

กลยุทธ์การผลิตนิตยสารสำหรับเด็ก

ในบทที่ 4 นี้ จะเป็นการเสนอผลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ตามแนวคิดส่วนผสมทางการตลาด Marketing Mix ซึ่งกล่าวถึงแล้วในบทที่ 2 ส่วนผสมทางการตลาดประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการจำหน่าย โดยจะเพิ่มส่วนที่ 5 คือ นโยบายของผู้ผลิต และส่วนที่ 6 คือแนวโน้มของธุรกิจในอนาคต เพื่ออธิบายภาพรวมของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ผลิตเลือกใช้ ดังนั้น การวิเคราะห์ข้อมูล จึงแบ่งได้เป็น 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1. ผลิตภัณฑ์ ว่าด้วยเนื้อหาและรูปแบบของนิตยสารสำหรับเด็กทั้ง 6 ชื่อฉบับ โดยเปรียบเทียบระหว่างชื่อฉบับ เพื่อสรุปความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ และรูปแบบของผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตแต่ละราย

หมายเหตุ: รายละเอียดเนื้อหาของแต่ละชื่อฉบับ ดูได้ในภาคผนวก ข.

ส่วนที่ 2. ราคา และกลยุทธ์การตั้งราคาของแต่ละชื่อฉบับ

ส่วนที่ 3. ช่องทางการจัดจำหน่าย ในส่วนนี้จะกล่าวถึงวิธีการจัดจำหน่าย ข้อดี ข้อเสียของวิธีการจัดจำหน่ายแต่ละวิธี และปัญหาที่เกิดจากการเลือกวิธีการจัดจำหน่ายแต่ละวิธี

ส่วนที่ 4. การส่งเสริมการจำหน่าย เป็นกลยุทธ์การส่งเสริมการจำหน่ายที่พบในธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็ก วิธีการที่แต่ละฉบับเลือกใช้ รวมถึงการส่งเสริมการหาสมาชิกด้วย

ส่วนที่ 5. นโยบาย กล่าวถึงนโยบายของแต่ละชื่อฉบับ โดยสรุปจากส่วนผสมทางการตลาด และจุดขายของแต่ละฉบับ

ส่วนที่ 6. แนวโน้มของธุรกิจในอนาคต เป็นการคาดคะเนสภาพตลาดนิตยสารสำหรับเด็กในอนาคต โดยอาศัยข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้

จากการวิเคราะห์เนื้อหา และการสัมภาษณ์บรรณาธิการนิตยสารสำหรับเด็ก พบว่า สามารถแบ่งนิตยสารสำหรับเด็กออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ธุรกิจนิตยสารขนาดใหญ่ หมายถึงนิตยสารในเครือบริษัทใหญ่ที่ผลิตนิตยสารหลายชื่อฉบับ หรือมีธุรกิจสิ่งพิมพ์อื่นๆ หรือธุรกิจอื่นที่นอกเหนือจากนิตยสาร เช่น จัดพิมพ์หนังสือเล่ม มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง เป็นต้น กลุ่มธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กขนาดใหญ่ประกอบด้วยนิตยสาร 3 ชื่อฉบับคือ ชัยพฤกษ์การ์ตูน ของสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด สวนเด็ก ของบริษัท ศรีสยามการพิมพ์จำกัด และ เสียงเด็ก ของบริษัทคู่แข่ง จำกัด

2. ธุรกิจนิตยสารขนาดเล็ก ได้แก่บริษัทที่ตั้งขึ้นเพื่อผลิตนิตยสารเพียงชื่อฉบับเดียว หรือบริษัทที่เป็นส่วนหนึ่งของมูลนิธิ ได้แก่ โคโรนसार ของบริษัทบรรณทัศน์ จำกัด ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจาก มูลนิธิไชยยัง ลิมทองกุล บ้านเด็ก ของสำนักงานนิตยสารบ้านเด็ก และ เพื่อนใหม่ ของบริษัทสำนักพิมพ์หนังสือเพื่อนใหม่ จำกัด

ส่วนที่ 1 ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ หรือรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารสำหรับเด็ก ในตลาดนิตยสารสำหรับเด็กในปัจจุบัน มีเนื้อหาซึ่งแยกประเภทได้คล้ายกัน คือประกอบด้วย ข่าว สารคดี เกม นิทาน เรื่องสั้น เรื่องยาว การ์ตูน โฆษณา คอลัมน์สัมภาษณ์ และ คอลัมน์ปกิณกะ โดยแต่ละชื่อฉบับมีจุดเด่นต่างกัน

การที่นิตยสารสำหรับเด็กจะมีเนื้อหาอย่างรานั้น กองบรรณาธิการ และ บรรณาธิการ มีส่วนสำคัญในการกำหนดเนื้อหา สิ่งอื่นที่มีอิทธิพลในการกำหนดเนื้อหา คือ เจ้าของกิจการ บริษัทเจ้าของ ผู้เขียน ผู้แปล เจ้าของคอลัมน์ โฆษณา กฎหมาย เศรษฐกิจ นิตยสารฉบับอื่น ผู้อ่าน และผู้ปกครอง ดังตารางที่ 1 แสดงสิ่งที่มีอิทธิพลในการกำหนดเนื้อหาของนิตยสารสำหรับเด็ก แยกประเภทธุรกิจนิตยสารขนาดใหญ่ และธุรกิจนิตยสารขนาดเล็ก

ตารางที่ 1 แสดงสิ่งที่มีอิทธิพลในการกำหนดเนื้อหาในนิตยสารสำหรับเด็ก

สิ่งที่มีอิทธิพลในการกำหนดเนื้อหา	ร้อยละ	
	ธุรกิจขนาดใหญ่	ธุรกิจขนาดเล็ก
เจ้าของกิจการ	7.22	6.77
บริษัทเจ้าของ	7.22	6.77
บรรณาธิการ	16.86	13.55
กองบรรณาธิการ	12.04	16.94
ผู้เขียนผู้แปลเจ้าของคอลัมน์	12.04	8.47
โฆษณา	9.63	5.08
กฎหมาย	8.43	3.38
เศรษฐกิจ	6.02	5.08
นิตยสารฉบับอื่นๆ	6.02	3.38
ผู้อ่าน	9.63	22.03
ผู้ปกครอง	4.81	8.47

จากตารางที่ 1 แสดงว่า บรรณาธิการและกองบรรณาธิการในธุรกิจนิตยสารขนาดใหญ่ มีส่วนกำหนดเนื้อหามากที่สุด คือ 28.9% เจ้าของกิจการและบริษัทเจ้าของมีส่วน 14.44% ผู้เขียน มีส่วนกำหนดเนื้อหา 12.04% ผู้อ่าน 9.63% บรรณาธิการในธุรกิจนิตยสารขนาดเล็ก มีส่วนกำหนดเนื้อหา 30.49% รองลงมาคือผู้อ่าน 22.03%

จากตารางเปรียบเทียบสิ่งที่มีอิทธิพลในการกำหนดเนื้อหาในนิตยสารสำหรับเด็ก พบว่า ธุรกิจทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือบรรณาธิการและ

กองบรรณาธิการมีอิทธิพลกำหนดเนื้อหามากที่สุด ในส่วนของผู้อ่าน ธุรกิจนิตยสารขนาดเล็กรับอิทธิพลจากผู้อ่านมากกว่าธุรกิจนิตยสารขนาดใหญ่ ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการทำงานในกลุ่มเล็กสามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหาได้ง่ายกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งมีหลายฝ่ายประสานงานกัน และมีนโยบายที่แน่ชัดกว่าการทำงานในธุรกิจขนาดเล็ก บรรณาธิการและกองบรรณาธิการ เป็นผู้คัดเลือกเนื้อหาลงพิมพ์ การคัดเลือกอาศัยเกณฑ์ประโยชน์ต่อผู้อ่าน ความนิยมของผู้อ่าน ชื่อเสียงของผู้เขียน และความต้องการของผู้โฆษณา ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงเกณฑ์การคัดเลือกเนื้อหาลงพิมพ์

เกณฑ์คัดเลือกเนื้อหา	ร้อยละ	
	ธุรกิจขนาดใหญ่	ธุรกิจขนาดเล็ก
ประโยชน์ต่อผู้อ่าน	34.48	52
ความนิยมของผู้อ่าน	34.48	28
นักเขียนมีชื่อเสียง	17.24	12
ผู้โฆษณาต้องการให้ลง	13.76	8

จากตารางที่ 2 แสดงว่าบรรณาธิการในธุรกิจนิตยสารขนาดใหญ่เลือกเนื้อหา ลงพิมพ์โดยเน้นความสำคัญของประโยชน์ต่อผู้อ่าน และความนิยมเท่ากัน คือ 34.48% บรรณาธิการในธุรกิจนิตยสารขนาดเล็ก เลือกเนื้อหาลงพิมพ์โดยเน้นประโยชน์ที่ผู้อ่านจะได้รับ เป็นสำคัญ คือ 52% รองลงมาเลือกโดยอาศัยความนิยมของผู้อ่านกำหนดเนื้อหา คิดเป็น 28%

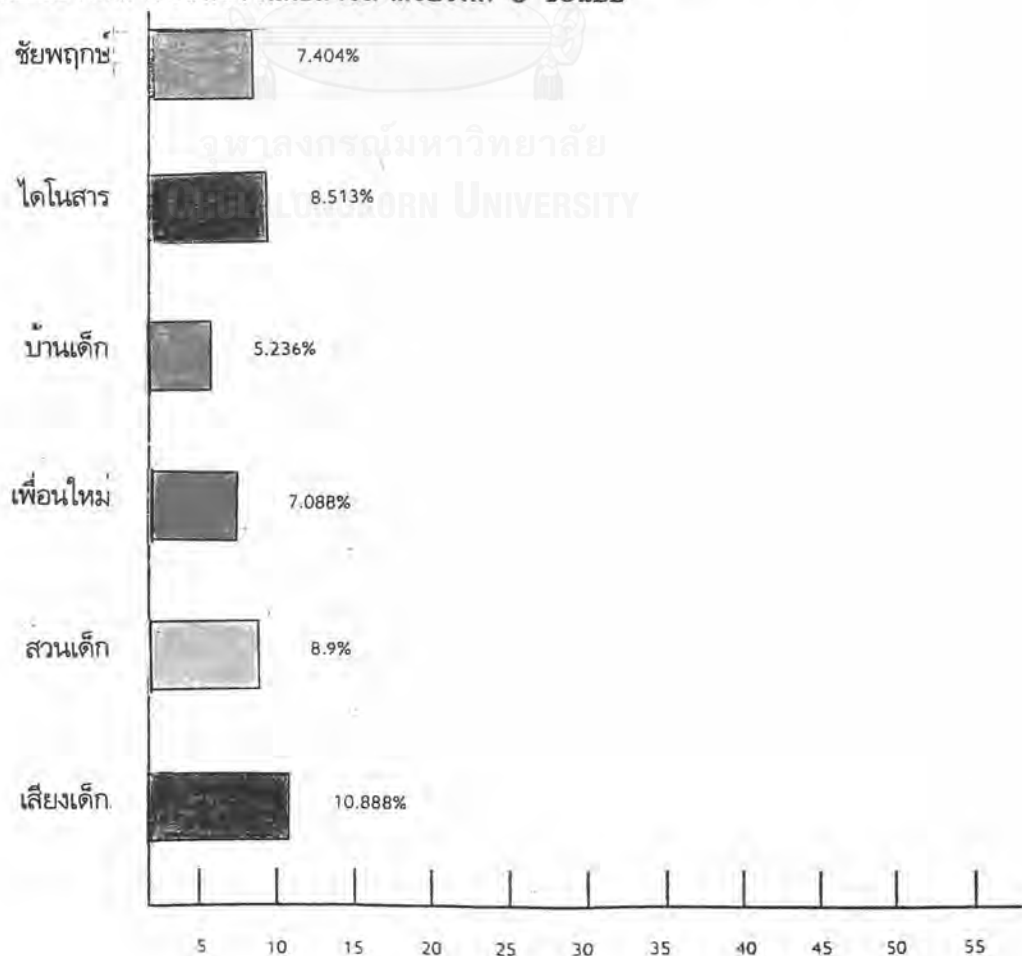
เนื่องจากผู้อ่านนิตยสารสำหรับเด็กในธุรกิจนิตยสารขนาดเล็ก มีส่วนในเกณฑ์การคัดเลือกเนื้อหาถึง 52% อาจสรุปได้ว่า นิตยสารขนาดเล็ก สามารถปรับเนื้อหา ตามที่ผู้อ่านต้องการได้มากกว่านิตยสารในระบบบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งมีการทำงานหลาย ขั้นตอน และมีระบบที่ซับซ้อนและอาจมีบริษัทใหญ่ควบคุมการทำงาน ในขณะที่ธุรกิจนิตยสารขนาดเล็กจะคล่องตัวกว่าในการดำเนินการตามวัตถุประสงค์เพื่อรับใช้สังคม

จากตารางแสดงเกณฑ์การคัดเลือกเนื้อหาลงพิมพ์ แสดงว่า บรรณาธิการในธุรกิจนิตยสารขนาดใหญ่เลือกตามรสนิยมของผู้อ่าน และประโยชน์ที่มีต่อผู้อ่าน ในขณะที่บรรณาธิการนิตยสารขนาดเล็ก เน้นความสำคัญของประโยชน์ที่ผู้อ่านจะได้รับมากกว่า เลือกตามความนิยมของผู้อ่าน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากธุรกิจขนาดใหญ่มีข้อกำหนดของบริษัทหลายประการ และต้องรักษายอดจำหน่ายให้มาก เนื่องจากต้องเปรียบเทียบกับนิตยสารชื่อฉบับอื่นๆในบริษัทเดียวกัน

เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารสำหรับเด็กทั้ง 6 ชื่อฉบับ โดยแบ่งประเภทเนื้อหาออกเป็น 8 ประเภท พบว่าแต่ละชื่อฉบับ มีปริมาณเนื้อหาแต่ละประเภทดังนี้

หน้าปกและเนื้อหาประเภทบทบรรณาธิการ คอลัมน์ตอบจดหมาย และเนื้อหาข่าวสารถึงสมาชิก จากการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่าไม่มีความแตกต่างกันมากนักระหว่างชื่อฉบับ คือมีเนื้อที่ระหว่าง 7% - 10% โดยเสียงเด็กมีเนื้อที่ส่วนนี้มากที่สุด คือ 10.8% เนื่องจากมีเนื้อหาข่าวสารถึงสมาชิกมาก

แผนภูมิเปรียบเทียบปริมาณ หน้าปกและ เนื้อหาประเภทบทบรรณาธิการและคอลัมน์ตอบจดหมายระหว่างนิตยสารสำหรับเด็ก 6 ชื่อฉบับ



คอลัมน์ตอบจดหมายในนิตยสาร ชัยพฤกษ์การ์ตูน ผู้อ่านมักจะเขียนจดหมาย
ติชมนิตยสาร และเรียกร้องให้ลงพิมพ์การ์ตูนที่ชอบ

คอลัมน์ตอบจดหมายในนิตยสาร ไคร้ในสาร 12 ฉบับแรก ตอบโดย คุณหญิง
สุภัทรา มาศดิตถ์ ซึ่งในขณะนั้นดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี
และประธานมูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ ช่วงที่คุณหญิงสุภัทราตอบจดหมาย มีผู้อ่านเขียนมา
ถามปัญหาส่วนตัว ปัญหาคุณภาพชีวิต ร้องเรียนเรื่องราวต่างๆ ถามและ
แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมือง ต่อมาคุณหญิงสุภัทราต้องไปศึกษาทำงานต่าง
ประเทศคอลัมน์ตอบจดหมายจึงเปลี่ยนเป็น ติ๊กโตรัมกะแพน จดหมายก็เปลี่ยนเป็น
การติชมนิตยสารแทน

คอลัมน์ตอบจดหมายโดยบรรณาธิการนิตยสาร เพื่อนใหม่ นอกจากจะติชม
นิตยสารแล้ว ยังมีการปรึกษาปัญหาชีวิต และเล่าเรื่องราว เป็นเพื่อนทาง
จดหมายกับบรรณาธิการ

คอลัมน์ตอบจดหมายในนิตยสาร สวนเด็ก แบ่งออกเป็นตอบโดยบรรณาธิการใน
คอลัมน์บ.ก. จะจำ และคอลัมน์ลุงจ่าลองตอบจดหมาย ตอบโดยพลตรีจ่าลอง ศรีเมือง
ส่วนที่ตอบจดหมายโดยบ.ก. ได้รับจดหมายติชมนิตยสาร และถามเกี่ยวกับการ
การผลิต ส่วนคอลัมน์ที่พลตรีจ่าลองรับผิดชอบ เป็นจดหมายจากเด็กๆ ซึ่งมีทั้งการ
ถามปัญหาส่วนตัวของพลตรีจ่าลอง ปรึกษาปัญหาชีวิต และปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต
แต่เด็กไม่ค่อยแสดงความคิดเห็นทางการเมือง

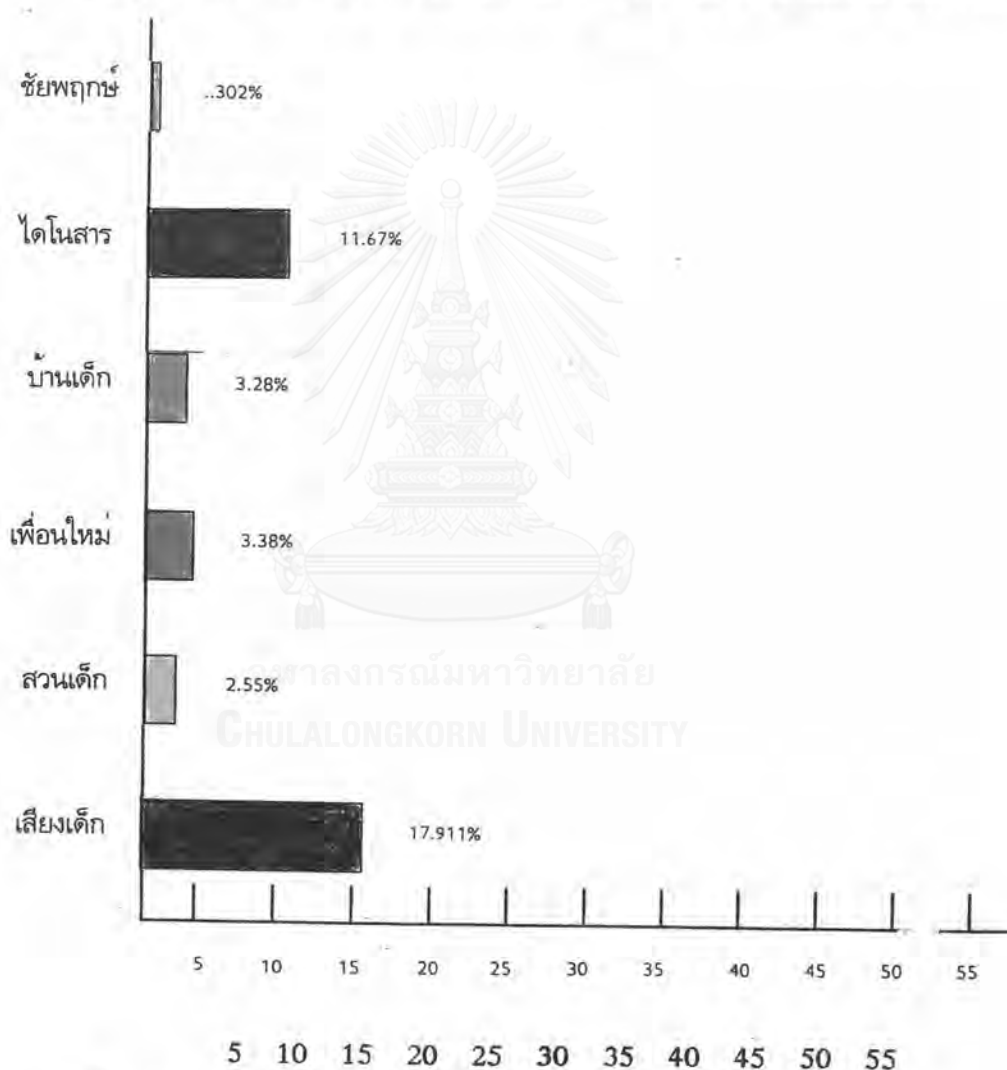
คอลัมน์ตอบจดหมายในนิตยสาร เสียงเด็ก เป็นจดหมายติชมนิตยสาร การ
แสดงความคิดเห็นและขอให้ลงพิมพ์เรื่องที่ผู้อ่านต้องการ

คอลัมน์ตอบจดหมาย สะท้อนความคิดเห็นของผู้อ่านกลับไปยังผู้ผลิต รวมทั้ง
แสดงรสนิยมของผู้อ่านได้อีกด้วย การที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หรือหัวหน้าพรรค
การเมืองตอบจดหมาย ช่วยให้เกิดมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นทางการเมือง รู้
จักการเลือกตั้งผู้แทนราษฎร และเห็นความสำคัญของระบอบรัฐสภา นอกจากนี้เด็กยัง
อาจเขียนจดหมายปรึกษาปัญหาชีวิต หรือเล่าประสบการณ์

เนื้อหาประเภทข่าว ประกอบด้วยข่าวการเมือง ข่าวคุณภาพชีวิต ข่าวการศึกษา ข่าวสิ่งแวดล้อม ข่าวประชาสัมพันธ์ ข่าวต่างประเทศ ข่าววิทยุการข่าวบุคคล ข่าวกีฬา เนื้อหาประเภทข่าวที่ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้อ่าน

เสียงเด็ก เสนอเนื้อหาประเภทข่าวมากที่สุด คือ 17.9% รองลงมาคือ ไต่โนสาร 11.6% ชัยพฤกษ์การ์ตูน เสนอข่าวน้อยที่สุดคือ 0.302% เนื้อหาข่าวสารเฉลี่ยทั้ง 6 ชื่อฉบับ คิดเป็น 7.354%

แผนภูมิเปรียบเทียบปริมาณเนื้อหาประเภทข่าว ระหว่างนิตยสารสำหรับเด็ก



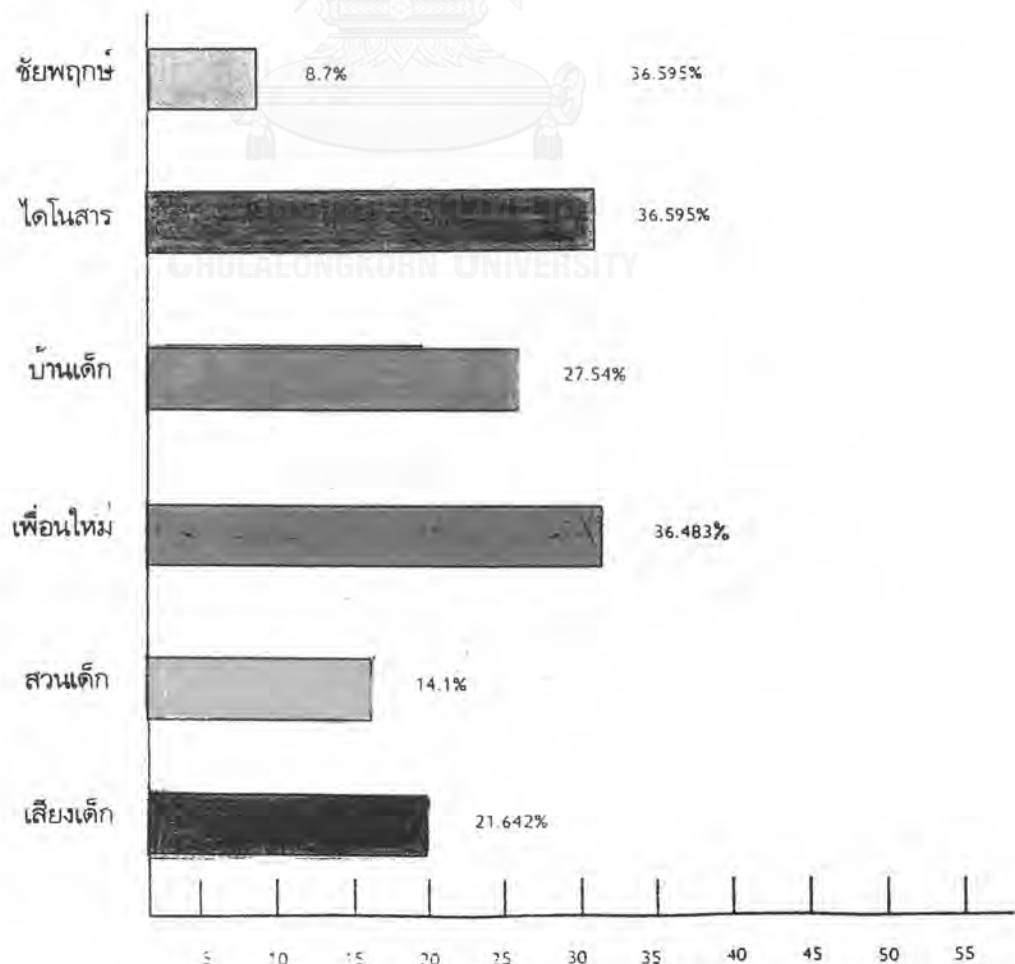
เนื้อหาประเภทข่าวสาร ช่วยให้ข้อมูลที่น่าสนใจ สามารถใช้ประกอบการเรียน เป็นหัวข้อพูดคุย และฝึกให้เด็กสนใจรับรู้ข่าวสารทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ในการศึกษาและการทำงานอาชีพต่อไปในอนาคต

นิตยสาร เสียงเด็ก เสนอข่าวสารมากที่สุด คือ 17.94% ที่มาของข่าวได้จากกองบรรณาธิการ นักข่าวเด็กประจำกองบรรณาธิการ และผู้อ่านเขียนข่าวส่งมาลงพิมพ์ ในส่วนข่าวนี้ 8.54% เป็นข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ รวมทั้งข่าวประชาสัมพันธ์สินค้า

เนื้อหาประเภทสารคดี ประกอบด้วยสารคดีประวัติศาสตร์และประวัติบุคคล สารคดีท่องเที่ยว สารคดีความรู้ วิทยากรใหม่ๆ สถิติ สารคดีชีวิตสัตว์ สารคดีสุขภาพ สารคดีเกี่ยวกับกีฬาและงานอดิเรก และสารคดีสิ่งแวดล้อม ประโยชน์ที่ชัดเจนของเนื้อหาประเภทสารคดีคือให้ความรู้และเสริมประสบการณ์

โดโนสารเสนอเนื้อหาสารคดีมากที่สุด คือ 36.5% เพื่อนำใหม่ มีเนื้อหาสารคดีใกล้เคียงกัน คือ 36.4% ชัยพฤกษ์การ์ตูนมีเนื้อหาประเภทสารคดีน้อยที่สุด คือ 8.7% เฉลี่ย 6 ชื่อฉบับมีสารคดี 24.17%

แผนภูมิเปรียบเทียบปริมาณเนื้อหาประเภท สารคดี ระหว่างนิตยสารสำหรับเด็ก 6 ชื่อฉบับ



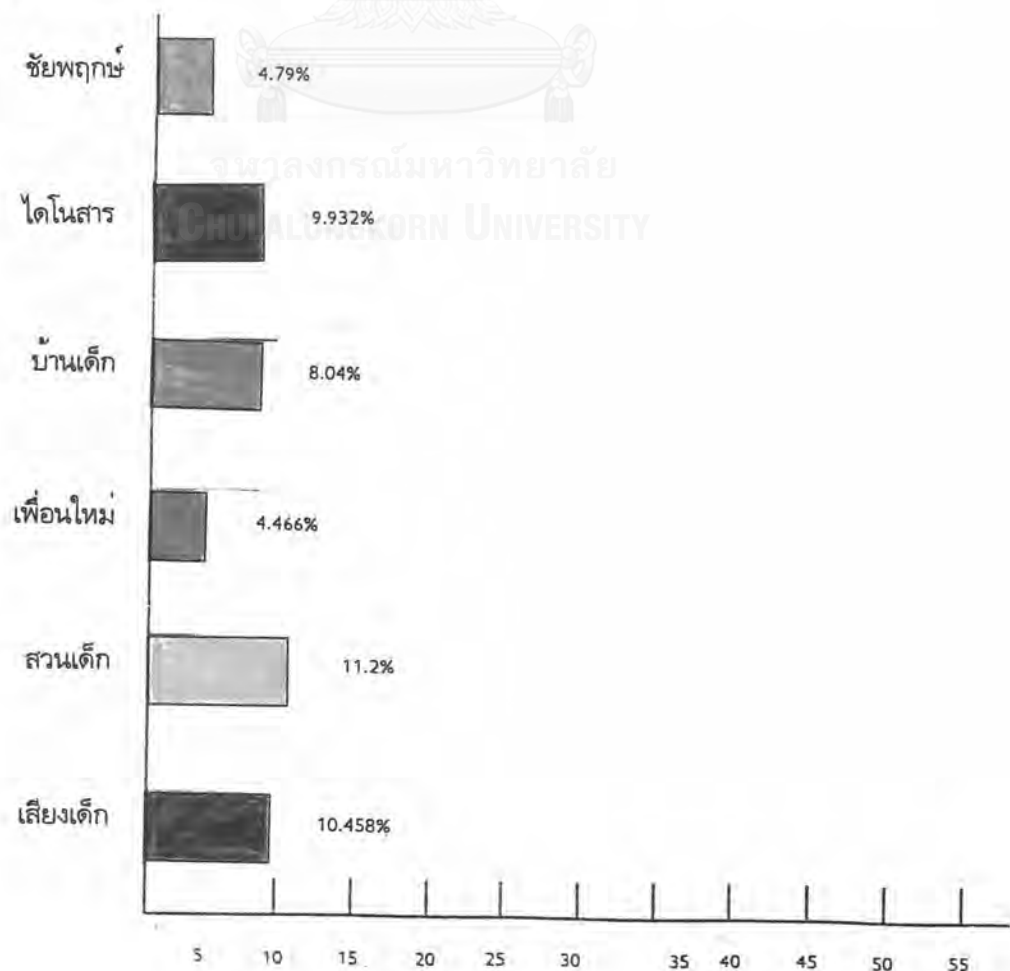
สารคดี ให้ประโยชน์แก่ผู้อ่านในด้านให้ความรู้ ทั้งความรู้รอบตัว และความรู้ เสริมหลักสูตรการศึกษา สารคดีงานอดิเรก กีฬา และท่องเที่ยว ยังช่วยพัฒนาทักษะ การดำรงชีวิตประจำวัน ฝึกให้เด็กช่วยเหลือตัวเอง และอาจค้นพบความสามารถ พิเศษของตนเองจากคอลัมน์งานประดิษฐ์ได้

ไคโรนสาร เสนอเนื้อหาประเภทสารคดีมากที่สุด คือ 36.5% ใกล้เคียงกับ เพื่อนใหม่ 36.4% สารคดีในไคโรนสาร เน้นสารคดีความรู้ และสารคดีชีวิตสัตว์ สำหรับสารคดีในเพื่อนใหม่ เป็นสารคดีความรู้ขนาดยาว และมีสารคดีความรู้เสริม หลักสูตรการศึกษา เช่น สารคดีสอนภาษาไทย สารคดีความรู้วิทยาศาสตร์

เนื้อหาประเภท เกม ประกอบด้วยเกมมีรางวัล และเกมไม่มีรางวัล เนื้อหา ประเภทเกมให้ประโยชน์ด้านพัฒนาทักษะการแก้ปัญหา และพัฒนาความคิดสร้างสรรค์

ปริมาณเนื้อหาประเภท เกมของแต่ละชื่อฉบับใกล้เคียงกันคือเฉลี่ยประมาณ 8% ส่วนเด็ก มีเนื้อหาประเภทเกมมากที่สุด คือ 11.2% รองลงมาคือเสียงเด็ก 10.4%

แผนภูมิเปรียบเทียบปริมาณเนื้อหาประเภท เกม ระหว่างนิตยสารสำหรับเด็ก 6 ชื่อฉบับ



เนื้อหาประเภทเกมในไคโรนสาร มีเกมชิงรางวัล และเกมปริศนาอักษรไขว้และเวทปริศนาต์สเป็นเนื้อที่สำหรับผู้่านสามารถส่งกลอน ภาพวาด มาร่วมสนุกได้ หน้าโฆษณาบางส่วนของไคโรนสาร เสนอเป็นรูปเกม ช่วยดึงความสนใจของเด็กได้ดี ในส่วนนี้ บรรณาธิการและกองบรรณาธิการเป็นผู้เสนอรูปแบบโฆษณาไปยังบริษัทเจ้าของสินค้า

เกมจุกช่ากับขยะบ้า ในนิตยสารบ้านเด็ก เป็นเกมแนวอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้รับการสนับสนุนจากโครงการตาวิเศษ

เพื่อนใหม่มีการประกวดชิงรางวัลที่ใช้ความสามารถทางการเขียน คือ การประกวดบทความ

เนื้อหาประเภทเกมในสวนเด็ก มีทั้งเกมที่ใช้ความรู้ เช่น สนุกกับคำ และ เกมชิงโชค เช่น จับรางวัลแจกแสดมภ์ และเกมระบายสี ซึ่งช่วยให้เด็กได้ใช้ความสามารถทางศิลปะ

เกมในเสียงเด็ก เป็นเกมใช้เขาวน และการสังเกต เช่น พลิกฟ้าด้วยฝ่ามือ เป็นการจับคู่ภาพโฆษณากับสินค้า โดยอาศัยข้อมูลจากหน้าโฆษณาในนิตยสารรางวัลได้รับการอุปถัมภ์จากสินค้าที่ลงโฆษณาในนิตยสาร

เนื้อหาประเภทเกม ำให้ประโยชน์ในด้านเสริมทักษะการแก้ปัญหา และฝึกการคิดเชิงสร้างสรรค์ การสังเกตและจำ รวมทั้งมีแรงจูงใจในการพัฒนาความสามารถทางการเขียน และงานศิลปะ จากการส่งชิงรางวัล

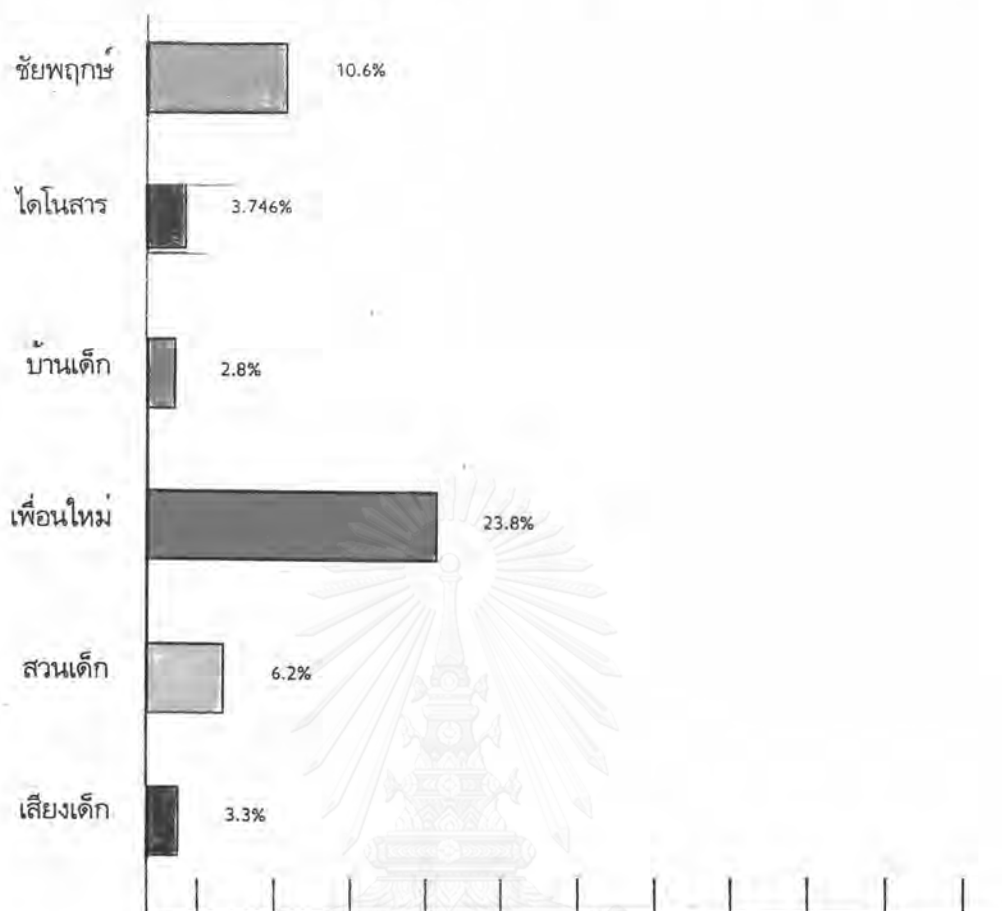
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

เนื้อหาประเภทนิทาน ประกอบด้วย นิทานคติ นิทานประวัติศาสตร์ นิทานบันเทิง เรื่องสั้น เรื่องยาวประจำฉบับ เนื้อหาประเภทนิทาน นอกจากให้ความบันเทิงแล้วยังมีส่วนพัฒนาทักษะการอ่านและการเขียนของผู้่านได้

เพื่อนใหม่มีเนื้อหาประเภทนิทาน เรื่องสั้น เรื่องยาว มากที่สุด คือ 23.8% รองลงมาคือ ชัยพฤกษ์การ์ตูน 10.6% สวนเด็ก 6.2% เฉลี่ยปริมาณเนื้อหาประเภทนิทาน เรื่องสั้น เรื่องยาว ทั้ง 6 ชื่อฉบับ 8.7%

แผนภูมิเปรียบเทียบปริมาณเนื้อหาประเภท นิทาน เรื่องสั้น เรื่องยาว
ระหว่างนิตยสารสำหรับเด็ก 6 ชื่อฉบับ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เนื้อหาประเภทนิทาน เรื่องสั้น เรื่องยาว ในเพื่อนใหม่ ประกอบด้วย
เรื่องแปลยาวลงพิมพ์ติดต่อกัน เรื่องสั้น และเรื่องจากผู้อ่านส่งมา ในคอลัมน์ ก้าว
แรก

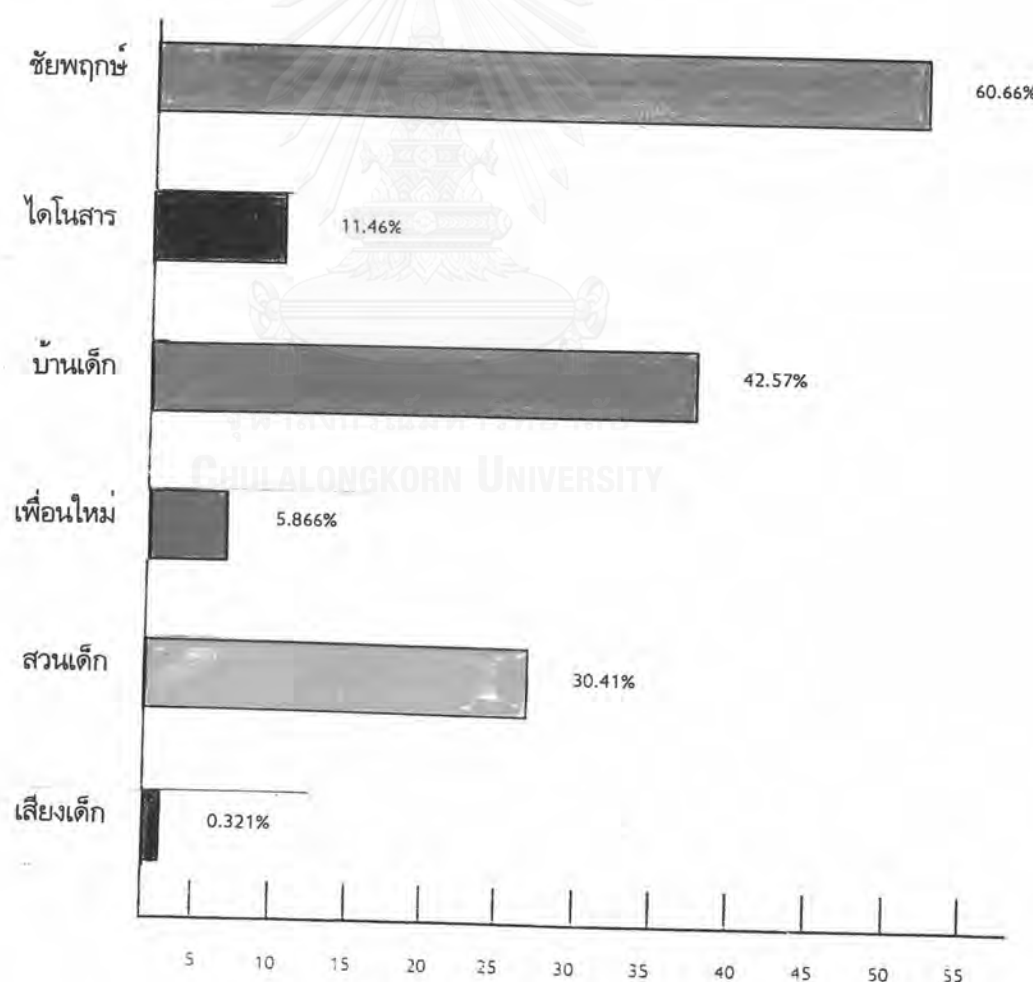
เนื้อหาประเภทนิทานในสวนเด็ก เป็นนิทานบันเทิง และนิทานแนว
วิทยาศาสตร์ลงเป็นประจำทุกฉบับ

เนื้อหาประเภทนิทาน เรื่องสั้น เรื่องยาว ช่วยพัฒนาทักษะการอ่านและการ
เขียน และฝึกนิสัยรักการอ่าน ฝึกการอ่านได้เร็ว ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและ
การทำงานอาชีพ

เนื้อหาประเภท การ์ตูน ประกอบด้วยการ์ตูนให้ความรู้ การ์ตูนบันเทิง การ์ตูน การ์ตูนประวัติศาสตร์และประวัติบุคคล นิยายภาพ เนื้อหาประเภทการ์ตูน ำให้ประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิง การที่ผู้อ่านจะได้รับประโยชน์ด้านใดขึ้นอยู่กับประเภทของการ์ตูนดังที่ระบุไว้

เนื้อหาประเภทการ์ตูน ในชัยพฤกษ์การ์ตูน มีมากที่สุดถึง 60.6% รองลงมาเป็นบ้านเด็ก 42.57% เสี่ยงเด็ก มีการ์ตูนน้อยที่สุด คือ 0.322% เฉลี่ยการ์ตูนทั้ง 6 ชื่อฉบับคิดเป็น 36.4%

แผนภูมิเปรียบเทียบปริมาณเนื้อหาประเภท การ์ตูน ระหว่างนิตยสาร สำหรับเด็ก 6 ชื่อฉบับ



ชัยพฤกษ์การ์ตูน มีเนื้อหาการ์ตูนมากที่สุด ถึง 60.6% เป็นการ์ตูนบันเทิง และนิยายภาพ มีทั้งการ์ตูนช่องเดี่ยวจบ และการ์ตูนเรื่อง

เนื้อหาการ์ตูนในโทรทัศน์ เป็นการ์ตูนบันเทิง การ์ตูนให้ความรู้ และการ์ตูนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตัวการ์ตูนสำคัญคือต๊องต๊อง ซึ่งจะกล่าวถึงในหัวข้อรูปแบบของเนื้อหา

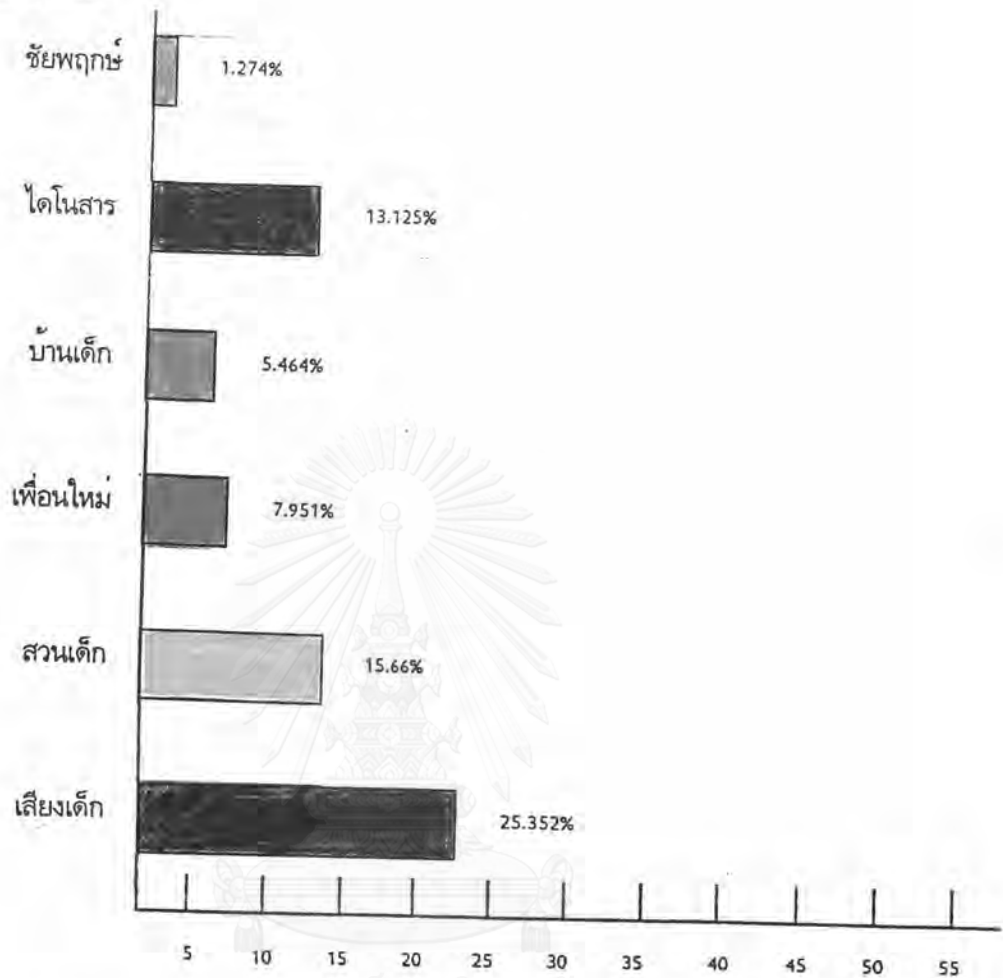
บ้านเด็ก เสนอการ์ตูนประเภทอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่นการ์ตูนเรื่องขบวนการจิตพิทักษ์สิ่งแวดล้อม การ์ตูนบันเทิงและการ์ตูนความรู้ การ์ตูนเรื่องยาวลงพิมพ์ติดต่อกันเรื่อง อะตู่เกาะ เป็นเรื่องที่ได้รับการนิยมนิยามเห็นได้จากจดหมายที่ผู้อ่านส่งมา เรียกร้องให้มีอะตู่เกาะภาค 2 นอกจากนี้ มีนิยายภาพ วิทยุวันรุ่น และการ์ตูนชุดลุมพูน รวมทั้งการ์ตูนสั้นจบในฉบับ เรื่อง บ้านเด็กแพนาลี มีตัวละครเป็นผู้ร่วมงานในกองบรรณาธิการ

สวนเด็ก มีการ์ตูนช่องเดี่ยวจบแทรกในเนื้อหาและการ์ตูนบันเทิงเรื่องยาว ชื่อชุดนักเรียนที่รัก นิยายภาพเรื่องที่น่าสนใจ คือ ชีวิตจำลอง เป็นประวัตินิยายการ์ตูน ตรีเมือง ในรูปแบบนิยายภาพเรื่องยาว

เนื้อหาประเภทโฆษณา นับเป็นส่วนที่หารายได้ให้นิตยสาร โฆษณาในนิตยสารสำหรับเด็ก จะประกอบด้วยสินค้าที่เด็กเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ เช่น ไอศกรีม ขนม ของเล่น และโฆษณาสินค้าที่ผู้ใหญ่เป็นผู้ตัดสินใจซื้อ เช่น พวงจันทน์พอก น้ำดื่ม รวมทั้งโฆษณาประเภทช่วยเหลือสังคมเพื่อสร้างภาพพจน์ให้แก่บริษัท เช่น บริษัทประกันภัย สายการบิน เป็นต้น

เสียงเด็กมีเนื้อที่โฆษณามากที่สุด คือ 25.3% รองลงมาคือสวนเด็ก 15.6% เฉลี่ยเนื้อที่โฆษณาคิดเป็น 11.4%

แผนภูมิเปรียบเทียบปริมาณเนื้อหาประเภท วิชา ระหว่างนิตยสารสำหรับเด็ก 6 ชื่อฉบับ

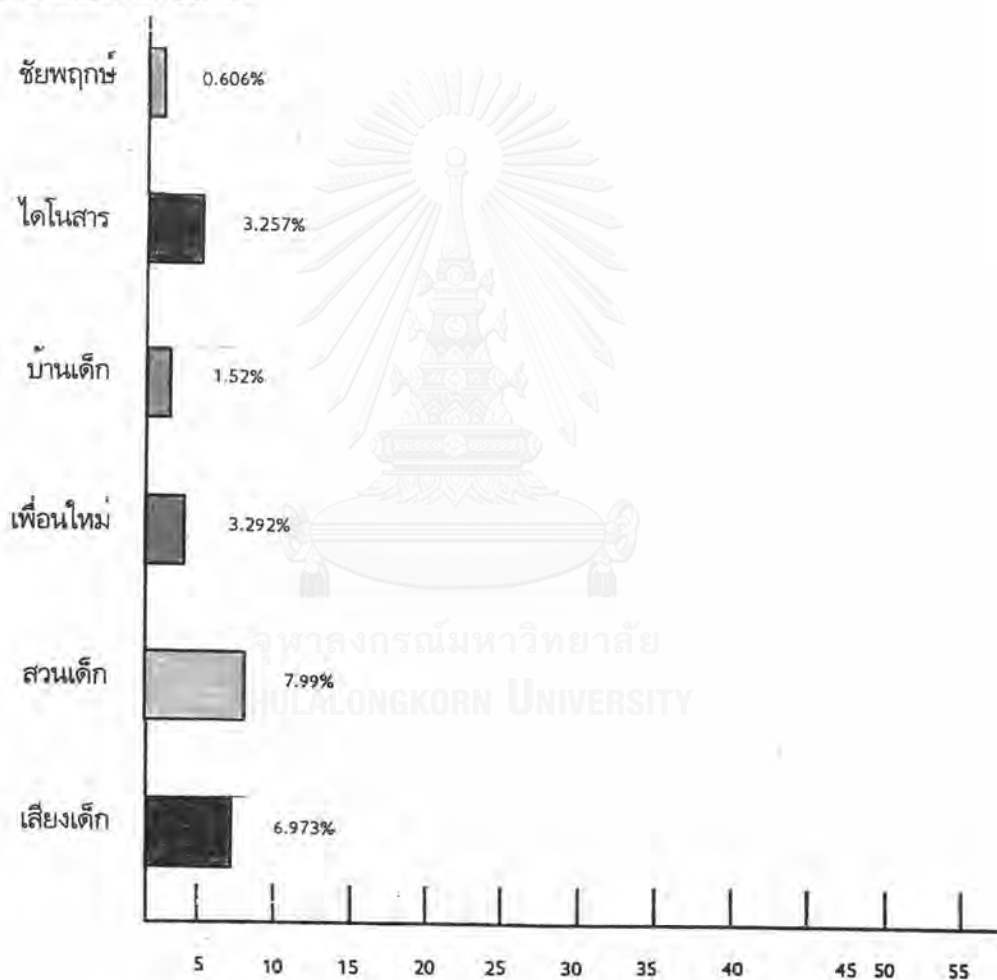


การขายเนื้อหาที่โรยตามนิตยสารสำหรับเด็ก การเทียบอัตราร้อยละ ของเนื้อหาที่โรยตามนิตยสารแต่ละชื่อฉบับ อาจมีสัดส่วนต่างกันอย่างเห็นได้ชัด แต่เมื่อนับเป็นจำนวนหน้าโรยตาม มีเพียงเลี้ยงเด็กฉบับเดียวเท่านั้นที่มีหน้าโรยตามากที่สุด นอกจากนั้นจำนวนหน้าจะไม่ต่างกันมากนัก เช่น เพื่อนใหม่ มีจำนวนร้อยละของหน้าโรยตาม่า เพียง 7.951% เนื่องจากจำนวนหน้าในแต่ละฉบับค่อนข้างสูง คือประมาณ 88 หน้าหรือกว่านั้น ทว่าอัตราเฉลี่ยต่ำ ส่วนชัยพฤษการ์ตูน อาศัยรายได้สนับสนุนจากบริษัทเจ้าของ ซึ่งมีกิจการหลายประเภท รวมทั้งรายได้จากการขาย และต้นทุนการผลิตที่ต่ำ เนื่องจากมีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง ดังนั้นจึงอาศัยโรยตาม่าเพียง 1.274% เท่านั้น

เนื้อหาประเภทสัมภาษณ์ แบ่งได้เป็น บทสัมภาษณ์เด็ก และบทสัมภาษณ์ผู้ใหญ่ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษา กิจกรรม หรือเป็นผู้มีชื่อเสียง หรือเป็นบทสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นปัญหาต่างๆ ผู้อ่านจะได้รับประโยชน์ด้านเสริมประสบการณ์

เพื่อนใหม่ มีเนื้อหาประเภทสัมภาษณ์มากที่สุด คือ 7.9% รองลงมาเป็นเสียงเด็ก 6.9% เฉลี่ยปริมาณเนื้อหาประเภทสัมภาษณ์คิดเป็น 3.9%

แผนภูมิเปรียบเทียบปริมาณเนื้อหาประเภท สัมภาษณ์ ระหว่างนิตยสารสำหรับเด็ก 6 ชื่อฉบับ

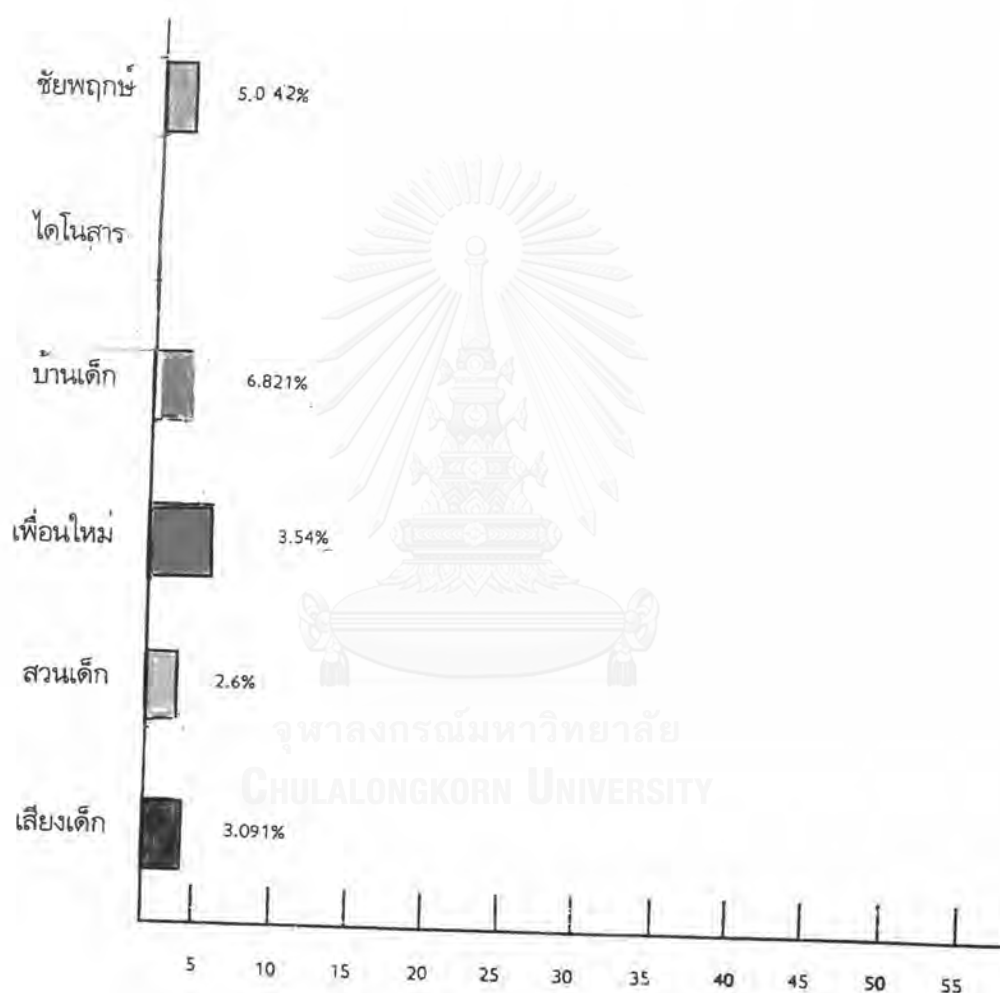


เนื้อหาประเภทสัมภาษณ์ ำให้ประโยชน์แก่ผู้อ่านในด้านการสร้างเสริมประสบการณ์โดยเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่น ำให้ความรู้รอบตัว นอกจากนี้ ยังอาจสร้างต้นแบบที่ดีที่ผู้อ่านได้ การสัมภาษณ์เกี่ยวกับอาชีพ นอกจากจะให้ความรู้รอบตัว ยังอาจเป็นแนวทางหนึ่งในการเลือกแผนการศึกษาและอาชีพที่น่าสนใจในอนาคตได้

เนื้อหาประเภท อื่นๆ ประกอบด้วยคอลัมน์เพลง ขำขัน สุภาพดี คาคม บทกลอน แบบทดสอบบุคลิกภาพ

ไต่จนสารไม่มีคอลัมน์ประเภทนี้ ส่วนข้อฉบับอื่นๆ มีปริมาณเนื้อหาบทกวีใกล้เคียงกัน คือเฉลี่ย 3.5%

แผนภูมิเปรียบเทียบปริมาณเนื้อหาประเภท อื่นๆ



เนื้อหาคอลัมน์เบ็ดเตล็ดเหล่านี้ ให้ประโยชน์แก่ผู้อ่านตามประเภทของคอลัมน์ เช่น การพาเพื่อนทางจดหมาย ให้ความบันเทิงและฝึกการสื่อสารด้วยการเขียน คอลัมน์ทดสอบบุคลิกภาพใน เพื่อนใหม่ ช่วยให้เด็กรู้จักตัวเอง และแก้ไขเปลี่ยนแปลงตัวเองได้จากการทำแบบทดสอบบุคลิกภาพ เป็นต้น

จากการวิเคราะห์เนื้อหา จะเห็นว่า นิเทศสารสำหรับเด็กแต่ละชื่อฉบับ มีเนื้อหาแยกประเภทได้คล้ายกันดังที่กล่าวไว้ตอนต้น

อย่างไรก็ตาม นิเทศสารสำหรับเด็กแต่ละชื่อฉบับ ต่างก็มีจุดเด่นหรือจุดขายที่ต่างกันไป ความแตกต่างนี้มีส่วนช่วยแบ่งส่วนตลาด และช่วยให้ผู้อ่านเลือกชื่อฉบับที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด เช่น เด็กที่ชอบการ์ตูนอาจเลือก ชัยพฤษ์การ์ตูน หรือ สวนเด็ก เด็กที่ชอบอ่านสารคดี อาจเลือก เพื่อนใหม่ เด็กที่ชอบแนวอนุรักษ์ธรรมชาติ อาจเลือก ไคโรนสาร เป็นต้น

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือนิเทศสารมีความแตกต่างกัน และมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือเลือกอ่านของผู้อ่าน เช่น เด็กเล็กวัย 4 - 6 ปี อาจชอบการ์ตูนสีสันสดใส เด็กโต วัย 10 - 12 ปีอาจชอบอ่านสารคดีที่สามารถนำไปประกอบการเรียนตามหลักสูตรในชั้นเรียนได้ เป็นต้น

การเสนอสารให้เด็กสนใจ ต้องอาศัยรูปแบบที่เหมาะสม เช่น การให้ความรู้ในรูปแบบบันเทิง เป็นการ์ตูนเสริมความรู้ การเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ให้เด็กรับและจดจำนั้น จะต้องเลือกรูปแบบให้เด็กสนใจและเลือกอ่านก่อนเป็นขั้นแรกโดยทั่วไป เด็กเล็กจะชอบการ์ตูนลายเส้นง่ายๆ สีสันสดใส เด็กโตในวัย 8 - 12 อาจสนใจรูปภาพประกอบ เป็นต้น การดึงดูดใจให้เด็กสนใจเนื้อหา ช่วยให้เกิดการรับสาร และใช้สื่อเพื่อความพอใจได้ ดังนั้น รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของนิเทศสารสำหรับเด็ก จึงมีผลต่อความนิยมของผู้อ่าน และส่งผลถึงความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ทั้งทางการรับใช้สังคม และวัตถุประสงค์ทางธุรกิจได้

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา จะเลือกเสนอเฉพาะเนื้อหาเด่นของแต่ละชื่อฉบับ โดยแยกตามประเภทของเนื้อหาที่สำคัญได้ 6 ประเภทดังนี้

หน้าปก ปกนิเทศสารสำหรับเด็ก นับเป็นส่วนสำคัญในการดึงดูดผู้ซื้อ ภาพปกที่ต่างกันทั่วไป มี 4 ประเภท คือ ภาพเด็ก ภาพสัตว์ ภาพผู้มีชื่อเสียงหรือดารานัก และภาพการ์ตูน วัสดุที่ใช้ทำปก เป็นกระดาษอาร์ตพิมพ์สีสี่อานมัน

จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการ พบว่า ภาพปกแต่ละประเภท มีผลต่อยอดจำหน่ายต่างกัน ดังแสดงไว้ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงลำดับรูปแบบภาพปกที่มีผลต่อยอดจำหน่าย

ประเภทของภาพ	ร้อยละ	
	ธุรกิจขนาดใหญ่	ธุรกิจขนาดเล็ก
ภาพตารา	30.23	34.78
ภาพเด็ก	20.93	30.43
ภาพการ์ตูน	22.9	17.39
ภาพสัตว์	20.93	17.39

จากตารางที่ 3 แสดงว่า บรรณาธิการในธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็ก คิดว่า ภาพตารา มีผลต่อยอดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาธุรกิจนิตยสารขนาดใหญ่ เห็นว่า ภาพการ์ตูน มีผลเป็นลำดับที่ 2 ส่วนธุรกิจนิตยสารขนาดเล็กเห็นว่าภาพเด็ก มีผลเป็นลำดับ 2

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แม้ว่าภาพปกแต่ละประเภทจะมีผลต่อยอดจำหน่ายต่างกัน แต่บรรณาธิการนิตยสารสำหรับเด็กก็เลือกภาพปกที่สอดคล้องกับแนวทางและนโยบายของนิตยสาร เช่น ไครนสาร ใช้ภาพสัตว์ ตามแนวอนุรักษ์ธรรมชาติช่วยพยุง์การ์ตูนใช้ภาพการ์ตูนเป็นต้น

ภาพปกชัยพฤกษ์การ์ตูน ใช้ภาพการ์ตูน ดังตัวอย่าง



ไดโนเสาร์ เลือกรูปภาพสัตว์ ประกอบการ์ตูนเป็นส่วนใหญ่ ดังตัวอย่าง

นิตยสารเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีสำหรับเด็ก ปีที่ 2 • เดือนพฤศจิกายน 2534 • ฉบับที่ 3

แมกกาซีน

ไดโนเสาร์

โถม่า น้ํากายกรรมแห่งท้องทะเล

ดีกโต เจอดี ทีนวยอร์ค

แก๊งค์ไดโนฯ ลุย! คุกกี้ไก่ ยี่...

18 บาท

บริษัท จิตตรณ จำกัด

ภาพปกบ้านเด็ก ใช้ภาพการ์ตูนเป็นส่วนใหญ่ ดังตัวอย่าง



ภาพปกเพื่อนใหม่ ใช้ภาพเด็กเป็นส่วนใหญ่ ดังตัวอย่าง



นิตยสารการ์ตูนสีที่ส่งเสริมฉบับแรกในประเทศไทย

รางวัล
คณะกรรมการ
พัฒนาหนังสือสำหรับเด็ก
ปี 2555
และรางวัลดีเด่น
ปี 2554



สวนเด็ก

ปีที่ 4 ฉบับที่ 63

ปกัษ์แรก เดือนสิงหาคม 2555
ISSN 0856-1525

พบ

ดวงตา ดวงกะมณี
นิ่มทของ
คุณแม่คนดี...



20.

ภาพกเสียงเด็ก ใช้ภาพเด็กและดาราเด็กเป็นส่วนใหญ่ ดังตัวอย่าง

จัดทำโดยกองบรรณาธิการเด็กร่วมกับครูและผู้ปกครอง

หนังสือพิมพ์

เสียงเด็ก

ปีที่ 7 ฉบับที่ 92 กุมภาพันธ์ 2535

ฉบับพิเศษ
กิจกรรม ๒๕๓๑-๒๕๓๒
พิเศษเด็ก



รางวัลดีเด่นจาก สขช.
ปี 2528-2529
และปี 2531-2532

สวัสดีครับ คุณครู
และน้องๆ

เรื่องของการ
ตอนจบ

เด็กอายุ 11 ขวบ
กลองหนัก 2 กก.
ได้ยังไง

ได้แชมป์จ้าวกรรมา
พิมพ์กับพิมพ์พิมพ์

อย่างที่เห็น

15

รูปแบบการนำเสนอสารคดี มีความแตกต่างกันบ้างระหว่างซ็อลบับ โดยการนำเสนอจะขึ้นอยู่กับความสั้นหรือยาว ของสารคดี เช่น เพื่อนใหม่ มีสารคดีประกอบภาพ เนื้อที่ประมาณ 8 หน้า เป็นเรื่องเด่นประจำฉบับ การจัดหน้าจึงลงภาพประกอบได้เต็มที่ สีเส้นสวยงาม และมีภาพเพิ่มให้เด็กเข้าใจเนื้อหามากยิ่งขึ้น ส่วนเด็ก มีสารคดีสั้นประเภทความรู้รอบตัว รูปแบบการนำเสนอจึงเป็นการแทรกระหว่างหน้าการ์ตูน และมีภาพประกอบเล็กๆ หรือเป็นภาพการ์ตูนประกอบ

การนำเสนอสารคดีในเพื่อนใหม่ เป็นสารคดีขนาดยาว มีภาพประกอบเน้นสีสัน และการจัดหน้าที่ดึงความสนใจ ดังตัวอย่าง



เพื่อนใหม่

ย้อนหลังไปในอดีตอันห่างไกล ม้าเคียงข้างบรรพบุรุษของเรามาตลอด ไม่ว่าจะเป็นอาหารเลี้ยงชีวิต ช่วยงานไร่ ออกศึกสงคราม หรือพาเดินทางสู่จุดหมาย ทุกบรรพตของหน้าประวัติศาสตร์แห่งหยาดเหงื่อและเลือดเนื้อของสัตว์สี่เท้าเพื่อนยามาถึงวันนี้ม้ายังคงเป็นเพื่อนที่ดีของมนุษย์ ร่วมสนุกในเกมส์กีฬาแสนชนิด อย่างนี้แล้วจะไม่อยากรู้จักให้ดีขึ้นหรือ ก็มาศึกษาเรื่องราวของม้าพร้อม ๆ กันดีกว่า

เพื่อนเก่าเพื่อนแก่

มนุษย์ศึกษาดำรงชีพล่าสัตว์ เช่นเดียวกับที่ชาวอินเดียนแดงในทวีปอเมริกาล่าควายป่า วิธิล่าก็จะวิ่งไล่ให้ฝูงสัตว์ลงไปในหล่มลึก หลักฐานที่ปรากฏให้เห็นในปัจจุบันคือโครงกระดูกจำนวนมากที่ขุดขึ้นในหลายประเทศในยุโรปที่มีอายุกว่า ๑๕,๐๐๐ ปี




ย้อนหลังไปเมื่อหลายล้านปีก่อน ทวีปอเมริกาเหนือและสภาพใจเย็นดีซึ่งถือเป็นถิ่นกำเนิดของม้า ไม่ได้ถูกแบ่งแยกด้วยช่องแคบเบริงแฮมในปัจจุบัน ดินแดนขนาดใหญ่และโตมโหฬารต่อกัน ทำให้สัตว์หลายพันธุ์สามารถอาศัยกันไปทั่วทวีปเอเชียได้ บรรพบุรุษของม้ารวมอยู่ในสัตว์กลุ่มนี้ด้วย...

ม้าหายไปจากทวีปอเมริกาเป็นเวลานานก่อนจะกลับมาอีกครั้งในปี พ.ศ.๒๐๑๕ เมื่อชาวสเปนพิชิตทวีปอเมริกาของ สเปนยึดอเมริกา ชาวอินเดียนแดงในทวีปอเมริกาเหนือค้นพบม้าเช่นกัน

หลายพันปีต่อมา มนุษย์พัฒนาจากการล่ามาเป็นกาทเลี้ยง โดยจะจับม้ามาดัดจับ อ่อนแอหรือแม้ม้าที่แข็งแรงก็กลัลดอดมาเลี้ยงไว้ในคอก ม้าจึงกลายเป็นสัตว์เลี้ยงที่นำมาฝึกงานและเป็นเพื่อนเล่นกับเด็ก ๆ ในยามว่าง นับแต่นั้นเรื่องราวของม้าก็ปรากฏและการทำงานร่วมกันระหว่างม้าและคนจึงอุบัติขึ้น...

▼ บรรพบุรุษของม้า



เอลดีปปลู สูง ๔๐ ซม.	เมโลปปลู สูง ๕๐ ซม.	เมวี่ซิปปลู ๔๐ ซม.	โพลโลปปลู ๑๑๕ ซม.	เชฮูลู ๑๔๐ ซม.
ดินหนามี ๕ นิ้ว อายุ ๕๐ ล้านปี	๓ นิ้ว ๓๐ ล้านปี	๓ นิ้ว ๑๕ ล้านปี	กับ ๕ ล้านปี	กับ ๒๕๐,๐๐๐ ปี

รูปแบบสารคดีฯ เกิดขึ้นในสวนเด็ก จัดหน้ารวมกับการ์ตูน มีส่วนทำหน้า
สนใจ เพราะอ่านจบเร็ว เป็นเกร็ดความรู้สั้นๆ มีภาพประกอบ หรือมีภาพการ์ตูน
ประกอบ ดังตัวอย่าง

น้ำร้อนน้ำคืด

เม็ดทรายบนทะเลทรายมาจากไหน
เม็ดทรายในทะเลทรายนั้น มาจาก
ก้อนหินในทะเลทราย เนื่องจากลักษณะ
พิเศษของอุณหภูมิในทะเลทรายที่เปลี่ยน-
แปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ก้อนหินกลายเป็น
เป็นเม็ดทราย ในทะเลทรายกลางวันอา-
กาศร้อนจัดมาก กลางคืนก็หนาวเย็น ดั่ง
นั้น เวลากลางวันก้อนหินจะขยายตัว พอ
ตกกลางคืนจะหดตัว เป็นเช่นนี้อยู่ทุกวัน
จึงเกิดการแตกแยกเป็นชิ้นเล็กชิ้นน้อย
จากใหญ่เป็นเล็ก จากเล็กกลายเป็นเม็ด
ทราย และกลายเป็นดินในที่สุด

สุภาชิต ทำการสิ่งใดถ้ากลัวหมดเปลือง
ยอมไม่ได้ผลสมบูรณ์

ขอสงวนลิขสิทธิ์ในเนื้อหา

สวนเด็ก



เฮ..จอลายเซ็น
จนรอยสิตรับ!



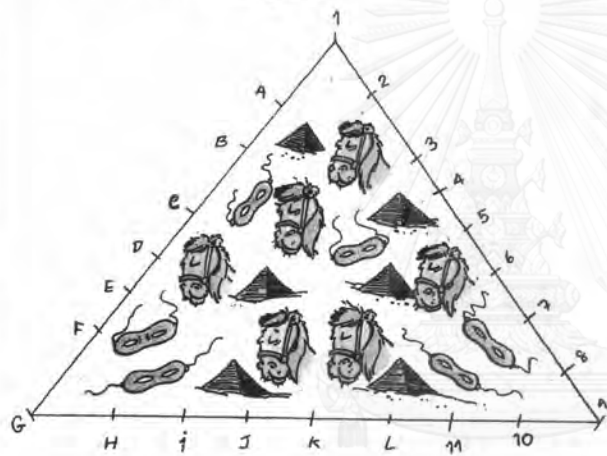
รูปแบบเนื้อหาประเภท เกม มักจะจัดหน้าให้หน้าสนใจ ครอบคลุมเนื้อหาสื่อบรรยาย และมักจะตกแต่งด้วยตัวการ์ตูน เกมที่เสนอ มีทั้งการทายปัญหาซึ่งรางวัล หรือ เกมที่ได้กลิ่นสนุก พวกปริศนาอักษรไขว้ ต่อเติมเสริมภาพ หรือทายภาพต่างๆ หน้า ที่เสนอเกมอาจมีโฆษณาแฝงอยู่ได้ เช่น เป็นผู้อุปถัมภ์ของรางวัล หรือในบางข้อ ฉบับ เสนอเนื้อหาโฆษณาในรูปแบบ

ตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาประเภท เกม จากนิตยสารสวนเด็ก

สวนเด็ก 58

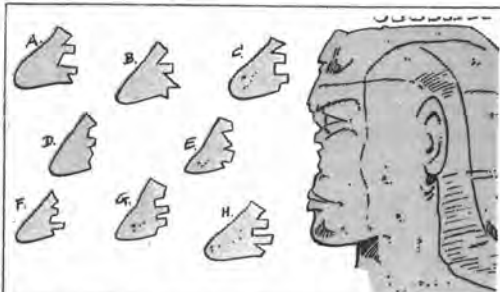


เกม : หูชู..สายไหน?
เจ้าชูหู ขวนหนูเหมียวไปวิ่งเล่นอีกแล้ว "เฮ้ คอยเดี๋ยว" หนูเหมียวบอก เพราะเธอลืมไปแล้วว่าสายจริงเจ้าชูหู ที่ถูก ต้องมันสายไหนกันแน่ เพื่อนๆ ช่วยหนูเหมียวหน่อยละนะ

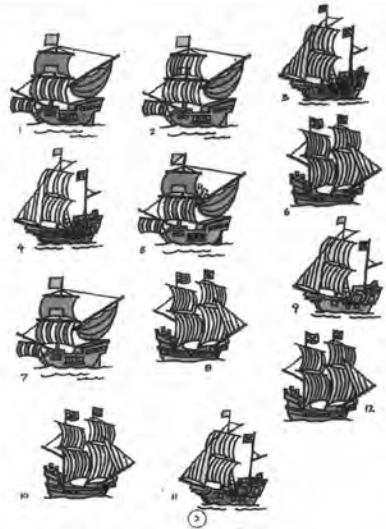


เกม : สี่งมหัศจรรย์มี
สิ่งมหัศจรรย์ทั้ง 3 อย่างที่อยู่ในปิรามิดนี้ แต่ละอย่างมีอยู่ 6 ชิ้น เท่าๆ กัน เพื่อนๆ ลองแบ่งให้เป็นปิรามิดย่อย โดยภายใน ปิรามิดจะต้องมีสิ่งมหัศจรรย์ทั้ง 3 อย่างนี้อยู่ด้วยนะครี (ดัง ตัวอย่าง) เพื่อนๆ ลองเล่นดู ก็จะมีวิธีที่ไม่ยากเลย

เกม : เรือใบที่เหมือนกัน
เรือใบที่เพื่อนๆ เห็นอยู่นี้แต่ละลำก็แตกต่างกันไป แต่มีอยู่ 3 ลำที่เหมือนกันเขียนเลข เพื่อนๆ ลองหาดูนะครี ว่ามันอยู่ในไหนบ้าง



เกม : จมูกหายไปไหน?
โอ๊ย...โอ๊ย...โอ๊ย...โอ๊ย เสียงร้องของรูปปั้นอียิปต์โบราณ ที่ ถูกลมพัดอย่างแรงจนล้มจมูกหักหายไป มังก็เลยรีบอาสาเป็น จมูกให้ใหม่ บั้นไว้หลายอันไม่รู้ว่าจะอันไหนที่นำไปใส่แล้วจึงจะ พอดีกับจมูกที่หายไป เพื่อนๆ ลองทายดูสิครีว่าควรจะเป็นอัน ไหนดี



ตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาประเภท เรื่องสั้น เรื่องยาว จาก
นิตยสารเพื่อนานัม

ตู้เสื้อผ้า

จากเรื่อง : The Lion, The Witch and the Wardrobe ซี.เอส. ลิวล : เจ็บบ สุกธี โสกา; แปล
ตอนที่ ๔ ขนนหน้าดาลกวน



"ก็เจ้าเป็นท้าวอะไรล่ะ เป็นคนแคะระตัวโตเกินขนาด แล้วคิดเถวาทังไซ้ไหม" ราชนีนถามอีก
"ไม่ใช่พระเจ้าค่ะ ข้าพระพุทธเจ้าเป็นเด็ก ไม่เคยไว้เกล้าเลย" เอ็ดมุนด์ตอบ
"เป็นเด็กก็ หมายความว่า เป็นลูกชายของอหิมละซี" ทาจะนางถาม
เอ็ดมุนด์บีบหนึ่งเจ็บ ตอนนั้นเขางงจนไม่เข้าใจว่าคำถามนั้นหมายความว่าถึงอะไร
"จะเป็นอะไรก็ช่าง เจ้าเป็นคนโง่ คอบมาเดี่ยวนี่ละ ไม่จึ้นจึ้นจะหมดความอดทน เจ้าเป็นมนุษย์ไซ้ไหม"

พระนางถาม

"ใช่พระเจ้าค่ะ" เอ็ดมุนด์ทูลตอบ

"แล้วเจ้าบุกเข้ามาในอาณาจักรของข้าได้ยังไง"

"ได้โปรดเถอะพระเจ้าค่ะ ข้าพระพุทธเจ้าเข้ามาทางตู้เสื้อผ้า"

"ตู้เสื้อผ้ารี หมายความว่ายังไง"

ตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาประเภท นิทาน านนิตยสารสวนเด็ก

ฉบับที่ 46

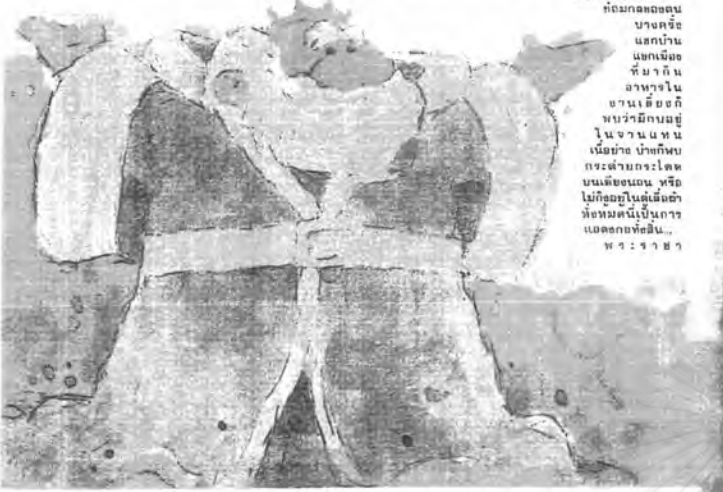
ฉบับที่ 47

ก่อนนอนสามารถแสดงอาการได้สารพัด มีวิธีคนละคนกัน โดยเฉพาะสามคนก็แตกต่างกัน แต่ต่างก็นอนกรน 49 คน: มากเกินไปหรือไม่? เรื่องนี้เกิดขึ้นที่อินเดียและไต้หวัน เป็นสถานที่ซึ่งสองพระราชพิธีที่ประหลาดหนึ่ง

ตลอดพระศอกเล็ก ๆ มีนักเล่นกลประจําชาวฮินดูคนหนึ่งตั้งเต๊องข้างมาก พระราชาโปรดให้คนสองคนไปดูทุก ๆ วัน ต่อมาก็จํานวนพระศอกที่ 7 ของนักเล่นกลผู้นี้ด้วย และอีก 7 วันเป็นนักเล่นกลที่องคต นามก็ทรงตั้งรักษา

แต่แม้ว่าพระราชาได้ทำการแสดงไม่ว่ากี่ครั้ง พระศอกก็ยังมีจำนวนคนมาชมมาก

พระศอกที่องคตนั้นคนแรกชามีชื่อคนมาชม 1 คน: 6 วันต่อมาความว่า พระศอกที่มีนักเล่นกลคือ 49 คน ทุกคนนอนกรนทุกคืนก็ชอบและคิดจะปลุกปลุกกัน ทำให้พระราชพิธีองคตว่างเปล่าจนเกิดโรคระบาด และคิดล่องจําที่หัก โธษานาร ก็นับถือกันมากขึ้น เพราะได้มีบุญกับนักเล่นกลที่นอนกรนด้วยพระศอก



ไม่ได้พักผ่อน เพราะเวลาในปราสาทราชวังเต็มไปด้วยนักเล่นกล ทำสิ่งผิด ๆ กับมัจฉา

บางครั้งที่แขกบ้านแขกเมือง ที่มาชื่นชมพระศอกในสวนราชวัง

จนว่าถึงกับอยู่ในจวน 6 วัน

เมื่อข่าวนี้ถึงกับพระเจ้าแผ่นดิน

ทรงตำหนิโทษหนักถึงสองเท่า

แต่ถึงอย่างนั้นก็ยังห้ามไม่ได้

ทั้งหมดนี้เป็นภาพแสดงที่อินเดีย

พ.ศ. 2523

หมอนไม้พวงแล้ว เพราะคิดไม่มีความสะดวกเลย แม้แต่จะหลับก็หลับไม่ได้ พระองค์ประกาศออกมาว่า "จะมีการประกาศเล่นกล ผู้ที่เล่นเก่งที่สุด แสดงความดีศรัทธาที่ดีที่สุด จะได้นั่งบนบัลลังก์ประจําชาวฮินดูคนถัดผู้เดียว"

เกิดความเกือยใหญ่ในวัง บรรดานักเล่นกลก็เขม่นหน้ากันแล้ว บ้างก็เสียดายที่บ้ําของตนแสดงออกมาจากของเล่นกลของตน หายตัว กอพระทัยเขาจะได้ ตลอดทั้งคืนในพระราชวังในพระราชวังไม่ได้หลับเลย และเตรียมตัวกว่าจะเข้านอน

แต่แล้วการประกาศก็เริ่มขึ้นที่ราชวัง วันรุ่งขึ้น วันรุ่งขึ้น ผู้แสดงซื่อสัตย์ในบัลลังก์ทั้งหมด ต่างใช้ความสามรถเต็มที่ให้ของของตนเหนือกว่าคนอื่น ๆ แต่พระราชพิธีไม่ทันไรก็ถูกรบกวนด้วย

เจ้าหญิงผู้ดี ก็ถึงคนที่ 49 คนต่อท้าย

เจ้าชายผู้ดีไปเป็นบ่าวตัวช่วยมีที่ว่างเปล่า ไม่มีเงิน กระดาษ หมวก ผ้าเท้า หรืออุปกรณ์ใด ๆ เลย

เขาจึงมีอาพาหพระราชา

เจ้าชายว่า "พระราชอาชญาเจ้า ท่านโดยการแสดงมัจฉาธรรมยามไม่ได้นอน วันนี้น้ำใจเจ้าเล่นกลออกมาแล้วเวลาให้ตัวไม่ออกมาเป็นนารี นาทีกลายเป็นนารี" แล้วเจ้าให้เวลาหาไปให้สุด ก็ออกมาเป็นนารี

พระราชอาชญาบอก เวลาหาไปคือช่างใจ มีนารีมาขายตัวหรือซ่อนไว้ในห้อง หรือใช้ดาบแทงไปโดยใจ เวลาถึงจำเนียรไปไม่หยุดยั้ง แต่พระศอกก็ยังมีอยู่ตามปกติ แล้วเจ้าให้เงินสามพัน

เงินไปไม่กี่วันก็หมดแล้วก็มาบอกเขา ทำให้พระราชอาชญาโกรธมาก เพราะเจ้าให้เงินไปสามพัน

นักเล่นกลคนที่ 49 บอกให้พระราชอาชญาไปไม่เล่นอีกต่อไป ในที่สุดเจ้าก็ได้นั้น

เมื่อปัดอาชญาโธษิน นักเล่นกลสองพระองค์ก็หัวเราะก๊ากก๊ากกันไปไม่ ค่อยทันกับเจ้าเมื่อสายเข้าโยธยาน

ทั้งสองเลยยกมือจําเอื้อมตัวกันขึ้นในตำบารพด้วย พระราชาสนุกสนานมากกับชีวิตเช่นนี้ เพราะพระองค์ไม่

เคยบ่นเพราะเขาแสดงนำเสนองาน เมื่อตอนที่มาเด็กเรียน

พระราชาใช้เวลาทั้งวันในการเล่นกล ตกค่ำก็อดนอนจนตื่นขึ้นก็เช้า นานหลายวันมานี้

ให้หัวไม่ขยับเป็นนารี นาทีกลายเป็นนารี

เขาก็ให้เวลาหาไปให้

"หนูนี่เจ้าจะมาที่นี่อีก เจ้าดีพอหา

มานะ" พระศอกบอกนักเล่นกลคนที่ 49

(ที่จริงขณะนั้นเจ้าเป็นนักเล่นกลที่ยิ่ง

คนเดียวที่พระราชอาชญาไม่เจอ)



ตามกับข้อ ก็เวลานั้นเป็น

ชีวิตรับอากาศ

เล่นกลได้ทำ

น พ : 1

ทุกสัปดาห์จากดาวอเมริกา

ทุกสัปดาห์จากดาวอเมริกา... (Text continues with details about the magazine's content and subscription information.)

ชีวิตคนเมือง

ชีวิตคนเมือง... (Text continues with a narrative or commentary on city life.)

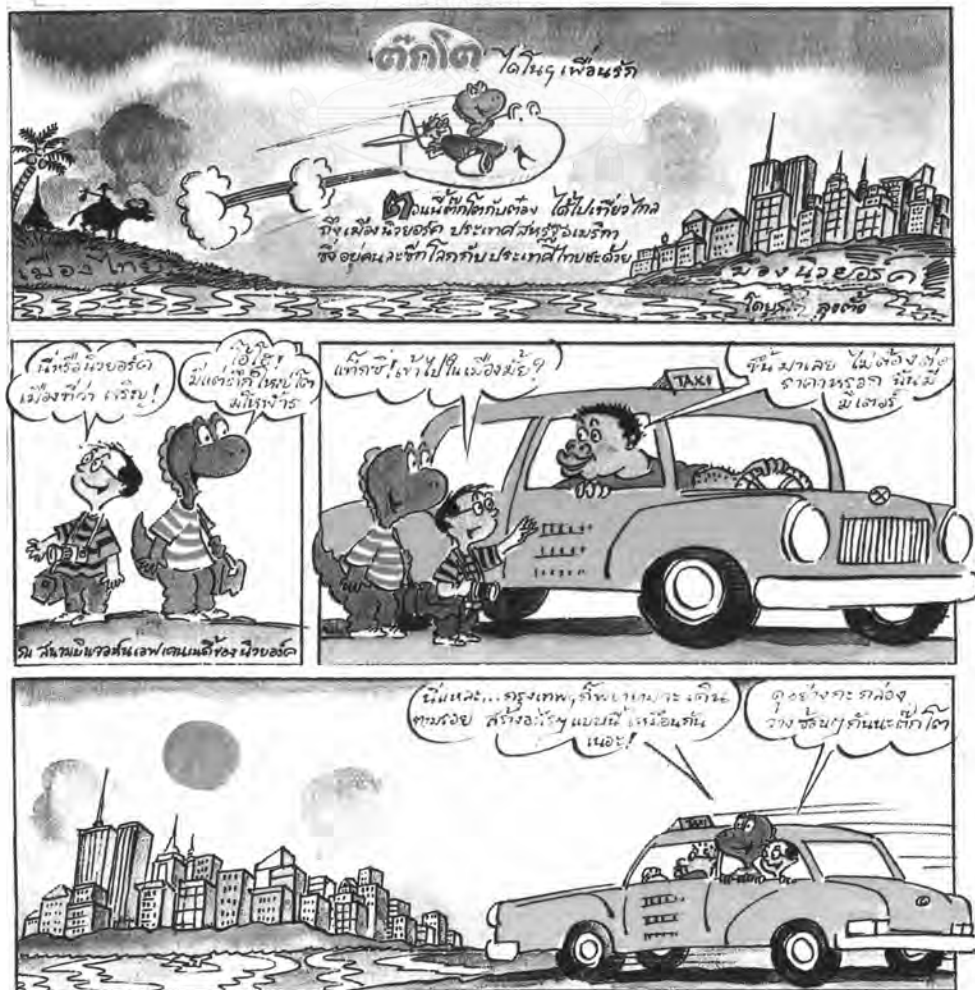


รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาประเภทการ์ตูน ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการ์ตูน เช่น เพื่อให้ความรู้ หรือความบันเทิง รวมทั้งการ์ตูนประเภทนิยายภาพ ซึ่งใช้ลายเส้นภาพเหมือนเป็นส่วนใหญ่ รูปแบบการ์ตูน ขึ้นอยู่กับนักวาดการ์ตูนประจำชื่อฉบับ ซึ่งจะมีรูปแบบเฉพาะของตนเอง

รูปแบบการ์ตูนของแต่ละชื่อฉบับ นับเป็นจุดขายจุดหนึ่ง คือมีตัวการ์ตูนประจำที่มีบุคลิกเฉพาะตัว และผู้อ่านจะติดตามเป็นประจำ ซึ่งแยกเป็นชื่อฉบับได้ดังนี้

ไครนसार มีการ์ตูนชื่อ ตีกริต ซึ่งนิตยสารไครนसारได้ริเริ่มจดทะเบียนลิขสิทธิ์การ์ตูนตีกริตและเพื่อนไครนसारอย่างการ์ตูนต่างประเทศ โดยใช้ไครนसारเป็นการ์ตูนประจำนิตยสาร ตีกริต เป็นไครนसारใจดี เนื่องจากบรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องการลบภาพไครนसारใจร้ายในอดีต รวมทั้งต้องการให้มีตัวการ์ตูนที่เหมือนมีชีวิตจริงๆ เป็นเพื่อนของเด็กได้ ตีกริต เป็นไครนसारพันธุ์กินพืช เคยมีอยู่เมื่อ 145 ล้านปีมาแล้วในยุคจูเรอิกซึ่งขยับมาอยู่ในยุคปัจจุบัน จึงเหมาะเป็นตัวการ์ตูนสำหรับเด็ก ต่อมา การ์ตูนตีกริต มีผลิตภัณฑ์เสริม คือตุ๊กตาไครนसार เสื้อ และสติ๊กเกอร์

ตัวอย่างการ์ตูนประจำนิตยสารไครนसार "ตีกริต"



ชัยพฤกษ์การ์ตูน มีตัวการ์ตูนประจำ คือน้องนุ่น หนูอึ้ง ทาร์ซาน โดยตัวละครเหล่านี้เมื่อขาดไปบางฉบับ ก็จะมีจดหมายจากผู้อ่านเรียกร้องให้ลงพิมพ์ ตามจดหมายในหน้าบรรณาธิการตอบจดหมาย หรือชื่อคอลัมน์ว่า ถามพิศาว ตัวการ์ตูนทาร์ซาน และเจ้าจุ่น ตัวละคร 2 ตัวนี้เกิดขึ้นเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นการแทรกการสอน โดยไม่ให้เห็นรู้ตัว¹

ตัวอย่างการ์ตูน น้องนุ่น หนูอึ้ง และทาร์ซาน



งั้นบอกพี่อัสตาร์ คิวริงบาคิวริงจั
ภลล้าอย่างงี!



อ้อได้!

¹ฉาววัต, "องศาชีวิต" ผู้หญิง 202 (มกราคม 2534): 160 - 161

บ้านเด็ก มีตัวการ์ตูนเด่น คืออะตุ๊กะ เป็นมนุษย์หินที่เดินทางผ่านกาลเวลา
 านพมดอร์ มาอยู่ในยุคอนาคต เป็นการ์ตูนประจำ
 ตัวอย่างการ์ตูน อะตุ๊กะ



เรื่อง...ภาพ เอ๊ะ

อะตุ๊กะ

ตอน ย้อนอดีต



ตัวอย่างการ์ตูน อะตู่กะ



สวนเด็ก มีตัวการ์ตูนประจำ ชื่อ มังกี้ มาจากมังกรและไดโนเสาร์
 มังกี้ มีคอลัมน์ของตัวเอง คือ มังกี้เกม และมังกี้ทัวร์ อยู่ในการ์ตูนช่อง
 เดียวจบ และการ์ตูนเรื่อง มีผลิตภัณฑ์ของแถมที่ใช้การ์ตูนมังกี้ประกอบหลายชนิด
 เช่น สมุดบันทึก และเกม

ตัวอย่างการ์ตูน มังกี้ ประจําอาทิตย์สวนเด็ก



ส่วนที่ 2 ราคา

เนื่องจากเด็กทั่วไปมีกำลังซื้อน้อยกว่าผู้ใหญ่ และบางครั้งการตัดสินใจซื้อยังต้องได้รับอนุญาตจากผู้ปกครอง ดังนั้น การตั้งราคารานิตยสารสำหรับเด็กในตลาด จึงใกล้เคียงกัน ดังนั้น ราคาไม่ได้เป็นส่วนสำคัญในการแข่งขันด้านหารายได้เท่าไรนัก ผู้ผลิตจะอาศัยรายได้จากแหล่งอื่นเสริมเพื่อให้คุ้มทุน เช่น รายได้จากการโฆษณา ทุนจากบริษัทเจ้าของ ทุนสนับสนุนจากองค์กรบริษัทเอกชน เป็นต้น

เพื่อนใหม่ จำหน่ายราคาสูงที่สุด และมีการปรับราคาจาก 24 บาทเป็น 30 บาท รายเดือน เพราะต้องการรักษาระดับคุณภาพของนิตยสาร และเป็นนิตยสารรายเดือนที่มีความหนาแน่นกว่าฉบับอื่นๆ คือหนาประมาณ 88 หน้า ชื่อฉบับอื่นๆ ตั้งราคาที่ประมาณ 20 บาท ส่วน ชัยพฤกษ์การ์ตูน ใช้นโยบายตั้งราคาที่ 12 บาท โดยใช้กระดาษปรู๊ฟพิมพ์ และมีโรงพิมพ์ของตนเอง รวมทั้งบริษัทเจ้าของสนับสนุนจึงสามารถขายราคาต่ำได้

การตั้งราคารานิตยสารสำหรับเด็ก จัดลำดับจากมากไปหาน้อย

<u>เพื่อนใหม่</u>	30 บาท
<u>บ้านเด็ก</u>	20 บาท
<u>สวนเด็ก</u>	20 บาท
<u>เสียงเด็ก</u>	20 บาท
<u>ไครนसार</u>	18 บาท
<u>ชัยพฤกษ์การ์ตูน</u>	12 บาท

ส่วนที่ 3 การจัดหาหน่ยนิตยสารสำหรับเด็ก

การอภิปรายผลการวิจัยในหัวข้อการจัดหาหน่ยนิตยสารสำหรับเด็กประกอบด้วยช่องทางและการจำหน่าย และวิธีการจัดจำหน่าย

ช่องทางในการจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็ก โดยทั่วไปมี 3 วิธี คือ

1. การจำหน่ายผ่านแผงจำหน่ายหนังสือ
2. การจำหน่ายในโรงเรียน
3. การใช้ระบบสมาชิก

วิธีการจัดจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็ก ที่ใช้ในตลาดนิตยสารปัจจุบัน มี 2 วิธีคือ

1. การจัดจำหน่ายเองโดยผู้ผลิต
2. การจัดจำหน่ายโดยใช้สายส่ง

ช่องทางในการจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็ก

การจำหน่ายผ่านแผงจำหน่ายหนังสือ

การจำหน่ายผ่านแผงจำหน่ายหนังสือ มีข้อดีดังนี้ คือ

1. ช่วยให้ผู้อ่านที่ไม่เคยอ่าน ได้ทดลองอ่านนิตยสารก่อนสมัครสมาชิก
2. ผู้อ่านที่ไม่มีกำลังซื้อมากพอจะสมัครสมาชิก สามารถซื้อครั้งละฉบับได้
3. ผู้อ่านสามารถเลือกซื้อเฉพาะฉบับที่พอใจได้
4. บริเวณที่การส่งไปรษณีย์มีปัญหา ผู้อ่านยังสามารถหาซื้อได้โดยไม่ต้องสมัครสมาชิก

สมาชิก

การจำหน่ายผ่านแผงจำหน่ายหนังสือ มีข้อเสีย ดังนี้ คือ

1. แผงจำหน่ายหนังสือเลือกรับนิตยสารจากสายส่งเป็นส่วนใหญ่ นิตยสารที่จัดจำหน่ายเองอาจไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร
2. การจัดวางเป็นไปตามที่เจ้าของแผงเห็นสมควร นิตยสารบางฉบับจึงอาจวางไม่เด่นชัด ไม่น่าสนใจ หรือผู้อ่านไม่สังเกตเห็น
3. แผงจำหน่ายหนังสือไม่ให้ความสนใจนิตยสารสำหรับเด็กเท่าที่ควร เนื่องจากตลาดเล็ก

จะเห็นได้ว่า แผลงหนังสือ นับเป็นช่องทางสำคัญในการจำหน่ายนิตยสารไปถึงผู้อ่าน โดยเฉพาะผู้อ่านใหม่ ๆ และผู้ที่เลือกอ่านเฉพาะเล่ม ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แผลงหนังสือจำนวน 20 แผลง เพื่อศึกษาสภาพการจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็ก พฤติกรรมผู้บริโภค และปัญหาที่พบในการจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็ก

จากการสัมภาษณ์แผลงจำหน่ายหนังสือ จำนวน 20 แผลงในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็กผ่านแผลงหนังสือได้ดังนี้

ความนิยมและยอดจำหน่าย

นิตยสารสำหรับเด็กที่จัดจำหน่ายโดยวิธีวางแผลง - นับเฉพาะชื่อฉบับที่ศึกษาพบว่า แผลงหนังสือนิยมบอกรับ ชัยพฤกษ์การ์ตูน และ สวนเด็ก มากที่สุด คิดเป็น 84.21% รองลงมาเป็น ไคโรนสาร เสียงเด็ก และ เพื่อนใหม่ ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงความนิยมบอกรับนิตยสารของแผลงจำหน่ายหนังสือ

ชื่อนิตยสาร	จำนวนแผลงที่บอกรับ	ร้อยละ
<u>ชัยพฤกษ์การ์ตูน</u>	16	84.21
<u>สวนเด็ก</u>	16	84.21
<u>ไคโรนสาร</u>	15	78.94
<u>เสียงเด็ก</u>	14	73.68
<u>เพื่อนใหม่</u>	4	21.05

ความนิยมนิตยสารสำหรับเด็ก แต่ชื่อฉบับที่จัดจำหน่ายโดยวิธีการวางแผลง หมายถึงจำนวนแผลงที่บอกรับ คิดเป็นร้อยละของจำนวนแผลงทั้งหมดที่สัมภาษณ์ ชัยพฤกษ์การ์ตูน ได้รับความนิยมเป็นลำดับที่ 1 คิดเป็น 68.75% รองลงมาเป็น สวนเด็ก เสียงเด็ก ไคโรนสาร และ เพื่อนใหม่

ตารางที่ 5 แสดงลำดับของยอดจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็กที่จำหน่ายผ่านทางแผงจำหน่ายหนังสือ

ชื่อนิตยสาร	ลำดับของยอดขาย			
	1	2	3	4
<u>เพื่อนใหม่</u>		75%	25%	
<u>ชัยพฤกษ์การ์ตูน</u>	68.75%	25%		6.25%
<u>สวนเด็ก</u>	53.33%	33.33%	6.66%	6.66%
<u>เสียงเด็ก</u>	46.15%	30.76%	23.09%	
<u>ไคโรนสาร</u>	6.66%	33.33%	53.33%	6.67%

หมายเหตุ:

เนื่องจากผู้จำหน่ายไม่ได้รับนิตยสารทุกชื่อฉบับ ลำดับของยอดขายในตารางจึงคิดเฉพาะแผงที่รับไปจำหน่ายโดยคิดหน่วยเป็นร้อยละ เช่น แผงที่รับเพื่อนใหม่ไปจำหน่ายทั้งหมดคิดเป็น 100% จาก 100% นั้น 75% จำหน่ายได้เป็นลำดับที่ 2 ของนิตยสารทั้งหมดที่วางแผง อีก 25% จำหน่ายได้เป็นลำดับที่ 3 เป็นต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สาเหตุที่แผงหนังสือเลือกรับนิตยสารแต่ละชื่อฉบับมาจำหน่ายที่สำคัญที่สุด คือ สายส่งแนะนำหรือส่งมาให้ คิดเป็น 94.73% รองลงมาคือ ผู้อ่านนิยม 89.74% นอกจากนี้ รับเพราะเห็นว่ามิประโยชน์ต่อเด็ก และให้ส่วนแบ่งจากการจำหน่ายเป็นเหตุผลรองลงมา

ตารางที่ 6 แสดงร้อยละของเหตุผลที่แผงหนังสือรับนิตยสารสำหรับเด็กมาจากหน้า

เหตุผล	ร้อยละ
สายส่งแนะนำหรือส่งให้	94.73
ผู้อ่านนิยม	89.47
เห็นว่า เป็นนิตยสารที่ดี มีประโยชน์ต่อเด็ก	52.6
เงื่อนไขการจำหน่าย ส่วนแบ่งจากการจำหน่าย	36.84

สาเหตุที่ไม่รับนิตยสารแต่ละชื่อฉบับ 57.89% เพราะสายส่งไม่ส่งให้ และนิตยสารไม่ได้รับความนิยม เหตุผลอื่น ๆ คือไม่ทราบว่า มีนิตยสารนี้ ไม่สนใจขายนิตยสารสำหรับเด็กและเงื่อนไขการจำหน่ายไม่เป็นที่น่าพอใจ

ตารางที่ 7 แสดงร้อยละของเหตุผลที่แผงหนังสือไม่รับนิตยสารสำหรับเด็กมาจากหน้า

เหตุผล	ร้อยละ
สายส่งไม่ส่งให้	57.89
ผู้อ่านไม่นิยม	57.89
ไม่ทราบว่า มีนิตยสารนี้	21.05
ไม่สนใจขายนิตยสารสำหรับเด็ก	10.52
เงื่อนไขการจำหน่ายไม่น่าพอใจ	10.52

นิตยสารสำหรับเด็กส่วนใหญ่ส่งไปยังแผงหนังสือโดยสายส่ง โดยปกติผู้จำหน่ายได้รับส่วนแบ่ง 15% ของราคาจำหน่าย

จากตารางที่ 6 และตารางที่ 7 จะเห็นว่าสายส่งมีอิทธิพลต่อการวางแผงจำหน่าย แผงจำหน่ายหนังสือรับนิตยสารสำหรับเด็กเพราะสายส่งแนะนำถึง 94% นิตยสารในธุรกิจนิตยสารขนาดใหญ่ ของกลุ่มบริษัทที่มีสายส่งของตัวเองหรือมีอำนาจต่อรองสูง จึงได้เปรียบในการวางแผงจำหน่ายตามแผงจำหน่ายหนังสือ

พฤติกรรมการซื้อ

ปัจจัยที่ทำให้เด็กซื้อนิตยสารแต่ละฉบับตามความคิดเห็นของผู้จำหน่ายภาพกมี ส่วนที่สุดถึง 63.15% รูปแบบนิตยสาร เช่น การ์ตูนสวย และเนื้อหา สำคัญเท่ากัน 52.63% นอกจากนั้น คือ ราคา ของแถมและการชิงโชค

ตารางที่ 8 แสดงร้อยละของปัจจัยที่ทำให้เด็กซื้อนิตยสารแต่ละฉบับ

สาเหตุ	ร้อยละ
ภาพก	63.15
รูปแบบนิตยสาร	52.63
เนื้อหา	52.63
ราคา	31.57
ของแถมและการชิงโชค	26.31

การเพิ่มยอดรับนิตยสารสำหรับเด็ก แพงที่เคยเพิ่ม คิดเป็น 47.36% ของแผงหนังสือกลุ่มตัวอย่าง สาเหตุของการเพิ่มยอด 88.88% เพิ่มเพราะมีการ แจกแถมในฉบับ 33.33% เพราะนิตยสารได้รับความนิยมสูง รองลงมาเป็นเหตุผล จากภาพก และเพราะมีการชิงโชค

ตารางที่ 9 แสดงสาเหตุการเพิ่มยอดรับนิตยสารสำหรับเด็ก

สาเหตุการเพิ่มยอด	ร้อยละ
การแจกแถม	88.88
ได้รับความนิยมน	33.33
ภาพปก	22.22
ชิงโชค	11.11

จากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายหนังสือ พบว่า ผู้ปกครองไม่มีส่วนมากนักในการตัดสินใจซื้อที่แพง แต่จะมีส่วนห้ามอ่านนิตยสารที่เห็นว่าไม่เกี่ยวกับการเรียน หรือมีเนื้อหาไม่เหมาะสมสำหรับเด็ก มีเพียงบางรายที่สนับสนุนให้อ่านนิตยสารสำหรับเด็กแทนการ์ตูน ดังจะเห็นได้จากคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

"ผู้ปกครองไม่สนับสนุน ไม่รู้คุณค่า"

"ผู้ปกครองไม่ค่อยสนับสนุนให้ซื้อ"

"เด็กเลือกเอง" นางสาวกรรณิมา มหาวิทยาลัย

"มีส่วนในการซื้อน้อย ส่วนใหญ่ผู้ปกครองจะซื้อพวกขายหัวเราะ ผู้ใหญ่อ่านด้วยเด็กอ่านด้วย"

"...ถ้ามีวิธี...นิดหน่อย ผู้ปกครองจะห้าม"

"มี เพราะบางครั้งผู้ปกครองไม่สนับสนุนให้ซื้อนิตยสาร เพราะคิดว่าไร้สาระ"

"มี มักจะชักจูงให้เด็กอ่านนิตยสารที่เห็นว่าดี แทนการอ่านการ์ตูน"

ตารางที่ 10 แสดงความเกี่ยวข้องของผู้ปกครองในการตัดสินใจซื้อ

ความเกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อ	ร้อยละ
ไม่มีส่วนตัดสินใจ	42.10
มีส่วนช่วยแต่เด็กตัดสินใจ	26.31
ไม่สนับสนุนให้ซื้อ	15.78
มีส่วนแต่ไม่ระบุว่าสนับสนุนหรือห้าม	15.78

พฤติกรรมการซื้อขายระหว่างหญิงและชาย เด็กหญิงจะซื้อมากกว่าเด็กชาย เด็กชายนิยมซื้อการ์ตูนประเภทต่อสู้ และใช้เวลาว่างทางอื่นมากกว่าอ่านหนังสือ ในระยะเวลาที่ประกอบกิจการ ผู้จำหน่ายเห็นว่าพฤติกรรมซื้อของเด็กเปลี่ยนไป คือหันไปสนใจการ์ตูนญี่ปุ่นและไม่ค่อยอ่านหนังสือ เนื่องจากมีกิจกรรมอื่น เด็กที่อ่านหนังสือจะมีพฤติกรรมเลือกนิตยสารตามวัย เช่น เด็กเล็กอ่าน ดิเรนซาร์ โตขึ้นมาอาจอ่าน ชายหัวเราะ เป็นต้น

จากข้อมูลในส่วนพฤติกรรมซื้อ สรุปได้ว่า การส่งเสริมการขายมีส่วนกระตุ้นการซื้อ ณ แห่งจำหน่ายหนังสือ การส่งเสริมการขายไปยังผู้ปกครอง สร้างความรู้ ความเข้าใจ ของผู้ปกครองให้เห็นประโยชน์ของนิตยสารสำหรับเด็กจึงอาจช่วยให้เด็กมีโอกาสและกำลังซื้อเพิ่มขึ้น รวมทั้งการปรับเนื้อหาให้เหมาะกับเด็กชายหรือแยกนิตยสารสำหรับเด็กชายโดยเฉพาะ มีส่วนช่วยให้เด็กชายได้รับสาร และใช้ประโยชน์จากสื่อ นิตยสารสำหรับเด็กเพิ่มขึ้น

คู่แข่งของนิตยสารสำหรับเด็ก และปัญหาในการจำหน่าย

ด้านคู่แข่งสำคัญของนิตยสารสำหรับเด็กนั้น จากความคิดเห็นของผู้จำหน่าย 79.84% เห็นว่าการ์ตูนเล่มประเภท ชายหัวเราะ เป็นคู่แข่งสำคัญ 68.42% เห็นว่าการ์ตูนแปล การ์ตูนญี่ปุ่น เป็นคู่แข่งสำคัญ นอกจากนี้ มีนิตยสารการ์ตูนรายบ็อกซ์ เช่น วอลต์ดิสนีย์ พฤติกรรมการใช้เวลาว่างของเด็กเปลี่ยนไป และการอ่านหนังสืออื่นเช่น หนังสือเตรียมสอบและความรู้ หนังสือภาพ 3 มิติ นิตยสารกีฬา เช่น สตาร์ชอคเกอร์ นิตยสารเฉลยเกม ก็มีผลแย่งตลาดนิตยสารสำหรับเด็กด้วย

ตารางที่ 11 แสดงคู่แข่งของนิตยสารสำหรับเด็ก

คู่แข่งของนิตยสารเด็ก	ร้อยละ
การ์ตูนเล่ม เช่น <u>ชายหัวเราะ</u>	78.94
การ์ตูนฉีก	68.42
นิตยสารการ์ตูนรายปักษ์ เช่น <u>วอลท์ดิสนีย์</u>	52.63
พฤติกรรมการใช้เวลาว่างของเด็กเปลี่ยนไป	52.63
หนังสือภาพสามมิติ	31.57
นิตยสารกีฬา <u>สตาร์ช็อคเกอร์</u>	5.26
นิตยสารความรู้เสริมหลักสูตร เช่น <u>แม็ค</u>	5.26
นิตยสารเล่นเกม	5.26

แบ่งกลุ่มตัวอย่าง 36.84% กล่าวว่าไม่มีปัญหาในการจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็ก ที่เหลือ 63.15% พบปัญหาด้านต่าง ๆ คือ การส่งไม่ตรงเวลา บางครั้งไม่มาส่ง การรื้อย่อย บางเล่มราคาแพงเกินกำลังซื้อ ยอดขายต่ำ ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

"เด็ก ๆ ชอบการ์ตูนฉีกมากกว่า"

"ไม่ค่อยมี - ปัญหา บางเดือนขายได้ไม่หมด แต่ก็สามารถคืนได้"

"ขายไม่ค่อยได้"

"เด็กที่เป็นกลุ่มเป้าหมายไม่ค่อยให้ความสนใจและมีจำนวนไม่มากเท่าไรนัก"

"หนังสือออกช้า"

ตารางที่ 12 แสดงปัญหาที่พบในการจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็ก

ปัญหาที่พบ	ร้อยละ
กลุ่มเป้าหมายน้อยและไม่สนใจซื้อ	15.7
ขายไม่ดี	10.52
กำไรน้อย	5.26
การแข่งขันกับการ์ตูนญี่ปุ่น	5.26
การวางจำหน่ายไม่ตรงเวลา	5.26

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า การวางจำหน่ายผ่านทางแผงจำหน่ายหนังสือ มีปัญหาดังนี้

ผู้จำหน่ายไม่สนใจนิตยสารสำหรับเด็กเท่าที่ควร เพราะยอดจำหน่ายต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับนิตยสารประเภทอื่น

การรับไปจำหน่าย แผงจำหน่ายหนังสือมักจะพิจารณารับซื้อฉบับที่สายส่งแนะนำก่อน

การวางจำหน่าย อาจไม่จัดไว้ในตำแหน่งที่เด่น เป็นผลจากยอดจำหน่ายที่ต่ำ

การจัดจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็ก

วิธีการจัดจำหน่าย

วิธีการจัดจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็ก ที่ใช้กันทั่วไป มี 2 วิธี คือจัดจำหน่ายโดยใช้สายส่ง และจัดจำหน่ายโดยบริษัทผู้ผลิตนิตยสาร หรือสำนักพิมพ์เอง

การจัดจำหน่ายโดยใช้สายส่ง ข้อดี คือ สะดวก รวดเร็ว ไม่ต้องใช้บุคลากรมากนัก และแผงจำหน่ายหนังสือยินดีรับนิตยสารไปจำหน่าย เพราะสายส่งมี

อำนาจต่อรองสูงประหยัดค่าขนส่งและสะดวกในการกระจายนิตยสารไปยังต่างจังหวัด แต่การจัดจำหน่ายโดยใช้สายส่ง มีข้อเสีย และปัญหาบางประการ

จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการนิตยสารสำหรับเด็ก พบว่า ในธุรกิจนิตยสารขนาดใหญ่ จะมีแผนกจัดส่งของตัวเอง หรือจัดส่งร่วมกับนิตยสารชื่อฉบับอื่นๆ ในเครือบริษัทเดียวกัน จึงตัดปัญหาด้านสายส่งได้

ธุรกิจนิตยสารขนาดเล็ก ชื่อฉบับที่ใช้สายส่ง พบว่า มีปัญหาดังนี้ คือ

1. การตรวจสอบยอดจำหน่าย

การตรวจสอบยอดจำหน่ายในระบบสายส่ง จะตรวจสอบยอดจำหน่ายได้ในระยะเวลา 3 เดือน หลังจากนิตยสารวางแผงแล้ว ดังนั้น การประเมินผลแต่ละฉบับ จึงดำเนินการได้ช้า ตัวอย่างเช่น เมื่อนิตยสารฉบับที่ 1 ผลิตเสร็จแล้ว ส่งไปวางจำหน่ายโดยผ่านสายส่ง จะประเมินผลและตรวจสอบยอดจำหน่ายได้เมื่อนิตยสารฉบับที่ 4 ออกวางจำหน่าย

นอกจากจะประเมินผลช้าแล้ว บรรณาธิการยังไม่สามารถตรวจสอบยอดจำหน่ายเฉพาะแผงได้ ดังนั้นจึงไม่ทราบข้อมูลยอดขายในพื้นที่ต่างๆ

2. การกำหนดพื้นที่วางจำหน่าย

การวางจำหน่ายนิตยสาร ขึ้นอยู่กับสายส่ง ซึ่งส่งรวมกันหลายชื่อฉบับ สายส่งจะไม่เลือกว่าแผงจำหน่ายหนังสือแผงใดที่จำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็กได้ ยอดจำหน่ายสูง หรือควรวางแผงบริเวณใดโรงเรียน ผู้ผลิตและบรรณาธิการไม่สามารถเลือกวางเฉพาะแผงที่ต้องการ แต่ต้องไปวิธีส่งตามเขตที่สายส่งส่งให้ ดังนั้นจึงไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายบางส่วนได้ และอาจมีผลต่อยอดขายเพราะนิตยสารอาจไม่กระจายสู่ผู้อ่านอย่างทั่วถึง

เขตพื้นที่จัดจำหน่าย

นิตยสารสำหรับเด็กโดยทั่วไป จะวางจำหน่ายกระจายทั้งในกรุงเทพมหานคร จังหวัดใหญ่ และจังหวัดเล็กๆ โดยมีสัดส่วนการวางจำหน่ายดังนี้

ตารางที่ 13 แสดงเขตวางจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็ก

การวางจำหน่าย	ร้อยละ	
	ธุรกิจขนาดใหญ่	ธุรกิจขนาดเล็ก
ในกรุงเทพฯ	28.57	36.36
ต่างจังหวัด	24.48	30.30
โรงเรียนในกรุงเทพฯ	28.57	27.27
โรงเรียนในต่างจังหวัด	18.36	6.06

ธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กขนาดใหญ่ วางจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็ก
ในกรุงเทพมหานครและในโรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร 57.14% วางจำหน่ายใน
ต่างจังหวัด และโรงเรียนต่างจังหวัด 42.84%

ธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กขนาดเล็ก วางจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็กใน
กรุงเทพมหานคร และในโรงเรียนในกรุงเทพมหานคร 66.66% วางจำหน่ายใน
ต่างจังหวัดและโรงเรียนต่างจังหวัด 33.33%

จากตารางแสดงเขตการวางจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็ก แสดงว่า
ธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กขนาดใหญ่ สามารถกระจายนิตยสารถึงมือผู้อ่านผู้ซื้อในต่าง
จังหวัดได้มากกว่าธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กขนาดเล็ก ทั้งนี้ อาจเนื่องจาก
ระบบส่งนิตยสารไปจำหน่าย ธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กขนาดใหญ่ มีสายส่งเอง หรือมี
อำนาจต่อรองกับสายส่งมาก เนื่องจากอยู่ในบริษัทผลิตสิ่งพิมพ์ใหญ่ มีนิตยสารใน
บริษัทหลายชื่อฉบับ และบางรายมีสายส่งจัดจำหน่ายเอง การจัดส่งยังต่างจังหวัดจึง
มากกว่า

การกำหนดเขตการจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็ก โดยทั่วไปจะกำหนดตามที่อยู่
ของผู้ซื้อกลุ่มเป้าหมาย ตารางที่ 14 แสดงที่อยู่ของกลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยข้อมูล
จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการนิตยสารสำหรับเด็ก

ตารางที่ 14 แสดงเขตที่อยู่ของกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารสำหรับเด็ก

ที่อยู่ของกลุ่มเป้าหมาย	ร้อยละ	
	ธุรกิจขนาดใหญ่	ธุรกิจขนาดเล็ก
กรุงเทพฯ	37.17	46.66
จังหวัดใหญ่	35.68	26.66
ต่างจังหวัด	27.13	26.66

ธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กขนาดใหญ่ ระบุกลุ่มเป้าหมายในกรุงเทพมหานคร 37.17% ต่างจังหวัด 62.81% ธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กขนาดเล็ก กำหนดกลุ่มเป้าหมายในกรุงเทพมหานคร 46.66% ต่างจังหวัด 53.32%

การกำหนดที่อยู่ของกลุ่มเป้าหมาย สัมพันธ์กับเขตวางจำหน่ายในตารางที่ 13 คือธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กขนาดใหญ่ จะมีพื้นที่วางจำหน่ายและกลุ่มเป้าหมายในต่างจังหวัดมากกว่าธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็ก ทั้งนี้อาจเนื่องจากความได้เปรียบด้านสายส่งและการจัดจำหน่าย

ระบบสมาชิก

จากการที่สายส่งมีปัญหาดังกล่าว ธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กขนาดเล็ก จึงหันมาจัดจำหน่ายเอง หรือเลือกใช้สายส่งที่ให้บริการขั้นสูงสุด นอกจากวิธีการจัดจำหน่ายเองการใช้ระบบสมาชิกก็ช่วยตัดปัญหาเกี่ยวกับสายส่งและแผงจำหน่ายหนังสือไปได้

ระบบสมาชิก มีข้อดี คือ นิตยสารได้ผู้อ่านประจำแน่นอนเป็นรายปีหรือราย 6 เดือน ไม่ต้องพึ่งระบบสายส่ง หรือแผงจำหน่ายนิตยสาร และไม่ต้องแบ่งรายได้ให้แผงจำหน่ายหนังสือ

ระบบสมาชิก มีปัญหาประการหนึ่ง คือการจัดส่ง ธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็ก ขนาดใหญ่ หรือธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กที่ใช้ระบบส่งสมาชิกร่วมกับนิตยสารอื่น เช่น โดโนนสาร ส่งสมาชิกร่วมกับนิตยสารในเครือผู้จัดการ จะประสบปัญหาเกี่ยวกับระบบไปรษณีย์ เนื่องจากบริษัทที่จัดส่งมักจะใช้ที่ทำการไปรษณีย์ใหญ่ ซึ่งมีปริมาณงานมาก และการส่ง จะรอให้นิตยสารทุกชื่อฉบับจัดพิมพ์เสร็จ และส่งไปยังที่ทำการไปรษณีย์คราวละหลายชื่อฉบับ จึงเกิดปัญหานิตยสารสูญหาย ส่งล่าช้ากว่าการวางจำหน่ายตามแผงจำหน่ายหนังสือ

วิธีการแก้ไขปัญหาคือการจัดส่งเองโดยกองบรรณาธิการ โดยส่งผ่านไปรษณีย์ย่อยสาขา ซึ่งมีปริมาณงานน้อยกว่า สามารถส่งได้ทันที การสูญหายผิดพลาดจะลดลงได้

การขายตรง

การขายตรงในธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็ก จะหมายถึงการจำหน่ายในโรงเรียน ซึ่งอาจจำหน่ายโดยครู หรือวางจำหน่ายในห้องสมุด ในโรงเรียน ก็ได้ การจำหน่ายโดยครู มีข้อดี คือสามารถดึงความสนใจของเด็กได้ดี เด็กจะสนใจหัวข้อ คอลัมน์ที่ครูยกตัวอย่างจากนิตยสาร และสนใจซื้อ รวมทั้งนิตยสารถึงมือกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

วิธีการขายตรงจะแบ่งผลประโยชน์ให้ครู หรือโรงเรียน ตามที่ตกลงกัน

ปัญหาของวิธีการขายตรงในโรงเรียน คือ ผู้บริหารโรงเรียนบางโรงเรียนยังไม่รับนิตยสารไปจำหน่าย ซึ่งในส่วนนี้ การมีจดหมายแนะนำรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการช่วยได้ เนื่องจากจดหมายแนะนำ ทำให้ห้องสมุดโรงเรียนสนใจรับประจำห้องสมุด และผู้บริหารโรงเรียนจะเห็นคุณค่าของนิตยสารสำหรับเด็ก และยินยอมจำหน่ายในโรงเรียนได้ นิตยสารเพื่อนใหม่ เคยได้รับจดหมายแนะนำประเภทนี้ และประสบความสำเร็จ แต่ทางกระทรวงศึกษาธิการยังไม่ได้จัดทำสม่ำเสมอ

ช่องทางการจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็กที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน มี 3 วิธี คือจำหน่ายผ่านแผงจำหน่ายหนังสือ ระบบสมาชิก และจำหน่ายโดยตรงในโรงเรียน ซึ่งแต่ละวิธีก็มีข้อดีข้อเสียต่างกันไป การจัดจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็ก โดยทั่วไปใช้

บริษัทจัดจำหน่ายหรือสายส่งเป็นผู้จัดจำหน่าย บริษัทธุรกิจนิตยสารขนาดใหญ่ มีแผนก
สายส่งของตัวเอง ทำให้ได้เปรียบในการต่อรองกับแผงหนังสือ การขนส่ง ข้อดีนี้ทำ
ให้ธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กขนาดเล็บบางชื่อฉบับจัดส่งเอง แม้จะมีปัญหาด้าน
การขนส่ง และบุคลากรก็ตาม



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ส่วนที่ 4 การส่งเสริมการจำหน่าย

การส่งเสริมการจำหน่ายที่ใช้กันอยู่ในธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็ก มีส่วนช่วยเพิ่มยอดขาย จากการสำรวจแผงจำหน่ายหนังสือ พบว่า 88.8% เพิ่มยอดรับนิตยสารสำหรับเด็ก เนื่องจากเป็นฉบับที่มีการส่งเสริมการจำหน่ายด้วยวิธีการแจกแถม

การส่งเสริมการจำหน่าย จึงมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อโดยเฉพาะผู้ซื้อที่เลือกซื้อเฉพาะเล่ม ผู้ซื้อที่ไม่เคยอ่านมาก่อนอาจสนใจซื้อเนื่องจากมีของแถม ทำให้นิตยสารมีผู้อ่านเพิ่มขึ้น และผู้อ่านใหม่ๆ เหล่านี้อาจกลายเป็นผู้อ่านประจำ หรือสมาชิกได้ในที่สุด การแจกแถม เป็นวิธีการส่งเสริมการจำหน่ายโดยตรงทางหนึ่ง นอกจากส่งเสริมการจำหน่ายโดยตรง นิตยสารสำหรับเด็กยังมีกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายทางอ้อม เช่น การจัดประกวดความสามารถด้านต่างๆ การเข้าร่วมงานแสดงหนังสือ หรือการส่งเสริมการหาสมาชิก เพื่อให้ได้สมาชิกใหม่ และเพื่อรักษาสมาชิกเดิมไว้

วิธีการส่งเสริมการจำหน่ายที่ใช้กันอยู่ในธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กในปัจจุบัน มี 6 วิธี ดังนี้

1. การแถมเมื่อซื้อ การแถมเมื่อสมัครสมาชิกและการชิงรางวัล มีข้อดีคือเพิ่มความคุ้มค่าในสายตาของผู้ซื้อ เนื่องจากมีของแถมเป็นผลพลอยได้ ของแถมที่พบได้บ่อยมักจะได้รับจากการอุปถัมภ์จากสินค้าที่ลงโฆษณาในนิตยสารหรือเป็นสื่อโฆษณาชิ้นหนึ่ง เช่น

โคโรนาสาร แถมสิ่งของแนวอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น ระเบิดอร์พิทักซ์ป่า รูปลอกภาพสัตว์และโคโรนาสาร และแถมชุดสีให้แก่ผู้สมัครสมาชิก

บ้านเด็ก แถมการ์ตูนเล่มเล็ก แคมป์ปฏิทิน และผู้สมัครสมาชิกจะได้รับแจกตุ๊กตา และสมุดบันทึก

เพื่อนใหม่ แถมตารางสอน แฟ้มเอกสาร รูปลอก เทป และแจกตราสรรสร้างให้แก่ผู้สมัครสมาชิก

สวนเด็ก แถมของเล่น เครื่องร่อน เกมไม้บันได ตารางสอน สมุดรณรงค์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม สมุดรณรงค์ มังกี้ เกม รูปลอก

การส่งเสริมการหาสมาชิกด้วยการแจกแถม สวนเด็ก แจกกล่องถ่ายรูปและตุ๊กตา เซอริกพิทักซ์ให้สมาชิก และมีการจับรางวัลชิงโชคให้สมาชิก

เสียงเด็ก มีแผนกส่งเสริมการขาย จัดทำของแถมและบริการต่างๆ ตัวอย่าง เช่น ฉบับที่ 91 ถึง 100 แคมป์การ์ตูนเล่มเล็กชื่อ การ์ตูนแลนด์ และมีสิ่งของแถมเช่น

ฉบับที่	ของแถม
91	โตอาลี
92	เกมเด็กดี
94	แฟ้มกระดาษสแน็คแฉีก
95	บัตต์รีไนด์
96	ซูเปอร์เกม
97	ABC World Puzzles
98	ภาพต่อ
100	Drawing is fun

นอกจากของแถม เสียงเด็ก มีบริการจากสโมสรเสียงเด็ก มีบัตรสมาชิกซึ่งใช้เป็นส่วนลดร้านค้าที่ร่วมรายการได้ นอกจากนี้มีบริการสอนพิเศษที่บ้าน ในระดับชั้นอนุบาลถึงมัธยมศึกษาปีที่ 6

นอกจากการแจกแถม ยังมีการจัดกิจกรรมชิงโชค เช่น การชิงทุนการศึกษา 10 ฉบับ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากองค์กรธุรกิจเอกชนต่างๆ เช่น ชัยพฤกษ์การ์ตูน จัดชิงทุนการศึกษา ประกวดระบายสี ภาพระบายสีนักเรียนพิทักษ์โลก ได้รับการสนับสนุนจากผลิตภัณฑ์คูริกะและยากันแฉ่งตราหัวใจ เป็นต้น

2. แจกสิ่งของฟรี หมายถึงการให้เปล่าโดยไม่ต้องซื้อนิตยสารหรือสมัครเป็นสมาชิก วิธีนี้อาจเป็นการแจกตัวอย่างนิตยสารหรือแจกสิ่งของเมื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายหน้าอื่นๆ ก็ได้

3. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายหน้าในโรงเรียน เป็นการส่งเสริมการขายตรงในโรงเรียน โดยใช้วิธีร่วมงานห้องสมุด และจัดกิจกรรมการแสดงเพื่อดึงความสนใจของเด็ก ตัวอย่างเช่น โคโรนสาร ใช้ตัวการ์ตูนดิ๊กโด้และกลุ่มนักแสดงไปแสดงและเล่นเกมกับนักเรียนในโรงเรียนเพื่อส่งเสริมการขายและรับสมัครสมาชิก ซึ่งช่วยให้เข้าถึงกลุ่มผู้อ่านผู้ซื้อโดยตรง และได้รับฟังความคิดเห็น รวมทั้งชักจูงใจให้ผู้ซื้อสนใจนิตยสารได้เป็นอย่างดี

4. การร่วมกิจกรรมกับองค์กรธุรกิจเอกชน มูลนิธิ หน่วยงานราชการ เช่น การร่วมแสดงนิตยสารในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ หรือร่วมกิจกรรมการประกวดของหน่วยงานราชการและเอกชน การร่วมงานมีตั้งแต่การำให้นิตยสารเป็นของรางวัล และการจัดกิจกรรมโดยตรงตัวอย่างเช่น นิตยสารเพื่อนใหม่ มีการจัดกิจกรรมร่วมกับเด็กอย่างต่อเนื่อง

"กิจกรรมที่ทำกับเด็กต่อเนื่องก็มี อย่างเช่น ร่วมกับสถานทูตฝรั่งเศส จัดงานประกวดวาดภาพประกอบหนังสือสำหรับเด็ก โดยให้เด็กอ่านเองก่อนแล้วจินตนาการวาดออกมาเป็นรูปจากเรื่องที่อ่านนอกจากนี้ ยังจัดงานประกวดแต่งกลอนดอกสร้อยร่วมกับสมาคมสร้างสรรค์ไทย ตาวีพิเศษ และบริษัทบุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ชื่อโครงการ น้ำเอียนน้ำใส แล้วยังร่วมกับบริษัทน้ำมันศาลเท็กซ์จำกัด จัดประกวดเรียงความชื่อหัวข้อ ท้องถิ่นของเรา จุดประสงค์เพื่อให้เด็กมีความรักท้องถิ่นที่อยู่อาศัย ในอนาคตเขาจะได้ไม่ละทิ้งถิ่นฐาน สำหรับกิจกรรมเด็กที่จะขาดไม่ได้ต้องจัดทุกปี คือ งานวันเด็กแห่งชาติ เพื่อนใหม่ เคยจัดงานวันเด็ก ซึ่งเราเชื่อว่าเป็นการสนับสนุนให้เด็กกล้าแสดงออก ดึงเอาความสามารถที่เด็กแต่ละคนนั้นออกมา เพื่อให้รู้จักเด็กแต่ละกลุ่มเพิ่มมากขึ้น และเป็นการสนับสนุนให้หน่วยงานที่อยากจะจัดกิจกรรมเพื่อเด็กได้มีโรกาจัดด้วย"¹

นอกจากจะมีกิจกรรมประกวดดังกล่าวแล้ว นิตยสารเพื่อนใหม่ยังจัดโครงการแข่งขันตอบปัญหาจากสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เพื่อให้เด็กและอาจารย์สนใจอ่านสารานุกรม และรู้จักค้นคว้า ซึ่งตรงกับความต้องการของนิตยสารเพื่อนใหม่ คือให้เด็กรู้จักค้นคว้าข้อมูลเอง

การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายในรูปแบบนี้ นอกจากจะช่วยำให้นิตยสารเป็นที่รู้จักแล้ว ยังมีส่วนช่วยสังคม ริเริ่มโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อเด็ก และสนับสนุนหน่วยงานที่ต้องการจัดกิจกรรมเพื่อเด็ก

¹ สลัดใจ, "งามพรรณ เวชชาชีวะ กับงานแถมสี่สู่อุบัติโลกใบเล็ก", หมอชาวบ้าน 177 (มกราคม 2537): 55 - 56

5. กิจกรรมค่าย การเข้าถึงผู้อ่าน นอกจากจะจัดกิจกรรมตามโรงเรียน และ การร่วมงานแสดงหนังสือแล้ว กิจกรรมค่าย เป็นกิจกรรมที่ช่วยหาที่พักและใกล้ชิดกับผู้อ่าน เช่นกิจกรรมค่ายของไคโรนสาร ซึ่งเป็นค่ายแนวอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น ค่ายที่จัดเพื่อเน้นเรื่องการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างประหยัด กิจกรรมนี้ต่อมาขยายเป็นกิจการหนึ่งของนิตยสาร โดยได้รับจัดค่ายให้แก่บริษัทเอกชนอื่นๆ

6. การหาสมาชิกในระบบลูกเรือ เป็นการส่งเสริมการขายไปยังผู้หาสมาชิกโดยผู้หาสมาชิกจะจัดหาจากบุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อนร่วมงาน ใช้ได้ดีในหมู่บ้าน ผู้ปกครอง

บรรณาธิการและกองบรรณาธิการนิตยสารสำหรับเด็ก จะเลือกใช้วิธีการส่งเสริมการขายและการส่งเสริมการหาสมาชิกตามความเหมาะสม จาก การตอบแบบสัมภาษณ์ พบว่าสรุปวิธีการส่งเสริมการขายที่บรรณาธิการ เลือกใช้ ได้ดังตารางที่ 15 และตารางที่ 16

ตารางที่ 15 แสดงวิธีการส่งเสริมการขายนิตยสารสำหรับเด็ก

วิธีการส่งเสริมการขาย	ร้อยละ	
	ธุรกิจขนาดใหญ่	ธุรกิจขนาดเล็ก
ลดราคา	20	-
แจกสิ่งของฟรี	12	21.0
แถมเมื่อซื้อ	40	57.89
จัดชิงโชค	28	21.05

ตารางที่ 16 แสดงวิธีการส่งเสริมการหาสมาชิกนิตยสารสำหรับเด็ก

วิธีการส่งเสริมสมาชิก	ร้อยละ	
	ธุรกิจขนาดใหญ่	ธุรกิจขนาดเล็ก
กิจกรรมพิเศษเช่น พบกลุ่ม	16.21	45.45
บัตรสมาชิก ส่วนลดร้านค้า	24.32	9.09
การแจกแถม	27.02	13.63
ลดราคาเมื่อสมัครสมาชิก	32.43	31.81

จากตาราง พบว่า นิตยสารสำหรับเด็กในธุรกิจขนาดเล็กจัดกิจกรรมประเภทพบกลุ่ม 45.45% นิตยสารสำหรับเด็กในธุรกิจขนาดใหญ่ จัดเพียง 16.21% แต่นิตยสารสำหรับเด็กในธุรกิจขนาดใหญ่ ใช้วิธีการลดราคาได้มากกว่า คือ 20% ในขณะที่นิตยสารในธุรกิจขนาดเล็ก ทั้งนี้อาจเนื่องจาก นิตยสารในธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กขนาดใหญ่ มีทุนสนับสนุนที่มั่นคงกว่า

จากการที่สื่อสำหรับเด็กมีการแข่งขันที่สูง ในขณะที่กำลังซื้อของเด็กค่อนข้างจำกัดเด็กจึงเลือกซื้อสื่อที่เห็นว่าคุ้มค่าที่สุดรวมทั้งผู้ประกอบการที่เลือกสื่อให้เด็ก ก็จะต้องการทำให้เด็กได้รับประโยชน์สูงสุด การส่งเสริมการจำหน่าย จึงมีบทบาทสำคัญ กิจกรรมส่งเสริมการจำหน่าย ช่วยให้ผู้ประกอบการ และเด็ก ได้รู้จักนิตยสาร ช่วยในการตัดสินใจซื้อ การแจกแถม ช่วยเพิ่มมูลค่าให้นิตยสารและเร่งการตัดสินใจซื้อที่แพงจำหน่ายหนังสือ การแจกแถมยังอาจดึงความสนใจของผู้ซื้อใหม่ที่เคยอ่านนิตยสารมาก่อน ทำให้ได้ทดลองอ่านและอาจกลายเป็นผู้อ่านประจำได้

Back to school



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

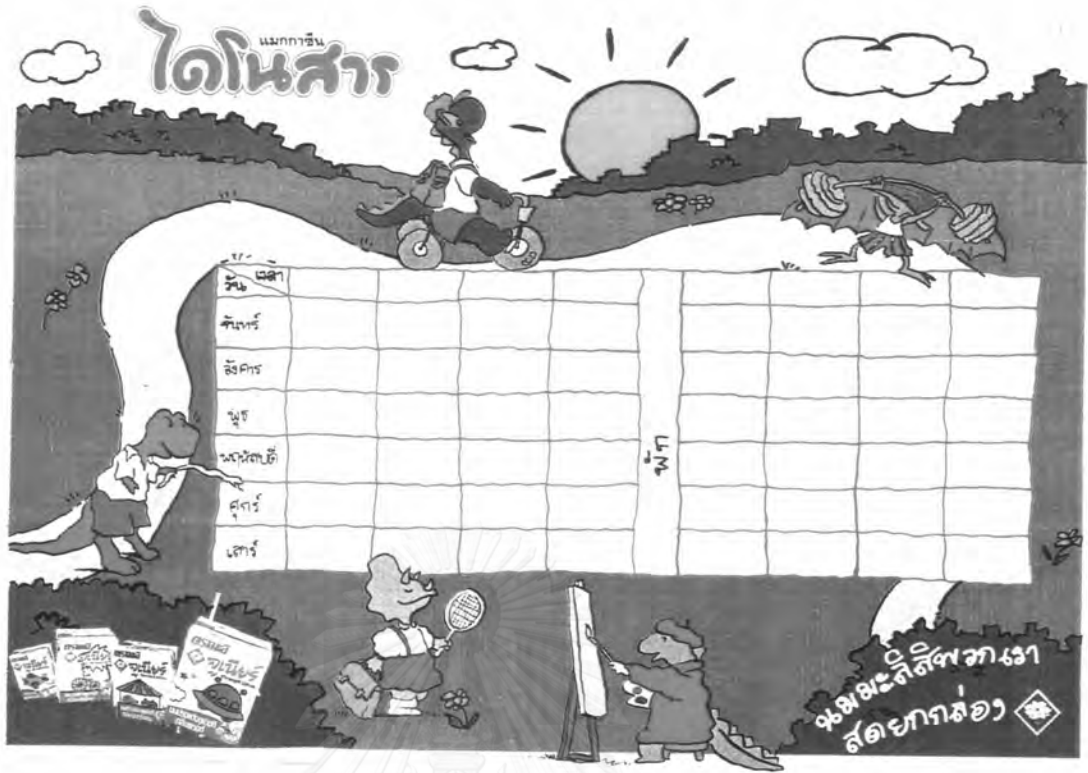
CHULALONGKORN UNIVERSITY

All you need for back-to-school :

- 12 Brilliant STAEDTLER coloured pencils.
- 2 STAEDTLER STICK 433F Ballpoint pens.
- 2 STAEDTLER Blacklead pencils with Multiplication Table.
- 1 STAEDTLER Ruler 15 cm.
- 1 STAEDTLER Polo Finesline pencil 0.5 mm.
- 1 Tube STAEDTLER Finesline leads 0.5 mm.
- 1 STAEDTLER Sharpener in heart shape.
- 1 STAEDTLER Rasoplast eraser type 526 B 30.



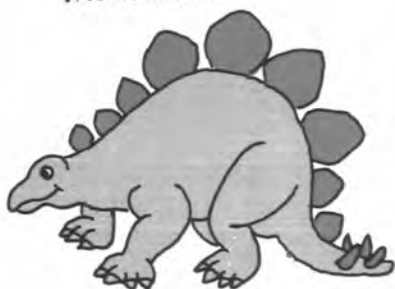
ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการขาย นิตยสารไดโนเสาร์



ฮาดีโอเพริกซ์
เพลททีโอซอร์ส



สเตโกซอร์ส



ไดโนเสาร์ยุคจูแรสสิก



ตารางสอนน้องคนเก่ง จากนมเปรี้ยวโฟกเกน

วัน							
จันทร์							
อังคาร							
พุธ							
พฤหัสบดี							
ศุกร์							
เสาร์							

ชื่อ โรงเรียน ชั้น

แคลเซียม-ดี-เรดิออกซิม
แคลเซียมเบดฟู รสส้ม

ชื่อ เลขที่

วัน	เวลา	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์

จฬาลงกรณมหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางสอนจาก... น้ำหมึก

เคอ

ก							
ข							
ค							
ด							
ส							

ชื่อ โรงเรียน

ส่วนที่ 5 นโยบายและการจัดการ

จากการวิเคราะห์เนื้อหาสามารถสรุปนโยบายของแต่ละฉบับ ได้โดย พิจารณาจากสัดส่วนของเนื้อหาและรูปแบบของเนื้อหาแต่ละประเภท

นโยบาย

ชัยพฤกษ์การ์ตูน

ชัยพฤกษ์การ์ตูน เน้นความบันเทิง สรุปได้จากการแบ่งเนื้อหาให้การ์ตูนถึง 60.6% แต่การ์ตูนในชัยพฤกษ์การ์ตูน ก็แฝงแนวคิดหรือสาระไว้ เพื่อสอนเด็กทางอ้อม

ไครนसार

นิตยสารไครนसार มีเนื้อหาที่เน้นแนวอนุรักษ์ธรรมชาติ เห็นได้จาก เนื้อที่สารคดี รวมทั้งการ์ตูน ที่เน้นแนวอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ มีการ์ตูนตลกเกิดเป็นจุดขายอีกจุดหนึ่งที่ดึงดูดเด็กได้ดี

บรรณาธิการไครนसार เริ่มงานนิตยสารสำหรับเด็กจากแนวนโยบายที่ว่า การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นเรื่องที่ต้องสอนตั้งแต่วัยเด็ก ส่วนหนึ่ง เพราะเด็กยังมีจินตนาการ รักสัตว์

บ้านเด็ก

มีนโยบายเสนอการ์ตูนไทยคุณภาพดีผลิตการ์ตูนไทยที่คุณภาพสูงและเข้าถึง เด็กเพื่อให้เห็นความสำคัญของการ์ตูนไทยและให้เด็กได้รับสารที่มีสาระความรู้ จาก สารคดี และเสนอความบันเทิงที่เหมาะสมสำหรับเด็กตั้งคาขวัญว่า

"บ้านแห่งสาระบันเทิงเพื่อเด็กไทย"

เพื่อนใหม่

มีนโยบายเสนอสาระความรู้ที่หลากหลายเพื่อเสริมความรู้รอบตัว และเสริม ประสบการณ์จากการอ่านเพื่อให้เด็ก รู้จักตัวเองว่าสนใจเรื่องใด สาขาวิชาไหน ซึ่งจะช่วยในการศึกษาต่อไปในอนาคต² เพื่อนใหม่มีนโยบายส่งเสริมให้รักการอ่าน

²สลัดใจ"งามพรรณ เวชชาชีวะ กับงานแต่มีสี่"โลกใบเล็ก"

จากการที่มีเรื่องอ่านค่อนข้างมาก ถึง 23.8% นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้แสดงความสามารถทางการเขียน ในคอลัมน์ก้าวแรกซึ่งเป็นเนื้อที่สำหรับผู้อ่านส่งเรื่องมาลงพิมพ์จากการที่ต้องการเสริมประสบการณ์ให้เด็ก คอลัมน์เพื่อนำหนังสือค่อนข้างหลากหลาย เช่น เป็นข้อจับเดียวที่มีคอลัมน์ทดสอบบุคลิกภาพ เป็นต้น

สวนเด็ก

นโยบายของสวนเด็กคือให้ทั้งความรู้ ข่าวสาร และความบันเทิงในรูปแบบการ์ตูนสีที่ส่งเสริม โดยมีเนื้อที่การ์ตูน 30.4% การ์ตูนในสวนเด็กมีทั้งการ์ตูนบันเทิงและการ์ตูนความรู้ รวมทั้งมีเนื้อหาประเภทสารคดี เรื่องอ่าน และเกม จึงสรุปได้ว่าเป็นนิตยสารการ์ตูนที่ให้ทั้งความบันเทิงและสาระประโยชน์ ดังที่บรรณาธิการตอบจดหมายในคอลัมน์บรรณาธิการจี๋จ๋า ในนิตยสารสวนเด็ก

"พวกพี่ทุกคนที่ทำนิตยสาร "สวนเด็ก" มีจุดมุ่งหมายเดียวกันก็คือ ต้องการให้เด็กไทยได้มีหนังสือการ์ตูนที่ดี มีสาระความรู้และความบันเทิงควบคู่ไปด้วย หนังสือนี้ต้องมีมาตรฐานและมอบแต่สิ่งที่ดีที่สุดเพื่อพัฒนาเด็กไทยให้มีคุณภาพ"³

เสียงเด็ก

นโยบายของเสียงเด็ก คือการเสนอข่าวสารให้เหมาะสมกับวัยในรูปแบบหนังสือพิมพ์สำหรับเด็ก เสียงเด็กมีนโยบายจัดกองบรรณาธิการเด็กร่วมงานกับกองบรรณาธิการ โดยมีการรับสมัครเด็กทำงานในฝ่ายต่างๆ ดังตัวอย่างประกาศรับสมัครในหนังสือพิมพ์คู่แข่งธุรกิจฉบับประจำวันที่ 26 เมษายน ถึง 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2536 เสียงเด็ก มีนโยบายเสนอข้อมูลข่าวสารตามที่คุณอ่านต้องการ ดังที่ผู้ช่วยบรรณาธิการให้สัมภาษณ์ว่า "ต้องเข้าถึงจิตใจเด็ก อย่าคิดแทนว่าเด็กต้องการอย่างนั้นอย่างนี้ควรมีการทาวิจัยอยู่ตลอดเวลาว่าความต้องการของเด็กที่แท้จริงคืออะไร เพื่อเสนอสิ่งที่เด็กต้องการได้อย่างแท้จริง"

³ฐานิสร์ อมรธีรสรรค์, "บรรณาธิการจี๋จ๋า", สวนเด็ก 3 (พฤษภาคม 2532) : 42

ตัวอย่างประกาศรับสมัครนักข่าวเด็กของนิตยสารเสียงเด็ก

รับสมัครนักข่าวเด็ก

นสพ. เสียงเด็ก ของเด็ก ๆ ทุกคน กำลังต้องการกำลังพลมาเสริมกองทัพนักข่าวเพื่อช่วยกันเสริมสร้างทีมข่าว "เสียงเด็ก" ในนามของนักข่าวเด็กให้เสียงชื่อเสียงกระฉ่อน

คุณสมบัติของนักข่าวเด็กที่ต้องการคือ

- เป็นเด็ก
- อายุระหว่าง 10-14 ปี
- ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย

วิธีสมัครเพียงแค่เขียนจดหมายบอกมาที่ นสพ. เสียงเด็ก ชั้น 15 อาคารมอเนทอเรียทาวเวอร์ 2170 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

หรือเขียนจดหมายชักช้า ไม่ทันใจ โทรศัพท์มาเลยทันที ที่หมายเลข 308-0944 และ 308-0988 เฉพาะวันจันทร์ถึงวันศุกร์

กล้า ๆ หน่อย เพราะทุกคนคือเด็กยุคใหม่ อย่าลืมนะว่า ใครละหนอจะทำหนังสือให้เด็ก ๆ อ่านได้รู้ใจเท่ากับคนวัยเดียวกัน

บรรยายของนิตยสารสำหรับเด็กแต่ละฉบับ ส่วนแต่มุ่งให้ประโยชน์แก่ผู้อ่าน ไม่ว่าจะเป็นด้านความบันเทิง ความรู้ หรือข่าวสาร แสดงว่า วัตถุประสงค์ของการประกอบการนิตยสารสำหรับเด็ก นอกจากจะมีวัตถุประสงค์ทางธุรกิจแล้วยังต้องการให้ประโยชน์แก่ผู้อ่าน การประสานวัตถุประสงค์ทั้งสองด้าน จำเป็นต้องอาศัยการจัดการที่ดี เพื่อบำบัดนิตยสารสำหรับเด็กประสบความสำเร็จ

การจัดการนิตยสารสำหรับเด็ก

บรรณาธิการนิตยสาร โดยเฉพาะในธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กขนาดเล็ก นอกจากจะทำงานด้านเนื้อหาและควบคุมการผลิตแล้ว ยังต้องทำงานด้านการจัดการ และควบคุมดูแลบุคลากร ทั้งบุคลากรในกองบรรณาธิการ และบุคลากรที่เป็นนักเขียน จากภายนอก

ในส่วนนี้ จะกล่าวถึงการจัดการโดยบรรณาธิการ ประกอบด้วย การคัดเลือกบุคลากร การจัดหาเนื้อหาลงพิมพ์ ขั้นตอนการผลิต และปัญหาการจัดการนิตยสารสำหรับเด็ก โดยวิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการนิตยสารสำหรับเด็กโดยใช้แบบสัมภาษณ์

การคัดเลือกบุคลากร

การคัดเลือกบุคลากรมาทำงานประจำของกองบรรณาธิการ บรรณาธิการจะพิจารณาจากเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 17 แสดงคุณสมบัติของพนักงานในกองบรรณาธิการ

เกณฑ์พิจารณาบุคลากร	ร้อยละ	
	ธุรกิจขนาดใหญ่	ธุรกิจขนาดเล็ก
ระดับการศึกษา	28.9	7.89
ประสบการณ์ในกองบรรณาธิการ	15.78	26.31
ความสามารถทางการเขียน	31.57	36.84
ความเข้าใจจิตวิทยาเด็ก	23.68	28.94

บรรณาธิการในธุรกิจนิตยสารขนาดใหญ่ ให้ความสำคัญกับความสามารถทางการเขียน และระดับการศึกษา ส่วนบรรณาธิการในธุรกิจนิตยสารขนาดเล็ก เน้นด้านความสามารถทางการเขียน และความเข้าใจจิตวิทยาเด็ก ความแตกต่างในเกณฑ์การ

พิจารณาคัดเลือกบุคลากรของธุรกิจทั้ง 2 ประเภท อาจเนื่องมาจากธุรกิจนิตยสารขนาดใหญ่ต้องการเกณฑ์วัดความรู้ความสามารถที่แน่นอนเนื่องจากเป็นระบบบริษัทใหญ่ นอกจากคุณสมบัติที่กำหนดในตาราง บรรณาธิการแต่ละท่านยังอาจมีเกณฑ์ส่วนตัว เช่น บรรณาธิการนิตยสารไทรนสาร พิจารณาโลกทรรศน์และรูปแบบการใช้ชีวิตร่วมกับคุณสมบัติอื่น บรรณาธิการนิตยสารเพื่อนใหม่ พิจารณาความรับผิดชอบและการรักษาเวลา บรรณาธิการนิตยสารเสียงเด็ก พิจารณาคุณสมบัติรักการอ่านและใฝ่ใจรงานหนังสือประกอบในเกณฑ์การคัดเลือกบุคลากร

นอกจากบุคลากรในกองบรรณาธิการ บรรณาธิการนิตยสารสำหรับเด็ก ยังจะต้องพิจารณารับนักเขียนคอลัมน์ประจำ และนักเขียนการ์ตูน ซึ่งใช้เกณฑ์ดังนี้

ตารางที่ 18 แสดงคุณสมบัติของนักเขียน

เกณฑ์การพิจารณา	ร้อยละ	
	ธุรกิจขนาดใหญ่	ธุรกิจขนาดเล็ก
ระดับการศึกษา	13.55	6.81
ประสบการณ์ทำงานเขียน	23.72	22.72
ความสามารถทางการเขียน	20.33	31.81
ความเข้าใจจิตวิทยาเด็ก	18.64	11.36
ชื่อเสียงและรางวัล	10.16	6.81
ทัศนคติ จากการสัมภาษณ์	13.55	20.45

บรรณาธิการทุกท่านให้ความสำคัญกับความสามารถทางการเขียน และประสบการณ์ นอกจากคุณสมบัติที่ระบุ บรรณาธิการยังพิจารณากลวิธีการเขียน และในรายที่เป็นนักเขียนการ์ตูน จะพิจารณาลายเส้นประกอบด้วยการใช้เกณฑ์เช่นนี้อาจพิจารณาได้จากชิ้นงานที่ส่งมา ดังนั้นธุรกิจทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่จึงใช้เกณฑ์ไม่ต่างกัน

การคัดเลือกเนื้อหาผลงานพิมพ์

บรรณาธิการและกองบรรณาธิการ เป็นผู้รับผิดชอบจัดหาเนื้อหาประเภทต่างๆ มาลงพิมพ์ ที่มาของเนื้อหาแต่ละชื่อฉบับจะคล้ายกัน ดังที่บรรณาธิการนิตยสาร เพื่อนาหม่า ได้อธิบายไว้ว่า

"มี 2 แบบคือ นักเขียนประจำ คือคนที่นั่งประจำในกองบรรณาธิการ แบ่งงานแล้วต่างคนต่างไปทำ แล้วมาส่งตามกำหนด กับประชุมแล้วอยากได้คอลัมน์อื่นซึ่งไม่ใช่นักเขียนประจำ ก็ต้องหาคนเขียน เช่น เรื่องกฎหมายลิขสิทธิ์ อยากรู้ที่เด็กเข้าใจก็ต้องหาคนเขียน ซึ่งเป็นคนใหม่จริงๆ เป็นผู้เชี่ยวชาญ หรือคอลัมน์ที่มีนักเขียนนอกเขียนประจำคอลัมน์นี้ เช่น รักษ์ไทย ถ้าอยากได้เรื่องจังหวัดใหม่ก็จะขอเรื่องนี้ ที่เหลืออาจจะโทรศัพท์ไปคุยกับนักเขียนว่าเดือนนี้จะเขียนเรื่องอะไร หรือผู้เขียนถามว่าจะให้เขียนเรื่องอะไรดี แล้วกำหนดวันส่งต้นฉบับ"

จากข้อมูลแสดงว่าที่มาของเนื้อหา มี 3 ทางคือนักเขียนประจำกองบรรณาธิการ นักเขียนประจำคอลัมน์ และนักเขียนพิเศษ การกำหนดเนื้อหา นิตยสารสำหรับเด็กมักจะกำหนดตามสถานการณ์หรือฤดูกาล เช่น ฤดูร้อนอาจจะเป็นเรื่องทะเล เป็นต้น

เกณฑ์การคัดเลือกเนื้อหาผลงานพิมพ์ บรรณาธิการให้ความสำคัญกับประโยชน์ที่มีต่อผู้อ่าน และความนิยมของผู้อ่าน เป็นส่วนสำคัญ ดังแสดงไว้ในส่วนที่ 1 เรื่อง เนื้อหาของนิตยสารสำหรับเด็ก

การเลือกเนื้อหาผลงานพิมพ์ บรรณาธิการจะได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมทางการสื่อสาร ดังแสดงในตารางที่ 1 ส่วนที่ 1 เรื่อง เนื้อหาของนิตยสารสำหรับเด็ก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การเลือกรูปแบบนำเสนอเนื้อหา บรรณาธิการแต่ละท่านแสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้

บรรณาธิการนิตยสาร โคโรนัสสาร จัดลำดับรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับเด็ก และได้รับความสนใจจากเด็ก เป็น "การ์ตูน ภาพสวย สารคดี และเรื่องสั้น ตามวัย กลุ่มต้น 8 ถึง 12 ปีจะชอบการ์ตูน 12 ปีขึ้นไปจะชอบนิทาน สารคดี และปริศนา โคโรนัสสารเสนอเนื้อหาร้อยละ 60% ใช้รูปแบบสารคดี ประกอบภาพการ์ตูน และภาพถ่าย นอกจากนี้เป็นพวกการ์ตูนลายเส้น และพวกเกม"

บรรณาธิการบ้านเด็ก กล่าวว่า "การ์ตูนเหมาะกับเนื้อหาทุกรูปแบบ แล้ว
แต่ด้วยของเด็ก เป็นเครื่องกำหนดรูปแบบการ์ตูน"

บรรณาธิการนิตยสารเพื่อนใหม่ กำหนดรูปแบบการนำเสนอตามกลุ่มผู้อ่าน
"เพื่อนใหม่พยายามใช้รูปถ่ายมากขึ้น บนการ์ตูนบ้าง เพราะยังอยากดึงผู้อ่านเด็กเล็ก
เด็กจะติดกับสีมาก ภาพประกอบจึงต้องมีสีสัน"

บรรณาธิการนิตยสารสวนเด็ก ชื่อว่า "ภาพประกอบสำคัญที่สุด โดยเฉพาะ
อย่างยิ่ง การ์ตูน และภาพประกอบสีสันสวยงาม จะทำให้เด็กสนใจและอยาก
อ่านคอลัมน์นั้นๆ มากขึ้น"

ผู้ช่วยบรรณาธิการ เสียงเด็ก ให้ความเห็นว่า "การจะเลือกรูปแบบการ์
ตูน เรื่องสั้น สารคดี ภาพประกอบ อยู่ที่วิธีการนำเสนอว่าจะให้ออกมาอย่างไร ให้
ตรงกับกลุ่มเด็กที่เราต้องการสื่อสารถึงเขา เช่น เรื่องสั้นหรือสารคดีสำหรับเด็กอายุ
ระหว่าง 8 ถึง 12 ปี ควรออกมาในรูปแบบใด เนื้อหาอยากง่ายแต่ไหน อยู่ในการ
พิจารณาของผู้จัดทำ"

รายละเอียดรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารสำหรับเด็ก ดูด้านส่วน
ที่ 1 เรื่อง เนื้อหาของนิตยสารสำหรับเด็ก

ขั้นตอนการผลิต

บรรณาธิการมีหน้าที่ควบคุมการผลิตนิตยสาร ในส่วนของนิตยสารสำหรับเด็ก
ทั้ง 6 ชื่อฉบับที่ศึกษา มีขั้นตอนคล้ายกัน คือ

การจัดทำนิตยสาร เริ่มจากการประชุมเพื่อกำหนดเนื้อหา ซึ่งจัดล่วงหน้า
ประมาณ 1 หรือ 2 ฉบับประชุมก่อนเปิดเล่ม กำหนดเนื้อหา ในส่วนของเนื้อหา
บางคอลัมน์อาจเตรียมล่วงหน้าได้ 3 หรือ 4 ฉบับ โดยเปลี่ยนแปลงเนื้อหาได้
ตามความเหมาะสม เมื่อกำหนดเนื้อหาแล้ว จะเป็นขั้นการแบ่งงานรับผิดชอบ และ
ขั้นการเตรียมต้นฉบับ ซึ่งสามารถจัดหาโฆษณาได้ในขณะนี้ เนื่องจากบริษัท
เจ้าของสินค้าอาจต้องการพิจารณาจากเนื้อหาแต่ละฉบับด้วย เมื่อครบกำหนดรับต้นฉบับ
แล้วก็ เป็นขั้นตอนการจัดพิมพ์ เมื่อเสร็จขั้นตอนการพิมพ์แล้วก็จะจัดส่งตามวิธี
การจัดจำหน่ายที่เลือกไว้ หลังจากเสร็จขั้นตอนเปิดเล่มแล้ว จะมีการประชุมเพื่อประ
เมินผล

ระหว่างขั้นตอนการจัดทำ จะมีการประชุมย่อย เพื่อปรึกษาปัญหา หรือปรับเปลี่ยนเนื้อหาตามความเหมาะสม

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการนิตยสารสำหรับเด็ก

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการนิตยสารสำหรับเด็ก แบ่งออกได้เป็น ปัญหาในธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กขนาดใหญ่ และปัญหาในธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กขนาดเล็ก

1. ปัญหาเกี่ยวกับเวลาที่ใช้ในการเตรียมต้นฉบับ

บรรณาธิการนิตยสารสำหรับเด็ก ทั้งงานธุรกิจนิตยสารขนาดใหญ่ และในธุรกิจนิตยสารขนาดเล็ก ต่างก็ประสบปัญหาระยะเวลาในการทำงาน คือการเตรียมต้นฉบับ หากมีนักเขียนคอลัมน์นำคส่งต้นฉบับช้า หรือมีข้อผิดพลาดที่ทำให้ปิดเล่มไม่ตรงตามกำหนด เช่น บริษัทโฆษณาส่งแบบโฆษณาช้า จะมีผลถึงการจัดพิมพ์คือต้องพลาดตารางการทำงานของโรงพิมพ์ ซึ่งจะต้องจัดพิมพ์งานอื่นต่อไป ดังนั้นการพลาดกำหนดเพียงวันเดียว อาจมีผลให้ล่าช้าจากการที่ต้องรอโรงพิมพ์ว่าง เพื่อจัดพิมพ์นิตยสารอีกเป็นเวลานาน ส่งผลให้นิตยสารออกวางจำหน่ายไม่ตรงตามกำหนด

2. ปัญหาการจัดส่งสมาชิกล่าช้า

การจัดส่งสมาชิก ดังที่กล่าวถึงในส่วนที่ 3 เรื่องการจัดจำหน่ายนิตยสารสำหรับเด็กมีปัญหาในขั้นตอนการจัดส่ง ยิ่งเป็นธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดใหญ่ ที่มีนิตยสารในเครือหลายชื่อฉบับ การส่งสมาชิกรวมกัน อาจทำให้ล่าช้า รวมทั้งการส่งยังที่ทำการไปรษณีย์ขนาดใหญ่ ทำให้เกิดการสูญหายมาก วิธีแก้ไข คือแยกมาจัดส่งเอง และใช้ส่งทางที่ทำการไปรษณีย์สาขาย่อย ซึ่งมีปริมาณงานน้อยกว่า จัดส่งได้รวดเร็วกว่า

3. ปัญหาการแข่งขันกับสื่ออื่น

เด็กในปัจจุบัน มีกิจกรรมให้เลือกทำมากมาย และมีสื่อให้เลือกรับมาก

อีกทั้งการศึกษาในระบบที่แข่งขันกันสูง ทำให้เด็กไม่มีเวลาอ่านนิตยสารสำหรับเด็ก หรือไม่เลือกอ่านนิตยสารสำหรับเด็ก จากการที่มีนิตยสารการ์ตูน หรือหนังสือการ์ตูนต่างประเทศ ซึ่งต้องต่อสู้ทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ เพราะการ์ตูนต่างประเทศไม่ต้องรอเวลาผลิตต้นฉบับ สามารถเลือกพิมพ์ได้รวดเร็ว นิตยสารสำหรับเด็กจึงต้องปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหา ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และปรับเนื้อหาให้ทันสมัยอยู่เสมอ

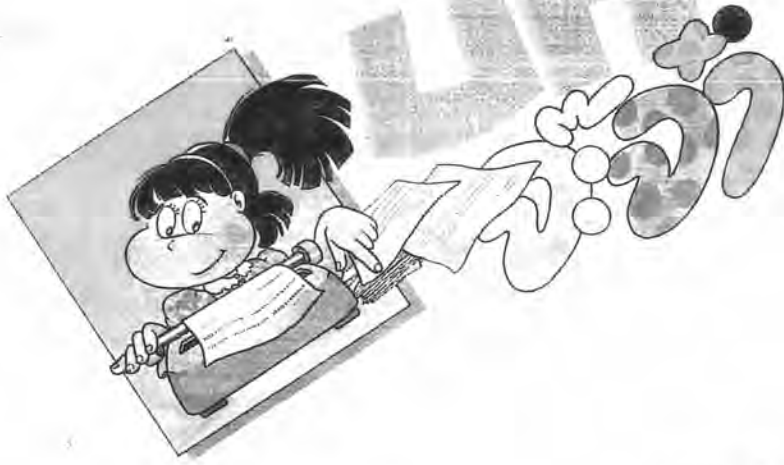
4. ปัญหาขาดการสนับสนุนจากผู้ปกครอง

ผู้ปกครองผู้อ่านนิตยสารบางส่วน ยังไม่เข้าใจและไม่เห็นคุณค่าของการอ่านนิตยสารสำหรับเด็ก แต่จะสนับสนุนให้อ่านตำราเรียน และนิตยสารประเภทเตรียมสอบ เช่น แม็ค

ผู้ปกครองที่เข้าใจคุณประโยชน์ของนิตยสารสำหรับเด็ก จะเลือกซื้อให้เด็กอ่าน ดังที่บรรณาธิการนิตยสารไครนसार พบจากการออกแบบสอบถามว่า นิตยสารที่เด็กซื้อเอง จะเป็นนิตยสารประเภทขยายดาราศาสตร์ และบันเทิง ส่วนไครนसार ผู้ปกครองจะซื้อให้เด็กอ่าน เพราะเห็นว่ามีประโยชน์

บรรณาธิการนิตยสาร เพื่อนใหม่ ได้รับจดหมายจากเด็ก เล่าว่า ผู้ปกครองไม่ยอมให้สมัครสมาชิก บรรณาธิการจึงส่งตัวอย่างนิตยสาร เพื่อนใหม่ ให้ผู้ปกครองอ่าน เมื่อเข้าใจคุณประโยชน์ของนิตยสารแล้ว ผู้ปกครองจึงอนุญาตให้สมัครสมาชิก

จากจดหมายในคอลัมน์ตอบจดหมายของบรรณาธิการนิตยสารสวนเด็ก พบว่า ผู้ปกครองสนใจติดตามว่า เด็กอ่านหนังสือ นิตยสารประเภทใดบ้างดังตัวอย่างจดหมายในนิตยสารสวนเด็ก ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2532



อศ.พรพรรณ บุญมณี

คุณสงวน รัตนมง

ความเจริญ งอกงาม ไผ่บุญย์ จงบังเกิดมีแก่ "สวนเด็ก" ที่รัก

วันนั้นคุณตาเดินผ่านร้านขายหนังสือได้พบกับ สวนเด็ก นึกชอบใจ จึงถามราคา คนขายบอกว่าไม่ขาย ต้องซื้อของขวัญเรือนจึงแถมให้ ตกลงคุณตาต้องควักกระเป๋าซื้อของขวัญเรือนเพราะใจรักและเอ็นดูเข้าแล้ว

คุณตามีหลานเล็ก ๆ 3 คน 2 คนแรกเป็นฝาแฝดชาย-หญิง อายุ 6 ขวบ เรียนอยู่อนุบาลปีที่ 3 อ่านหนังสือได้ ชอบอ่านการ์ตูน จึงสมัครให้หลานเป็นสมาชิกสวนเด็กทั้ง 3 คน

คุณตาขอชมว่า สวนเด็กเป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กได้ทั้งความรู้ เพลิดเพลิน และคุณธรรม เช่น ประวัติพระพุทธเจ้า ให้เด็กได้รู้จักกับพระพุทธศาสนาตั้งแต่เริ่มแรก ต่อไปอยากเสนอแนะให้ลงธรรมะอ่อน ๆ หวาน ๆ เกี่ยวกับ สីล สมาธิ ปัญญา ธรรมะสำหรับเยาวชน มาป้อนให้บ้าง

คุณตาเคยคุยกับพระฝรั่งที่วัดป่า

นานาชาติท่านพูดคำหนึ่งว่า "คนไทยอยู่กับของดี แต่ไม่รู้จักของดี" เข้าทำนองว่า "ใกล้เกลือกินด่าง" คุณตานึกอายนามากและอีกเรื่องหนึ่ง คุณตาเคยนึกชมคนญี่ปุ่นที่สร้างการ์ตูน "เนรน้อยเจ้าปัญญา" เกี่ยวกับการสอนให้เด็กรู้จักใช้สมาธิตามแนวพุทธศาสนาของเรา ความจริงคนไทยเราน่าจะคิดได้ก่อนเขา ยังนึกตำหนิตนเองไม่หายว่า "เราฉลาดน้อยกว่าเขา"

สุดท้าย คุณตาอยากให้สวนเด็กคิดทบทวนดู และขอให้สวนเด็กจงเป็นสวนที่เปรียบพร้อมด้วยพันธุ์ไม้ที่สวยงาม ๆ เป็นสวนที่ให้ความรู้ ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อย้อมจิตใจ อารมณ์ สังคม ให้เยาวชนของชาติเจริญงอกงามไผ่บุญย์ เป็นพลเมืองที่มีคุณภาพยิ่ง ๆ เทอญ

จากคุณตา

สวัสดิ์ค่ะ...คุณตา

กองบรรณาธิการ "สวนเด็ก" ขอขอบพระคุณคุณตาที่ได้เขียนจดหมายมาให้อ่านคิดและกำลังใจแก่พวกเรา เราทุกคนจะตั้งใจทำ "สวนเด็ก" ให้ดีที่สุดเพื่อเยาวชนของชาติ ตามที่คุณตาอวยพรค่ะ

การสื่อสารให้ผู้ปกครอง เข้าใจคุณประโยชน์ของนิตยสารสำหรับเด็กจึงช่วย
ให้ผู้ปกครองอนุญาตให้เด็กสมัครสมาชิกหรือชื่อนิตยสารสำหรับเด็ก

ปัญหาในธุรกิจขนาดเล็ก

นอกจากจะประสบปัญหา 2 ประการดังกล่าวข้างต้น ธุรกิจขนาดเล็กรับ
เด็กขนาดเล็ก ยังประสบปัญหาอีกหลายประการ ดังนี้

5. ปัญหาเกี่ยวกับสายส่ง

การจัดจำหน่ายผ่านสายส่ง มีระบบที่ซับซ้อน ตั้งแต่การตรวจสอบยอด
จำหน่าย ซึ่งต้องตรวจสอบย้อนหลัง 3 เดือน ทำให้การประเมินผลล่าช้า อีกทั้งไม่
สามารถตรวจสอบยอดจำหน่ายต่อแผง ทำให้ไม่สามารถทราบว่พื้นที่ใดที่ยอด
จำหน่ายสูง และไม่สามารถเลือกวางเฉพาะแผงจำหน่ายหนังสือที่ต้องการ จะ
ต้องส่งรวมกันไปเป็นเขต ตามที่สายส่งกำหนดมา ซึ่งการแก้ไขปัญหาก็ทำได้โดยจัด
ส่งเอง ซึ่งมีข้อเสียที่แผงจำหน่ายหนังสืออาจไม่สนใจรับ หรืออาจต่อรองน้อย ค่า
ใช้จ่ายในการส่งสูง และการวางจำหน่ายในต่างจังหวัดอาจยากลำบาก แต่ก็
สามารถเลือกวางแผงจำหน่ายหนังสือที่ยอดจำหน่ายสูง และตรวจสอบยอดจำหน่ายได้
ตามต้องการ

6. ปัญหาเกี่ยวกับทุนในการดำเนินกิจการ

ธุรกิจขนาดเล็ก ในบริษัทที่ผลิตนิตยสารเพียงชื่อฉบับเดียว อาจ
ประสบปัญหาทุนไม่พอ เนื่องจากธุรกิจนิตยสาร จำเป็นต้องมีทุนเพียงพอเฉพาะ
ในระยะเริ่มแรก ก่อนมีผู้อ่านประจำ อีกทั้งการลงโฆษณาซึ่งเป็นรายได้สำคัญของ
นิตยสาร ในบางช่วงอาจขาดโฆษณาสันับสนุน ยิ่งเป็นนิตยสารชื่อฉบับเดียว ที่ไม่
ได้สังกัดบริษัทใหญ่ และเป็นฉบับแรกๆที่ออกวางจำหน่าย บริษัทเจ้าของสินค้ามักจะ
ไม่ให้ความเชื่อถือ แต่จะสนับสนุนเมื่อนิตยสารออกวางจำหน่ายได้สักระยะหนึ่ง
จนกระทั่งเห็นว่าผู้จัดทำตั้งใจจริง การหาโฆษณาสันสนับสนุน จึงยังคงอาศัยสินค้าที่
ต้องการสนับสนุนสังคม เป็นการโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ นอกจากนี้ กลยุทธ์การ
ขายเนื้อที่โฆษณา ก็เป็นส่วนสำคัญ เช่น นิตยสาร ไครนสาร ไม่ต้องการให้โฆษณา
กำหนดเนื้อหาจะใช้วิธีเสนอหน้าโฆษณาไปยังบริษัทเจ้าของสินค้า เช่น เสนอเป็นรูป
เกม ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้ชิ้นงานโฆษณา และดึงความสนใจบริษัทเจ้าของ
สินค้าให้ลงโฆษณานิตยสารได้

การแก้ไขปัญหานี้ไม่พอ ยังอาจแก้ไขได้โดยมูลนิธิ หรือบริษัทเอกชน สนับสนุน เช่น โคโรนสาร สนับสนุนโดยมูลนิธิไชยยัง ลี้มทองกุล และเปลี่ยนชื่อ จากบริษัทจิตตรูธ มาเป็นบริษัทบรรณทรรศน์ จำกัด การสนับสนุนจากมูลนิธิ ช่วยเพิ่ม ทุนให้นิตยสารสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

นอกจากการสนับสนุนด้านทุนโดยตรง นิตยสารสำหรับเด็กยังสามารถหาทุน โดยอ้อม จากระบบสมาชิกอุปถัมภ์ คือการที่บริษัทธุรกิจเอกชน หรือบุคคล สมัครสมาชิกให้แก่ห้องสมุดโรงเรียนที่ต้องการ นับเป็นการเพิ่มยอดจำหน่ายที่ดี และยังได้ กระจายนิตยสารสู่เด็กในโรงเรียนที่ด้อยโอกาส

7. ปัญหาขาดการสนับสนุนจากรัฐบาล

หน่วยงานของรัฐ เช่น กระทรวงศึกษาธิการ สามารถสนับสนุนนิตยสารสำหรับเด็กได้หลายวิธี วิธีการหนึ่งก็คือ การออกจดหมายแนะนำนิตยสารไปยังโรงเรียน ซึ่งจะทาให้ผู้บริหารโรงเรียนสนใจรับไว้ประจำห้องสมุด ช่วยที่เด็กได้อ่าน และรู้จักนิตยสารนั้น นอกจากนี้ จดหมายแนะนำจากทางราชการ ช่วยที่สามารถ จำหน่ายในโรงเรียนได้ และยังช่วยที่ผู้ปกครองเห็นคุณค่าของนิตยสารนำไปสู่การ สนับสนุนให้เด็กอ่าน หรือสมัครสมาชิก ทางกระทรวงศึกษาธิการเคยออกจด หมายประเภทนี้มาบ้าง เช่น การออกจดหมายให้นิตยสาร เพื่อนใหม่ แต่ก็มีได้ออก ให้อย่างสม่ำเสมอ

นอกจากขาดการสนับสนุนด้านการจัดจำหน่าย นิตยสารสำหรับเด็ก ยัง ประสบปัญหาการเก็บภาษีซ้ำซ้อน และภาษีที่เก็บในอัตราสูง ไม่มีการผ่อนผันให้สิ่งพิมพ์ ที่เป็นประโยชน์สำหรับเด็กและยังต้องชำระภาษีมูลค่าเพิ่ม เนื่องจากนิตยสารมี โฆษณาสนับสนุน ทำให้กลายเป็นสื่อโฆษณา เข้าข่ายธุรกิจที่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นการเพิ่มภาระให้ผู้ประกอบการนิตยสารสำหรับเด็ก

ส่วนที่ 6 แนวโน้มธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็ก

จากการวิเคราะห์เนื้อหา การอ่าน และการสัมภาษณ์บรรณาธิการนิตยสารสำหรับเด็ก สามารถนำข้อมูลมาคาดการณ์อนาคตธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กได้ดังนี้

1. รูปแบบการเป็นเจ้าของนิตยสารสำหรับเด็ก

จากข้อมูลในส่วนการจัดจำหน่าย ปัญหาในการดำเนินงานนิตยสารสำหรับเด็ก และจากข้อมูลที่บรรณาธิการแต่ละท่านระบุในแบบสัมภาษณ์ สรุปได้ว่า นิตยสารสำหรับเด็ก ทั้งที่เป็นนิตยสารที่เริ่มต้นใหม่ หรือเป็นนิตยสารสำหรับเด็กขนาดเล็ก ควรมีการเปลี่ยนแปลง คือ เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ขนาดใหญ่ เพื่อให้ได้ประโยชน์ด้านทุนที่เพิ่มขึ้น ระบบจัดจำหน่ายร่วมกัน ทาให้สะดวกและมีอำนาจต่อรอง บริษัทใหญ่ๆจะมีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง ช่วยในด้านการจัดพิมพ์ ลดต้นทุน

นอกจากการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทสิ่งพิมพ์ขนาดใหญ่ ทางออกอีกทางหนึ่งในการเพิ่มทุนเพื่อพัฒนาคุณภาพนิตยสาร และเพื่อแข่งขันกับสื่ออื่น ผู้ประกอบการนิตยสารสำหรับเด็กอาจรับทุนสนับสนุนจากมูลนิธิเอกชน ซึ่งเห็นประโยชน์ของนิตยสารสำหรับเด็ก วิธีการนี้ช่วยให้นิตยสารสำหรับเด็กขนาดเล็ก สามารถดำรงอยู่ และมีทุนเพื่อพัฒนานิตยสาร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. จากการที่สื่อมวลชนพัฒนาไปมาก มีการแข่งขันสูงทั้งงานนิตยสารสำหรับเด็ก สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออื่นๆ เพื่อแย่งชิงกลุ่มเป้าหมายและส่วนแบ่งตลาดเดียวกัน นิตยสารสำหรับเด็ก จึงจำเป็นต้องพัฒนาตนเอง ดังนั้น แนวโน้มรูปแบบของนิตยสารสำหรับเด็กในอนาคตน่าจะมีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น ทั้งงานการจัดหน้า วัสดุและระบบการพิมพ์

3. กิจกรรมส่งเสริมการจำหน่าย ของนิตยสารสำหรับเด็กจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากต้องแข่งขันกับสื่ออื่นๆ ทั้งหนังสือการ์ตูน โทรทัศน์ ตลอดจนกิจกรรมที่เด็กเลือกทำ ข้อมูลจากการอ่าน การวิเคราะห์เนื้อหา และข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์พบว่า ความเปลี่ยนแปลงในธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กประการหนึ่ง ก็คือ กิจกรรมการส่งเสริมการจำหน่ายเพิ่มขึ้น โดยสรรหากลยุทธ์์แปลกใหม่ จึงคาดได้ว่า กิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายน่าจะเพิ่มขึ้น

4. การเจาะกลุ่มเป้าหมาย และแบ่งประเภทนิตยสาร จะแยกชั้นย่อยมากยิ่งขึ้น มีนิตยสารสำหรับเด็กเพื่อรองรับความสนใจเฉพาะด้านการแบ่งกลุ่มเป้าหมายเฉพาะด้าน เพื่อให้เด็กเลือกอ่านได้ตรงตามความต้องการ ข้อมูลจากการตอบแบบสัมภาษณ์ของบรรณาธิการ และการสัมภาษณ์แผงจำหน่ายหนังสือพบว่า เด็กอ่านหนังสือน้อยลง และเลือกเล่มที่พอใจหรือใช้ประโยชน์ได้ รวมทั้ง เด็กหญิงซื้อนิตยสารมากกว่าเด็กชาย จึงสรุปได้ว่าการแบ่งกลุ่มเป้าหมายย่อยอาจเป็นทางออกหนึ่งในการต่อสู้กับสื่ออื่น และการเข้าถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น

การแบ่งกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจง อาจเป็นนิตยสารที่แยกตามเพศ ตามวัย หรือตามความสนใจ เช่น คนตรี กีฬา การอนุรักษ์ธรรมชาติ เป็นต้น

การแบ่งกลุ่มเป้าหมายแยกตามเพศ จากการสำรวจแผงจำหน่ายหนังสือพบว่า เด็กหญิงซื้อนิตยสารมากกว่าเด็กชาย ดังที่แสดงไว้ในส่วนที่ 3 การแบ่งประเภทนิตยสารสำหรับเด็กแยกตามเพศจึงอาจเป็นทางออกหนึ่งที่จะดึงดูดกลุ่มผู้อ่านเด็กชายให้หันมาสนใจและได้รับประโยชน์จากนิตยสารสำหรับเด็ก

ตัวอย่างนิตยสารสำหรับเด็กหญิงก่อนวัยรุ่น

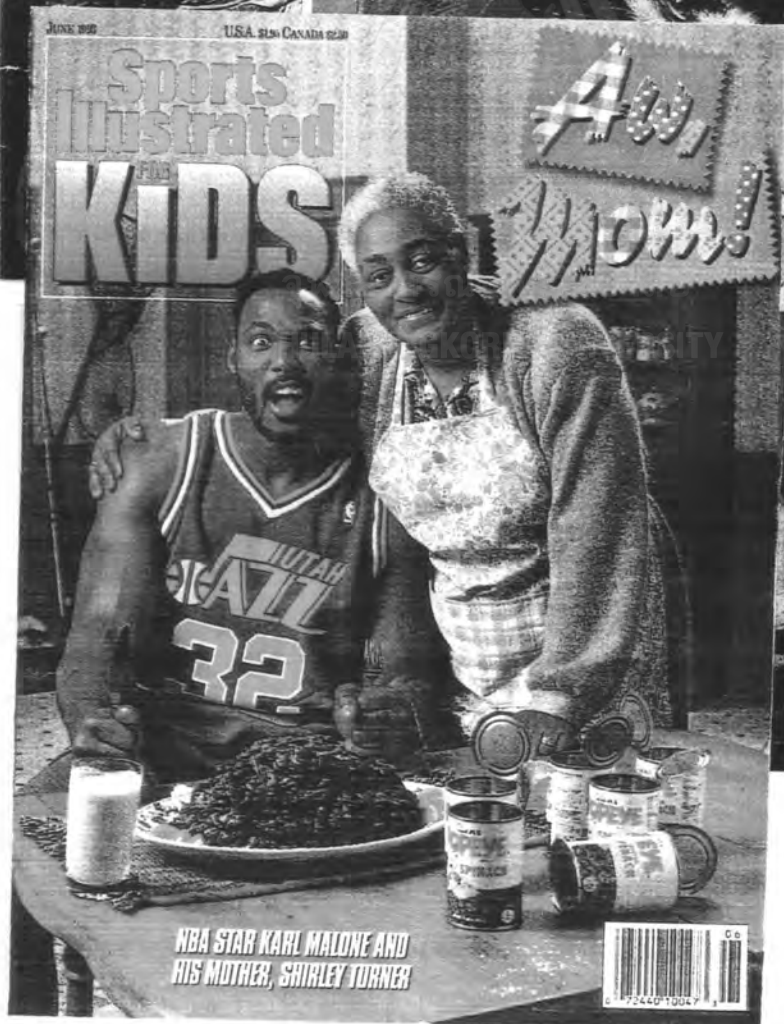
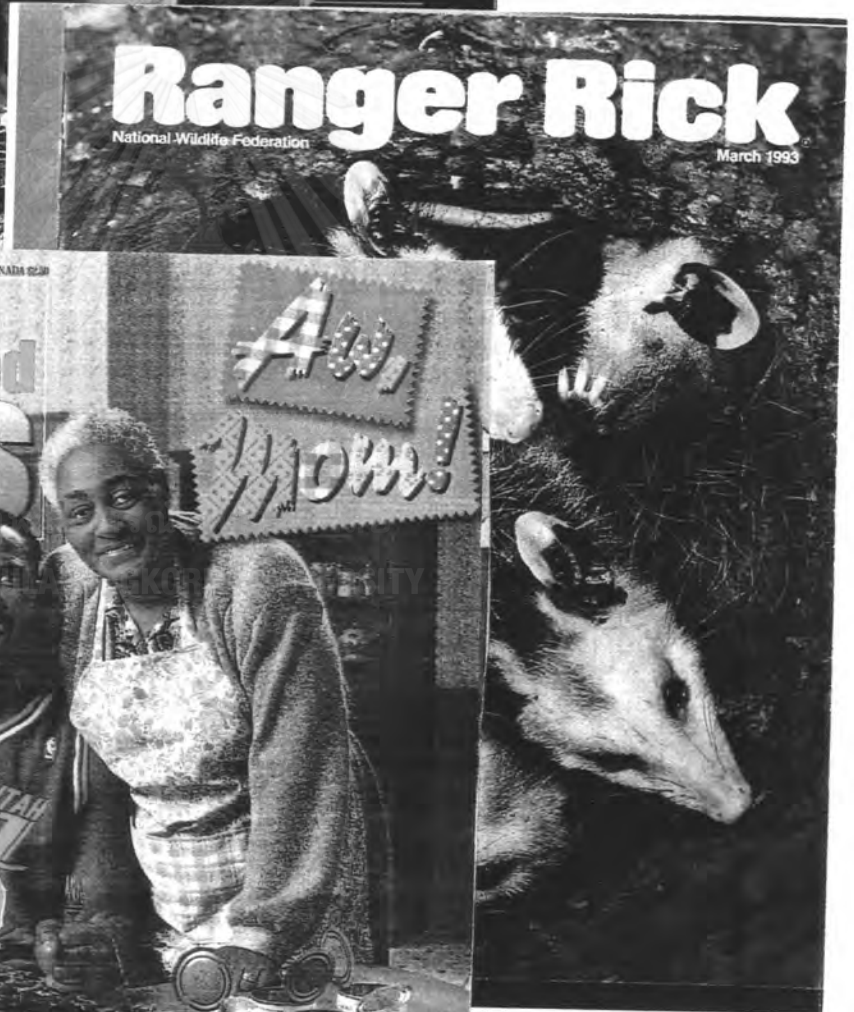


การแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามอายุของเด็ก พัฒนาการทางการอ่านของเด็ก
อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามระดับชั้นที่ศึกษา การแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามอายุของผู้อ่าน
ช่วยให้เด็กได้รับนิตยสารที่อ่านยาก ง่าย เหมาะสมกับวัย เช่น นิตยสาร Sesame
Street แบ่งออกเป็นนิตยสารสำหรับเด็กเล็ก วัย 2 ถึง 6 ปี เด็กวัย 6 ถึง 10 ปี
และเด็กก่อนวัยรุ่น 8 ถึง 12 ปี

ตัวอย่างนิตยสารที่แบ่งตามอายุของผู้อ่านกลุ่มเป้าหมาย



การแบ่งประเภทนิตยสาร ตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย เช่น นิตยสาร
กีฬาสำหรับเด็ก นิตยสารความรู้เกี่ยวกับสัตว์สำหรับเด็ก หรือนิตยสารความรู้
ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสำหรับเด็ก ดังตัวอย่าง



5. จากการที่เด็กมีสื่อให้เลือกอ่านมากขึ้น การเพิ่มประโยชน์ในด้านสร้างเสริมประสบการณ์ เช่นการเพิ่มเนื้อหาด้านความรู้รอบตัว และทักษะการช่วยเหลือตัวเอง เช่น การซ่อมแซมเสื้อผ้า การปฐมพยาบาล การดูแลสัตว์เลี้ยง ทั้งนี้ เนื้อหาด้านความบันเทิง และความรู้เสริมหลักสูตรการศึกษาซึ่งเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ เนื้อหาเหล่านี้ช่วยในการตัดสินใจเลือกอ่านเลือกซื้อ ของเด็กและผู้ปกครอง และให้ประโยชน์แก่ผู้อ่าน

6. สื่อนิตยสารสำหรับเด็กจะพัฒนาเพิ่มประโยชน์ที่เด็กจะได้รับมากยิ่งขึ้น จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการนิตยสาร พบว่า เด็กยุคปัจจุบันเลือกอ่านนิตยสารเพื่อใช้ประโยชน์เช่นประกอบการรายงานในชั้นเรียน เพิ่มหัวข้อการพูดคุยกับเพื่อน และเพื่อความบันเทิง นิตยสารที่เด็กสามารถอ่านประโยชน์ได้หลายทางย่อมได้เปรียบ คอลัมน์ประเภทเกม หรือการเปิดโอกาสให้เด็กได้มีปฏิสัมพันธ์กับนิตยสารมากขึ้น จะช่วยดึงความสนใจของเด็กได้ แนวโน้มนิตยสารในอนาคตจึงน่าจะสนใจประโยชน์ที่ผู้อ่านจะได้รับเป็นสำคัญ

7. จากการสัมภาษณ์แผงจำหน่ายหนังสือ พบว่า ตลาดนิตยสารสำหรับเด็กยังเล็กและมีช่องว่างสำหรับนิตยสารชื่อฉบับใหม่ๆ รวมทั้งการที่บริษัทสิ่งพิมพ์ขนาดใหญ่ เช่นอมรินทร์พรินต์ติ้ง โพลสตาร์ พับลิชชิ่ง และเนชั่น พับลิชชิ่ง สนใจธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็ก มีนิตยสารการ์ตูนออกจำหน่ายหลายชื่อฉบับ จึงคาดได้ว่าธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กจะเติบโต มีกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่สนใจตลาดนี้ และต้องการรับใช้สังคมด้านการพัฒนาเด็ก ธุรกิจส่วนนี้จึงน่าจะขยายตัวจนอาจกลายเป็นธุรกิจข้ามชาติได้

บรรณาธิการไครนสาร กล่าวถึงการที่บริษัทใหญ่หันมาสนใจตลาดนิตยสารสำหรับเด็กว่า มีส่วนดีในการขยายและกระตุ้นให้นิตยสารสำหรับเด็กพัฒนาอยู่เสมอ ไม่หยุดนิ่ง

8. จากการพัฒนาสื่ออิเล็กทรอนิกส์นิตยสารสำหรับเด็ก จะได้รับผลกระทบจากสื่อที่พัฒนาไปในรูปของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จนกระทั่งเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอสาร เช่น อาจเป็นนิตยสารแถบเสียงหรือเป็นระบบคอมพิวเตอร์ตามสายผู้อ่านต้องบอกรับ

เป็นสมาชิกและเปิดรับทางจอคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

9. การเปลี่ยนแปลงของการสื่อสารในระบบโลกาภิวัตน์ มีผลต่อเนื้อหาของนิตยสารสำหรับเด็ก ดังที่บรรณาธิการ*ไครนสาร*กล่าวว่าเมื่อสังคมเริ่มเป็นโลกาภิวัตน์ เนื้อหานิตยสารจะไม่เน้นความเป็นปัจเจกบุคคล แต่จะให้เด็กสนใจสิ่งรอบตัว หลากหลายวัฒนธรรม เช่นไครนสารพยายามลงพิมพ์นิทานพื้นบ้านของประเทศอื่นๆ และเรื่องท้องถิ่น เพื่อให้สนใจเรื่องหลากหลาย ไม่คิดว่ากรุงเทพมหานครคือประเทศไทย เป็นต้น

ข้อมูลจากการวิจัย สรุปแนวโน้มธุรกิจนิตยสารสำหรับเด็กได้ว่า จากการที่บริษัทสิ่งพิมพ์ขนาดใหญ่สนใจตลาดนี้ จะทำให้การดำเนินงานกิจการนิตยสารสำหรับเด็ก เปลี่ยนรูปแบบเนื้อหาจากอดีตสนองความต้องการของผู้อ่านได้ตรงจุดยิ่งขึ้น และการแข่งขันที่สูงทำให้ต้องปรับปรุงคุณภาพอยู่เสมอ นิตยสารคุณภาพดี และตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้นที่จะอยู่รอดและประสบความสำเร็จ