

การบริหารธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์: แนวทางแห่งการอยู่รอด ในศตวรรษที่ 21

เกศราพร ทองพุ่มพุกษา¹

บทคัดย่อ

แม้ว่าพัฒนาการของเทคโนโลยีจะส่งผลกระทบอย่างมากต่อธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ จนนำไปสู่คำกล่าวที่ว่า “สื่อสิ่งพิมพ์กำลังจะตาย” อย่างไรก็ตาม ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงและสถานการณ์ที่แตกต่างจะสามารถอยู่รอดได้ ดังนั้น บทความชิ้นนี้จึงมุ่งที่จะแสวงหาแนวทางการบริหารธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อความอยู่รอดในศตวรรษที่ 21 โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากข่าวและบทความในสื่อสิ่งพิมพ์ พร้อมตั้งข้อสังเกตต่อปรากฏการณ์ความเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ผ่านทัศนะของผู้เขียน โดยเนื้อหาจะครอบคลุมธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่สำคัญทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจหนังสือพิมพ์ ธุรกิจนิตยสาร และธุรกิจสำนักพิมพ์ ในประเด็นเกี่ยวกับสภาพการณ์ธุรกิจ แหล่งที่มาของรายได้และผลกระทบ รวมถึงแนวทางการบริหารเพื่อความอยู่รอด

Abstract

Although technological development extremely affects printed media business and leads to a statement that “Print is Death”, printed media business that can adapt to changes and different situations may still survive. This article, therefore, aims to search for approaches for managing printed media business to survive in this 21st century by

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำกลุ่มวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

collecting news and articles from printed media, and paying attention to all phenomena regarding changes and adaptation of printed media business through my own point of view. Moreover, contents in this article will cover all three main printed media businesses which are newspaper business, magazine business, and book publishing business in areas about business situation, sources of income and impacts, and managing approach to survive.

พัฒนาการของเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งอินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟน ส่งผลกระทบอย่างมากต่ออุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากทำให้รูปแบบการบริโภคข่าวสารของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป จนนำไปสู่คำกล่าวที่ว่า “สื่อสิ่งพิมพ์กำลังจะตาย” ทั้งนี้ แม้ว่าสถานการณ์ของสื่อสิ่งพิมพ์ในหลายๆ ประเทศจะไม่ค่อยสดใสและสอดคล้องกับคำกล่าวข้างต้น อย่างไรก็ตาม พบว่าหนังสือพิมพ์ในบางประเทศเติบโตอย่างมาก รวมทั้งยอดจำหน่ายหนังสือในรูปแบบกระดาษก็กลับมาเติบโตมากขึ้น ขณะที่ยอดจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์หรืออีบุ๊กปรับตัวลดลง สิ่งเหล่านี้สะท้อนอย่างชัดเจนว่า สื่อสิ่งพิมพ์ไม่ได้กำลังจะตาย แต่ทว่าต้องมีการปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงและสถานการณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ ดังนั้น บทความนี้จึงมุ่งที่จะแสวงหาคำตอบถึงแนวทางการบริหารสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อความอยู่รอด ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากข่าวและบทความที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ และตั้งข้อสังเกตต่อปรากฏการณ์ความเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ผ่านทัศนะของผู้เขียน โดยได้จำแนกเนื้อหาเป็นสามส่วนตามประเภทธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ การบริหารธุรกิจหนังสือพิมพ์ การบริหารธุรกิจนิตยสาร และการบริหารธุรกิจสำนักพิมพ์ อีกทั้งเพื่อให้สามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบการบริหารสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละประเภทได้อย่างชัดเจน ผู้เขียนจึงได้กำหนดกรอบการนำเสนอเนื้อหาให้ครอบคลุมถึงสภาพการณ์ธุรกิจ แหล่งที่มาของรายได้และผลกระทบ ซึ่งเป็นพื้นฐานต่อความเข้าใจถึงสภาพการณ์โดยทั่วไปของแต่ละธุรกิจ จากนั้นจะเชื่อมโยงไปสู่แนวทางการบริหารเพื่อความ