

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารธุรกิจสำนักพิมพ์ในประเทศไทย

Factors influencing business administration of publishing houses in Thailand

สลิลพัทธ์ ผดุงเอกธนาภานต์¹

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาปัญหาในการบริหารธุรกิจสำนักพิมพ์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารสำนักพิมพ์ 3) ศึกษาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจสำนักพิมพ์ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้บริหารหรือบรรณาธิการบริหารจากสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก จำนวน 9 แห่ง ผู้วิจัยหวังว่าบทความนี้จะสามารถใช้เป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจสำนักพิมพ์และทำให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ตื่นตัวและปรับตัวต่อสถานการณ์ของวงการสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ผลจากการศึกษาพบว่า ปัญหาด้านเศรษฐกิจ ส่งผลต่อการบริหารธุรกิจสำนักพิมพ์มากที่สุด และการประกอบธุรกิจอื่นควบคู่ไปกับการผลิตหนังสือเล่มเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจที่สำนักพิมพ์ส่วนใหญ่นิยมทำกันเป็นอย่างมาก

คำสำคัญ : ปัจจัยที่ส่งผล, การบริหาร, สำนักพิมพ์

Abstract

This article aims 1) to study problems faced in business administration of publishing houses, 2) to study factors influencing business administration of publishing houses and 3) to study approaches to business administration for the survival of publishing houses. The data is mainly sourced by directors and executive editors in 9 major publishing houses of large, medium and small scale. The researcher hopes that this article can be used as an approach to business administration of publishing houses, making a new generation of entrepreneurs to be aware and adaptable to constantly changing environment in publishing industry.

From the study result, it is found that the factor most affects business administration of publishing houses is economic problem. Running other businesses along with producing printing media in book form is an approach to business development commonly practiced by most publishing houses.

Keyword: influencing factors, administration, publishing houses

¹ นักศึกษาวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารสื่อ คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

1. บทนำ

หนังสือเป็นสื่อดั้งเดิมที่อยู่คู่มนุษย์มาเป็นเวลานาน บ่อยครั้งที่หนังสือเปรียบเสมือนสื่อกลางที่นำพามนุษย์ไปสู่โลกอีกใบหนึ่งทำให้ค้นพบความหมายอันยิ่งใหญ่จนสามารถเปลี่ยนแปลงชีวิตไปเลยก็เป็นได้ มนุษย์ใช้หนังสือเป็นสื่อกลางในการแสวงหาความรู้และถ่ายทอดความนึกคิด หนังสือหลาย ๆ เล่มจึงสะท้อนความคิดของผู้เขียนและสภาพสังคม พระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว [1] ตอนหนึ่งมีใจความว่า “หนังสือ” เป็นเสมือนคลังที่รวบรวมเรื่องราว ความรู้ ความคิด วิทยาการ ทุกด้านทุกอย่างซึ่งมนุษย์ได้เรียนรู้ ได้คิดอ่าน และเพียรพยายามบันทึกภาษาไว้ด้วยลายลักษณ์อักษร หนังสือแพร่ไปถึงใด ความรู้ความคิดก็แพร่ไปถึงที่นั่น หนังสือจึงเป็นสิ่งมีค่า และมีประโยชน์ที่จะประมาณมิได้ในแง่ที่เป็นบ่อเกิดการเรียนรู้ของมนุษย์ ซึ่งตรงกับที่เปลื้อง ณ นคร [2] นักวิชาการด้านหนังสือได้กล่าวไว้ว่า หนังสือเป็นแหล่งรวมความรู้ ความเพลิดเพลิน เป็นขุมทรัพย์ที่ไม่มีผู้ใดหวงห้าม นับเป็นขุมทรัพย์อันประเสริฐ ซึ่งเราจะขุดเอามาเป็นประโยชน์ได้โดยเสียแรงและค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ถึงแม้ว่าขุมทรัพย์แหล่งนี้จะเปิดให้คนขุดเอาไปใช้โดยเสรี แต่ก็มีคนจำนวนมากที่ไม่สามารถพบโชคกลางจากขุมทรัพย์แห่งนี้ หากขาดเครื่องมือสำคัญคือการอ่าน

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าหนังสือเป็นสื่อสาธารณะที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัวประการหนึ่งคือ เป็นสื่อที่ให้โอกาสผู้อ่านได้ใช้สมองเพ่งพิจารณาได้เป็นเวลานาน จึงเป็นบ่อเกิดของความคิด เป็นพลังปัญญาทางสังคม[3] ดังจะเห็นได้จากประวัติศาสตร์หนังสือของไทยที่สะท้อนพลวัตการแสวงหาการสร้างสรรค์ จนเป็นวรรณกรรมไทยสมัยใหม่ และการแสวงหาสังคมที่ดีกว่าโดยไม่ย่อท้อต่อการดิรอนสิทธิเสรีภาพของอำนาจใดๆ และสิ่งที่น่าสนใจอย่างหนึ่งก็คือ หนังสือเปรียบเสมือนเชื้อเพลิงที่คอยจุดความคิดของผู้อ่านให้ลุกโพล่งอยู่ตลอดเวลา

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารธุรกิจสำนักพิมพ์ในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารสำนักพิมพ์ในประเทศไทย อันเป็นสาเหตุให้การผลิตหนังสือเล่มเกิดปัญหาสะดุดหรือต้องระงับการตีพิมพ์ ผู้วิจัยได้ใช้การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาศึกษางานวิจัยโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกอย่างเป็นทางการกับผู้บริหารสำนักพิมพ์ทั้งขนาดใหญ่ กลาง และเล็ก จำนวน 9 แห่ง

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

- 2.1 เพื่อศึกษาปัญหาในการบริหารธุรกิจสำนักพิมพ์
- 2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารสำนักพิมพ์
- 2.3 ศึกษาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจสำนักพิมพ์

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารสำนักพิมพ์ในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลด้วยวิธีการ ดังนี้

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

ผู้ศึกษาเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล เป็นการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้บริหารหรือบรรณาธิการบริหารสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก จำนวน 9 แห่ง ดังนี้

สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่

สำนักพิมพ์อมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชซิ่ง

สำนักพิมพ์ ณ บ้านวรรณกรรม

สำนักพิมพ์สารคดี

สำนักพิมพ์ขนาดกลาง

สำนักพิมพ์ไมโนพับลิชซิ่ง

สำนักพิมพ์แชนลอนบุ๊ก

สำนักพิมพ์ปราณ

สำนักพิมพ์ขนาดเล็ก

สำนักพิมพ์สิบลิลิเมตร

สำนักพิมพ์เวย์

สำนักพิมพ์แฮพเพนนิ่ง

โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกดังนี้

สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ ใช้เงินทุน 10 ล้านบาทขึ้นไป

ไม่มีโรงพิมพ์และร้านจำหน่ายเป็นของตัวเอง สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างครบวงจร ตั้งแต่การจัดทำต้นฉบับการจัดพิมพ์ และการจัดจำหน่าย

สำนักพิมพ์ขนาดกลาง ใช้เงินทุน 5-10 ล้านบาท ธุรกิจสำนักพิมพ์ขนาดกลาง ซึ่งบางสำนักพิมพ์จะมีโรงพิมพ์เป็นของตัวเองหรือช่องทางในการจัดจำหน่ายเอง แต่ส่วนใหญ่ยังขาดร้านหนังสือ

สำนักพิมพ์ขนาดเล็ก ใช้เงินทุนต่ำกว่า 5 ล้านบาท ส่วนใหญ่จะไม่มีโรงพิมพ์และร้านหนังสือเป็นของตัวเอง

4. ผลการวิจัย

ในการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารธุรกิจสำนักพิมพ์ในประเทศไทย ผู้วิจัยค้นพบประเด็นปัญหาสามารถนำมาสรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

4.1 ศึกษาปัญหาในการบริหารธุรกิจสำนักพิมพ์

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า ปัญหาในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ในประเทศไทย พบว่า ปัญหาที่พบส่วนใหญ่เป็นปัญหาพื้นฐานที่มาจากปัจจัยภายในและภายนอกของการบริหารสำนักพิมพ์ ซึ่งประกอบด้วยผลการวิจัย ดังนี้

4.1.1 ปัญหาด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย

4.1.2 ปัญหาด้านการผลิตเนื้อหา

4.1.3 ปัญหาด้านเศรษฐกิจ

4.2 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารสำนักพิมพ์

ในประเทศไทย

ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารสำนักพิมพ์ต่อสำนักพิมพ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 9 แห่ง มีปัจจัยที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงขอสรุปทั้งปัจจัยภายในและภายนอก โดยใช้แนวคิดปัจจัยการดำเนินงานของสื่อสารมวลชน ของ เดนิส แมคเคลว[4] ที่ว่าด้วยปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อองค์กรสื่อสารมวลชนเป็นกรอบแนวคิดหลักในการสรุปผลการวิจัย ดังนี้

4.2.1 ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยที่เกิดขึ้น

ภายในองค์กรสื่อสารมวลชน

4.2.1.1 ปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจ

สำนักพิมพ์

จากการศึกษาพบว่า สำนักพิมพ์ส่วนใหญ่จะผลิตหนังสือตามรูปแบบที่สำนักพิมพ์ของตนถนัด ประกอบกับเมื่อเกิดปัญหาสำคัญอย่างปัญหาเศรษฐกิจทำให้แต่ละสำนักพิมพ์มีปัญหาในด้านความกล้าที่จะลองผิดลองถูกกับการผลิตหนังสือเล่มในแนวอื่นนอกเหนือจากที่ถนัด และทำให้แต่ละสำนักพิมพ์ต้องมีการวางแผนการผลิตหนังสือเล่มอย่างรัดกุม (รักชนก นามทอง, สุวิทย์ อัครวชิยชาญ, สัมภาษณ์, 2559)

4.2.1.2 ปัจจัยด้านการบริหาร

บุคลากร

จากการศึกษาพบว่า มีปัญหาที่พบมีความแตกต่างกันในแต่ละสำนักพิมพ์ โดยเฉพาะสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก มีปัญหาด้านบุคลากรมากที่สุด และยังพบว่าปัญหามากที่สุดในหัวข้อความไม่รับผิดชอบในการปฏิบัติงานของพนักงาน บุคลากรใหม่ที่เข้ามาทำงานเมื่อเรียนรู้งานจนเกิดความชำนาญแล้วกลับลาออกเพื่อไปทำงานในองค์กรแห่งใหม่ การขาดแคลนช่างปฏิบัติงานที่มีความรู้ความสามารถ ช่างปฏิบัติงานไม่ยอมรับในเทคโนโลยีใหม่ ผู้บริหารขาดความรู้ความเข้าใจในด้านการบริหารธุรกิจ รวมถึงการคัดสรรนักเขียนที่จะส่งผลงานให้กับสำนักพิมพ์ (มรินทร์ สายประสาธ, วิภา บูรพเดชะ, อธิคม คุณาวุฒิ, สัมภาษณ์, 2559)

4.2.1.3 ปัจจัยด้านการบริหาร

เทคโนโลยี

จากการศึกษาพบว่า มีปัญหาที่แตกต่างกันในแต่ละสำนักพิมพ์ โดยพบว่าสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่จะมีโรงพิมพ์เป็นของตัวเองเมื่อเครื่องจักรมีปัญหาต้องใช้เวลาในการซ่อมแซม ทำให้เกิดความล่าช้าในการทำงาน สำนักพิมพ์ขนาดกลางและขนาดเล็กไม่มีสำนักพิมพ์เป็นของตัวเองแต่จะมีปัญหาด้านเครื่องจักรเทคโนโลยีที่ใช้ในองค์กรโดยเฉพาะอุปกรณ์คอมพิวเตอร์

และปัญหาระบบเครือข่าย (นฤมล อธิวิวัฒน์, รักชนก นามทอน, สัมภาษณ์, 2559)

4.2.2 ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากภายนอกองค์กรสื่อสารมวลชน

4.2.2.1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

เนื่องจากสังคมไทยเป็นสังคมมุขปาฐะวัฒนธรรมการอ่านไม่ใช่นิสัยที่ฝังลึกของคนไทยทำให้ผู้บริโภคอ่านหนังสือน้อยกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว แม้ว่าจะมีการผลิตหนังสือดีมีคุณภาพแต่เมื่อเกิดปัญหาเศรษฐกิจขึ้นในสังคม ผู้บริโภคยอมตัดค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้อหนังสือออกก่อนเป็นอันดับแรก ทำให้ส่งผลกระทบต่อสำนักพิมพ์และธุรกิจการผลิตหนังสือเล่มที่ขาดรายได้ และอาจจะขาดกำลังใจในการผลิตหนังสือดีต่อไป (นฤมล อธิวิวัฒน์, เมฆ พิชญพอล, ณัฐชนน มหาอิทธิดิล, สัมภาษณ์, 2559)

4.3 ศึกษาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจเพื่อความอยู่รอดของสำนักพิมพ์

4.3.1 การทำธุรกิจอื่นนอกเหนือจากการผลิตหนังสือเล่มของสำนักพิมพ์

จากการเก็บข้อมูลผู้วิจัยพบว่า สำนักพิมพ์ขนาดกลางและขนาดเล็ก 3 สำนักพิมพ์ ได้แก่ สำนักพิมพ์แหลมมอน สำนักพิมพ์เวย์ และสำนักพิมพ์แสพเพนนิ่ง ดำเนินการทำธุรกิจอื่นนอกเหนือจากการผลิตหนังสือเล่ม นั่นก็คือ ธุรกิจด้านงานบันเทิงได้แก่ ธุรกิจโปรดักชั่นเข้าสู่รับจัดงานอีเวนท์ต่าง ๆ และ ผลิตงานโฆษณา (ณัฐชนน มหาอิทธิดิล, อธิคม คุณาวุฒิ, วิภาวี บุรพเดชะ, จิระวุฒิ เขียวมณี, สัมภาษณ์, 2559)

4.3.2 การเพิ่มช่องทางในการขายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

จากการศึกษาพบว่า สำนักพิมพ์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยอมรับในความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและพยายามปรับตัวไปตามเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยการผลิตหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค [5] การอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีข้อดีคือ

สามารถบรรจุเนื้อหาของหนังสือได้มากกว่าที่หน่วยความจำของอุปกรณ์จะรองรับได้ สามารถพกพาได้สะดวกโดยที่ผู้อ่านไม่ต้องถือตัวหนังสือด้วยตัวเอง แต่การผลิตหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยยังผลิตออกมาในจำนวนไม่มากนัก เนื่องจากการเข้าถึงหนังสืออิเล็กทรอนิกส์จะต้องผ่านอุปกรณ์ซึ่งมีราคาสูง ทำให้มีผู้บริโภคบางกลุ่มเท่านั้นที่เข้าถึง นอกจากนี้แล้วผู้บริหารสำนักพิมพ์ยังมีความเชื่อว่าการอ่านหนังสือกระดาษคือการอ่านที่ดีที่สุดที่ยังไม่มีเทคโนโลยีใด ๆ สามารถทดแทนได้

5. อภิปรายผล

งานวิจัยหัวข้อ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารธุรกิจสำนักพิมพ์ในประเทศไทย ซึ่งศึกษาสำนักพิมพ์ให้ข้อมูลหลักจำนวน 9 แห่ง ได้แก่ (1) สำนักพิมพ์อัมรินทร์พรินติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง (2) สำนักพิมพ์ ณ บ้านวรรณกรรม (3) สำนักพิมพ์สารคดี (4) สำนักพิมพ์โมนิพับลิชชิ่ง (5) สำนักพิมพ์แหลมมอนบุ๊ก (6) สำนักพิมพ์ปราณ (7) สำนักพิมพ์สิบลิลลิเมตร (8) สำนักพิมพ์เวย์ (9) สำนักพิมพ์แสพเพนนิ่ง

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการบริหารธุรกิจสำนักพิมพ์มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก เนื่องจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผู้อ่านทุกคน และหนังสือไม่ใช่สินค้าที่เป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของคนไทย ทำให้ผู้อ่านซื้อหนังสือน้อยลงเมื่อเกิดปัญหาด้านเศรษฐกิจหรืออาจจะไม่ซื้อเลย ทำให้สำนักพิมพ์ขาดรายได้ที่จะใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจก็ยังคงเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้สำนักพิมพ์ผลิตหนังสือน้อยลง เพราะต้องประเมินสภาพเศรษฐกิจและสังคม นอกจากนี้ผู้บริหารสำนักพิมพ์ยังต้องสร้างจุดเด่นให้กับสำนักพิมพ์ของตัวเอง สามารถจับกระแสสังคมที่กำลังเป็นที่สนใจแล้วนำมาผลิตเป็นหนังสือเล่ม

สำนักพิมพ์จำเป็นต้องพัฒนาธุรกิจเพื่อความอยู่รอดของสำนักพิมพ์ สำนักพิมพ์เวย์และสำนักพิมพ์แสพเพนนิ่งไม่ได้ผลิตหนังสือเล่มเป็นหลัก จึงผลิตนิตยสารและทำธุรกิจด้านบันเทิงนอกเหนือจากการผลิตหนังสือเล่ม ส่วน

สำนักพิมพ์แหลมอนบุ๊กรู้ก็ทำธุรกิจด้านบันเทิงควบคู่ไปกับการผลิตหนังสือเล่มเช่นกัน (อ)

6. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหารและบรรณาธิการบริหารของสำนักพิมพ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 9 แห่งที่เสียสละเวลามาให้ข้อมูลกับการวิจัยชิ้นนี้ ขอขอบคุณครอบครัวและเพื่อน ๆ ที่คอยเป็นกำลังใจตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งงานวิจัยชิ้นนี้เสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณวารสารการอาชีวและเทคนิคศึกษาที่เป็นช่องทางในการเผยแพร่งานวิจัยไปสู่ผู้อ่านทุกท่าน

เอกสารอ้างอิง

- [1] พระราชดำรัส พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. (2515). ในพิธีเปิดงานหนังสือแห่งชาติ.
- [2] เปลื้อง ณ นคร. (2546). **วารสารวิชาการ**.
- [3] จิรเดช โอภาสพันธุ์วงศ์, ปิติชา คงฤทธิ์, สลิลมา มหันต์เชิดชูวงศ์, ธารริน อุดุลยานนท์, กัณฑ์พร สวนศิลป์พงศ์, “Main Course” ใน, **A day**, เดย์โพเอท (2556), ฉบับที่ 156, 146-190.
- [4] กมลกานต์ โกศลกาญจน์, **กระบวนการบริหารธุรกิจสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก**, วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2557
- [5] “ธุรกิจสำนักพิมพ์และหนังสือเล่มในประเทศไทย” ใน, **ผู้ส่งออก** (2550), ฉบับที่ 746.