

# การล่มสลายของนิตยสารไทยในยุคดิจิทัล\*

ทิพย์อนงค์ จินตวิจิต<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

บทความนี้เขียนขึ้นด้วยความสนใจและการตั้งคำถามต่อทิศทางของนิตยสารในประเทศไทย หลังจากมีนิตยสารปิดตัวลงเป็นจำนวนมากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2559-2561) ซึ่งเป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อการสื่อสารสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย อันประกอบไปด้วยหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือเล่ม โดยสิ่งพิมพ์ที่ได้รับผลกระทบอย่างเห็นได้ชัดที่สุด คือ นิตยสาร ในปี พ.ศ. 2559 มีนิตยสารที่มีอายุกว่า 50 ปี คือ นิตยสาร *บางกอกรายสัปดาห์* ตีพิมพ์ครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2499 และนิตยสาร *สกุลไทย* ตีพิมพ์ครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2497 ต่อมาในปี พ.ศ. 2560 นิตยสาร *ครัว* อายุ 24 ปี นิตยสาร *คู่สร้างคู่สม* อายุ 38 ปี และนิตยสาร *ขวัญเรือน* อายุ 49 ปี ต้องปิดตัวลง และในปี พ.ศ. 2561 นิตยสาร *สตาร์พิคส์* ซึ่งเป็นนิตยสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ และมีอายุถึง 52 ปี ก็ต้องปิดตัวลงเช่นกัน

เราปฏิเสธไม่ได้ว่าการปิดตัวของนิตยสารนั้นมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันไปนิยมการรับข่าวสารและความบันเทิงจากทางสื่อใหม่ มากกว่าการบริโภคสื่อกระดาษอย่างนิตยสาร และด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้การตัดสินใจลงโฆษณาของสินค้าในนิตยสารลดลงไปด้วย ท้ายที่สุดสำนักพิมพ์จึงไม่สามารถแบกรับต้นทุนในการผลิต และรายได้ที่ลดลงจากโฆษณาได้นิตยสารบางส่วนมีการปรับตัวไปสู่ออนไลน์ แต่นิตยสารบางฉบับยังคงผลิตในรูปแบบของสิ่งพิมพ์ โดยมีการปรับตัวด้วยวิธีการ เช่น การทำหนังสือเป็นของสะสมและตอบสนองคนเฉพาะกลุ่ม การทำนิตยสารในรูปแบบแจกฟรี การ

---

\* วันที่รับบทความ 30 พฤศจิกายน 2561; วันที่แก้ไขบทความ 19 มกราคม 2562; วันที่ตอบรับบทความ 27 กุมภาพันธ์ 2562.

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำแขนงวิชาวารสารศาสตร์ดิจิทัล หลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

ทำนิตยสารในรูปแบบเฉพาะกิจ เนื่องจากยังมีผู้อ่านที่เป็นแฟนคลับอย่างเหนียวแน่นให้การสนับสนุน และเป็นนิตยสารเฉพาะทางที่น่าเสนอเรื่องราวที่ไม่สามารถหาอ่านได้จากสื่อออนไลน์ รวมถึงพฤติกรรมการอ่านที่มีความคุ้นเคยกับสื่อกระดาษมากกว่า แต่ด้วยจำนวนผู้อ่านที่ลดลงจนนิตยสารทยอยปิดตัวเหมือนใบไม้ร่วง อาจเป็นสัญญาณของการปิดตัวของนิตยสาร จนมาถึงยุคล่มสลายอย่างแท้จริง

**คำสำคัญ:** นิตยสาร การล่มสลาย พฤติกรรมผู้บริโภค

# Magazine Collapse in the Age of Digital Disruption in Thailand

Tipanong Jintawijit

## Abstract

This article was drawn on an interesting about the status of the magazine in Thailand. After the magazine shuttled down in the last couple years (2016-2018), that has been affecting the print media industry in Thailand, including newspapers, magazines and books. The most magazine is much affected in the publications. *Bangkok Weekly* (firstly published in 1956), and *Sakul-Thai* (firstly published in 1954) were closed in 2016. In 2017, *Krua* (24 years-old), *Koo-Sang-Koo-Som* (38 years-old) and *Kwanruen* (49 years-old) were also closed down. In 2018, *Starpics* Magazine (52 years-old) was be shut down as well.

It cannot be denied that the magazine divestment is the result of the consumer behavior changing and the rising of new media users. News and entertainment news is consumed by digital media rather than print media as magazines. And for this reason, the decision to advertise the product in magazines has also decreased. Finally, the publishing need to cease operation due to the costs of production could not be handled and the revenue from advertising was declined. Some magazines have to adapt themselves to an online platform while some still produce in the form of paper publication. The adaptation of magazines is established in many ways that are making to be a collection, to be the free copy and to be the special publications, magazine due to fans firmly support.

Moreover, the niche magazine that offers the special story which cannot be read from the other media is needed. Besides, the habit of some reader is familiar with the print media. Nevertheless, the decrease of reader is the cause of magazine divestment as the leaf in autumn, might be the sign of magazine collapse truly.

**Keywords:** magazine, media collapse, consumer behavior

## บทนำ

เมื่อเดือนกันยายน 2561 ขณะที่ผู้เขียนเดินเข้าร้านหนังสือขนาดใหญ่ และด้วยความคุ้นเคย จึงเลี้ยวซ้ายไปที่มุมนิตยสารเหมือนทุกครั้ง และผู้เขียนก็ได้พบว่า ไม่มีนิตยสารสักหัวหรือสักฉบับหลงเหลืออยู่ บริเวณดังกล่าวถูกแทนที่ด้วยหนังสือเด็กสีหวานแหวว ทั้งนิทานและสมุดภาพระบายสี ที่ชั้นวางหลงเหลือแต่ป้ายที่บอกไว้ว่า พื้นที่นี้เคยเป็นพื้นที่วางนิตยสารนับร้อยหัวในร้านหนังสือแห่งนี้เท่านั้น นับเป็นเรื่องที่น่าตกใจและเศร้าใจของนักอ่านและวงการสิ่งพิมพ์เป็นอย่างยิ่ง

เมื่อปีที่ผ่านมา นิตยสารหลายฉบับที่อยู่คู่เมืองไทยมาหลายทศวรรษทยอยปิดตัว อาทิ *คู่สร้างคู่สม* *ครัว* *ดิฉัน* *สกุลไทย* *บางกอก* ฯลฯ ด้วยเหตุผลเรื่องยอดขายและโฆษณา พนิดา ขอบวณิชชา บรรณาธิการนิตยสารสตรี *ขวัญเรือน* กล่าวว่า เนื่องจากนิตยสารไทยมีราคาสูงกว่าราคาขาย รายได้หลักของนิตยสารส่วนใหญ่จะมาจากสองทางคือ ยอดขาย และโฆษณา หากยอดขายสูง พิมพ์จำนวนไม่มาก ก็จะไม่กำไรเพราะไม่ต้องจ่ายค่าพิมพ์มาก (ชุติมา ศรีทอง, 2552 อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2558) ดังนั้น เมื่อยอดขายและโฆษณามีจำนวนลดลง จึงส่งผลกระทบต่อรายได้ของนิตยสารอย่างชัดเจน และจากรายงานสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือนของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2555 พบว่า แนวโน้มความนิยมในการใช้เทคโนโลยีและการเสพสื่อผ่านช่องทางดิจิทัลเพิ่มขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ทั้งการเป็นเจ้าของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต