

# คุณลักษณะและบทบาทของนิตยสารแจกฟรีในประเทศไทย

## Characteristics and Roles of Free Magazines in Thailand

ธรรมากร จันทรทิพย์

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

### บทคัดย่อ

นิตยสารแจกฟรีจัดเป็นสิ่งพิมพ์รูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก พัฒนาการอย่างรวดเร็ว และกำลังได้รับความนิยมจากผู้อ่านอย่างยิ่ง ซึ่งวัดได้จากจำนวนยอดพิมพ์และจำนวนหัวนิตยสารแจกฟรีในปัจจุบัน โดยนิตยสารแจกฟรีจะจัดวางบริเวณสถานที่สำคัญตามแหล่งชุมชนต่างๆ อาทิ สถานีรถไฟฟ้า ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถาบันการศึกษา เป็นต้น ทั้งนี้ นิตยสารแจกฟรีมักจะนำเสนอเนื้อหาอันหลากหลายเกี่ยวกับวิถีชีวิตของผู้คนในด้านต่างๆ ทั้งอาหารการกิน การแต่งกาย สถานที่ท่องเที่ยว และเนื้อหาทั่วไปที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตในสังคมแห่งยุคข้อมูลข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้ ส่งผลให้นิตยสารแจกฟรีมีอิทธิพลและบทบาททางสังคมต่อการดำเนินชีวิตของผู้อ่าน ด้วยการเป็นแหล่งให้ความรู้และความบันเทิง โดยผู้อ่านมักเลือกอ่านนิตยสารที่น่าสนใจเนื้อหาทำให้เกิดมุมมองใหม่ที่สามารถนำมาไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ ทั้งบุคลิกภาพ แนวคิดการทำงาน และการใช้ชีวิตส่วนตัว

### Abstract

Free magazines have emerged and flourished as a new kind of print media with their vibrant development. Higher circulation and increasing numbers of titles of free magazines have indicated their popularity among readers. In terms of its dissemination, free magazines are given away in public urban areas such as metro stations shopping malls, restaurants and educational establishments. Contents published in free magazines usually cover many areas of interests among people from all walks of life including not only foods, fashion, tourist attractions, but also ever changing contents concerning information technologies. Hence, free magazines play a crucial role in readers' lives, as sources of information and entertainment, providing novel perspectives that can be applied to their personality development, personal activities in daily life as well as in the workspace.

ความเคลื่อนไหวทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากปัจจัยทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ล้วนเป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลให้ผู้คนต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและวิถีชีวิตให้ทันกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามยุคสมัย

ผู้คนในสังคมยุคโลกาภิวัตน์จึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้ก้าวทันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยการบริโภคข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่างๆ ด้วยความเร่งรีบให้สอดคล้องกับสังคมในยุคปัจจุบัน ทำให้ผู้ที่อยู่ในแวดวงสื่อต้องปรับตัวให้ทันกับผู้บริโภคเช่นกัน นั่นจึงเป็นที่มาของการเกิดนิตยสารแจกฟรี หรือ "Free Copy" ซึ่งเป็นสิ่งพิมพ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ทำหน้าที่บรรจุข้อมูลอย่างย่อแต่เต็มเปี่ยมด้วยความน่าสนใจทั้งข้อมูลข่าวสารและภาพประกอบ

"นิตยสารประเภทแจกฟรี" "Free Magazine" หรือ "Free Copy" เป็นคำเรียกสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในประเทศไทยมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งไม่ใช่เรื่องใหม่ที่เกิดขึ้นในแวดวงสิ่งพิมพ์ แต่ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเด่นชัดและน่าสนใจคือ ธุรกิจประเภทนี้กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ท่ามกลางกระแสสื่อสมัยใหม่ (New Media) ที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก

## คำนิยามของนิตยสารแจกฟรี

ในวงการสื่อสิ่งพิมพ์ไม่ได้มีการให้คำนิยามของนิตยสารแจกฟรีไว้อย่างชัดเจน ด้วยเหตุนี้ ผู้เขียนจึงขอให้ความหมายของนิตยสารแจกฟรี โดยการเทียบเคียงกับความหมายของนิตยสารตามทีระบุไว้ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี และตำราของนักวิชาการหลายท่าน คือ สื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านวารสารศาสตร์ที่มีเนื้อหาอันหลากหลายอยู่ในเล่มเดียวกัน มุ่งทั้งให้ความรู้ (To Inform) ความบันเทิง (To Entertain) และเป็นแนวทาง (To Guide) ต่อผู้อ่าน ซึ่งมีการกำหนดระยะเวลาการแจกที่แตกต่างกัน ทั้งแน่นอน เช่น รายปักษ์ รายเดือน เป็นต้น และไม่แน่นอน เช่น แจกฟรีในวาระโอกาสพิเศษต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของผู้จัดทำ โดยคำนึงถึงความต้องการและรสนิยมการรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก แนวคิดของนิตยสารจึงหมายถึงรวมถึงแหล่งรวบรวมสาระเนื้อหาที่มีความหลากหลายและทันสมัย อันประกอบด้วยงานเขียนประเภทต่างๆ ทั้งข่าว บทความ เรื่องสั้น สารคดี คอลัมน์ประจำ และข้อเขียนอื่นอีกหลายลักษณะที่กำลังได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้อ่านในช่วงเวลานั้นๆ รวมทั้งภาพประกอบงานเขียนที่มีความสวยงาม และโฆษณาารวมอยู่ในเล่มเดียวกันอย่างมีระบบ

## ประเภทของนิตยสารแจกฟรี

นิตยสารแจกฟรีในอดีตนั้นมักจะเป็นนิตยสารประเภทท่องเที่ยว ประกอบด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร โรงแรม โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ หรืออาจเป็นนิตยสารเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่มองค์กรทางธุรกิจการเงิน การธนาคาร และอสังหาริมทรัพย์ แต่นิตยสารแจกฟรีในปัจจุบันนั้นมีรูปแบบหลากหลายประเภทมากยิ่งขึ้น โดยจะเน้นนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิตของผู้คนในเมืองใหญ่ทั้งเรื่องของอาหารการกิน การท่องเที่ยว การจับจ่ายใช้สอย แฟชั่น การแต่งกาย และอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งแจกฟรีตามแหล่งชุมชนสำคัญต่างๆ โดยเฉพาะบริเวณสถานีรถไฟฟ้า ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ สปา โรงแรม โรงพยาบาล โรงภาพยนตร์ และแหล่งบันเทิงใจกลางเมือง สำหรับการจัดแบ่งประเภทของนิตยสารแจกฟรีที่ปรากฏอยู่ตามสถานที่ต่างๆ ในปัจจุบันจากการรวบรวมข้อมูลของผู้เขียนนั้น สามารถแบ่งได้อย่างกว้างๆ โดยจำแนกตามลักษณะของเนื้อหา หรือตามความสนใจของผู้อ่าน เป็น 3 ประเภทหลักด้วยกัน คือ

1. นิตยสารแจกฟรีสำหรับผู้บริโภคทั่วไป ได้แก่ นิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม การดำเนินชีวิต รวมถึงแฟชั่น

การแต่งกายเพื่อกลุ่มผู้อ่านทั่วไปในสังคม เช่น BK Magazine, happening, You are here Magazine, Partysan, WOMAN PLUS, 247, DACO, a day BULLETIN, ทุ (2), SHE's smart, ACROSS, DO Pocazine, CENTERPOINT, VIVA Bangkok, WAKE UP, HIP, City Lift Chiang Mai, COMPASS เป็นต้น

2. นิตยสารแจกฟรีเฉพาะทาง ได้แก่ นิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาให้สาระความรู้เฉพาะเจาะจงในด้านใดด้านหนึ่ง เช่น กีฬา เทคโนโลยี การแพทย์ อด ภาพยนตร์ ท่องเที่ยว สุขภาพ ฯลฯ เช่น DL Magazine, D Plus, GO, Tick a seaT, Filmmunist, SNEAKER HEAD, WEEKEND, POSTCARD, Eating Out, Filmmunist, BIG MAP, ยะแสบ, ปลีสุข เป็นต้น

3. นิตยสารแจกฟรีเชิงธุรกิจหรือประเภทสมาชิก ได้แก่ นิตยสารที่ออกโดยหน่วยงานราชการ องค์กร สถาบัน สมาคมต่างๆ รวมไปถึงนิตยสารแจกฟรีเพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร เช่น คิด, สะพรั่ง, หนีกรุง, UBC Magazine, M Scene, F3, Red Carpet Bulletin, TRADE POINT, I Travel, Creative Thailand, HideAway เป็นต้น

## คุณลักษณะของนิตยสารแจกฟรี

### คุณลักษณะของเนื้อหา

คุณลักษณะของนิตยสารแจกฟรีในด้านเนื้อหานั้น มีหลายประเภท แต่โดยส่วนใหญ่ที่ปรากฏในขณะนี้สามารถแยกแยะคุณลักษณะของเนื้อหาตามเรื่องราวที่นำเสนอในเล่มเป็น 2 ลักษณะคือ

1. เนื้อหาทั่วไป (General magazine) มักจะนำเสนอข้อมูลหลากหลายรูปแบบอยู่ในเล่มเดียว โดยส่วนใหญ่มักจะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิต แฟชั่น การแต่งกาย คอลัมน์แนะนำต่างๆ ทั้งอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว การใช้ชีวิต เป็นต้น

2. เนื้อหาเฉพาะเจาะจง (Specialized magazine) มักจะนำเสนอข้อมูลด้านใดด้านหนึ่งอย่างจำเพาะทั้งเล่ม เช่น ท่องเที่ยว อาหารการกิน สุขภาพ ธุรกิจการลงทุน ภาพยนตร์ เทคโนโลยี กีฬา เป็นต้น

จากการรวบรวมข้อมูลของผู้เขียนพบว่า นิตยสารแจกฟรีที่มีในขณะนี้โดยส่วนใหญ่จัดอยู่ในประเภทนิตยสารสำหรับผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งมักจะนำเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลายเกี่ยวกับวิถีชีวิต แฟชั่น การแต่งกาย และคอลัมน์แนะนำต่างๆ เพื่อกลุ่มผู้อ่านทั่วไปในสังคม

อย่างเช่น นิตยสาร Woman Plus ซึ่งเป็นนิตยสารผู้หญิงรายปักษ์ที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงยุคใหม่ โดยนำเสนอเนื้อหาทั้งในเรื่องของสังคม ความงาม แฟชั่น สุขภาพ การเงิน ดนตรี หนังสือ

การผจญภัย วัฒนธรรม และอื่นๆ ที่มุ่งให้ผู้อ่านได้เรียนรู้การใช้ชีวิตอย่างมีความสุขด้วยความเป็นตัวเอง

นิตยสาร 247 Magazine เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาอันหลากหลายเพื่อตอบสนองผู้คนในเมืองใหญ่ที่ใช้ชีวิตอย่างทันสมัยในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของกระแสแฟชั่น สุขภาพ ความงาม ศิลปะ การทำงาน อาหารการกิน ท่องเที่ยว ความบันเทิงทั้งภาพยนตร์ ดนตรี หนังสือ การตกแต่งบ้าน การใช้ชีวิตทั้งนอกและในบ้านให้คุ้มค่าและมีสีสัน โดยมีจุดยืนเพื่อเป็นเพื่อนของผู้อ่านในการใช้ชีวิต 24 ชั่วโมง

นิตยสาร a day BULLETIN เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเรื่องราวรอบตัวที่น่าสนใจและทันเหตุการณ์สำหรับคนเมือง ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง กีฬา บันเทิง และสัมภาษณ์บุคคลที่น่าสนใจ รวมถึงวิถีชีวิตของคนเมืองในทุกๆ เรื่อง เช่น อาหารการกิน สถานที่ท่องเที่ยว สุขภาพกายและใจ การเงิน และธุรกิจ

นิตยสาร You are here เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแฟชั่น เพื่อน และความรักหรือเรื่องเพศตรงข้าม ซึ่งเป็นเรื่องที่วัยรุ่นสนใจ นอกจากนี้ยังมีเนื้อหาเกี่ยวกับเพลง ภาพยนตร์ หนังสือ การ์ตูน รวมทั้งวิถีการดำเนินชีวิต

นิตยสาร BK เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิตทั่วไป เช่น ภาพยนตร์ เพลง แนะนำสถานที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร คลับ

นิตยสาร ACROSS เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์อันทันสมัยและมีรสนิยม ไม่ว่าจะเป็นแฟชั่น วัฒนธรรม และการใช้ชีวิตในกรุงเทพ

นิตยสาร Partysan เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับดีเจ บาร์ดี แฟชั่น และจุดเด่นที่สำคัญคือมีข้อมูลวัน เวลา และสถานที่บอกตารางการทำงานของดีเจแต่ละคน เพื่อประโยชน์แก่ผู้อ่านที่ชอบสังสรรค์

นิตยสาร SHE's smart เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวต่างๆ ในสังคม ทั้งเรื่องความสวยความงาม การดูแลรักษาสุขภาพ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม การทำงาน กระแสหรือแฟชั่นการแต่งตัว

ส่วนนิตยสารแจกฟรีที่มีเนื้อหาเฉพาะเจาะจงในปัจจุบันนั้นมีย่อยด้วยกันหลายเล่ม ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ตามความสนใจของผู้อ่าน อันได้แก่

นิตยสาร DL เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยีในรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิตที่มีเนื้อหาเข้าใจง่าย เพื่อตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวันได้อย่างลงตัว

นิตยสาร EATING OUT เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหา

เกี่ยวกับการแนะนำร้านอาหารที่น่าสนใจรอบกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นทางเลือกแก่คนที่ใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบในเมืองหลวง

นิตยสาร GO เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการใช้ชีวิตอย่างมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ครอบคลุมเนื้อหาการท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ แพคเกจที่พักและสปา แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทุกรูปแบบเพื่อเป็นข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว

นิตยสาร D Plus เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารและเรื่องราวเกี่ยวกับเทคโนโลยีและดิจิทัล

นิตยสาร Weekend เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทยเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ

สำหรับเนื้อหาของนิตยสารแจกฟรีเชิงธุรกิจหรือประเภทสมาชิก มักจะนำเสนอเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารภายในองค์กร หรือเรื่องราวที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร เช่น นิตยสาร UBC ซึ่งแจกให้แก่สมาชิก โดยนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับตารางภาพยนตร์ รายการต่างๆ ที่ออนแอร์ในแต่ละช่อง รวมทั้งสรุปเนื้อเรื่องย่อของภาพยนตร์แต่ละเรื่อง ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แนะนำโปรแกรมใหม่ที่จะเข้าฉายในเดือนถัดไป

นิตยสาร Tick a seat ซึ่งเกิดจากความร่วมมือของ 3 ฝ่าย ได้แก่ บริษัท ทราฟฟิคคอร์เนอร์ โฮลดิ้งส์ บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป และบริษัท เดย์ โฟเทอส์ จำกัด เจ้าของนิตยสาร a day HAMBERGER และ Knock Knock ซึ่งมีบทบาทในฐานะผู้รับผิดชอบจัดทำเนื้อหาและรูปแบบของนิตยสาร โดยจะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ วงการบันเทิงไทยและต่างประเทศ รวมถึงวิถีชีวิตของคนในสังคม อันจะประกอบด้วยข่าวคราวความเคลื่อนไหวในวงการภาพยนตร์ ผ่านงานเขียนประเภทต่างๆ ทั้งรายงานพิเศษ คอลัมน์ และบทวิจารณ์ภาพยนตร์ ซึ่งจะแจกฟรีแก่ลูกค้าที่ซื้อบัตรชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ในเครือเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์

นิตยสารคิด ที่จัดทำขึ้นโดยศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ด้วยการนำเสนอเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และผลักดันให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

นิตยสารสะพรั่ง เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของไทย เพื่อให้ความรู้และนำไปสู่การอนุรักษ์ จัดทำโดยกระทรวงวัฒนธรรม

นิตยสารหนีกรุง เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งจะรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก หรือกิจกรรมต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถไปใช้ประโยชน์เพื่อการ

ท่องเที่ยวในแต่ละฤดูกาล โดยจะแจกฟรีแก่บุคคลทั่วไปที่เดินทางผ่านด่านเก็บเงินค่าผ่านทางด่านเข้ากรุงเทพฯ ดินแดง บางนา ประชาจีน และสำนักงานใหญ่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

### คุณลักษณะของรูปเล่ม

รูปแบบของนิตยสารแจกฟรีในส่วนของรูปเล่มจะหมายถึง รูปลักษณะของนิตยสารตั้งแต่ขนาด รูปร่าง การจัดเนื้อหา และภาพ รวมถึงการออกแบบที่สามารถดึงดูดถึงบุคลิกพิเศษของนิตยสารแจกฟรีแต่ละฉบับ

ทั้งนี้ขนาดของนิตยสารแจกฟรีจะสัมพันธ์กับความสะดวกในการพกพา และเหมาะสำหรับการวางอ่านในสถานที่ต่างๆ รวมทั้งยึดตามขนาดของกระดาษพิมพ์เพื่อสะดวกในด้านการผลิต และไม่ทำให้เสียกระดาษ หรือตัดกระดาษทิ้งไปมาก โดยขนาดของนิตยสารแจกฟรีที่พบจะมีอยู่ประมาณ 4 ขนาด ได้แก่

ขนาด 16 หน้ายก หรือครึ่งกระดาษเอสี่ ซึ่งมักจะใช้กับหนังสือเล่มจำพวกพ็อคเก็ตบุ๊ก เพื่อง่ายแก่การพกพา เช่น นิตยสาร D Plus, You are here เป็นต้น

ขนาด 8 หน้ายก หรือเรียกว่าขนาดมาตรฐาน 7.5 นิ้ว คุณ 10.25 นิ้ว เป็นขนาดที่ใช้กระดาษพิมพ์มาตรฐานเพื่อถูกตัดเจียนน้อยที่สุด สะดวกในการหยิบจับ สามารถวางบนชั้นหนังสือได้ดี และเอื้ออำนวยต่อการจัดหน้า เช่น นิตยสาร POSTCARD, ยะแสบ, คิต, WOMAN PLUS, BIG MAP เป็นต้น

ขนาด 4 หน้ายก หรือขนาดใหญ่คือ 10.25 คุณ 15 นิ้ว ส่วนมากจะเป็นนิตยสารที่ต้องการให้ความสำคัญกับภาพประกอบ และเนื้อหาอย่างเท่าเทียมกัน หรือบางครั้งการเสนอภาพเป็นวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ เช่น นิตยสาร DL เป็นต้น

ขนาดแท็บลอยด์ (Tabloid) ซึ่งมีขนาดเดียวกับหนังสือพิมพ์เฉพาะทาง หรือหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ทั่วไป เช่น นิตยสาร Weekend, 247, BK, a day BULLETIN, ACROSS เป็นต้น

นอกจากนี้ ขนาดของนิตยสารแจกฟรีในปัจจุบันยังมีแนวโน้มแตกต่างกันมากยิ่งขึ้นเพื่อสร้างเอกลักษณ์และจุดเด่นเป็นของตัวเอง

ส่วนจำนวนหน้าหรือความหนาของนิตยสารแจกฟรีจะสัมพันธ์กับขนาดของนิตยสาร โดยค่านึงถึงปริมาณเนื้อหาและโฆษณาในนิตยสารแต่ละฉบับ แต่เนื่องจากการจัดทำนิตยสารแจกฟรีถือเป็นธุรกิจอย่างหนึ่งที่มีการขายเนื้อที่โฆษณาด้วย ดังนั้นความหนาของนิตยสารแจกฟรีแต่ละฉบับในขนาดเดียวกันอาจมีความหนาหรือจำนวนหน้าไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณโฆษณาที่ได้ด้วย จากการรวบรวมข้อมูลของนิตยสารแจกฟรีโดยส่วนใหญ่พบว่า มีจำนวนหน้าเฉลี่ยอยู่ที่ 26-64 หน้า

นอกจากนี้ การเข้าเล่มของนิตยสารแจกฟรี มักเป็นแบบเย็บอก (Saddle Binding) หรือมุงหลังคา (Saddle Stitch Binding) เพื่อความสะดวกในการเปิดอ่าน ออกแบบได้ง่าย และจัดหน้ากลางได้อย่างสวยงาม นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายน้อยอีกด้วย

### คุณลักษณะของรูปแบบการพิมพ์

นิตยสารแจกฟรีในปัจจุบันนิยมจัดพิมพ์ในระบบออฟเซตสี่สีทั้งเล่ม เพื่อความสวยงามและเอื้ออำนวยต่อการขายพื้นที่โฆษณา เพราะองค์กร หน่วยงาน และบริษัทผู้ผลิตสินค้าต่างๆ มักจะซื้อพื้นที่โฆษณาที่เป็นหน้าสีเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ตราและภาพสินค้า

### คุณลักษณะของกระดาษสำหรับการพิมพ์

สำหรับการจัดพิมพ์นิตยสารทั่วไปมักแบ่งได้ 2 ประเภทหลักคือ กระดาษอาร์ต และกระดาษปอนด์ หรืออาจใช้กระดาษทั้งสองประเภทปะปนกันในแต่ละเล่ม ส่วนนิตยสารแจกฟรีในปัจจุบันส่วนใหญ่จะจัดพิมพ์ด้วยกระดาษปอนด์ และกระดาษปฏิรูป ซึ่งจะใช้กระดาษประเภทเดียวกันทั้งเล่ม เพื่อสะดวกในกระบวนการจัดพิมพ์ ประหยัดต้นทุนการผลิต และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่นิตยสาร

### คุณลักษณะของวารสารแจกฟรี

นิตยสารแจกฟรีมีกำหนดการออกที่แน่นอน มีความถี่ในการแจกฟรีที่หลากหลาย อาทิ รายปักษ์ รายเดือน รายสามเดือน เป็นต้น

### พัฒนาการของนิตยสารแจกฟรี

สิ่งสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารแจกฟรีได้เข้ามามีบทบาทอย่างยิ่งในสังคมเมืองหลวงและเริ่มขยายวงกว้างไปสู่สังคมแถบชานเมืองมากขึ้น ด้วยการนำเสนอข้อมูลข่าวสารทั่วไปและเฉพาะด้าน เจาะกลุ่มเป้าหมายด้วยการแจกฟรีตามสถานที่สำคัญทั้งระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ สถานที่ราชการ องค์กรธุรกิจ โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า และร้านอาหารทั่วไป ทำให้กระแสของสิ่งพิมพ์ประเภทนี้ได้รับความนิยมมากขึ้น

ทว่าในช่วงเริ่มแรกของการเปิดตัวนิตยสารแจกฟรีกลับประสบปัญหาความไม่มั่นใจในคุณภาพของนิตยสารจากผู้บริโภค ทำให้ผู้ผลิตต่างเร่งผลักดันด้วยการแจกนิตยสารตามสถานที่ต่างๆ ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยมุ่งหวังว่าเมื่อผู้บริโภคเปิดอ่านนิตยสารแล้วจะเกิดความสนใจ เชื่อมมั่น และนำไปสู่ความต้องการอ่านนิตยสารแจกฟรีฉบับนั้นๆ ต่อไปอย่างต่อเนื่อง เพราะหากมองในแง่การวิจัยผู้บริโภคในฐานะตลาด ผู้บริโภคแล้วจะพบว่า เป็นทัศนคติที่มองว่า ผู้รับสารคือผู้มีอำนาจซื้อของสื่อมวลชน ดังนั้นผลงานของสื่อมวลชนจึงมีฐานะเป็นสินค้าที่จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักสำคัญ (กาญจนา แก้วเทพ,

2552 น. 160) เฉกเช่นการจัดทำนิตยสารแจกฟรีที่นอกจากผู้จัดทำจะต้องกระจายสินค้าไปสู่กลุ่มเป้าหมายให้ทั่วถึงแล้ว ยังต้องนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารแจกฟรีให้สั้น กระชับ และมุ่งให้ความบันเทิงเป็นหลัก เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ด้วย

ต่อมาผู้ผลิตนิตยสารจัดทำจำหน่ายทั่วไปอย่าง บริษัท จีเอ็มกรุ๊ป จำกัด ได้เล็งเห็นโอกาสและจุดยืนที่จะสร้างความแตกต่างจากนิตยสารแจกฟรีในขณะนั้นที่มีเพียงการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ด้วยการเปลี่ยนจากนิตยสารจัดทำจำหน่ายทั่วไปมาสู่การเป็นนิตยสารแจกฟรีที่มีจุดยืนเป็นของตัวเองอย่างนิตยสาร Woman Plus ซึ่งได้รับกระแสการตอบรับที่ดีจากผู้อ่าน จนนำไปสู่การขยายธุรกิจด้วยการจัดทำนิตยสารแจกฟรีแบบเต็มตัวอีกหลายหัวด้วยกัน ได้แก่ นิตยสาร GM BIZZ, 247 และ DL (สยามธุรกิจ, 2551)

จากความสำเร็จของนิตยสารแจกฟรีในเครือจีเอ็มกรุ๊ป ทำให้บริษัทต่างๆ เริ่มเล็งเห็นช่องทางการตลาดด้วยการจัดทำนิตยสารแจกฟรีออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก ซึ่งในช่วงแรกมีผู้ผลิตหลายรายจัดทำนิตยสารแจกฟรีควบคู่กับนิตยสารจัดทำจำหน่ายทั่วไป อาทิ บริษัท เดย์ โฟเอทส์ จำกัด ที่หันมาจัดทำนิตยสาร a day BULLETIN ควบคู่กับนิตยสาร a day, HAMBERGER และ KNOCK KNOCK (ผู้จัดการออนไลน์, 2552) สำนักพิมพ์แม่บ้าน จำกัด จัดทำนิตยสาร Eating Out และ WEEKEND ควบคู่กับนิตยสารแม่บ้าน และประติ๊ดประดอย ด้วยเหตุผลเดียวกันคือ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างได้ง่าย โดยไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่จัดทำจำหน่าย เพราะวิธีการนำเสนอมีความแตกต่างกัน เช่น จำนวนหน้า และการเพิ่มเนื้อหาที่เข้มข้นมากกว่าในนิตยสารที่จัดทำจำหน่าย อีกทั้งยังช่วยในเรื่องการหาโฆษณาด้วยการใช้ฐานลูกค้าเก่า

นอกจากนี้ ยังมีอีกหลายบริษัทที่จัดทำนิตยสารแจกฟรีเป็นการเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันทั้งในแง่รายได้เชิงธุรกิจและเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร จนทำให้ในปัจจุบันมีนิตยสารแจกฟรีจำนวนมาก

จากกระแสความนิยมที่เกิดขึ้น ทำให้นิตยสารแจกฟรีหลายเล่มเปลี่ยนรูปแบบการตลาดเป็นการจัดทำจำหน่ายโดยเฉพาะหรือสามารถเปลี่ยนตัวเองมาสู่การเป็นนิตยสารที่มีระบบการสมัครสมาชิกอย่างชัดเจน โดยจะมีการเก็บค่าจัดส่งนิตยสารในราคาถูกเมื่อเทียบกับนิตยสารจัดทำจำหน่ายทั่วไป

### แนวโน้มของนิตยสารแจกฟรีในอนาคต

การเปิดตัวนิตยสารแจกฟรีที่มีจำนวนมากในปัจจุบันสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความนิยมอย่างแพร่หลายของผู้บริโภคในขณะเดียวกันกับโลกที่กำลังเปลี่ยนเข้าสู่ตลาดที่เฉพาะเจาะจง

มากขึ้น ทำให้การตลาดมีแนวโน้มเล็กลง ซึ่งสอดคล้องกับนิตยสารแจกฟรีที่มีเอกลักษณ์และจุดยืนเฉพาะตัวอย่างเด่นชัด อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุดมากที่สุดสื่อหนึ่ง ทำให้ผู้ผลิตสินค้าและองค์กรธุรกิจต่างให้ความสนใจลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนี้อย่างต่อเนื่องและมากขึ้น ซึ่งนิตยสารแจกฟรีบางฉบับมียอดการสั่งจองพื้นที่โฆษณาล่วงหน้าทั้งปี ยิ่งเป็นการตอกย้ำความสำเร็จของนิตยสารแจกฟรีได้เป็นอย่างดี

แม้ว่ากระแสความนิยมบริโภคนิตยสารแจกฟรีจะมีมากขึ้น แต่หากพิจารณาเปรียบเทียบสถานการณ์นี้กับนิตยสารสำหรับจัดทำจำหน่ายในอดีตจนถึงปัจจุบันจะพบว่า มีทิศทางการเติบโตในลักษณะเดียวกัน โดยเฉพาะในด้านของการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารแจกฟรีแต่ละฉบับ เพราะในขณะนี้มิตินิตยสารแจกฟรีประเภทสำหรับผู้บริโภคทั่วไปที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิต แฟชั่น และการแต่งตัวเป็นจำนวนมาก จนทำให้เนื้อหาในนิตยสารแต่ละเล่มมีความคล้ายคลึงกัน ในขณะที่นิตยสารแจกฟรีเฉพาะทางไม่มากนัก ผนวกกับต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น และการเกิดของสื่อสมัยใหม่ผ่านอุปกรณ์ทันสมัยหลากหลายประเภท ทั้งโทรศัพท์มือถือและเครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา จากกรณีดังกล่าวทำให้เล็งเห็นปัญหาของนิตยสารแจกฟรีในอนาคต หากพิจารณาจากประเภทของนิตยสาร ต้นทุนการผลิต และปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

ดังเช่นคำกล่าวของคุณพงศ์สิริ เหวระกูล บรรณาธิการนิตยสาร Eating Out ที่มองแนวโน้มของนิตยสารแจกฟรีไว้ว่า นิตยสารแจกฟรีอาจถึงทางตัน แม้จะมีการเปิดตัวนิตยสารแจกฟรีหัวใหม่อย่างสม่ำเสมอ หากไม่หากกลุ่มเป้าหมายใหม่มารองรับ เพราะนิตยสารทั่วไปมีความหลากหลายกว่า ไม่ว่าจะเป็นดนตรี รถ บ้าน ฯลฯ

ด้วยเหตุนี้ ผู้เขียนเองมองว่า นิตยสารแจกฟรีจะเติบโตอย่างมั่นคงได้นั้น ต้องจัดทำนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเฉพาะทางเพื่อเจาะตลาดผู้บริโภคเป้าหมายเฉพาะกลุ่มมากขึ้น รวมทั้งจะต้องรักษาคุณภาพของนิตยสารด้วยการนำเสนอเนื้อหาที่มีสาระความรู้และความบันเทิงควบคู่กันอย่างสมดุล โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคนิตยสารแจกฟรีเป็นสำคัญ อีกทั้งสิ่งสำคัญที่สุดคือ จะต้องรักษาจริยบรรณในการทำหน้าที่นักสื่อสารมวลชนที่ดีด้วย

### บทบาทหน้าที่ของนิตยสารแจกฟรีที่มีผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรม

เนื่องจากนิตยสารแจกฟรีเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผู้อ่านให้ความสนใจเป็นอย่างมาก พิสูจน์ได้จากจำนวนของนิตยสารแจกฟรีที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ผนวกกับลักษณะของเนื้อหาในนิตยสารแจกฟรีที่

มีความหลากหลาย และเฉพาะเจาะจงมากขึ้น จากเดิมที่เนื้อหาในนิตยสารแจกฟรีมักจะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวิถีการดำเนินชีวิต แฟชั่นการแต่งกาย อาหารการกิน สถานที่ท่องเที่ยว และอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งเป็นเนื้อหาทั่วไปที่เป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตในสังคมเมืองใหญ่

จากการศึกษานิตยสารแจกฟรีในประเทศไทย สามารถเทียบเคียงกับการศึกษานิตยสารไทยในประเด็นหน้าที่ของนิตยสารที่มีต่อสังคม 5 ประการ (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530, 240-242) คือ

1. การทำหน้าที่เป็นเสมือน ยาม คอยรายงานเหตุการณ์ต่างๆ ความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้สมาชิกในสังคมได้ทราบ โดยนิตยสารจะทำหน้าที่ในลักษณะที่คอยรวบรวมเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ความเคลื่อนไหวต่างๆ ทั้งทางกายภาพและทางความคิดของคนในสังคม แล้วนำมาวิเคราะห์ วิจารณ์ สรุป ในลักษณะที่มีรายละเอียดมากขึ้น ซึ่งแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ เพราะนิตยสารนั้นเป็นสื่อมวลชนที่มีกำหนดออกห่างกว่าหนังสือพิมพ์ นิตยสารจึงไม่สามารถที่นำเสนอรายงานข่าวเหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวต่างๆ ในสังคมได้เร็วและฉับไวเท่า

2. การทำหน้าที่เป็นเสมือน สะพาน เชื่อมโยงระหว่างสังคมเก่ากับสังคมใหม่ ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมทุกขณะ นิตยสารย่อมที่จะถ่ายทอดเรื่องราว ลักษณะของความเปลี่ยนแปลงให้ประชาชนได้ทราบ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่เล็กน้อยหรือเรื่องใหญ่ที่มีความสำคัญมากๆ อาทิ การถ่ายทอดความเปลี่ยนแปลงในทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในช่วงต่างๆ ทั้งในแง่ของการใช้ภาษาและการใช้ภาพ

3. การทำหน้าที่เสมือนเวที หรือสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งนิตยสารมีความได้เปรียบกว่าสื่ออื่นๆ โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ นิตยสารเป็นสื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่ผู้อ่านจะต้องมีความรู้ ความสามารถ มีความรักการอ่าน นิตยสารสามารถเสนอเรื่องที่เป็นความละเอียดอ่อน ประณีต ลึกซึ้งได้ จึงเป็นเวทีหรือสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นของเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมได้มากและอย่างละเอียดลออ และเป็นสื่อซึ่งผู้อ่านวยต่อการใช้ความคิดและการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นนั้นๆ

4. การทำหน้าที่เป็นเสมือนครู ให้ความรู้และการศึกษาแก่ประชาชน หน้าที่นี้เป็นหน้าที่หลักประการหนึ่งของสื่อมวลชนและนิตยสารที่ดีก็ย่อมไม่ละเลยการกระทำหน้าที่นี้ นิตยสารบางฉบับอาจมุ่งที่จะให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้อ่านของตนด้วยวิธีที่ไม่เร่งรัด ค่อยๆ ซึมซับไปกับความบันเทิงเรีงรมย์ที่ได้ ทั้งนี้การกระทำหน้าที่นี้ของนิตยสารจะเป็นเช่นใดก็ขึ้นอยู่กับความมุ่งหมายและ

แนวทางในการดำเนินการของนิตยสารแต่ละฉบับ

5. การทำหน้าที่ในการให้บริการทางด้านธุรกิจ หน้าที่นี้เป็นหน้าที่อีกประการหนึ่งที่สำคัญของสื่อมวลชนในระบบการปกครองแบบเสรีนิยม นิตยสารสามารถที่จะให้บริการทางด้านธุรกิจได้ โดยเฉพาะในแง่ของการประกาศและโฆษณา ทั้งที่เป็นเรื่องของการโฆษณาสินค้า และที่เป็นเรื่องของสาธารณประโยชน์ในเรื่องของการโฆษณาสินค้า ผู้ผลิตสินค้าจะแข่งขันกันผลิตสินค้านานาชนิด เพื่อดึงดูดความสนใจจากลูกค้าในท่ามกลางข้อมูลอันมากมายนี้ สื่อมวลชนจะกระทำหน้าที่ในการให้บริการ โดยการเสนอโฆษณาของสินค้าต่างๆ เพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบข้อมูล ได้เห็นสินค้าและบริการที่ต้องการของตน หน้าที่นี้นิตยสารสามารถทำหน้าที่ได้อย่างดีไม่แพ้สื่ออื่น เช่น วิทยุหรือหนังสือพิมพ์

สรุปได้ว่า นิตยสารมีหน้าที่สำคัญในการเป็นสื่อถ่ายทอดสารสนเทศ สื่อให้ความรู้ ให้ความบันเทิงใจ และการให้บริการในการประกาศและโฆษณาต่างๆ หรือกล่าวได้ว่า นิตยสารเป็นสื่อในการบันทึกเรื่องราว เหตุการณ์ ความทรงจำในแต่ละยุคสมัย เป็นเวทีแสดงทัศนะ เป็นสะพานเชื่อมโยงจากสังคมเก่าไปสู่สังคมใหม่ เป็นแหล่งค้นคว้าให้คนรุ่นหลังรู้จักอดีต และความเป็นมาของสังคมตน (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530, 1)

จากบทบาทหน้าที่ของนิตยสารที่มีต่อสังคมหลายประการดังกล่าวข้างต้นสามารถเทียบเคียงได้กับบทบาทหน้าที่ของนิตยสารแจกฟรีในปัจจุบัน ด้วยเหตุผลที่ว่า การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารแจกฟรีนั้นมักประกอบด้วยเนื้อหาในรูปแบบของงานเขียนประเภทต่างๆ ที่ให้ทั้งความรู้ ความบันเทิง การบริการธุรกิจ การประกาศและโฆษณาต่างๆ เช่นเดียวกับนิตยสารทั่วไป เพียงแต่อาจแตกต่างกันในแง่ของเนื้อหาที่ให้น้ำหนักกับความบันเทิงและพื้นที่ของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่มีน้อยกว่านิตยสารทั่วไป

นอกจากบทบาทหน้าที่ที่เสมือนแหล่งสารสนเทศให้การดำเนินชีวิตของคนในสังคมแล้ว นิตยสารแจกฟรีในปัจจุบันยังทำหน้าที่สำคัญในการกำหนดเรื่องพิจารณาให้แก่สมาชิกของสังคม หรือ นายประตูข่าวสาร (Gatekeepers) เพราะในแต่ละวันมีเหตุการณ์และเรื่องราวต่างๆ เกิดขึ้นอย่างมากมายในสังคม ในขณะที่พื้นที่สื่อนั้นมีปริมาณจำกัด ดังนั้นจึงมีเรื่องราวบางเรื่องเท่านั้นที่ได้รับการคัดเลือกให้ไปปรากฏบนหน้าสื่อ (กาญจนา แก้วเทพ, 2552, 121) ซึ่งในเบื้องต้นจะเห็นได้จากภาพและข้อความบนปกนิตยสารแจกฟรีแต่ละฉบับที่บ่งบอกแนวคิดหลัก (Main Editorial Concept) และเนื้อหาหลักที่จะนำเสนอในเล่มนั้นๆ ทั้งนี้การกำหนดเนื้อหาหลักดังกล่าวมีที่มาจากสถานการณ์และความเป็นไปในสังคม รวมทั้งกระแสค่านิยมของคนในสังคม ณ ช่วงเวลา

นั้นด้วย

ด้วยบทบาทหน้าที่ของนิตยสารและนิตยสารแจกฟรีที่มีต่อกลุ่มผู้อ่าน เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับจำนวนของนิตยสารและนิตยสารแจกฟรีที่กำลังเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว จะพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนี้มีอิทธิพลต่อผู้คนและสังคมมากยิ่งขึ้นในทิศทางเดียวกัน

ดังเช่นผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการบริโภคสื่อ นิตยสารและแนวโน้มผู้อ่านนิตยสารในปี 2552 (สมาคมนิตยสารแห่งประเทศไทย, 2553) จากการศึกษาของอาจารย์เทวินทร์ อินทร์จันทร์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ โดยมีวัตถุประสงค์ในการสำรวจเพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่านนิตยสาร ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร ศึกษาทัศนคติที่มีต่อโฆษณาในนิตยสาร ศึกษาจุดเด่น-จุดด้อยของนิตยสาร ในด้านพฤติกรรมการอ่านในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา พบว่าเกือบ 60 เปอร์เซ็นต์ อ่านนิตยสารเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และเมื่อสำรวจถึงการตัดสินใจซื้อเกือบ 90 เปอร์เซ็นต์ เสียเงินซื้อนิตยสารด้วยตนเอง นอกจากนี้ เกือบ 50 เปอร์เซ็นต์ อ่านนิตยสารมากกว่า 4 เล่มต่อเดือน จากการสำรวจยังพบอีกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ อ่านนิตยสารซ้ำมากกว่า 1 ครั้ง

ส่วนเหตุผลของการตัดสินใจเลือกซื้อนิตยสาร พบว่า เหตุผลที่มาเป็นอันดับแรกคือ ประโยชน์ที่ได้รับกว่า 83.3 เปอร์เซ็นต์ ตามมาด้วยการได้รับความรู้เพิ่มเติม เนื้อหาทันสมัย ได้รับความบันเทิง ภาพในเล่มสวย เนื้อหาน่าเชื่อถือ เป็นต้น

ด้านเนื้อหายอดนิยมที่ผู้อ่านชื่นชอบมากที่สุด พบว่า กลุ่มผู้ชายจะอ่านนิตยสารท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือนิตยสารยานยนต์ บ้านสวนและการตกแต่ง เทคโนโลยีไลฟ์สไตล์ของผู้ชาย กีฬา คอมพิวเตอร์และไอที สารคดีและศิลปวัฒนธรรม สุขภาพและความงามบันเทิง เมื่อแบ่งออกเป็นกลุ่มอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 25 ปี ชื่นชอบนิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และไอที ส่วนกลุ่มอายุ 25-40 ปี ไปจนถึง 41-50 ปี ชื่นชอบเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ด้านเนื้อหายอดนิยมที่ผู้อ่านหญิงชื่นชอบมากที่สุดคือ ไลฟ์สไตล์ผู้หญิง ตามมาด้วยสุขภาพความงาม ท่องเที่ยว ไร่/บ้นเทิง บ้านสวนและการตกแต่ง อาหาร ครอบครัว/การเลี้ยงดูบุตร ไลฟ์สไตล์ วัฒนธรรม สารคดี/วัฒนธรรม และคอมพิวเตอร์/ไอที เมื่อแบ่งตามช่วงอายุออกเป็น 3 ช่วงคือ ต่ำกว่า 25 ปี 25-40 ปี และ 41-50 ปี ชื่นชอบเนื้อหาไปในทิศทางเดียวกันหมดคือ ไลฟ์สไตล์ผู้หญิง

ส่วนทัศนคติของผู้อ่านที่ได้รับจากนิตยสารคือ ได้รับข่าวสารเพิ่มมากขึ้น ตามมาด้วยอ่านแล้วรู้สึกคลายเครียดและ

สบายใจ นอกจากนั้นแล้วการอ่านนิตยสารยังทำให้เกิดไอเดียและมุมมองใหม่ การติดตามข้อมูลในนิตยสารทำให้อุทิศของผู้อ่านดูทันสมัย ไม่เพียงเท่านั้น นิตยสารยังเป็นเสมือนเพื่อนสนิทยุคสมัยคลาสิกและนิตยสารที่เลือกอ่านยังสามารถสะท้อนความเป็นตัวตนของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

จากผลการวิจัยข้างต้นสามารถสะท้อนให้เห็นว่า ในปัจจุบันมีกลุ่มผู้อ่านนิตยสารเพิ่มมากขึ้นอย่างชัดเจน โดยเลือกอ่านนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาที่ทำให้เกิดความคิดและมุมมองใหม่ๆ ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งในด้านบุคลิกภาพของตนเอง แง่คิดการทำงานและการใช้ชีวิตส่วนตัว นอกจากนี้ ยังเสมือนเพื่อนคลายเหงาได้อีกด้วย

ทั้งนี้ จากผลการวิจัยยังสามารถสะท้อนพฤติกรรมผู้อ่านนิตยสารของทั้งเพศชายและหญิงได้ว่า แม้ผู้อ่านชายจะสนใจเนื้อหาเฉพาะเจาะจง เช่น ท่องเที่ยว ยานยนต์ บ้านสวน เทคโนโลยี ฯลฯ มากกว่าผู้อ่านหญิง แต่ทั้งกลุ่มผู้อ่านชายและหญิงต่างสนใจเนื้อหาที่น่าสนใจเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์เหมือนกัน โดยเฉพาะผู้อ่านหญิงที่ชอบเนื้อหาเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์มากเป็นอันดับหนึ่ง สิ่งนี้จึงเป็นการตอกย้ำสถานการณ์ของนิตยสารที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นและมีการผลิตนิตยสารที่มีความหลากหลายมากขึ้นเช่นกัน

นอกจากนี้ ลัทธิบริโภคนิยม (Consumerism) เป็นประเด็นทางวัฒนธรรมที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างเข้มข้นและกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นที่สื่อมวลชนมีส่วนในการกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคที่นอกเหนือจากปัจจัยครองชีพที่จำเป็นต่อชีวิต กลายเป็นสังคมบริโภคนิยม (Consumer Society) เป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญ ภายใต้กระแสทุนนิยมเสรีที่เน้นการแข่งขันทางการตลาด และพลังของการสื่อสารสมัยใหม่เป็นผู้บริหารจัดการและถ่ายทอดค่านิยมนี้ ลัทธิบริโภคนิยมเป็นวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดการก่อรูปของความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมและสังคมแบบใหม่ และกำหนดให้ความสัมพันธ์ของคนในสังคมมีสภาพเชิงผลประโยชน์และการบริโภคมากขึ้น (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ, 2550, 570)

ด้วยเหตุนี้ บรรณาธิการนิตยสารแจกฟรีจึงต้องตระหนักถึงผลที่ผู้อ่านจะได้รับด้วย เพราะนิตยสารแจกฟรีมีบทบาทอย่างยิ่งต่อการใช้ชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันโดยเฉพาะคนที่อาศัยอยู่ในเมืองหลวง ซึ่งขึ้นอยู่กับจริยธรรมและจรรยาบรรณของบรรณาธิการนิตยสารแต่ละฉบับด้วย

แม้ว่านิตยสารแจกฟรีจะมีความหลากหลายของเนื้อหาแตกต่างกันไปตามความสนใจของกลุ่มผู้อ่าน แต่ก็ยังมีลักษณะที่เหมือนกันคือ ความอยู่รอดทางธุรกิจที่ต้องอาศัยการขายพื้นที่โฆษณาเพื่อหารายได้มาจัดทำนิตยสาร ด้วยเหตุนี้ ผู้อ่านจึงเล็ง

ไม่ได้ที่จะถูกกระตุ้นความสนใจและความต้องการสินค้าต่าง ๆ จากโฆษณาในนิตยสาร นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ก่อให้เกิดรสนิยมของบุคคลในการบริโภค ในการใช้สิ่งของที่แตกต่างกันตามฐานะและสถานะทางสังคม

## สรุป

การเติบโตของนิตยสารแจกฟรีในประเทศไทยถือเป็นปรากฏการณ์อันจะก่อให้เกิดผลดีแก่ผู้อ่าน เพราะผู้อ่านสามารถนำข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่นิตยสารแจกฟรีนำเสนอไปใช้ในการดำเนินชีวิตท่ามกลางกระแสสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเกิดผลดีต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่สามารถโฆษณาสินค้าในนิตยสารแจกฟรีเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้อ่านได้อย่างจำเพาะเจาะจงมากขึ้น แต่การ

เติบโตของนิตยสารแจกฟรีจะก้าวต่อไปอย่างมั่นคงและมีคุณภาพมากขึ้นได้นั้น ผู้จัดทำนิตยสารแจกฟรีจะต้องคำนึงถึงผู้อ่านเป็นหลัก ด้วยการแสวงหาความแปลกใหม่ทั้งในแง่ของประเภทนิตยสาร คุณภาพของเนื้อหาและภาพประกอบ การออกแบบจัดหน้ารูปเล่มที่สวยงาม รวมถึงการวางแผนการกระจายนิตยสารให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้อ่านได้อย่างทั่วถึงด้วย

อย่างไรก็ตาม แม้นิตยสารแจกฟรีจะมีประโยชน์แก่ผู้อ่านมากเพียงใด แต่สื่อมวลชนทุกประเภทต่างเปรียบเสมือนดาบสองคมที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบแก่ผู้อ่านได้เช่นกัน ฉะนั้นผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารต่างๆ จากนิตยสารแจกฟรีจึงควรเสพสื่อด้วยสติ และนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการอ่านไปใช้ในทางสร้างสรรค์ เพื่อประโยชน์แก่ตนเองและสังคมต่อไป

## บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมมารบริโภคสื่อ นิตยสาร. (2553, 3 มกราคม). *ผู้จัดการ 306° รายสัปดาห์*, B1-B2.

ผู้จัดการออนไลน์. (2552). *สั่งลุย “แท็บลอย – บันเทิง” เล่มแรกเครือเอสทีวี*. ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2553, จาก <http://www.manager.co.th/Metrolife/ViewNews.aspx?NewsID=9520000021783>

FREE COPY บั๊กนั้แหละ. (2551, 26-28 มีนาคม). *สยามธุรกิจ*, 25, 26.

มาลี บุญศิริพันธ์. (2550). *วารสารศาสตร์เบื้องต้น: ปรัชญาและแนวคิด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ระวีวรรณ ประกอบผล. (2530). *นิตยสารไทย*. กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่งานวิจัย ฝ่ายวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิษณุ สุวรรณเพิ่ม. (2527). *นิตยสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคนอื่นๆ. (2550). *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อสารมวลชน วัฒนธรรม และสังคม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อารยะ ศรีภักษานนต. (2550). *การออกแบบสิ่งพิมพ์*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Click, J. W. & Baird, R. (1990). *Magazine editing and production*. Dubuque, IO: W.M. C. Brown.

Davis, A. (1994). *Magazine journalism today*. Oxford: Focal Press.

Foges, C. (1999). *Magazine design*. Crans-Prés-Célligny, Switzerland: RotoVision SA.

Root, Robert. (1966). *Modern magazine editing*. Dubuque, IO: W.M.C. Brown.