1</sup> Institute for Population and Social Research, Mahidol University, Nakhon Pathom, 73170

\*Corresponding author: e-mail: Jeerawan.hot@mahidol.ac.th

## บทนำ

จดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ของสถาบันวิจัยประชากรและสังคม และสถาบันฯ มีพันธกิจในการผลิตและเผยแพร่ความรู้ข่าวสารด้านประชากรศาสตร์และสังคมศาสตร์แก่สาธารณชน โดยใช้สื่อทุกแขนงอย่างทันสมัยและในเวลาที่เหมาะสม จดหมายข่าวฯ เป็นส่วนหนึ่งของพันธกิจของสถาบันฯ ที่ทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านประชากรและสังคม มีระยะการออกเป็นราย 2 เดือน ปีละ 6 ฉบับ ประชากรและการพัฒนา ได้เริ่มจัดพิมพ์ฉบับแรกเมื่อ ตุลาคม 2523 การผลิตจดหมายข่าวฯ ได้จัดทำเป็นเอกสารสิ่งพิมพ์และจัดส่งทางไปรษณีย์มาตลอด จนปัจจุบันมีสมาชิกถึง 11,178 คน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในแต่ละฉบับที่ค่อนข้างสูงมาก

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้อง ในรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย ความนิยมในการใช้งานอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์พกพา เช่น แท็บเล็ต ส่งผลให้มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทำให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน องค์กร หรือกลุ่มบุคคลนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ประโยชน์ในการติดต่อสื่อสาร การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

การศึกษาจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2560) จากการสำรวจมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในครัวเรือนพบว่า ประชากรไทย อายุ 6 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มอายุ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี มีสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่ากลุ่มอื่น จากร้อยละ 58.4 ในปี 2556 เป็นร้อยละ 89.8 ในปี 2560 และคาดว่า การใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นนี้จะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

ปัจจุบันการบริโภคข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนาจึงได้เริ่มนำระบบสื่อออนไลน์เข้ามาใช้ เมื่อปี 2556 โดยการจัดส่งข้อมูลข่าวสารด้านประชากรและสังคมให้กับสมาชิกโดยการส่งผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Email) ควบคู่ไปกับทางไปรษณีย์ และยังเผยแพร่ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อนาคตก็จะเพิ่มช่องทางออนไลน์ในรูปแบบอื่น ๆ สำหรับการเผยแพร่ข้อมูลต่อไป

สื่อสังคมออนไลน์มีการนำเสนอข่าวสารหลายรูปแบบได้แก่ เว็บไซต์ (Website) ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Email) ซึ่งสื่อออนไลน์ที่เป็นทางเลือกของการสื่อสารข้อมูลในรูปแบบที่มีการนำเทคโนโลยีมามีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดส่งข้อมูลให้กับสมาชิก ซึ่งรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่มีความหลากหลาย และเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการจัดส่งทางไปรษณีย์และเป็นสื่อที่มีความนิยมในทุกกลุ่มอายุ การเข้าถึงจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนาได้ง่าย รวมทั้งการนำเสนอรูปแบบที่สวยงาม น่าติดตาม และสามารถแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

การผลิตจดหมายข่าวฯ เป็นสิ่งพิมพ์ ทำให้มีค่าใช้จ่ายสูง ปัจจุบันคนนิยมใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น หากนำสื่อออนไลน์มาแทนการเผยแพร่เอกสารที่เป็นสิ่งพิมพ์ จะลดค่าใช้จ่ายได้เท่าใด การศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนด้านงบประมาณเพื่อลดค่าใช้จ่ายเป็นอย่างมาก

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวโน้มค่าใช้จ่ายเพื่อการผลิตและเผยแพร่จดหมายข่าวประชากรและการพัฒนาด้วยสื่อสิ่งพิมพ์
2. เพื่อศึกษาการคาดประมาณค่าใช้จ่ายในการผลิตจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา และการเผยแพร่ผ่านระบบสื่อออนไลน์

## ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเพื่อคาดประมาณค่าใช้จ่ายเมื่อปรับการนำเสนอจดหมายข่าวจากสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อออนไลน์ ใช้ข้อมูลค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงจากการผลิตจดหมายข่าวฯ ระหว่าง พ.ศ. 2556–2560 จากใบเสร็จที่เรียกเก็บค่าจัดพิมพ์และค่าจัดส่งทางไปรษณีย์ จากสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล นอกจากนี้งานวิจัยใช้ความคิดเห็นที่ได้จากแบบสอบถามจดหมายข่าวฯ ที่ส่งให้กับสมาชิกจำนวน 10,500 ราย และตอบกลับมาจำนวน 367 ราย เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาจดหมายข่าวฯ งานวิจัยนี้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา

## ความสำคัญของสื่อสิ่งพิมพ์ในสังคมไทย

สื่อออนไลน์ (Online Media) มีบทบาทกับสังคมปัจจุบันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ข้อมูลข่าวสารบนสื่อออนไลน์ซึ่งมีอยู่มากมายนี้ มีทั้งข้อมูลจริง ข่าวลือ และ ข่าวลวง เนื่องจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถทำหน้าที่ได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยมีสื่อใหม่ (New Media) อาทิ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไลน์ ยูทูบ เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน ซึ่งนอกจากจะเพิ่มความสะดวกในการติดต่อสื่อสารแล้ว ยังมีบทบาทในการกำหนดประเด็นต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ดังนั้น สื่อออนไลน์ จึงมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนพฤติกรรมกระแสข้อมูลข่าวสารของผู้คนในยุคปัจจุบัน ขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์ดั้งเดิม หรือสื่อกระแสหลัก ก็ให้ความสำคัญกับการผลิตข่าวออนไลน์มากขึ้น และลดปริมาณการผลิตสิ่งพิมพ์ตามความต้องการที่ลดลงเช่นกัน นอกจากนี้ สื่อประเภททีวี ก็มีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปด้วยการผลิตข้อมูลเพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกในการชมข้อมูลย้อนหลังในรูปแบบคลิพวิดีโอ รวมถึงการพัฒนาไปสู่ระบบทีวีดิจิทัล

อาจารย์ธาม เชื้อสถาปนศิริ นักวิชาการ สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ (สวส.) ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) กล่าวถึง สื่อออนไลน์กับบทบาทในการกำหนดประเด็นทางสังคมว่า สื่อออนไลน์สามารถแบ่งปันข่าวสารกันได้ง่าย โดยมี 8 ข. เข้ามามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อน คือ **ชม** ติดตามข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้น ทั้ง ดู ฟัง อ่าน และ เขียน **เชื่อม** มีการเชื่อมโยงกับสังคมมากขึ้น ทั้ง บุคคลที่เรารู้จัก ดารา นักการเมือง หรือ บุคคลที่เป็นที่รู้จักของสังคม **แชร์** แบ่งปันข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ไปสู่เพื่อนและสังคมมากขึ้น **ใช้** มีการใช้สื่อและอุปกรณ์การสื่อสาร เป็นกิจวัตรประจำวันจนแทบจะขาดไม่ได้ ทั้ง สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก กล้องดิจิทัล **ชอบ** สามารถแสดงอารมณ์ความรู้สึกผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแสดงความรัก ชอบ โกรธ อคติ **ช่วย** เป็นช่องทางในการให้ความช่วยเหลือ และส่งต่อสิ่งดีๆ ให้กัน ได้มากขึ้น **เชื่อม** เป็นการเชื่อมต่อกลุ่มลัทธิของผู้คนต่างๆ ได้มากขึ้น และ **ชีพ** มีการใช้สื่อออนไลน์เป็นประจำจนมีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตประจำวัน (สุดที่วัล, 2558)

สิ่งพิมพ์มีบทบาทต่อสังคมในหลายๆ ด้านทั้งการให้ข้อมูลข่าวสาร การโฆษณา และการสะท้อนปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ปัจจุบันสังคมได้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสาร ระบบอินเทอร์เน็ต รวมทั้งพฤติกรรมที่นิยมอ่านสิ่งพิมพ์น้อยลง โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอาจไม่ส่งผลกระทบต่อจนถึงขั้นที่สิ่งพิมพ์ในรูปแบบฉบับพิมพ์จะหายไปทั้งหมด แต่จะเหลือเพียงผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ หรืออาจกล่าวได้ว่า สิ่งพิมพ์แบบฉบับพิมพ์จะถูกบริโภคโดยคนรุ่นเก่า ขณะที่สิ่งพิมพ์ออนไลน์จะถูกใช้งานโดยคนรุ่นใหม่ (สุชาติ, 2558)

## แนวโน้มการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์

สังคมสารสนเทศมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก คนในสังคมมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเกือบทุกอาชีพ ทุกช่วงอายุ มีความต้องการสารสนเทศอยู่ตลอดเวลาไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม รัฐบาลก็ยังมีโครงการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับใช้บริหารประเทศ ซึ่งได้รับประโยชน์จากการพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ คือ 1) เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน 2) เพิ่มคุณภาพในการบริการให้ความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น 3) สร้างความโปร่งใส 4) ลดต้นทุนการดำเนินงานและการให้บริการ 5) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นสังคมสารสนเทศจึงควรเตรียมความพร้อมในการปรับตัวเพื่อให้สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นเครื่องมือช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาหาความรู้ การประกอบธุรกิจ การบริหารจัดการ การพักผ่อนและความบันเทิง (Barkak,2013)

สื่อออนไลน์ ที่ได้รับความนิยมและได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน 3 อันดับ ได้แก่ ยูทูบ เฟซบุ๊ก และ ไลน์ ที่มีผู้ใช้คิดเป็นร้อยละ 97.3 , 94.8 และ 94.6 ยูทูบเป็นสื่อออนไลน์ที่กลุ่ม Gen Y และ Gen Z นิยมใช้กันมากที่สุด ไลน์เป็นแอปพลิเคชันที่กลุ่ม Baby Boomer และ Gen x นิยมใช้ในการติดต่อสื่อสารมากที่สุด ส่วน เฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีปริมาณการใช้งานน้อยที่สุดเป็นอันดับ 1 จะเห็นได้ว่ากระแสความนิยมของคนปัจจุบัน ได้ปรับเปลี่ยนเข้าสู่ยุคดิจิทัลจริงๆ แล้ว (ETDA,2016)

## การเปลี่ยนแปลงรูปแบบจากสิ่งพิมพ์เป็นสื่อออนไลน์

นิตยสารสิ่งพิมพ์หลายเล่มเริ่มทยอยปิดตัวลงตั้งแต่ปี 2558 สิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสารพลอยแถมเพชร, สกอลไทย, Image, นิตยสารการ์ตูน C-Kids, Oops!, VIVA Friday ล่าสุดในปี 2560 เนชั่นสุดสัปดาห์, แมรี แคลร์ (Marie Claire), เมนส์เฮลท์ (Men's Health), Giraffe Magazine ครีว, Go Genius, Filmax, Madame Figaro, ขวัญเรือน, ดิฉัน และ คู่สร้างคู่สม เนื่องจากผู้อ่านนิยมรับข้อมูลผ่านสื่อระบบดิจิทัลมากขึ้น จึงทำให้ไม่สามารถแบกรับต้นทุนการผลิตได้ (Thaipublica,2017)

สื่อที่เกิดขึ้นใหม่บนสื่อออนไลน์และได้รับความนิยม ได้แก่ the Matter มียอดสมาชิกในแฟนเพจ 644,220, the standard มียอดสมาชิกในแฟนเพจ 405,497 ส่วน the cloud มียอดสมาชิกในแฟนเพจ 136,004 นิตยสารบนสื่อออนไลน์ส่วนใหญ่จะเผยแพร่ไปหลาย ๆ ช่องทางพร้อมๆ กัน ไม่ว่าจะเป็นทาง อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ โลงัน และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ จดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา ได้เริ่มเผยแพร่บทความบนเฟซบุ๊กเป็นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2560 มียอดแฟนเพจในขณะนี้ 184 คน (the Matter, the Standard, the Cloud, จดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา ข้อมูล ณ วันที่ 23 กรกฎาคม 2561)

จดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา ได้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับประชากรและสังคม ผู้สูงอายุ ครอบครัว ประชากรต่างแดน สถิติต่างๆ กิจกรรมของสถาบันวิจัยประชากร เรื่องอื่นๆ ที่น่าสนใจ ปัจจุบันจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนากำลังเผชิญสถานการณ์ ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากทางจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนาไม่ได้เก็บค่าใช้จ่ายใดๆ จากสมาชิก จึงทำให้ประสบปัญหาเรื่องต้นทุนการผลิต เช่นเดียวกับวารสารอื่นๆ ดังนั้นวารสารประชากรและการพัฒนาจึงนำวิธีการบริหารจัดการสื่อสิ่งพิมพ์มาปรับและประยุกต์ใช้เพื่อความอยู่รอด และเป็นการลดต้นทุนในการผลิต

การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของธุรกิจสิ่งพิมพ์เพื่อความอยู่รอด (สตาร์ตัน, 2556) ดังนี้

1. การขยายไปสู่หนังสือพิมพ์ฉบับดิจิทัล การเคลื่อนตัวจากหนังสือพิมพ์ไปสู่สื่อออนไลน์สามารถลดต้นทุนบางส่วนได้ โดยเฉพาะทางด้านการเงินและการลงทุน (Picard, 2011) ยังได้เปรียบเทียบต้นทุนในการผลิตหนังสือพิมพ์แบบสิ่งพิมพ์และแบบออนไลน์ให้เห็นว่า จำนวนยอดจำหน่ายที่เท่ากัน ผลตอบแทนของการขายของสิ่งพิมพ์อยู่ที่ร้อยละ 12.6 ในขณะที่ฉบับออนไลน์อยู่ที่ร้อยละ 39.0

2. หนังสือพิมพ์ตามสั่ง (The tailored newspaper) เทคโนโลยีปัจจุบันสามารถทำให้แนวคิดที่จะทำหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่เป็นดิจิทัล ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการข่าวที่มีลักษณะเฉพาะของปัจเจกบุคคลได้ โดยใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ส่งตรงถึงลูกค้าได้ทันที ซึ่งนักอนาคตศาสตร์เชื่อว่าจะทำให้ลูกค้ายินดียใจเงินสำหรับข่าวออนไลน์ (Conhaim,2006)

3. การขยายไปยังธุรกิจสื่ออื่นนอกจากหนังสือพิมพ์ดิจิทัล ถ้าไม่นับกลุ่มสื่อขนาดใหญ่ที่มีหนังสือพิมพ์ สถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุ การปรับรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาจากสิ่งพิมพ์ไปยังดิจิทัลเหมือนเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กรธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์ เป็นการก้าวที่จะนำองค์กรขยับไปสู่ยุคหลอมรวมสื่อ (Convergence) ธุรกิจหนังสือพิมพ์จำนวนหนึ่งขยายฐานไปยังสื่ออื่นๆ ซึ่งอาจไม่ใช่เรื่องของการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้รับสารเพียงอย่างเดียว แต่เป็นความจำเป็นในการดำรงธุรกิจที่ใช้ประโยชน์จากการมีเนื้อหาซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักขององค์กร เช่น a Verdad Multimedia ในเครือ Vocento (Spain) ซึ่งมีทั้งหนังสือพิมพ์ฉบับพิมพ์ ฉบับดิจิทัล สถานีวิทยุท้องถิ่น สถานีโทรทัศน์ และตัวแทนโฆษณาหรือเครือเนชั่น โปสต์ และมติชนในประเทศไทยที่มีทั้งหนังสือพิมพ์ ฉบับพิมพ์ ฉบับดิจิทัล และโทรทัศน์

4. การหาพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership) การจับมือกันของธุรกิจที่เกี่ยวข้องเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่น่าสนใจเพื่อขยายกรอบหรือสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจ เช่นในปี 2008 Yahoo Inc. ร่วมกับหนังสือพิมพ์กว่า 800 ฉบับ ภายใต้ Newspaper Consortium ในอเมริกา เปิดแพลตฟอร์ม (Platform) ที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลเนื้อหา ร่วมขายโฆษณาทั้งในเว็บไซต์ของยาฮูและเว็บไซต์ของบริษัทหนังสือพิมพ์ เป็นการสร้างระบบค้นหาข้อมูลหนังสือพิมพ์ได้สะดวกมากขึ้น จากการศึกษาองค์กรหนังสือพิมพ์ไทยยังพบว่า องค์กรมีความพยายามในการตั้งทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้เต็มที่ เช่น ใช้เครื่องจักรที่มีอยู่รับจ้างผลิตสิ่งพิมพ์ ผลิตสิ่งพิมพ์ตามสั่ง เป็นต้น ธุรกิจหนังสือพิมพ์หันมาสนใจตลาดมีความพยายามในการศึกษาความต้องการของลูกค้าขยายฐานลูกค้า ด้วยการใช้กลยุทธ์

การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งได้แก่ ผู้อ่าน คู่ค้า ผู้สนับสนุนทางการเงินด้วยการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ และการรับจัดกิจกรรมพิเศษ

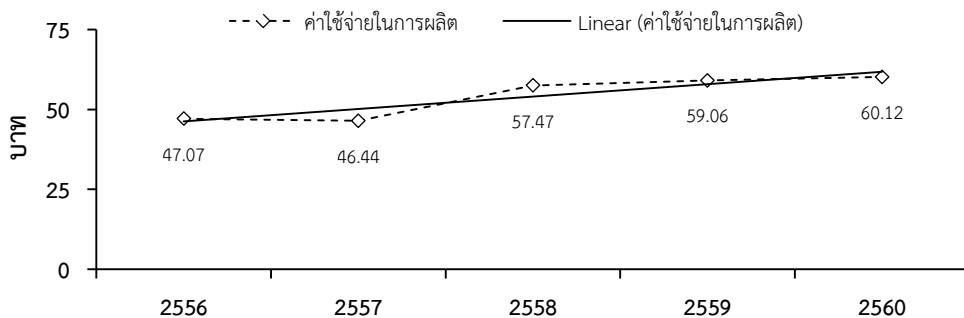
การบริหารสื่อสิ่งพิมพ์ควรผลักดันให้เกิดผลการดำเนินงานในลักษณะ ที่มุ่งหมายให้บรรลุประสิทธิผล และการมุ่งเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ คือ 1) การบริหารจัดการสิ่งพิมพ์เพื่อมุ่งหมายปฏิบัติการไปเพื่อความชัดเจน และสามารถดำเนินการได้โดยไม่ต่ำกว่าศักยภาพที่มีอยู่ เพื่อตรวจสอบผลลัพธ์ว่าเกิดความสัมฤทธิ์ผลหรือไม่เพียงใด การบรรลุประสิทธิผลก็คือ การได้ประโยชน์สมความมุ่งหมายของการคาดหวังในผลลัพธ์ 2) การบริหารจัดการสิ่งพิมพ์เพื่อมุ่งหมายให้บรรลุประสิทธิภาพ เป็นการดำเนินงานสื่อสิ่งพิมพ์ที่จะต้องหามาตรการในการดำเนินงานที่ประหยัดที่สุด โดยยังคงประสิทธิผลหรือประโยชน์ตามเดิม ด้วยการลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรการบริหารจัดการให้น้อยลง (พรสิทธิ์, 2557)

### ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้สถิติเชิงพรรณนา ทำให้เห็นค่าใช้จ่ายในการผลิตจดหมายข่าวฯ แต่ละฉบับและแนวโน้มค่าใช้จ่ายที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ผลการศึกษาจะนำไปสู่การวิเคราะห์แผนการลดค่าใช้จ่ายในการผลิตเมื่อใช้สื่อออนไลน์

#### ค่าใช้จ่ายในการผลิตจดหมายข่าว

ค่าใช้จ่ายในการเผยแพร่จดหมายข่าวฯ ระหว่าง พ.ศ. 2556-2560 ประกอบด้วยค่าจัดพิมพ์ ค่าไปรษณีย์ ค่าใช้จ่ายในจัดพิมพ์จดหมายข่าวฯ ปี 2556 ประมาณร้อยละ 66.3 อัตราส่วนค่าจัดพิมพ์ต่อค่าไปรษณีย์เป็นประมาณ 2 เท่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเล่มต่อสมาชิกระหว่าง พ.ศ. 2556-2560 มีแนวโน้มสูงขึ้น (ภาพที่ 1) อัตราค่าพิมพ์และค่าไปรษณีย์ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการผลิตจดหมายข่าวฯ ต่อฉบับเพิ่มจาก 47 บาท ในปี 2556 เป็นประมาณเล่มละ 60 บาทในปี 2560 นอกจากนี้การผลิตจดหมายข่าวฯ ยังมีค่าบริหารจัดการในการทำรูปเล่มซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก คิดเป็นประมาณร้อยละ 12 เช่น ค่าบรรณาธิการ ค่าจัดรูปเล่ม ค่าดูแลเว็บไซต์ ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม ดังแสดงในตารางที่ 1 การจัดเตรียมเนื้อหาและบทความในจดหมายข่าวฯ ไม่เสียค่าใช้จ่าย เนื่องจากอาจารย์ นักวิจัย และเจ้าหน้าที่ของสถาบันวิจัยประชากรและสังคม อาสาเป็นบรรณาธิการ และผู้เขียนประจำคอลัมน์



ภาพที่ 1 ค่าใช้จ่ายเพื่อการผลิตจดหมายข่าวฯ ราคาต่อเล่มต่อสมาชิก ระหว่าง พ.ศ. 2556-2560

ตารางที่ 1 ร้อยละของค่าใช้จ่ายในการผลิตจดหมายข่าวฯ ระหว่าง พ.ศ. 2556-2560

ปี	ค่าจัดพิมพ์ (ร้อยละ)	ค่าไปรษณีย์ (ร้อยละ)	ค่าบริหารจัดการ (ร้อยละ)	รวมค่าใช้จ่ายในการผลิตจดหมายข่าวฯ (ร้อยละ)	จำนวนสมาชิก (คน/องค์กร)	ค่าใช้จ่ายในการผลิตต่อสมาชิก (บาท)
2556	66.3	33.7	-	100.0	11,341	47.07
2557	67.3	32.7	-	100.0	11,311	46.44
2558	57.1	30.8	12.1	100.0	11,226	57.47
2559	57.9	30.2	11.9	100.0	11,227	59.06
2560	58.4	29.8	11.8	100.0	11,178	60.12

## แผนการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและเผยแพร่จดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา

กองบรรณาธิการจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนาได้ประชุมปรึกษาหารือเรื่องแผนการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและเผยแพร่จดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา โดยการใช้เทคโนโลยี และสื่อออนไลน์ในการเผยแพร่บทความในจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา ในครั้งนี้แนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการเผยแพร่จดหมายข่าว แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) การลดค่าใช้จ่ายในการส่งไปรษณีย์ และลดค่าใช้จ่ายในการผลิต โดยการลดจำนวนสมาชิกแบบรับทางไปรษณีย์ 2) การพัฒนาระบบออนไลน์เพื่อเผยแพร่จดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา มีการเพิ่มเนื้อหาสาระที่น่าสนใจและทำรูปแบบเว็บไซต์ให้น่าติดตาม สามารถดูได้จากกรเข้าชมเว็บไซต์และการอ่านบทความออนไลน์

### การลดจำนวนสมาชิกทางไปรษณีย์

การยกเลิกสมาชิกดำเนินการโดยกองบรรณาธิการ โดยการคัดสมาชิกที่ตอบแบบสอบถามว่าไม่รับสื่อสิ่งพิมพ์โดยสมัครใจ และสมาชิกที่ไม่ได้รับเอกสาร ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณา ดังต่อไปนี้

1. การยกเลิกสมาชิกออกจากระบบ กรณีการตีกลับของจดหมายข่าวฯ ในกรณี
  - 1.1) จำหน้าไม่ชัดเจน
  - 1.2) ไม่มีที่อยู่ตามจำหน้า
  - 1.3) ไม่ยอมรับ
  - 1.4) ไม่มีผู้รับตามจำหน้า
  - 1.5) ไม่มารับภายในกำหนด
  - 1.6) ไม่มีจำหน้าหรือจำหน้าสูญหาย
  - 1.7) ย้ายไม่ทราบที่อยู่ใหม่

กรณีที่ไปรษณีย์ให้เหตุผลกลับมา ทางฝ่ายสมาชิกจะบันทึกหมายเหตุของการตีกลับ ถ้าจดหมายตีกลับครบ จำนวน 3 ครั้ง ทางฝ่ายสมาชิกจะทำการคัดรายชื่อสมาชิกออกจากการเป็นสมาชิก

2. การยกเลิกสมาชิกออกจากระบบ กรณีสมาชิกขอยกเลิก หรือไม่ประสงค์จะรับจดหมายข่าวฯ อีกต่อไป คือ

- 2.1) โทรศัพท์มาแจ้งขอยกเลิก
- 2.2) เขียนจดหมายมาแจ้งยกเลิก

3. การยกเลิกสมาชิกออกจากระบบ กรณีกองบรรณาธิการพิจารณาตัดออกจากการเป็นสมาชิก คือ

- 3.1) ประกาศผ่านทางจดหมายข่าวฯ ให้สมาชิกยืนยันการเป็นสมาชิก

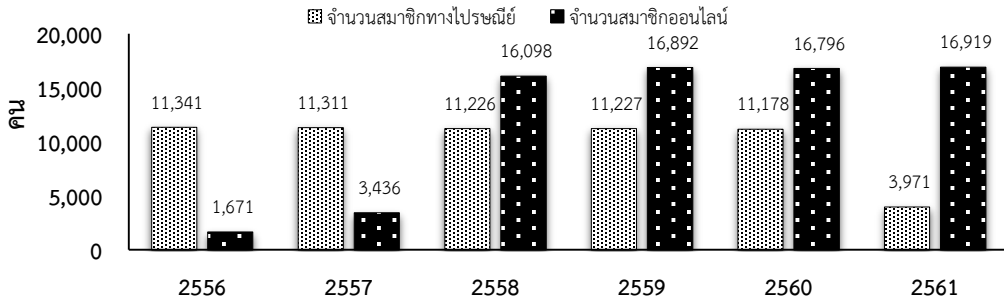
- 3.2) กองบรรณาธิการร่วมกันพิจารณายกเลิกสมาชิกที่ใช้ที่อยู่เป็นหน่วยงาน เพื่อลดการส่งซ้ำซ้อน

เนื่องจากทางจดหมายข่าวฯ ได้จัดส่งให้หน่วยงานต่างๆ ด้วยเช่นกัน

ในปี 2561 หลังจากวิเคราะห์ด้วยเกณฑ์ข้างต้น ทางกองบรรณาธิการได้คัดรายชื่อสมาชิกทางไปรษณีย์เหลือ 3,971 รายชื่อ และจัดพิมพ์จดหมายข่าวฯ แบบฉบับพิมพ์ จำนวน 5,000 เล่ม เพื่อส่งให้กับสมาชิกที่ยังต้องการแบบฉบับพิมพ์ และส่วนที่เหลือสำหรับแจกให้กับผู้ที่สนใจ และมีสมาชิกทางออนไลน์ 16,796 คน

### การเพิ่มจำนวนสมาชิกออนไลน์

การเพิ่มจำนวนสมาชิกแบบสื่อออนไลน์ โดยเผยแพร่ผ่านทางจดหมายข่าวฯ นอกจากนี้คณะทำงานจดหมายข่าวฯ ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้อ่านสมัครเป็นสมาชิกออนไลน์เพิ่มมากขึ้นโดยการรับสมัครสมาชิกใหม่จากการจัดนิทรรศการในงานประชุมวิชาการต่างๆ และแนะนำให้กับผู้ที่เข้าอบรมระยะสั้น และเชิญชวนผู้ที่เดินเข้ามาขอรับเอกสารเผยแพร่ของสถาบันฯ โดยให้ผู้ที่สนใจกรอกอีเมล เพื่อสมัครสมาชิกออนไลน์ รวมทั้งทำหนังสือประชาสัมพันธ์ไปตามหน่วยงานต่างๆ ทำให้มีจำนวนสมาชิกออนไลน์เพิ่มมากขึ้นเป็น 16,919 คน แสดงไว้ดังภาพที่ 2 จำนวนสมาชิกจดหมายข่าวฯ แบบรับเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จำนวนลดลงเล็กน้อย ระหว่าง พ.ศ. 2556-2561



ภาพที่ 2 จำนวนสมาชิกจดหมายข่าว แบ่งรับเป็นสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ระหว่าง พ.ศ. 2556-2561

### การคาดประมาณค่าใช้จ่ายเพื่อการผลิตและเผยแพร่จดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา

การคาดประมาณค่าใช้จ่ายในการผลิตจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนาแบบสื่อสิ่งพิมพ์ในปี 2561 หากไม่ได้นำระบบออนไลน์มาใช้เพื่อเผยแพร่จดหมายข่าว จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่าย ค่าจัดพิมพ์ ร้อยละ 60.8 ค่าไปรษณีย์ ร้อยละ 31.0 และค่าบริหารจัดการ ร้อยละ 8.2 (ตารางที่ 2) ในการคาดประมาณปี 2561 เป็นการคาดประมาณที่ค่าใช้จ่ายในการผลิตยังไม่สิ้นสุดปี ดังนั้นจึงนำค่าใช้จ่ายของฉบับที่มีการเรียกเก็บค่าจัดพิมพ์และค่าไปรษณีย์ไปแล้ว 1 ฉบับ มาคำนวณให้ครบปีคือ 6 ฉบับ ส่วนค่าบริหารจัดการคำนวณมาจากปี 2560 ดังนั้นค่าใช้จ่ายในการผลิตจดหมายข่าว จึงมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นทุกปีโดยเฉพาะปี 2561 จะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายในการผลิตจดหมายข่าว จะมีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นมาก เนื่องจากมีจำนวนสมาชิกเพิ่มมากขึ้นถึง 20,890 คน หากไม่ได้นำระบบออนไลน์มาใช้เพื่อเผยแพร่จดหมายข่าว

ในการคาดประมาณค่าใช้จ่ายเพื่อการผลิตจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนาเมื่อใช้สื่อออนไลน์ผ่านเว็บไซต์เดอะประชากร พบว่าการคาดประมาณค่าจัดพิมพ์ลดเหลือ ร้อยละ 39.5 ของค่าจัดพิมพ์แบบฉบับพิมพ์เมื่อใช้สื่อออนไลน์ผ่านเว็บไซต์เดอะประชากร (The Prachakorn) การส่งอีเมลล์ และเผยแพร่แบบฉบับพิมพ์ ซึ่งคาดว่าจะมีค่าใช้จ่าย (ตารางที่ 3) ร้อยละค่าจัดพิมพ์จดหมายข่าวของค่าใช้จ่ายทั้งหมดในปี 2561 จำแนกตามสื่อสิ่งพิมพ์และออนไลน์ โดยเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์จดหมายข่าวที่คิดเป็นร้อยละของค่าจัดพิมพ์ปี 2561 เมื่อเปรียบเทียบเป็นอัตราส่วนคาดประมาณค่าใช้จ่ายเมื่อผลิตจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนาแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ต่อคาดประมาณค่าใช้จ่ายเมื่อใช้ระบบออนไลน์ ในปี 2561 เท่ากับ 1 : 0.4 หรือ ระบบออนไลน์จะมีค่าใช้จ่ายเพียงร้อยละ 40 ของค่าใช้จ่ายแบบสื่อสิ่งพิมพ์ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 2 การคาดประมาณค่าใช้จ่ายเพื่อผลิตจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนาแบบสื่อสิ่งพิมพ์ในปี 2561

รายการคาดประมาณ	ร้อยละของสัดส่วนค่าใช้จ่าย
ค่าจัดพิมพ์	60.8
ค่าไปรษณีย์	31.0
ค่าบริหารจัดการ (ค่าใช้จ่ายในการประชุม ค่าบรรณาธิการ ค่าจัดรูปเล่ม ค่าดูแลเว็บไซต์)	8.2
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: บทความนี้ดำเนินการระหว่างปี 2561 จึงคาดประมาณค่าใช้จ่ายเมื่อยังไม่สิ้นสุดปี

ตารางที่ 3 การคาดประมาณค่าใช้จ่ายเพื่อการผลิตจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนาเมื่อใช้สื่อออนไลน์ผ่านเว็บไซต์เดอะประชากร

รายการ	ร้อยละของออนไลน์
ค่าจัดพิมพ์	39.5
ค่าส่งไปรษณีย์	31.3
ค่าบริหารจัดการ (ค่าใช้จ่ายในการประชุม, ค่าบรรณาธิการ, ค่าจัดรูปเล่ม)	20.9
ค่าดูแลเว็บ	3.2
ค่าเช่าโดเมนและเซิร์ฟเวอร์	0.4
ค่าจ้างพนักงานพัฒนาระบบ	3.9
ค่าประชาสัมพันธ์ผ่านระบบ	0.8
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>

**ตารางที่ 4** ร้อยละค่าจัดพิมพ์จดหมายข่าวของค่าใช้จ่ายทั้งหมดในปี 2561 จำแนกตามสื่อสิ่งพิมพ์และออนไลน์ และอัตราส่วนคาดการณ์ค่าใช้จ่ายเมื่อผลิตจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนาแบบสื่อสิ่งพิมพ์ต่อการคาดการณ์ค่าใช้จ่ายเมื่อใช้ระบบออนไลน์ ของปี 2561

	รายการ	สิ่งพิมพ์	ออนไลน์
ร้อยละ		60.8	39.5
อัตราส่วนคาดการณ์		1	0.4

จากการคาดการณ์ข้างต้นจะเห็นได้ว่า ค่าจัดพิมพ์จดหมายข่าวเมื่อใช้ระบบออนไลน์เปรียบเทียบกับสื่อสิ่งพิมพ์คาดว่าในปี 2561 จะมีค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์แบบฉบับพิมพ์สูง ร้อยละ 60.8 ถ้าจัดหาระบบออนไลน์จะมีค่าจัดพิมพ์เพียง ร้อยละ 39.5 หรือ ระบบออนไลน์จะมีค่าใช้จ่ายเพียงร้อยละ 40 ของค่าใช้จ่ายแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ดังนั้น ค่าใช้จ่ายเพื่อเผยแพร่บทความในจดหมายข่าว เมื่อปรับมาใช้ระบบออนไลน์ ค่าใช้จ่ายในการผลิตจะลดลงเกือบครึ่งหนึ่งของค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์

## อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

### อภิปรายผล

การวิจัยในครั้งนี้มีข้อค้นพบดังต่อไปนี้ 1) จากการศึกษาแนวโน้มค่าใช้จ่ายเพื่อการผลิตจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา พบว่า ค่าใช้จ่ายเพื่อการผลิตจดหมายข่าวฯ ในปี 2556 -2560 มีแนวโน้มสูงขึ้น จากฉบับละ 47 บาท เป็นฉบับละประมาณ 60 บาทในปี 2560 ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ นิตยสารสิ่งพิมพ์หลายเล่มที่ปิดตัวลงตั้งแต่ปี 2558 เช่น นิตยสารพลอยแถมเพชร สกุลไทย Image นิตยสารการ์ตูน C-Kids Oops! VIVA Friday เนชั่นสุดสัปดาห์, แมรี แคลร์ (Marie Claire), เมนส์เฮลท์ (Men's Health), Giraffe Magazine คริว, Go Genius, Filmax, Madame Figaro, ขวัญเรือน, ดิฉัน และ คู่สร้างคู่สม เนื่องจากผู้อ่านนิยมรับข้อมูลผ่านสื่อระบบดิจิทัลมากขึ้น จึงทำให้ไม่สามารถแบกรับต้นทุนการผลิตได้ (Thaipublica, 2017)

2) การคาดการณ์ค่าใช้จ่ายในการผลิตจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา และการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ พบว่า เมื่อมีการเปลี่ยนรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์มาเป็นสื่อออนไลน์ ทำให้ค่าใช้จ่ายในการผลิตลดลงเป็นไปในทิศทางเดียวกับสคูตาร์ตัน (2556) การขยายไปสู่หนังสือพิมพ์ฉบับดิจิทัล การเคลื่อนตัวจากหนังสือพิมพ์ไปสู่สื่อออนไลน์สามารถลดต้นทุนบางส่วนได้ โดยเฉพาะทางด้านการเงินและการลงทุน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Picard (2011) ที่ได้เปรียบเทียบต้นทุนในการผลิตหนังสือพิมพ์แบบสิ่งพิมพ์และแบบออนไลน์ให้เห็นว่า จำนวนยอดจำหน่ายที่เท่ากัน ผลตอบแทนของการขายของสิ่งพิมพ์อยู่ที่ร้อยละ 12.6 ในขณะที่ฉบับออนไลน์อยู่ที่ร้อยละ 39.0 และสอดคล้องกับพรสิทธิ์ (2557) ที่กล่าวไว้ว่า การบริหารสื่อสิ่งพิมพ์ควรผลักดันให้เกิดผลการดำเนินงานในลักษณะที่มุ่งหมายให้บรรลุประสิทธิผล และการมุ่งให้เกิดประสิทธิภาพ คือ การบริหารจัดการสิ่งพิมพ์เพื่อมุ่งหมายให้บรรลุประสิทธิภาพ เป็นการดำเนินงานสื่อสิ่งพิมพ์ที่จะต้องหามาตรการในการดำเนินงานที่ประหยัดที่สุด โดยยังคงประสิทธิผลหรือประโยชน์ตามเดิม ด้วยการลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรการบริหารจัดการให้น้อยลง

### ประสิทธิภาพที่คาดหวังเมื่อใช้สื่อออนไลน์

จดหมายข่าวประชากรและการพัฒนาได้เผยแพร่บทความด้านการวิจัยบนเฟซบุ๊กเช่นกัน จากการทบทวนวรรณกรรมของ Smith (2018) พบว่า เฟซบุ๊กเป็นช่องทางที่ได้เปิดกว้างให้กับคนทุกเพศที่มีอายุตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไป และต้องมีอีเมลที่ถูกต้อง จึงจะสามารถเข้ามาใช้งานบนเฟซบุ๊ก ไม่ว่าจะโพสต์ จะแชร์ โดยไม่มีขีดจำกัด จากการใช้เฟซบุ๊ก จะเห็นสถิติได้จากการใช้ ที่มีผู้ใช้งานประจำมากถึง 1.37 พันล้านคนต่อวัน ผู้ใช้เฟซบุ๊ก เข้าถึงโดยใช้มือถือร้อยละ 47 และร้อยละ 83 พ่อแม่เป็นเพื่อนกับลูกๆ การเพิ่มผู้ใช้งานใหม่วันละ 500,000 ราย ประชากรทั่วโลกออนไลน์โดยใช้เฟซบุ๊กร้อยละ 38.6 จำนวนเฉลี่ยของเพื่อน 388 คน และค่ากลางของเพื่อนอยู่ที่ 200 คน หากผู้อ่านคนหนึ่งแชร์บทความบน timeline จะทำให้มีผู้เห็นบทความเดียวกันนี้จำนวนมากขึ้น ดังนั้นจะเป็นการสร้างโอกาสในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านประชากรและสังคมอย่างมีประสิทธิภาพด้วยเช่นกัน

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย พบว่า แนวโน้มค่าใช้จ่ายเพื่อการผลิตจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา มีแนวโน้มที่สูงขึ้น เมื่อมีการคาดการณ์ค่าใช้จ่ายในการผลิตจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา โดยการเปลี่ยนรูปแบบ



การเผยแพร่มาเป็นแบบสื่อออนไลน์ ทำให้ค่าใช้จ่ายในการผลิตลดลง ซึ่งจากการคาดประมาณนี้จะสามารถนำไปพัฒนาจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนาในอนาคต ดังนี้

1. ผู้อ่านวัยทำงานที่นิยมใช้สื่อออนไลน์ในอนาคตจะเป็นผู้สูงอายุที่คุ้นชินกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการสื่อสาร ดังนั้นในอนาคตจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนาอาจจะมีเพียงเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เท่านั้น
2. คณะกรรมการควรติดตามสมาชิกที่รับสื่อสิ่งพิมพ์เป็นประจำทุกปี หากผู้ใช้สามารถใช้อินเทอร์เน็ตแทนได้ จึงควรยกเลิกการพิมพ์แบบฉบับพิมพ์
3. การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่จดหมายข่าวและการพัฒนาแบบออนไลน์ให้น่าสนใจและสร้างช่องทางให้เข้าถึงได้ง่ายขึ้น โดยการร่วมมือกับภาคีเครือข่ายเพื่อนำเว็บไซต์ไปฝากประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ของหน่วยงานต่างๆ จะทำให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพสูง
4. ควรมีการศึกษาการเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์แบบสื่อออนไลน์
5. ควรมีการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการเผยแพร่สื่อออนไลน์

### สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาสื่อออนไลน์ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการผลิตจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนาได้จริงหรือ? โดยการใช้ข้อมูลค่าใช้จ่ายจริงที่เกิดขึ้นจากการผลิตจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา ระหว่าง พ.ศ. 2556-2560 พบว่า แนวโน้มค่าใช้จ่ายเพื่อการผลิตและเผยแพร่จดหมายข่าวประชากรและการพัฒนา มีแนวโน้มสูงขึ้น และเมื่อทำการคาดประมาณค่าใช้จ่ายในการผลิตจดหมายข่าวประชากรและการพัฒนาผ่านระบบสื่อออนไลน์พบว่า เมื่อมีการเปลี่ยนรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์มาเป็นสื่อออนไลน์ ทำให้ค่าใช้จ่ายในการผลิตลดลง นอกจากนี้เป็นการลดการใช้กระดาษให้น้อยลง ผู้อ่านสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้ง่ายและสะดวก รวมทั้งเผยแพร่และส่งต่อข้อมูลกันได้ง่ายขึ้น สามารถเพิ่มช่องทางในการติดตามข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ อย่างไรก็ตามจากการสำรวจด้วยแบบสอบถามพบว่าผู้สูงอายุนิยมสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะสะดวกในการอ่าน

### เอกสารอ้างอิง

- พรสิทธิ์ พัฒนารักษ์. 2557. หน่วยที่ 2 เรื่องแนวคิดและหลักการการบริหารจัดการสื่อสิ่งพิมพ์. ใน อมรพรหม ชุ่มโชคชัย สุกานดา วรพันธ์พงศ์ พรสิทธิ์ พัฒนารักษ์ กำจร หลุยยะพงศ์ จันทนา ทองประยูร และ ประชัช วัลลิโก. เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานสื่อสิ่งพิมพ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2560. การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2560. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. กรุงเทพฯ.
- สุชาติ เล็บนาค. 2558. ปริมาณคือพระเจ้า เมื่อมีคนดู-คนอ่าน ก็ขายได้. ใน ธนวัฒน์ เพ็ชรล่อเหลียน (บก). Marketing is King. วารสารราชดำเนิน. 29: 16-19.
- สุดที่วัล สุกใส. 2558. สื่อออนไลน์กับบทบาทในการกำหนดประเด็นข่าวทางสังคม. แหล่งที่มา: [https://blog.infoquest.co.th/iqmedialink/news\\_onlinemedia/](https://blog.infoquest.co.th/iqmedialink/news_onlinemedia/). (สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 2561)
- สุดารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทราวัฒน์กุล. 2556. หนังสือพิมพ์กับการแสวงหารูปแบบทางธุรกิจเพื่อความอยู่รอดในยุคคอนเวอร์เจนซ์. วารสารปัญญาวิวัฒน์. 4:(2): 113-126.
- Bearkak. 2013. ICT เพื่อโลกในอนาคต. แหล่งที่มา: <http://trairongkpru.wordpress.com>. (สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 2561)
- Conhaim, W. 2006. Newspaper in trasion, Part2: Envisioning the future of newspapers. Information Today. 23 (9): 39.
- ETDA. 2016. สื่อสังคมออนไลน์ยอดฮิตของคนใช้อินเทอร์เน็ต ปี 2559. แหล่งที่มา: <https://www.iurban.in.th/pr/127499/>. (สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 2561)
- Smith, K. 2018. 47 Incredible Facebook Statistics and Facts. แหล่งที่มา: <https://www.brandwatch.com/blog/47-facebook-statistics/>. (สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 2561)
- Picard, R. 2011. The economics and financing of media companies. New York: Fordham University Press.
- Thaipublica. 2017. โทรมไลน์-เส้นทางนิตยสารไทยจาก วันวาน สู่ การเปลี่ยนผ่าน ในยุคดิจิทัล. แหล่งที่มา: <https://thaipublica.org/2017/06/thai-magazine-timeline-data-journalism/>. (สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 2561)
- The Cloud. แหล่งที่มา: <https://www.facebook.com/readthecloud/>. (สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 2561)
- The Matter. แหล่งที่มา: <https://www.facebook.com/thematterco/>. (สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 2561)
- The Standard. แหล่งที่มา: <https://www.facebook.com/thestandardth/>. (สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 2561)