

รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2555

**FORMAT AND ENTREPRENEURSHIP STRATEGY OF AKSORNSART
PUBLICATION GROUP**



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

**A Research Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree
Bachelor of Business Administration Program in General Business Management**

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSITY

2012

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้การวิจัย เรื่อง “รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป” เสนอ
โดยนางสาววัชรภรณ์ สุขเจริญ และนางสาวสิริพร พิศสุภาพ มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาในรายวิชาจุลนิพนธ์ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ
ทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป” ได้ผ่านการ
นำเสนอในโครงการประชุมวิชาการ “ราชภัฏเชียงใหม่ วิชาการเพื่อท้องถิ่น” ครั้งที่ 6 มหาวิทยาลัย
ราชภัฏเชียงใหม่ วันที่ 14-16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 ณ อาคารเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏเชียงใหม่

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ เดือน พ.ศ.

.....
(อาจารย์นพดล โตวิชัยกุล)

รักษาราชการแทน

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ เดือน พ.ศ.

12520134, 12520157: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ: สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป / กลยุทธ์ / ผู้ประกอบการ

วิทยากรณ์ สุขเจริญ และสิริพร พิศสุภาพ: รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป. อาจารย์ที่ปรึกษา: ผศ. ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์. 36หน้า.

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ระดับลึกของผู้ให้ข้อมูลหลักคือบรรณาธิการสำนักพิมพ์ โดยมีวัตถุประสงค์คือเพื่อศึกษารูปแบบการจัดการสำนักพิมพ์ กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์

ผลการศึกษาพบว่า เป็นรูปแบบการดำเนินธุรกิจของสำนักพิมพ์คือการจัดตั้งเป็นบริษัท โดยมีชื่อว่า บริษัท อักษรศาสตร์ พับลิเคชั่น จำกัด เริ่มต้นดำเนินการมาเป็นเวลากว่า 5 ปีแล้วคือตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2550 โดยดำเนินธุรกิจด้านสิ่งพิมพ์ที่มีเอกลักษณ์ มีความแตกต่างที่โดดเด่น และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด กลยุทธ์ที่ใช้ในการจัดการสำนักพิมพ์ คือ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ดังนี้ คือ การสร้างความแตกต่างโดยการพัฒนาสินค้าให้มีความแตกต่างกับคู่แข่งอยู่เสมอ กลยุทธ์ด้านราคามีการกำหนดราคาสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เท่าเทียมกับคู่แข่งไม่สูงหรือต่ำกว่ากันมากนักเพื่อดึงลูกค้า สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของผู้ประกอบการสำนักพิมพ์ คือ ราคาค่าต้นทุนของสินค้าและวัตถุดิบที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นมากในปัจจุบัน และยังมีปัญหาในด้านของจำนวนคู่แข่งที่มากขึ้นทำให้การแข่งขันค่อนข้างสูง แนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าวนี้ คือ ผู้ประกอบการควรเปิดบริการให้นานขึ้น มีการพัฒนาสินค้าให้มีความแปลกใหม่อยู่เสมอ เเสาะหาแหล่งวัตถุดิบเพิ่มขึ้นและควรมีการส่งเสริมการตลาดให้มากกว่าที่เป็นอยู่

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2555

ลายมือชื่อนักศึกษา 1.....2.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

12520134, 12520157: MAJOR: GENERAL BUSINESS MANAGEMENT

KEY WORDS: AKSORNSART PUBLICATION / STRATEGY / OPERATORS

WATCHARAPORN SOOKJAROEN AND SIRIPORN PISSUPAP: FORMAT AND ENTREPRENEURSHIP STRATEGY OF AKSORNSART PUBLICATION GROUP. RESEARCH ADVISOR: ASST. PROF. PHITAK SIRIWONG, Ph.D. 36 pp.

Abstract

Format and Entrepreneurship Strategy of Aksornsart publication Group” This research is a Quantitative Research by Interview the Publisher’s editor to answer the object about Format and Entrepreneurship Strategy of printer to learn about problems and barrier in operation.

Finding that this printer operate in Company by using “Aksornsart publication Group Co.” This business start since August 1,2007 by Publication business and continuously growth with 7P’s Strategy. They make difference from competitors example for the price they fix it in the same level with the others to magnetic buyer for problems and barrier in operation is Investment in each time of Printing will have risk about sell’s number and the number of the competitors are increase so the Intensity of contest is also high. The following are Slanders and badly Hearsays. Aksornsart publication Group Co. also attacked by this way so the printer has to develop product Invariably and have to calculate the cost to decrease the risk of investment and recruiting new writer to create a different for the customers.

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

Faculty of Management Science SILPAKORN UNIVERSITY Academic Year 2012

Students’ signatures 1.....2.....

Research Advisor’s signature.....

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กล้วย” ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยได้รับความช่วยเหลือและความอนุเคราะห์ จากบุคคลสำคัญดังนี้

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณบรรณาธิการและผู้บริหารสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กล้วยทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้สัมภาษณ์ ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้ความกรุณาตลอดเวลาให้ความช่วยเหลือ ช่วยชี้แนะแนวทาง ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิจัย รวมทั้งช่วยแก้ไขข้อบกพร่อง เอาใจใส่และติดตาม ตรวจสอบผลงานอย่างใกล้ชิดตลอดระยะเวลาในการทำวิจัย ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณผู้มีพระคุณทุกท่าน บิดา มารดา สมาชิกในครอบครัวของผู้วิจัย ที่ให้การช่วยเหลือสนับสนุนตลอดมา และขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่คอยห่วงใยและให้กำลังใจผู้วิจัย ด้วยดีเสมอมา

ท้ายสุดนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีส่วนช่วยให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ ภูเก็ต.....	4
การระบுகู้แข่ง.....	5
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix : 7Ps)	6
กลยุทธ์ทำให้เกิดความแตกต่าง.....	8
กลยุทธ์ความเป็นผู้นำทางต้นทุน.....	9
กลยุทธ์ผสมต้นทุนต่ำและการสร้างความแตกต่าง.....	11
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
3 วิธีดำเนินการวิจัย	15
ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก ระดับปริญญาตรี	15
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	16
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	16
การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล.....	17
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	18
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	19
ตอนที่ 1 ความเป็นมาของสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ ภูเก็ต.....	19
ตอนที่ 2 รูปแบบของร้านสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ ภูเก็ต	19

บทที่	หน้า
ตอนที่ 3 กลยุทธ์การบริหารจัดการสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรૂ๊ป.....	20
ปัญหาและอุปสรรคในการและแนวทางการแก้ไขปัญหา.....	24
แนวทางการแก้ไขปัญหา.....	25
5 สรุปรูป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	27
สรุปผลการวิจัย.....	27
อภิปรายผล.....	28
ข้อเสนอแนะ.....	29
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	29
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	29
รายการอ้างอิง.....	30
ภาคผนวก.....	32
แนวคำถามที่ใช้สัมภาษณ์.....	34
ประวัติผู้วิจัย.....	35

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินชีวิตของผู้คนในปัจจุบันแล้วแต่เกี่ยวข้องกับสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งสิ้น เช่น การอ่านข่าวสารบ้านเมืองในตอนเช้าผ่านหนังสือพิมพ์ เมนูรายการอาหารในร้านอาหารต่างๆ หนังสือเรียนและหนังสือประเภทอื่นๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งสิ้น การพิมพ์ในประเทศไทยเริ่มต้นขึ้นตั้งแต่ยุคกรุงศรีอยุธยาในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชโดยบาทหลวงชาวฝรั่งเศส ชื่อ หลุยส์ ลาโน (LoiusLaneau) ได้ตั้งโรงพิมพ์แห่งแรกขึ้นในปีพ.ศ.2205 เพื่อพิมพ์คำสอนศาสนาคริสต์ ไวยากรณ์ไทยและบาลี พจนานุกรมไทย การพิมพ์ในสมัยนั้นใช้ตัวอักษรโรมันมาเรียงพิมพ์ ส่วนภาษาไทยใช้ไม้มาแกะเป็นหน้าทั้งหน้าเพื่อเป็นแม่พิมพ์ ต่อมาในพ.ศ.2229 สมเด็จพระนารายณ์มหาราชได้ส่งคณะทูตนำโดยเจ้าพระยาโกษาธิบดี (ปาน) ไปเจริญสัมพันธไมตรียังประเทศฝรั่งเศส เจ้าพระยาโกษาธิบดี (ปาน) ได้มีโอกาสศึกษางานที่โรงพิมพ์หลวงของฝรั่งเศสและได้กลับมาพัฒนาการพิมพ์ในเมืองไทยต่อมาเจ้าฟ้ามงกุฎได้ลาศึกษาบทบาขึ้นครองราชย์เป็นพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระองค์ได้ทรงตั้งโรงพิมพ์ขึ้นอีกแห่งในเขตพระบรมมหาราชวัง ทรงตั้งชื่อว่า “โรงอักษรพิมพ์การ” ถือเป็นโรงพิมพ์หลวงในสมัยนั้น พระองค์ยังเป็นผู้นำการพิมพ์ที่ใช้แม่พิมพ์เป็นหิน (Lithography) มาในเมืองไทยครั้งแรก ทำให้การพิมพ์ในไทยมีความก้าวหน้าทัดเทียมต่างประเทศ พระองค์จึงทรงได้รับการยกย่องเป็น “พระบิดาแห่งการพิมพ์ไทย” ในยุคนั้น และในขณะเดียวกันหมอแดน บีช บรัดเลย์ (Dan Beach Bradley) ได้รับกิจการโรงพิมพ์จากคณะมิชชันนารีมาดำเนินการต่อและได้ทำในเชิงการค้า จึงถือเป็นบุคคลแรกในประเทศไทยที่ทำโรงพิมพ์เชิงธุรกิจ (สุพรีมพรินทร์, 2555)

สิ่งพิมพ์ในสังคมไทยมีหลายแบบหลายลักษณะ มีทั้งที่พิมพ์ในวงจำกัดและที่พิมพ์แพร่หลายทั่วไปตามความต้องการของสังคมและจุดมุ่งหมายของผู้ผลิต ในอนาคตอันใกล้ประเทศไทยกำลังก้าวสู่การเป็นประเทศในกลุ่มอุตสาหกรรมและกรุงเทพมหานครยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองหนังสือโลก ในปี พ.ศ.2556 อีกด้วย นับจากนี้กรุงเทพมหานครจำเป็นต้องเร่งพัฒนาให้เป็นเมืองหนังสือโลกตามเป้าหมาย ซึ่งกรุงเทพมหานครเป็นเมืองลำดับที่ 13 ที่ได้รับคัดเลือกเป็นเมืองหนังสือโลก (หม่อมราชวงศ์สุขุมพันธุ์ บริพัตร, 2554) การพัฒนาอย่างต่อเนื่องของสื่อสิ่งพิมพ์ส่งผลต่อความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมากและหนังสือประเภทหนึ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ว่ายังคงครอง

ความนิยมสูงสุดได้จนถึงปัจจุบัน คือ นวนิยาย

หนังสือ หมายถึง การบันทึกความรู้ ความคิด ประสบการณ์ ลงบนแผ่นกระดาษขนาดเท่า ๆ กัน โดยใช้ถ้อยคำ สำนวนโวหารในการสื่อสารให้ผู้อ่านได้รับรู้ และเข้าใจซึ่งใช้การเขียนหรือพิมพ์ก่อนนำมาเย็บรวมเป็นเล่ม (มัญญ ไชยสมบูรณ์, 2555) นวนิยายก็เช่นกัน แม้จะไม่ได้มีเนื้อหาที่ให้ความรู้ในรูปแบบของวิชาการเหมือนอย่างหนังสือเรียนหรือหนังสือประเภทอื่นๆ แต่ในแง่คิดที่ได้รับจากการอ่านนวนิยายก็มีมากอย่างไม่สามารถปฏิเสธได้เช่นกัน เหตุผลหลักที่นวนิยายได้รับความนิยมจากคนไทยอย่างมากอาจเป็นเพราะแง่คิดที่ได้มาพร้อมกับความสนุกเพลิดเพลินในการอ่านสังเกตได้จากงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติที่จัดขึ้นทุกปีในช่วงเดือน มีนาคม ถึงเมษายน และ กันยายน ถึงตุลาคม ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ พื้นที่อันเป็นที่ตั้งของสำนักพิมพ์ที่จัดจำหน่ายนวนิยายมักได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก โดยทางสำนักพิมพ์ได้มีการจัดให้นักเขียนชื่อดังผลัดเปลี่ยนกันมาพบปะและแจกจ่ายเซ็นให้กับผู้ร่วมงานเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป ถือเป็นอีกสำนักพิมพ์หนึ่งที่ได้รับนิยมนอย่างล้นหลามจากผู้บริโภคหน้าใหม่และขาประจำที่ต้องแวะเวียนมาอุดหนุนกันอยู่เสมอ

สำนักพิมพ์ในประเทศไทยมีหลากหลายแห่ง ทั้งสำนักพิมพ์ขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ซึ่งแต่ละสำนักพิมพ์ต่างมีแนวทางในการจัดทำหนังสือที่แตกต่างกันไป สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป จัดเป็นสำนักพิมพ์ที่ทำธุรกิจประเภท ธุรกิจด้านการออกแบบจัดทำต้นฉบับสำหรับการพิมพ์อันได้แก่ ธุรกิจโฆษณา สำนักพิมพ์ สำนักออกแบบ งานด้านนี้ เป็นงานที่เกี่ยวกับการใช้ความคิดที่สร้างสรรค์ ความสวยงาม ข้อมูลการตลาด การวิจัยตลาด ฯลฯ (สุพริมพรินทร์, 2555) โดยเน้นการจัดทำนวนิยายออกจำหน่ายเป็นหลัก หากแต่ก็ยังมีหนังสือประเภทอื่นด้วย

การแข่งขันที่ค่อนข้างสูงของธุรกิจสำนักพิมพ์ในปัจจุบันทำให้แต่ละสำนักพิมพ์จำเป็นต้องมีรูปแบบและกลยุทธ์ที่ดี ที่สามารถใช้แข่งขันและสร้างฐานลูกค้าได้ สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป ก็เช่นเดียวกันที่จำเป็นต้องมีรูปแบบและกลยุทธ์ที่ดี จากผลประกอบการและความนิยมที่ผ่านมาทำให้ผู้วิจัยสนใจใคร่รู้ถึงรูปแบบและกลยุทธ์ที่สำนักพิมพ์เลือกใช้รวมถึงปัญหาอุปสรรคและวิธีการที่สำนักพิมพ์เลือกใช้ในการแก้ไขหรือรับมือกับปัญหาต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในธุรกิจสำนักพิมพ์ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การศึกษาในขอบเขตดังนี้ คือ

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ การศึกษารูปแบบการประกอบธุรกิจสำนักพิมพ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) โดยมุ่งเน้นศึกษาในประเด็นสำคัญดังนี้

1.1 รูปแบบการประกอบธุรกิจ

1.2 ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

2. ขอบเขตด้านประชากร ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ คือ บรรณาธิการสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป
4. ขอบเขตด้านเวลาการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นระยะเวลา 2 เดือน คือ วันที่ 1 ตุลาคม ถึง 30 พฤศจิกายน 2555

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป ว่ามีการดำเนินธุรกิจอย่างไรสำนักพิมพ์ถึงได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคจำนวนมาก เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจทำธุรกิจสำนักพิมพ์ในอนาคต
2. เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป รวมถึงวิธีการที่สำนักพิมพ์ใช้ในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว เพื่อเป็นแนวทางและกรณีศึกษาให้กับผู้ที่สนใจทำธุรกิจสำนักพิมพ์ในอนาคต

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการธุรกิจสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากวรรณกรรม เอกสาร และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยเลือกใช้ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับการศึกษาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป
2. การระบुकู้แข่ง
3. ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix: 7Ps)
4. กลยุทธ์ทำให้เกิดความแตกต่าง
5. กลยุทธ์ความเป็นผู้นำทางต้นทุน
6. กลยุทธ์ผสมต้นทุนต่ำและการสร้างความแตกต่าง
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 7.1 การออกแบบระบบสารสนเทศสำหรับสำนักพิมพ์
 - 7.2 การดำเนินงานสำนักพิมพ์ตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ พุทธศักราช 2484

1. สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป

อักษรศาสตร์กรู๊ป ถือกำเนิดขึ้นมาเมื่อ 1 สิงหาคม 2550 ดำเนินธุรกิจด้านสิ่งพิมพ์ที่มีอัตลักษณ์ มีความแตกต่างที่โดดเด่นและเติบโตอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดในปี พ.ศ.2550 เดือนสิงหาคม - ธันวาคม มีจำนวนผลงานทั้งสิ้น 6 ปก พ.ศ.2551 มีจำนวนผลงานทั้งสิ้น 42 ปก พ.ศ.2552 มีจำนวนผลงานทั้งสิ้น 68 ปกในปี พ.ศ.2553 มีจำนวนผลงานทั้งสิ้น 103 ปก และ พ.ศ.2554 มีจำนวนผลงานทั้งสิ้น 211 ปก รวมผลงานถึงปี 2554 มีจำนวนผลงานทั้งสิ้น 430 ปกปัจจุบันอักษรศาสตร์กรู๊ป ได้ผลิตผลงานออกมาภายใต้สำนักพิมพ์ในเครือที่ประกอบไปด้วยสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ สำนักพิมพ์ภัทรโณชิน สำนักพิมพ์วงศ์สวัสดิ์ สำนักพิมพ์วินัสพลัส สำนักพิมพ์บลูโดมอนด์ สำนักพิมพ์ก้านเดินมีเดียร์บุ๊ก สำนักพิมพ์เดอะเกรท สำนักพิมพ์ธาราชร มีนักเขียนมากกว่า 100 นามปากกา เช่น ภัทรพร สมภพ อักษรศาสตร์ PREAM ฉวีรัฐวิตรา พิษชากร อัญญาณี บุญบาทพิน

ผลงานเด่นที่ถูกนำไปผลิตละครโทรทัศน์ ขอบฟ้าตะวันเดียว (ใต้ฟ้าตะวันเดียว) โดย นันทนา วีระชน ฉายทาง โมเดิร์นไนน์ทีวี, เพลงพระนาง โดย รมณีย์ภรณ์ ฉายทาง ไทยทีวีสี ช่อง 3 ผลงานขายดี Best Seller ได้แก่ เหมืองเดือนหัวใจทมิฬพัทธ์รักพยัคฆ์ร้ายซีรีส์ธรรมะกฎแห่งกรรม ธรรมแล้วรวย ธรรมคมหลวงพ่ोजัญ 1 และธรรมคมหลวงพ่ोजัญ 2 เนื่องในโอกาส พระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554 หนึ่งในภาคีเครือข่ายกรุงเทพมหานคร เมืองหนังสือโลก 2013 (อักษรศาสตร์ กฤษ, 2555) นักเขียนและนิยายของสำนักพิมพ์ล้วนแล้วแต่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้โดย ประวัติความเป็นมาทำให้ผู้วิจัยรู้ถึงที่มาและผลงานเด่นๆ ของสำนักพิมพ์มากขึ้นและข้อมูลเหล่านี้ยังสามารถเป็นแนวทางที่ดีสำหรับการวิจัยของผู้วิจัยได้อีกด้วย

2. การระบุคู่แข่ง (Identifying Competitors)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2547) กล่าวไว้ว่าการระบุคู่แข่งของบริษัทไม่ใช่งานง่าย คู่แข่งที่เห็นได้ชัดคือพวกที่เสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการคล้ายกันกับลูกค้ารายเดียวกัน เรารู้ว่าใครเป็นคู่แข่งของเป๊ปซี่ คู่แข่งที่ว่ามีไม่ใช่มิแต่เพียงคู่แข่งในปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผู้ที่คาดว่าจะเป็คู่แข่งด้วย การพิจารณาระดับของการแข่งขันมีดังนี้

การแข่งขัน 5 ระดับของ Tony Proctor

ก. การแข่งขันโดยตรง (Direct competition) เช่น ปูนซีเมนต์ไทยกับปูนซีเมนต์นครหลวงทั้งสองบริษัทเสนอขายสินค้าแก่ตลาดทั่วไปเหมือนกันและวางตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ใกล้เคียงกัน

ข. การแข่งขันโดยใกล้ชิด (Close competition) บริษัทเสนอคุณประโยชน์คล้ายกันแก่ลูกค้าคล้ายกัน เช่น บริษัทขายเฟอร์นิเจอร์ผู้มีฐานะดี

ค. ผลิตภัณฑ์คล้ายกัน (Product of a similar nature) เช่น บริษัททีวีเสนอรายการคล้ายกันในเวลาเดียวกัน

ง. ผลิตภัณฑ์ทดแทนกัน (Substitute products) วิดีโอทดแทนภาพยนตร์ เทปทดแทนวิดีโอได้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อใช้เป็นทางเลือก

จ. การแข่งขันทางอ้อม (Indirect competition) มีหลายวิธี เช่น การขาดเงิน เวลานั้นย เป็นต้น

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้โดย หากสามารถระบุคู่แข่งที่ชัดเจนได้นั้นย่อมหมายถึงสำนักพิมพ์สามารถเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับคู่แข่งประเภทต่างๆ ได้เช่นกัน ดังนั้นการระบุคู่แข่งจึงเป็นสาระสำคัญที่ผู้วิจัยต้องการรู้ว่าสำนักพิมพ์มีการระบุหรือกำหนดคู่แข่งของเขาอย่างไร

3. ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix: 7Ps)

ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ของสินค้านั้น โดยพื้นฐานจะมีอยู่ 4 ตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด (Kotler, 1997) แต่ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการจะมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป กล่าวคือ จะต้องมีการเน้นพนักงาน กระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้งสามส่วนเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบด้วย 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ดังนี้ (Payne, 1993)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) บริการจะเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน (intangible product) ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนาม ไม่ว่าจะเป็นความสะดวก ความรวดเร็ว ความสบาย การให้ความเห็น การให้คำปรึกษา เป็นต้น

บริการจะต้องมีคุณภาพเช่นเดียวกับสินค้า แต่คุณภาพของบริการจะต้องประกอบมาจากหลายปัจจัยที่ประกอบกัน ทั้งความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็วและต่อเนื่องของขั้นตอนการส่งมอบบริการ ความสวยงามของอาคารสถานที่รวมถึงอรรถาธิบายไมตรีของพนักงานทุกคน

2. ราคา (Price) ราคาเป็นสิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงก็จะทำให้ธุรกิจมีรายได้สูงขึ้น การตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้ของธุรกิจต่ำ ซึ่งอาจจะนำไปสู่ภาวะขาดทุนได้ อย่างไรก็ตามก็มิได้หมายความว่าธุรกิจหนึ่งจะตั้งราคาได้ตามใจชอบ ธุรกิจจะต้องอยู่ในสถานะของการมีคู่แข่งหากราคาสูงกว่าคู่แข่งมาก แต่บริการของธุรกิจนั้นไม่ได้มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งมากเท่ากับราคาที่เพิ่ม ย่อมทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการกับธุรกิจนั้นต่อไป หากธุรกิจตั้งราคาต่ำก็จะนำมาสู่สงครามราคา เนื่องจากคู่แข่งรายอื่นสามารถลดราคาตามได้ในเวลาอันรวดเร็ว

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ในการให้บริการนั้น สามารถให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 4 วิธีคือ

3.1 การให้บริการผ่านร้าน เป็นแบบที่ทำกันมานาน เช่น ร้านตัดผม ร้านซักรีด ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต ให้บริการด้วยการเปิดร้านค้าตามตึกแถวในชุมชนหรือในห้างสรรพสินค้า แล้วขยายสาขาออกไปเพื่อให้บริการลูกค้าได้สูงสุด โดยร้านประเภทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับบริการและผู้ให้บริการมาพบกัน ณ สถานที่แห่งหนึ่งโดยการเปิดร้านค้าขึ้นมา

3.2 การให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ เป็นการส่งพนักงานไปให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่อื่นตามความสะดวกของลูกค้า

3.3 การให้บริการผ่านตัวแทน เป็นการขยายธุรกิจด้วยการขายแฟรนไชส์ หรือการจัดตั้งตัวแทนในการให้บริการ

3.4 การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็น บริการที่ค่อนข้างใหม่ โดยอาศัยเทคโนโลยีมาช่วยลดต้นทุนจากการจ้างพนักงาน เพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างสะดวกและทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมทางการตลาดของธุรกิจบริการจะมีความคล้ายกับธุรกิจขายสินค้า กล่าวคือ การส่งเสริมทางการตลาดของธุรกิจบริการทำได้ในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การให้ข่าว การลดแลกแจกแถม การตลาดทางตรงผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับสูง ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ ส่วนการบริการที่ต้องเจาะลูกค้าระดับกลางและระดับล่างซึ่งเน้นราคาค่อนข้างต่ำ ต้องอาศัยการลดแลกแจกแถม

5. พนักงาน (People) พนักงานจะประกอบด้วยบุคคลทั้งในองค์กรที่ให้บริการนั้นจะรวมตั้งแต่เจ้าของผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ

6. กระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

7. **สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)** สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ และอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ ลานจอดรถ สวนห้องน้ำ การตกแต่ง ป้ายประชาสัมพันธ์ สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ กล่าวคือ ลูกค้าจะอาศัย สิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งดู หุหราและสวยงามเพียงใดบริการน่าจะมีคุณภาพตามด้วย (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546: 63-74)

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าว ไปใช้ประโยชน์ได้โดย ในการบริหารการตลาดนั้น ผู้บริหารการตลาดต้องมีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคและมุ่งตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคด้วยเครื่องมือส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งมักจะรู้จักกันโดยทั่วไปว่า “7Ps” สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป ก็เช่นกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องศึกษาเรื่องดังกล่าวว่าสำนักพิมพ์มี วิธีคิดหรือการนำเอา “7Ps” อย่างไร

4. กลยุทธ์ทำให้เกิดความแตกต่าง

เสนาะ ดิเขาวี (2546) อธิบายว่ากลยุทธ์ทำให้เกิดความแตกต่างหรือการสร้าง ความแตกต่าง (Differentiation Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่สร้างความเป็นพิเศษไม่เหมือนใครให้เกิดขึ้นกับ สินค้าหรือบริการที่ทำให้เกิดคุณค่าสูงในแง่ของลูกค้า ความเป็นพิเศษ (Uniqueness) หรือลักษณะ พิเศษ (Unique Characteristic) ของสินค้าจะเกิดขึ้นได้โดยการศึกษาเรียนรู้ความต้องการและ พฤติกรรมของลูกค้าอย่างระมัดระวังว่าสิ่งใดเป็นสิ่งสำคัญของลูกค้า เป็นสิ่งที่ลูกค้าคิดว่ามีคุณค่า และสิ่งที่ลูกค้าเต็มใจจ่ายสำหรับสิ่งที่มีคุณค่าของสินค้าหรือบริการนั้น เมื่อศึกษาแล้วบริษัทจะต้อง พัฒนาความสามารถในการใช้ทรัพยากรและอำนาจให้เกิดขึ้นสำหรับใช้ผลิตสินค้าและบริการให้ สามารถสนองความต้องการพิเศษของลูกค้าได้ ยิ่งลูกค้าชื่นชมและเห็นคุณค่าของความแตกต่างนั้น มากขึ้นเท่าไรลูกค้าก็จะยิ่งผูกพันกับบริษัทมากขึ้นเท่านั้น

ลักษณะของการทำให้เกิดความแตกต่างของสินค้าหรือบริการมีดังนี้

4.1 ลักษณะของสินค้า (Product Features) ได้แก่ ลักษณะของสินค้าที่มองเห็นได้หรือ ความสามารถของสินค้านั้นที่แตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกัน

4.2 บริการหลังการขาย (After-Sales Service) และการซ่อมแซมสินค้า (Product Repair) ได้แก่ การให้บริการที่ดีและซ่อมแซมสินค้าที่มีคุณภาพโดยเฉพาะสินค้าบางประเภทที่มี ส่วนประกอบยุ่งยากซับซ้อนไม่ว่าจะเป็นรถยนต์หรือเครื่องใช้ในบ้านซึ่งอาจเสียหายอันเกิดจากการ ใช้งาน

4.3 ภาพลักษณ์ที่ดี (Desirable Image) อาจมีสินค้าหลายชนิดจะเป็นประเภทสินค้าแฟชั่นหรือเครื่องใช้ต่างๆ คนที่ใช้หรือผู้ซื้อสินค้าเหล่านั้นมักจะคำนึงถึงเรื่องนี้

4.4 เทคโนโลยี (Technology) สินค้าเกือบทุกชนิดจะอาศัยเทคโนโลยีสร้างชื่อเสียงให้กับบริษัทและทำให้ได้เปรียบในการแข่งขัน

4.5 คุณภาพของบริการ (Quality of Service) ได้แก่ บริษัทที่ให้บริการดีเลิศและครบวงจร เช่น พนักงานของบริษัท Nordstrom จะให้บริการที่ดีเยี่ยมกับลูกค้า

4.6 ชื่อเสียง (Reputation) ได้แก่ ชื่อที่ดีและน่าเชื่อถือ เช่น สินค้าของบริษัท IBM รถยนต์ Lexus ของบริษัท Toyota หรือ นาฬิกา Rolex เป็นต้น

4.7 ความสม่ำเสมอของการผลิต (Manufacturing Consistency) หมายถึงมีอะไหล่และอุปกรณ์สม่ำเสมอไม่เคยขาดและจัดส่งได้ตลอดเวลา

4.8 การมีให้ครบสายผลิตภัณฑ์ (Complete of Product) มีสินค้าให้เลือกครบทุกสายผลิตภัณฑ์ เช่น อาหารซุ๊ปของ Campbells' Soup หรือสินค้าของ Johnson & Johnson เป็นต้น

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้โดย ในเมื่อความแตกต่างคือสิ่งที่สำคัญมากสำหรับการทำธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใด ผู้วิจัยจึงต้องการทราบว่าแล้วสำนักพิมพ์ซึ่งต่างก็มีผลิตภัณฑ์เหมือนกันนั่นคือ หนังสือ มีวิธีการสร้างวามแตกต่างเพื่อเพิ่มความได้เปรียบให้กับตนเองอย่างไรบ้าง

5. ยุทธศาสตร์ความเป็นผู้นำทางต้นทุน

เสนาะ ดิเขาวี (2546) อธิบายว่ากลยุทธ์ความเป็นผู้นำทางต้นทุน (Cost Leadership Strategy) หรือกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ (Low-Cost Strategy) ได้แก่ การดำเนินงานที่ทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าหรือบริการต่ำกว่าคู่แข่ง ไม่ใช่การทำให้ต้นทุนทั้งหมดต่ำอย่างแท้จริง การทำให้ต้นทุนต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งขณะเดียวกันก็ได้สินค้าที่มีมาตรฐาน ไม่ใช่คุณภาพสินค้าหรือบริการต่ำกว่าคู่แข่ง ลูกค้าจะพิจารณาคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ได้รับ ไม่ใช่พิจารณาต้นทุนต่ำอย่างเดียว ลูกค้าจะประเมินต้นทุนในรูปแบบของการเปรียบเทียบ คือ เปรียบเทียบต้นทุนกับประโยชน์ที่จะได้จากสินค้าหรือบริการและเปรียบเทียบกับต้นทุนของคู่แข่งด้วย กลยุทธ์ต้นทุนต่ำสร้างทางเลือกในการก่อนให้เกิดกำไรกับบริษัท 2 ทางเลือก คือ ประการแรก ทำให้ตั้งราคาสินค้าต่ำกว่าคู่แข่งและสามารถดึงดูดให้ลูกค้าซื้อสินค้าของบริษัทมากขึ้น ประการที่สอง ป้องกันการตัดราคาที่เกิดจากคู่แข่งอันจะส่งผลกระทบต่อส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัท

การบริหารงานที่ให้ได้ต้นทุนต่ำขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ คือ

5.1 ขนาดของการผลิตที่ประหยัด (Economy of Scale) ตามปกติการผลิตจำนวนมากจะทำให้ต้นทุนต่ำกว่าการผลิตจำนวนน้อยเพราะจะทำให้ต้นทุนบางประเภทโดยเฉพาะต้นทุนคงที่ต่อหน่วยลดลง ต้นทุนจะต่ำลงมากน้อยเพียงใดก็อยู่ที่ขนาดการผลิตที่ประหยัดหรือไม่ประหยัด (Diseconomy of Scale) ของบริษัทเป็นสำคัญ

5.2 ผลกระทบจากเส้นการเรียนรู้และประสบการณ์ (Learning and Experience Curve Effects) ปกติต้นทุนดำเนินงานจะลดลงตามขนาดของประสบการณ์และการเรียนรู้ (Economy of Experience and Learning) การที่ประสบการณ์ช่วยประหยัดต้นทุนได้มาก เพราะก่อให้เกิดความเชี่ยวชาญและเกิดความรู้มากขึ้น คนที่ประสบการณ์สูงจะมองเห็นวิธีการปรับปรุงงานได้ชัดเจนขึ้นกว่าคนขาดประสบการณ์หรือประสบการณ์น้อย

5.3 ต้นทุนของปัจจัยการผลิต (Cost of Resource Input) โดยเฉพาะปัจจัยการผลิตที่สำคัญหากมีราคาแพงก็จะส่งผลถึงต้นทุนการผลิตรวม ต้นทุนของปัจจัยการผลิตขึ้นอยู่กับ 3 อย่าง คือ ประการแรก สภาพแรงงาน ผู้ใช้แรงงานที่เป็นสมาชิกของสภาพแรงงาน ประการที่สอง อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนมีมากหรือน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทผู้ซื้อ หากอำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบมีต่ำกว่าราคาของปัจจัยการผลิตก็จะต่ำ ประการที่สาม ทำเลที่ตั้งของบริษัท มีผลโดยตรงต่อค่าขนส่งทั้งเข้าและออก ภาษี ค่าสาธารณูปโภค ค่าแรง และอื่นๆ ทั้งนี้ผู้บริหารจะต้องพิจารณาเปลี่ยนแปลงทำเลที่ตั้งของโรงงาน สำนักงาน โกดังเก็บของที่ส่งผลให้ต้นทุนของปัจจัยการผลิตต่ำลง

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้โดย การทำให้ธุรกิจของตนเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำไม่ได้มีประโยชน์เพียงทำให้ราคาของสินค้าต่ำลงได้แต่ยังเพิ่มกำไรได้ด้วยในกรณีที่ไม่ได้ลดราคา ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่าสำนักพิมพ์มีการบริหารงานอย่างไรให้ตนเองเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ ในเมื่อสินค้าของสำนักพิมพ์กับสำนักพิมพ์อื่นๆ เป็นสินค้าประเภทเดียวกันมีการผลิตเหมือนกันและที่สำคัญสำนักพิมพ์เพิ่งก่อตั้งมาได้เพียง 5 ปีเท่านั้น

6. กลยุทธ์ผสมต้นทุนต่ำและการสร้างความแตกต่าง

เสนาะ ดิยาวี (2546) อธิบายว่าในตลาดที่เป็นโลกเดียวกันเป็นการยากที่จะใช้กลยุทธ์อย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว บริษัทจะต้องปรับกลยุทธ์ให้เป็นกลยุทธ์ผสมต้นทุนต่ำและการสร้างความแตกต่าง (Integrated Low-Cost Differentiation Strategy) ไปพร้อมๆ กัน กลยุทธ์ผสมจะนำเอาผลดีของทั้งการสร้างความแตกต่างและความเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนมาสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับลูกค้า การใช้กลยุทธ์การทำให้เกิดความแตกต่างลูกค้ามักจะเห็นว่าสินค้ามีราคาแพงแต่พอใจในคุณภาพของสินค้า ส่วนการใช้กลยุทธ์ความเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนลูกค้ามักจะคิดว่าคุณภาพสินค้าอาจไม่ดี

นักแต่มีความพอใจราคาสินค้า เมื่อนำกลยุทธ์ทั้งสองมาผสมกันลูกค้ามีความพอใจทั้งคุณภาพและราคาสินค้า

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้โดยการจะเลือกใช้กลยุทธ์เพียงอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นเรื่องที่ยากโดยเฉพาะการสร้างความแตกต่างและการเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ ผู้วิจัยจึงใคร่รู้อย่างยิ่งว่าสำนักพิมพ์ทำอย่างไรในการนำเอากลยุทธ์ทั้งสองมาปรับใช้ร่วมกันให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

7.1 การออกแบบระบบสารสนเทศสำหรับสำนักพิมพ์

ปิยนุช ศิวาโมกษ์ (2541) การศึกษาโครงการเฉพาะเรื่องนี้เป็นการพัฒนากระบวนการจัดเก็บข้อมูลการพิมพ์หนังสือเนื่องจากเอกสารมีปริมาณมาก มีการสูญหายของเอกสาร การค้นหาเอกสารเพื่อส่งไปยังแผนกต่างๆ ของฝ่ายผลิตไม่สามารถกระทำได้อย่างต่อเนื่องการทำงานต้องหยุดชะงัก ไม่สามารถสรุปผลการทำงานของเครื่องจักรแต่ละตัวได้ การใช้วัสดุคืบ เช่น กระดาษ ผงหมึก มากเกินความจำเป็นทำให้ต้นทุนในการพิมพ์เพิ่มมากขึ้น รวมถึงความล่าช้าในการจัดทำรายงาน เช่น รายงานผลผลิตประจำเดือน รายงานการทำงานของเครื่องจักร รายงานการใช้วัสดุคืบ ซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

โครงการระบบสารสนเทศสำหรับสำนักพิมพ์นี้ ได้มีการศึกษาถึงความเป็นไปได้ที่จะนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการทำงาน ศึกษาขั้นตอนการทำงานของระบบงานเดิม เพื่อสรุปปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งได้ดำเนินการตามขั้นตอนของวงจรการพัฒนากระบวนการ (System Development Life Cycle) เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ปัญหา หาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้น และออกแบบระบบงาน การสร้างโปรแกรมต้นแบบ และระบบฐานข้อมูล โดยใช้ Microsoft Access เวอร์ชัน 7.0

ผลจากโครงการนี้ทำให้การจัดเก็บข้อมูลมีประสิทธิภาพมากขึ้น การเรียกใช้ข้อมูลทำได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ข้อมูลเป็นปัจจุบัน อีกทั้งการใช้งานก็สะดวก ไม่ยุ่งยาก ลดเวลาในการค้นหาเอกสาร ลดเวลาในการจัดทำรายงาน สามารถสรุปการใช้วัสดุคืบ ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับระบบงานเดิมได้อย่างดี

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้โดยการนำเอาระบบสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจนั้นไม่ใช่เรื่องแปลกใหม่อีกแล้วในปัจจุบันสำนักพิมพ์เองก็เช่นกัน แต่สิ่งที่ผู้วิจัยใคร่รู้เป็นอย่างมากคือสำนักพิมพ์นำเอาระบบสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการส่วน

ใดบ้าง รวมถึงสำเนาพิมพ์เลือกที่จะใช้สื่อสารณะของโลกออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์บ้างหรือไม่

7.2 การดำเนินงานสำนักพิมพ์ตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ พุทธศักราช 2484

วรรจธรา บุญพันธ์ (2539) การศึกษาครั้งนี้เพื่อสภาพการปฏิบัติของสำนักพิมพ์ตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ ปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ ทั้งโดยรวมและเปรียบเทียบปัญหาจำแนกตามขนาดของสำนักพิมพ์ รวมทั้งเพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของสำนักพิมพ์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. สภาพการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการพิมพ์

สำนักพิมพ์ส่วนใหญ่ไม่ทราบรายละเอียดที่กำหนดในพระราชบัญญัติการพิมพ์เกี่ยวกับเวลาในการที่กำหนดให้ส่งสิ่งพิมพ์ บทลงโทษผู้ละเลยไม่ส่งสิ่งพิมพ์ ความหมายของคำว่า “สิ่งพิมพ์” และ “พิมพ์” รวมทั้งประเภทของสิ่งพิมพ์ที่พระราชบัญญัติการพิมพ์ไม่ใช่มบังคับ

สำนักพิมพ์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ส่งหนังสือให้หอสมุดแห่งชาติครบทุกเรื่องด้วยเหตุผลว่าต้องการให้สิ่งพิมพ์ซึ่งถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของชาติถูกรวบรวมเก็บไว้ให้ครบถ้วน รองลงมาคือ ส่งให้บางเรื่องเพราะเลือกส่งเฉพาะหนังสือที่เน้นเนื้อหาทางวิชาการ และสำนักพิมพ์ที่ไม่เคยส่งให้เหตุผลว่าไม่ทราบว่าต้องเป็นผู้ส่ง

การส่งสิ่งพิมพ์ให้หอสมุดแห่งชาติพบว่าส่วนใหญ่สำนักพิมพ์ส่งเรื่อง 2 เล่ม โดยวิธีรวมส่งครั้งละหลายๆ เรื่องแบบไม่มีกำหนดเวลาส่งที่แน่นอน และให้เจ้าหน้าที่นำมาส่งด้วยตนเอง

การได้รับการติดต่อจากหอสมุดแห่งชาติ พบว่ามีสำนักพิมพ์ที่ได้รับการติดต่อและไม่ได้รับการติดต่อจากหอสมุดแห่งชาติเป็นจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50

2. ปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการพิมพ์แบ่งเป็น 3 ด้านดังนี้

2.1 ปัญหาด้านที่เกิดจากข้อกำหนดในพระราชบัญญัติการพิมพ์ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับน้อย แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าปัญหาที่อยู่ในระดับมากคือ ปัญหาระยะเวลาที่พระราชบัญญัติกำหนดให้ส่งสิ่งพิมพ์ภายใน 7 วัน สิ้นเกินไป ปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและมีค่าเฉลี่ยค่อนข้างสูงได้แก่การต้องส่งพิมพ์ทีละเรื่องทำให้เสียเวลามาก การไม่ได้รับความรู้เกี่ยวกับการส่งสิ่งพิมพ์และการไม่รู้ว่าหอสมุดแห่งชาติเก็บรวบรวมหนังสือของสำนักพิมพ์ไปทำอะไร เป็นปัญหารองลงมา

2.2 ปัญหาด้านที่เกิดจากตัวสำนักพิมพ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัญหาที่สำนักพิมพ์มีงานการพิมพ์มาก ไม่สามารถจัดส่งสิ่งพิมพ์ให้หอสมุดแห่งชาติได้ทันกำหนด และสำนักพิมพ์ไม่ได้รับความรู้เกี่ยวกับการส่งสิ่งพิมพ์เพียงพอเป็นปัญหารอง

2.3 ปัญหาด้านที่เกิดจากสิ่งพิมพ์ พบว่า ปัญหาเรื่องราคาส่งสิ่งพิมพ์ ค่าส่ง และค่าปรับเป็นปัญหาสำหรับสำนักพิมพ์ทุกขนาดในระดับน้อยเปรียบเทียบปัญหาจำแนกตามขนาดของสำนักพิมพ์แล้วพบว่าส่วนใหญ่มีปัญหาไม่แตกต่างกัน

3. ข้อเสนอแนะในการส่งสิ่งพิมพ์ให้รัฐเก็บรวบรวม สำนักพิมพ์ให้ข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

3.1 การรวบรวมสิ่งพิมพ์ของชาติ สำนักพิมพ์เห็นว่าหอสมุดแห่งชาติควรเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการส่งสิ่งพิมพ์ให้ทราบโดยสม่ำเสมอ หอสมุดแห่งชาติ ผู้เขียนและผู้จัดพิมพ์ ควรกำหนดนโยบายการรวบรวมสิ่งพิมพ์ร่วมกัน และการรวบรวมสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นในราชอาณาจักรให้ครบถ้วนจำเป็นต้องมีกฎหมายรองรับ โดยเฉพาะแยกจากราชบัญญัติการพิมพ์

3.2 การปรับปรุงพระราชบัญญัติการพิมพ์ สำนักพิมพ์ให้ข้อเสนอแนะว่า ควรเพิ่มวัตถุประสงค์ของการรวบรวมสิ่งพิมพ์ให้ชัดเจน เพิ่มระยะเวลาส่งสิ่งพิมพ์ให้นานขึ้น เพิ่มลักษณะสิ่งพิมพ์ให้ครอบคลุมสิ่งพิมพ์ทั้งหมด รวมทั้งควรแก้ไขคำนิยามของ “ผู้พิมพ์” และ “ผู้โฆษณา” ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

พระราชบัญญัติการพิมพ์เป็นสิ่งที่สำนักพิมพ์จำเป็นต้องปฏิบัติตาม แต่สำนักพิมพ์ส่วนใหญ่ยังไม่รู้รายละเอียดหรือมีความเข้าใจในเรื่องนี้มากเท่าที่ควรจึงนำมาซึ่งการไม่ปฏิบัติตาม ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่าสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป มีการศึกษาในเรื่องดังกล่าวมากน้อยแค่ไหนและมี การปฏิบัติตามอย่างไรบ้าง

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้โดย จากการศึกษาค้นคว้าทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของสำนักพิมพ์ พบว่ารูปแบบและกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ส่วนใหญ่เป็นกลยุทธ์พื้นฐานที่ผู้ประกอบการต่างๆ ไปเลือกใช้อยู่แล้ว เช่น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix: 7Ps) และกลยุทธ์ทำให้เกิดความแตกต่าง เป็นต้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่ากลยุทธ์ใดที่ผู้ประกอบการธุรกิจสำนักพิมพ์เลือกใช้แล้วเกิดประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจสูงสุด

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป” เป็นวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งผู้ศึกษามีจุดมุ่งหมายในการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงรูปแบบและกลยุทธ์ที่สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป เลื่อนนำมาปฏิบัติในการการดำเนินธุรกิจ รวมถึงปัญหาและสภาพการแข่งขันทันที่สำนักพิมพ์ประสบอยู่ในปัจจุบัน เพื่อเปรียบเทียบว่าแตกต่างกับสำนักพิมพ์อื่นๆ อย่างไร และเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ต่อไป รวมถึงการคิดหาข้อเสนอแนะในการแก้ไข ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของสำนักพิมพ์ อักษรศาสตร์ กรู๊ป และเพื่อให้การดำเนินการวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนั้น การที่นักวิจัยจะเข้าถึงหรือเข้าไปให้ใกล้ความจริงที่สุดได้ต้องอาศัยการเข้าไปอยู่ “อย่างมีส่วนร่วม” ในสังคมนั้นๆ ต่อเนื่องกันเป็นเวลานานพอสมควร นานพอที่จะเข้าใจบริบทของพฤติกรรมทางสังคมต่างๆ ที่ต้องการศึกษา และนานพอที่จะสร้างความสนิทสนมไว้วางใจจากกลุ่มผู้ที่ถูกศึกษาอันจะเป็นประโยชน์ในการเข้าถึงข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง (ชาย โพรธิตา, 2554) ผู้วิจัยจึงมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

การศึกษาวิจัยนี้ เป็นการศึกษาวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยข้อมูลหลักในการดำเนินการวิจัยได้มาจากการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งคือสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป โดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับการสังเกตพฤติกรรมของผู้ประกอบการเป็นข้อมูลหลักในการทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. ผู้วิจัย มีหน้าที่หลักในการสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากที่สุด เพื่อนำรายละเอียดที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ต่อไป
2. แนวคำถามในการสัมภาษณ์ระดับลึกของผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นแนวคำถามที่เกี่ยวกับรูปแบบของการประกอบธุรกิจสำนักพิมพ์
3. เครื่องบันทึกเสียง ใช้สำหรับบันทึกเสียงเก็บข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโดยตรง เพื่อเก็บรายละเอียดจากนั้นจึงนำมาถอดความอีกครั้ง โดยที่ผู้วิจัยต้องขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนทำการบันทึกเสียง
4. เครื่องมือบันทึกภาพใช้บันทึกภาพเหตุการณ์และรูปแบบการจัดวางของสถานประกอบการ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการทำวิจัยอีกทางหนึ่ง
5. เครื่องเขียนและสมุดจดบันทึก เพื่อใช้บันทึกข้อมูลหรือเหตุการณ์ที่ไม่สามารถบันทึกไว้ได้ด้วยเครื่องบันทึกเสียงและใช้ในการจดบันทึกในระหว่างการพูดคุยซักถามข้อมูลในการวิจัยเพื่อนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ ของสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรุ๊ป ให้เป็นไปตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลทั้งจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ดำเนินไปตามขั้นตอนดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก

2. การใช้ข้อมูลจากเอกสาร ระดับปริญญาตรี

การใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าว เพื่อเป็นการทำความเข้าใจถึงรูปแบบและกลยุทธ์ของสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรุ๊ป ได้อย่างรอบด้าน ครอบคลุมและครบถ้วน เพื่อให้ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือและเป็นความจริง โดยมีรายละเอียดการเก็บข้อมูลดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์เชิงลึกนี้ ผู้ที่ให้ข้อมูลหลักคือสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรุ๊ป โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indeed Interview) เพื่อให้ได้รายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของสำนักพิมพ์มากที่สุด โดยผู้สัมภาษณ์ขออนุญาตอัดเทปก่อนถ้าได้รับอนุญาตก็ทำการสัมภาษณ์โดยใช้เทปบันทึกเสียงเป็นเครื่องมือด้วย

2. การใช้ข้อมูลจากเอกสารตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษานอกจากการเก็บข้อมูลโดยการเข้าไปสัมภาษณ์ระดับลึกกับสำนักพิมพ์แล้วนั้น ข้อมูลที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งคือข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ได้แก่ รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือ บทความต่างๆ รวมไปถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ ข้อมูลส่วนนี้ถือเป็นส่วนสำคัญที่มีทั้งส่วนของเนื้อหาสาระและการเคลื่อนไหวของสำนักพิมพ์ต่างๆ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบหลายทางหรือตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) โดยใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลแบบสามเส้า โดยมีรายละเอียดดังนี้ (สุภางค์ จันทวานิช, 2540)

1. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาถูกต้องหรือไม่ ผู้วิจัยตรวจสอบจากแหล่งที่มา 3 แหล่ง ได้แก่ แหล่งเวลา สถานที่ บุคคลหรือผู้วิจัย

1.1 การตรวจสอบแหล่งเวลา ตรวจสอบว่าตัวแปรอยู่ในช่วงต่างกันหรือเหมือนกัน ถ้าเหมือนกันตรวจสอบในช่วงเวลาที่ต่างกันด้วย

1.2 การตรวจสอบสถานที่ ตรวจสอบตัวแปรในสถานที่เดียวกันหรือไม่ หากมาจากสถานที่เดียวกัน ผลที่ได้เหมือนกัน ผู้วิจัยต้องตรวจสอบในสถานที่ที่แตกต่างกันด้วย

1.3 การตรวจสอบบุคคล พิจารณาว่าถ้าผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

2. การตรวจสอบแบบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนได้ข้อมูลต่างกันอย่างไร โดยการเปลี่ยนตัวผู้สังเกตแทนการใช้ผู้วิจัยคนเดียวทั้งหมด สามารถสร้างความแน่ใจได้ดีกว่าผู้วิจัยเพียงคนเดียว

3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิม ดีความข้อมูลได้มากน้อยเพียงใด

4. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้ในการสังเกต ควบคู่กับการซักถาม พร้อมกันนั้นต้องศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งเอกสารหรือทำการซักถามผู้ให้ข้อมูลสำคัญ หรืออาจซักถามผู้ให้ข้อมูลหลังจากสรุปผลการวิจัย เพื่อให้เกิดความแน่นอนว่าข้อสรุปนั้น เทียบตรงตามความเป็นจริงหรือไม่ แล้วจึงแก้ไขเป็นรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ภายหลังจากการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต นำมารวบรวม และทบทวนข้อมูลทั้งหมด จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ทั้งนี้เนื่องจาก งานวิจัยเชิงคุณภาพไม่มีกรอบแนวคิดหรือทฤษฎีที่ตายตัวเป็นตัวกำหนด เป็นการศึกษา ปรัชญาการจากหลายมิติเพื่อให้เห็นภาพรวมของสิ่งที่เกิดขึ้น โดยผู้วิจัยต้องใช้แนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่ได้ทบทวนวรรณกรรมมาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมกันเพื่อให้ข้อมูลครบถ้วนตาม ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นข้อความบรรยาย (Descriptive) ซึ่งได้ จากการสังเกต สัมภาษณ์ และจดบันทึก ทำการสรุปผลการศึกษารวมทั้งข้อเสนอแนะ จากนั้นจึง รวบรวมข้อมูล



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยรูปแบบและกลยุทธ์การค้าเงินธุรกิจสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป การสัมภาษณ์ข้อมูลนำเสนอครั้งนี้ สามารถ แบ่งออกได้เป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ความเป็นมาของสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป

สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2550 โดยดำเนินธุรกิจด้านสิ่งพิมพ์ที่มีอัตลักษณ์ มีความแตกต่างที่โดดเด่นและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ผู้ร่วมก่อตั้งคือคุณสมภพ อักษรศาสตร์ และ คุณภัทรพร ภัทร์โณชิน กรรมการผู้จัดการ เนื่องจาก คุณภัทรพร หรือบรรณาธิการปริမ်ประสบความสำเร็จในวงการวรรณกรรมเป็นอย่างมาก มีผู้ชื่นชอบและติดตามผลงานการเขียนมากมาย ทั้งที่แต่ละปีมีผลงานออกมาเพียง 1-2 เล่มเท่านั้น ซึ่งผลงานที่ออกมาแต่ละเล่มล้วนทำสถิติทุบรายได้และตีพิมพ์ซ้ำทุกปก ประกอบกับบรรณาธิการสมภพ เป็นผู้เชี่ยวชาญทางการตลาดและสื่อโฆษณา อีกทั้งยังเป็นนักอ่านตัวยงและเป็นผู้กว้างขวาง ทั้งสองจึงจับมือร่วมกันก่อตั้งสำนักพิมพ์ขึ้น โดยใช้นามสกุลของบรรณาธิการสมภพ ตั้งเป็นชื่อของสำนักพิมพ์ กล่าวคือ ความรักที่มีต่อการอ่านและการเขียนของทั้งสอง เป็นตัวหลอมรวมให้เกิดเป็นสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ปขึ้นในที่สุด

ตอนที่ 2 รูปแบบของร้านสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป

รูปแบบและลักษณะของสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป เป็นสำนักพิมพ์ที่ดำเนินธุรกิจประเภทธุรกิจด้านการออกแบบจัดทำต้นฉบับสำหรับการพิมพ์ คือ สำนักพิมพ์คัดเลือกนวนิยายที่มีคุณภาพเพื่อจัดพิมพ์เป็นรูปเล่มออกวางจำหน่าย โดยได้รับการสนับสนุนจากผู้จัดจำหน่าย คือ ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด ซึ่งเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายหนังสือให้แก่สำนักพิมพ์

รูปแบบประเภทของสำนักพิมพ์และผลิตภัณฑ์

สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป จัดทะเบียนเป็นบริษัทตามขั้นตอนและดำเนินธุรกิจด้วยการจัดจำหน่ายนวนิยายที่ได้รับการคัดสรรแล้วว่าสามารถทำให้ผู้บริโภคชื่นชอบได้ นวนิยายของสำนักพิมพ์มีราคาสูงต่ำต่างกันตามจำนวนหน้าของแต่ละเล่ม แม้เจ้าของผลงานเป็นนักเขียนที่มีชื่อเสียงและผู้ติดตามจำนวนมากเกณฑ์ราคาก็ยังคงเป็นเช่นนี้ ราคาของหนังสืออยู่ในระดับที่ไม่ต่างจากสำนักพิมพ์อื่นๆ เพื่อป้องกันไม่ให้เรื่องของราคาสามารถเป็นจุดแข็งให้แก่สำนักพิมพ์คู่แข่ง

รวมถึงเป็นจุดอ่อนของตัวสำนักพิมพ์เอง และงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติที่จัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง ยังถือเป็นช่วงที่สำนักพิมพ์สามารถสร้างรายได้ได้มากที่สุด เพราะผู้บริโภคต่างหลั่งไหลกันมาจับจ่ายหาซื้อหนังสือที่ตนชอบ ความนิยมของคนไทยที่มีต่อนวนิยายยังคงไม่เสื่อมไป และนั่นเองที่เป็นสาเหตุให้สำนักพิมพ์ยังคงตั้งอยู่ได้จนถึงปัจจุบันแม้จะมีคู่แข่งจำนวนมากก็ตาม

รูปแบบการบริหารสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรุ๊ป

สำนักพิมพ์บริหารงานและจัดการองค์กร โดยมีกองบรรณาธิการทั้งหมด 2 ฝ่าย คือ บรรณาธิการฝ่ายบริหารและบรรณาธิการฝ่ายผลิตที่เป็นหัวใจสำคัญของสำนักพิมพ์ งานศิลปะ งานปกและงานพิสูจน์อักษรล้วนอยู่ในฝ่ายผลิตทั้งสิ้น สำนักพิมพ์ยึดหลักพนักงาน คือ พี่น้อง ความผิดพลาดทั้งหมดผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบ เช่น หากพนักงานส่งสินค้าให้ตัวแทนจำหน่ายผิดผู้บริหาร คือ ผู้ที่เข้าไปจัดการปัญหาดังกล่าวเองทั้งหมด เพราะทราบดีว่าพนักงานระดับล่างไม่สามารถแบกรับภาระการตัดสินใจในระดับสูงได้

มีกองบรรณาธิการทั้งหมด 2 กอง คือกองฝ่ายบริหาร และกองฝ่ายผลิต ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของสำนักพิมพ์ งานอาร์ต งานปก งานพิสูจน์อักษร อยู่ในกองผลิตทั้งหมด เราใช้หลักพนักงานคือ พี่น้อง ความชอบเรามอบให้แก่พนักงานทุกคน ความผิดพลาดเจ้านายจะเป็นผู้รับไว้และแก้ไขปัญหาเอง พวกเขาไม่สามารถตัดสินใจในเรื่องใหญ่ๆ ได้เราจึงต้องทำเอง

ตอนที่ 3 กลยุทธ์การบริหารจัดการสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรุ๊ป

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยนำแนวคิดการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546:63-74) มาใช้ในการอธิบายถึงกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงานของสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรุ๊ป โดยมีผลการศึกษาดังนี้ จากการศึกษาพบว่า สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรุ๊ปมีกลยุทธ์การจัดการด้านการตลาดที่สามารถจำแนกได้เป็น 7 ประการ ดังนี้

1. ลักษณะของสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรุ๊ป (Product)

มีวัตถุประสงค์หลักในการประกอบธุรกิจ คือ การจัดจำหน่ายนวนิยายโดยยึดหลักการสร้างความแตกต่าง และแปลกใหม่ให้วงการวรรณกรรมอยู่เสมอ สำนักพิมพ์คัดเลือกนักเขียนหน้าใหม่เพื่อสร้างผลงาน และตีพิมพ์ผลงานของนักเขียนที่มีชื่อเสียงเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง การ

ออกแบบหน้าปกที่ไม่ซ้ำใครและเนื้อเรื่องที่แปลกใหม่แตกต่างจากสำนักพิมพ์อื่น ถือเป็นจุดเด่นที่ทำให้สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ ประสบความสำเร็จได้อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

สร้างสรรค์ผลงานที่แปลกใหม่และแหวกแนว กระแทกใจเดียวในการทำตลาดระเบิด แนวที่คู่แข่งไม่สามารถมีกินในการทำตลาด และออกแบบปกแนวใหม่เปิดตลาดเป็นรายแรก ที่คู่แข่งตามไอเดียของเราไม่ทัน ส่งเสริมการขายเป็นประจำ หมั่นทำกิจกรรมชิงโชคหรือร่วมสนุกผ่านทางหน้า Fan Page ของ Facebook

2. ราคา (Price)

จากการศึกษาพบว่าสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ ให้ความสำคัญกับธุรกิจโดยการจัดจำหน่ายนวนิยายที่ได้รับการคัดสรรแล้วว่าสามารถทำให้ผู้บริโภคชื่นชอบได้ นวนิยายแต่ละเล่มของสำนักพิมพ์มีราคาสูงต่ำต่างกันตามจำนวนหน้าและเนื้อหาของแต่ละเล่ม เช่น นวนิยายเรื่อง “สี่ร้อนซ่อนพิศวาส” มีจำนวนหน้าทั้งหมด 384 หน้า ราคา 280 บาท ในขณะที่ นวนิยายเรื่อง “เจ้าบ่าวจำเป็น” มีจำนวนหน้าทั้งสิ้น 301 หน้า ราคา 250 บาท โดยราคาส่วนใหญ่ของหนังสืออยู่ในระดับที่ไม่ต่างกับสำนักพิมพ์อื่นๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในปัจจุบันได้ กล่าวคือ ไม่ปล่อยให้ไม่ให้เรื่องของราคาสามารถเป็นจุดแข็งให้แก่สำนักพิมพ์คู่แข่งรวมถึงเป็นจุดอ่อนของตัวเอง

ถ้าขายแพงกว่าคนอื่นคนอื่นอ่านก็หันไปอ่านที่อื่นหมด ถึงนักเขียนเราจะดังแต่ก็ไม่ได้ดังขนาด J. K. Rowling เพราะฉะนั้นขายในราคาระดับเดียวกันนี้แหละดี มันไม่ทำให้เกิดช่องว่างและแตกต่างกันมากระหว่างเรากับคู่แข่งของเรา ราคาไม่ควรเป็นจุดอ่อนของเรา

3. สถานที่ (Place)

สำนักพิมพ์ไม่มีหน้าร้านเป็นของตัวเอง เนื่องจากผู้บริหารเล็งเห็นว่าหน้าร้านไม่ใช่สิ่งสำคัญ แต่ต้องการเน้นการส่งหนังสือไปวางจำหน่ายตามร้านหนังสือต่างๆ และมีการจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ของสำนักพิมพ์เป็นหลัก คือ <http://www.aksomsartgroup.com> และอีกแหล่งที่สำคัญคือการวางจำหน่ายในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ที่จัดขึ้นประจำทุกปีในช่วงเดือนมีนาคม ถึงเมษายน และ ตุลาคม ถึง พฤศจิกายน สำนักพิมพ์ต้องติดต่อขอจองสถานที่ในการวางจำหน่ายสินค้าล่วงหน้าถึง 3 เดือน โคนราคาของแต่ละพื้นที่ขึ้นอยู่กับ การเข้าถึงของผู้บริโภคว่าสะดวกมากน้อยเพียงใด ส่วนเรื่องของราคานั้นสำนักพิมพ์ของสงวนสิทธิ์ในการตอบคำถาม เนื่องจากเรื่องดังกล่าวมีผลต่อกลยุทธ์ที่สำนักพิมพ์ได้วางแผนไว้

เรื่องค่าเช่าบูธไม่ขอตอบนะ เพราะมีผลกับแผนที่สำนักพิมพ์วางไว้ พุงดง่าย ๆ
คือ มันเป็นความลับไม่สามารถบอกคนนอกได้

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษา สำนักพิมพ์ใช้การกระจายสื่อและประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ และหนังสือทุกปก จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดโดยการให้ส่วนลดการค้ำอย่างน้อย 15% แก่ผู้ที่สั่งซื้อหนังสือผ่านทางเว็บไซต์ของสำนักพิมพ์เองและให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าในงาน สัปดาห์หนังสือ นอกจากนี้สำนักพิมพ์ยังมีการแจกของรางวัลให้แก่ผู้อ่านเป็นระยะอีกด้วย การส่งเสริมการตลาดของสำนักพิมพ์มักจัดขึ้นในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ และเน้นหนักในช่วงของงาน สัปดาห์หนังสือเดือนมีนาคม และเดือนตุลาคม ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวสำนักพิมพ์ต่างๆ รวมถึงสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ ต่างจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อเรียกลูกค้าหรืออาจเรียกได้ว่าเป็นการ คืบคลานให้แก่มัทธิบุคคลนั่นเอง เพราะเหตุดังกล่าวนี้เองที่ทำให้รายได้ของสำนักพิมพ์ในช่วงเวลา ดังกล่าวเพิ่มขึ้นจากปกติหลายเท่าตัว ทางสำนักพิมพ์ยังเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ ในการส่งเสริมการตลาดเช่นเดียวกับที่สำนักพิมพ์อื่นๆ เช่น ใช้โลกออนไลน์เป็นสื่อกลางในการ ติดต่อสื่อสารระหว่างสำนักพิมพ์ นักเขียนและผู้อ่าน รวมถึงผู้บริโภคนสามารถติดตามข่าวสาร ทั้งหมดของสำนักพิมพ์ได้ตลอดเวลาผ่านทางเว็บไซต์ของสำนักพิมพ์และ Fanpage ของ Facebook



แผนภาพที่ 1: หน้า Fanpage ของสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรุป

5. บุคลากร (People)

สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป มีการจัดการในด้านของบุคลากรไม่ซับซ้อนเพราะมีพนักงานจำนวนไม่มาก โดยมีฝ่ายบรรณาธิการทั้งหมด 2 ฝ่าย คือบรรณาธิการฝ่ายบริหารและบรรณาธิการฝ่ายผลิต สำนักพิมพ์ยึดหลักพนักงาน คือ พี่น้องความผิดพลาดทั้งหมดที่เกิดขึ้นผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบ แต่หากมีพนักงานที่มีพฤติกรรมสร้างปัญหาเกิดขึ้น ทางสำนักพิมพ์ดำเนินการเชิญออกทันทีเช่นกันและมีฝ่ายที่สำคัญอีก คือ

1. ฝ่ายการเงิน ทำหน้าที่รับชำระเงินค่าสินค้าและบริการ รวมถึงการทำบัญชีรายรับรายจ่ายของสำนักพิมพ์

2. ฝ่ายประสานงาน ทำหน้าที่ในการประสานงานในทุกๆ เรื่องของสำนักพิมพ์

พนักงานของสำนักพิมพ์ทุกคนล้วนผ่านการสัมภาษณ์งานจากบรรณาธิการโดยตรง เพื่อให้สำนักพิมพ์ได้คนที่มีใจรักในวงการวรรณกรรมเท่านั้น เงินเดือนที่สำนักพิมพ์มอบให้พนักงานขึ้นอยู่กับตำแหน่งและประสบการณ์

พนักงาน คือ พี่น้อง ความชอบเรามาอบให้แก่พนักงานทุกคน ความผิดพลาดเจ้านายจะเป็นผู้รับไว้และแก้ไขปัญหาเองหากมีพนักงานที่นิสัยชอบสร้างความรำคาญให้แก่องค์กร เราเชิญออกสถานเดียว ยินดีจ่ายเงินเดือนล่วงหน้า 3 เดือนเพื่อกำจัดคลื่นใต้น้ำ และเป็นต้นเหตุทำให้องค์กรสั่นคลอนและไม่รับเข้าร่วมงานอีก

ก่อนจะรับใครเข้ามาทำงาน บรรณาธิการ เป็นผู้สัมภาษณ์ทั้งหมด เพราะต้องการคนที่มีความจริงจังเท่านั้น ส่วนเงินก็ขึ้นอยู่กับตำแหน่ง และประสบการณ์ แต่คงบอกเป็นตัวเลขไม่ได้

6. การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation)

ลักษณะทางกายภาพของสำนักพิมพ์อาจเห็นได้ไม่ชัดเจนนัก เนื่องจากสำนักพิมพ์ไม่มีหน้าร้านเป็นของตนเอง แต่สิ่งที่สำนักพิมพ์เลือกกระทำ คือ การออกแบบหน้าเว็บไซต์ของสำนักพิมพ์ให้มีความสวยงามและใช้งานง่าย โดยมีรูปภาพและรายละเอียดขั้นตอนต่างๆ ในการสั่งซื้อสินค้า เพื่อความสะดวกและสร้างความเข้าใจ ให้แก่ผู้บริโภคที่ต้องการสั่งหนังสือผ่านทางหน้าเว็บไซต์ และสิ่งที่สำนักพิมพ์ยึดถือปฏิบัติมาโดยตลอด คือ การออกแบบหน้าปกนวนิยายให้มีความสวยงามและแตกต่างจากสำนักพิมพ์อื่นๆ เพราะเชื่อว่านั่นคือ อัตลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร เช่น หน้าปกที่เป็นภาพใบหน้าของคนแทนที่จะเป็นรูปภาพอื่นๆ เหมือนอย่างในอดีต

เราเน้นการส่งไปวางจำหน่ายตามร้านหนังสือและขายเองผ่านเว็บไซต์มากกว่าการมีหน้าร้านเป็นของตัวเอง
ก็ปกรูปหน้าคนที่เหมือนดารานี้แหละ ที่ทำให้คนจำเราได้

7. กระบวนการ (Process)

สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรุ๊ป มุ่งหวังการสร้างความพึงพอใจและการรักษาลูกค้าไว้มากกว่าการค้ากำไรในครั้งเดียว โดยหวังพึ่งการบอกต่อกันของลูกค้าที่พึงพอใจในสินค้าและบริการของสำนักพิมพ์ อีกทั้งยังมีการตั้งราคาให้อยู่ในระดับเดียวกับสำนักพิมพ์อื่นๆ อีกด้วย

7.1 กระบวนการของการให้บริการสำนักพิมพ์พร้อมมอบความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคให้มากที่สุด สำนักพิมพ์ยึดหลักการเอาใจใส่เป็นสำคัญเสมอ เพราะเชื่อว่าหากลูกค้าได้รับการเอาใจใส่ที่ดี พวกเขาเหล่านั้นย่อมกลับมาซื้อสินค้าของสำนักพิมพ์อีก รวมถึงการบอกต่อเพื่อนฝูงในวงกว้างด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงมีพนักงานที่คอยให้คำปรึกษาและตอบถามของผู้ที่ต้องการซื้อหนังสืออยู่เสมอ

7.2 กระบวนการประชาสัมพันธ์สำนักพิมพ์กระจายสื่อและประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์และหนังสือทุกปก จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดโดยการให้ส่วนลดการค้าอย่างน้อย 15% แก่ผู้ที่สั่งซื้อหนังสือผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของสำนักพิมพ์เองและให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าในงานสัปดาห์หนังสือรวมถึงการแจกของรางวัลให้แก่ผู้อ่านเป็นระยะ โดยส่วนใหญ่จะจัดกิจกรรมชิงรางวัลผ่านทางหน้า Fanpage ของ Facebook

เราเน้นการซื้อใจเป็นหลัก เราอยากได้ลูกค้าที่ซื้อนิยายของเราแล้วต้องกลับมาซื้ออีกมากกว่าลูกค้าที่ซื้อนิยายของเราครั้งเดียวแล้วหายไปเลย ถ้าพวกเขาพอใจนิยายและบริการของเราพวกเขาจะกลับมาใหม่และต้องบอกต่อเพื่อนๆ ด้วย

ปัญหาและอุปสรรคและแนวทางการแก้ไขปัญหาการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ อักษรศาสตร์ กรุ๊ป และแนวทางการแก้ไขปัญหา

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ อักษรศาสตร์ กรุ๊ป สามารถจำแนกได้ ดังนี้

1. ปัญหาต้นทุนสินค้า

เนื่องจากการตีพิมพ์หนังสือแต่ละครั้งต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก และสำนักพิมพ์ไม่อาจรู้ล่วงหน้าได้ว่าหนังสือแต่ละเล่มสามารถจำหน่ายได้มากน้อยเพียงใด หากจำหน่ายได้มากธุรกิจย่อมได้กำไร แต่หากจำหน่ายได้น้อยนั้นย่อมหมายถึงสำนักพิมพ์ขาดทุน นอกจากนี้สำนักพิมพ์ยังต้องใช้เงินทุนกับค่าโฆษณาอีกด้วย ดังนั้นการคัดเลือกนวนิยายมาตีพิมพ์แต่ละครั้งจึงถือสิ่งสำคัญที่สุด เพราะส่งผลตรงต่อการลงทุน

มันก็ต้องเสี่ยงคุณะว่านิยายที่เราเลือกมาพิมพ์มันจะขายได้มากน้อยแค่ไหน ขายดีเราก็กำไร แต่ถ้าขายไม่ออกก็ขาดทุน

2. ปัญหาคู่แข่ง

เนื่องจากในปัจจุบันมีสำนักพิมพ์เกิดใหม่จำนวนมาก การดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์จึงต้องมีการวางแผนในการประกอบการที่ดี เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์เติบโตในลักษณะก้าวกระโดด ทำให้คู่แข่งทางธุรกิจไม่สามารถก้าวตามทัน จึงใช้สารพัดวิธีในการโจมตีสำนักพิมพ์ เช่น การให้ข่าวในแง่ร้าย ที่เรียกกันว่า การสาดโคลนใส่กัน เพื่อให้ข้อมูลในทางลบ เป็นลักษณะของการบั่นทอนชื่อเสียงของสำนักพิมพ์ที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน

การเจริญเติบโตของสำนักพิมพ์เติบโต 100% การเติบโตในลักษณะก้าวกระโดด ทำให้คู่แข่งทางธุรกิจไม่สามารถก้าวตามได้ทัน ดังนั้น ข่าวฉาวหรือข่าวในแง่ร้าย ที่เรียกกันว่า การสาดโคลนเพื่อให้ข้อมูลในทางลบ เป็นลักษณะการบั่นทอนและ discredit ชื่อเสียงของสำนักพิมพ์ให้ลดน้อยลงจึงเกิดขึ้น

แนวทางการแก้ไขปัญหา

1. ผู้ประกอบการสำนักพิมพ์ต้องสร้างสรรค์ผลงานที่แปลกใหม่และแหวกแนว มีความคิดที่ใหม่ในการทำการตลาดเพื่อไม่ให้คู่แข่งสามารถทำการตลาดแข่งได้และออกแบบปกแนวใหม่เปิดตลาดเป็นรายแรก
2. คัดเลือกนวนิยายที่น่าสนใจและตรงกับกลุ่มผู้อ่าน มีนวนิยายหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้อ่าน

3. การส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและเหมาะสม เช่น ให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่สั่งซื้อหรือจัดรูปแบบหนังสือให้สวยงามน่าอ่าน
4. ควรมีการทำ CSR หรือความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กรไปพร้อมๆ กับการช่วยเหลือสังคม เช่น การจัดพิมพ์หนังสือเพื่อคนพิการทางสายตา เป็นต้น
5. มีการคำนวณต้นทุนที่ลงทุนให้รอบครอบเพื่อลดปัญหาการขาดทุน
6. จัดการประกวดเพื่อรับสมัครนักเขียนรุ่นใหม่ เพื่อเปิดโอกาสให้นักเขียนฝีมือเพิ่มมากขึ้น

สร้างสรรค์ผลงานที่แปลกใหม่และแหวกแนว กระแทกใจเดียวในการทำตลาดระดับแนวที่คู่แข่งไม่สามารถมีเกินในการทำตลาด และออกแบบปกแนวใหม่เปิดตลาดเป็นรายแรกที่คู่แข่งตามไอดีของเราไม่ทัน ส่งเสริมการขายเป็นประจำ หมั่นทำกิจกรรมชิงโชคหรือร่วมสนุกผ่านทางหน้า Fan Page ของ Facebook



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินงานธุรกิจสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีวิทยาปรากฏการณ์วิทยา ด้วยการสัมภาษณ์ระดับลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ บรรณาธิการสำนักพิมพ์ วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์การ ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป และ 2) เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนิน ธุรกิจสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป จากการศึกษาสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป ก่อตั้งขึ้นจากความชอบและ ความรักในการเขียนและการอ่านของบุคคล 2 ท่าน ที่มีอาชีพแตกต่างและไม่มีความเกี่ยวข้องใดๆ กับการทำหนังสือแม่แต่น้อย แต่ด้วยความรักและความคิดสร้างสรรค์ที่ทั้งสองมี ทำให้สามารถ นำพาสำนักพิมพ์ให้ก้าวมาจนถึงระดับที่สามารถเรียกได้ว่าประสบความสำเร็จเช่นในปัจจุบันได้ แม้ ต้องแบกรับภาระหนี้สินที่กู้ยืมมาเพื่อก่อตั้งสำนักพิมพ์ถึง 25 ล้านบาทในช่วงแรกของการเริ่มธุรกิจ แต่เพราะการเลือกใช้กลยุทธ์ที่ถูกต้องและเหมาะสมของบรรณาธิการทั้งสองท่าน ทำให้สำนักพิมพ์ มีผลประกอบการที่ดีและไม่ต้องเผชิญกับปัญหาการล้มละลายเหมือนที่หลายๆ สำนักพิมพ์ต้อง ประสบ แต่ปัญหาใหญ่ของสำนักพิมพ์กลับเป็นการถูกคู่แข่งโจมตีให้เสียหาย ด้วยการปล่อยข่าว เสียหายออกไป หรือที่เรียกกันว่า การสาดโคลนใส่กัน วิธีการที่สำนักพิมพ์เลือกนำมาใช้ในการ แก้ไขปัญหา คือ ทำหน้าที่ของตนให้ดีที่สุด มุ่งผลิตสินค้าที่สร้างสรรค์และแตกต่างออกสู่ตลาดอยู่ เสมอ เพื่อยืนยันให้ผู้บริโภคเห็นว่าสำนักพิมพ์ยังคงเป็นสำนักพิมพ์ที่มีคุณภาพอยู่เช่นเดิม จาก การศึกษาทำให้ทราบถึงกลยุทธ์ในการบริหารจัดการสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์กรู๊ป โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง สำนักพิมพ์ต้องทำให้สินค้าของธุรกิจแตกต่างและไม่ เหมือนใคร จำนวนของคู่แข่งที่เพิ่มมากขึ้นทุกวันถือเป็นแรงผลักดันชั้นดี ที่ทำให้ผู้ประกอบการ ตื่นตัวและหันมาพัฒนาสินค้าของตนให้ทันต่อโลกอยู่เสมอ เพราะนั่นคือสิ่งที่พวกเขาต้องทำหากยัง ต้องการยืนอยู่ในเส้นทางธุรกิจสายนี้

2. กลยุทธ์ด้านราคา การกำหนดราคา จากการศึกษาพบว่าสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ ګຣຸປ ມີການກຳນົດราคาราวนวนิยายไม่แตกต่างจากสำนักพิมพ์อื่นๆ ราคาจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับจำนวนหน้าของนวนิยายแต่ละเล่มเป็นสำคัญ

3. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาสำนักพิมพ์กระจายสื่อและประชาสัมพันธ์ผ่านทางหน้าเว็บไซต์และหนังสือทุกปก จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดโดยการให้ส่วนลดการค้ำอย่างน้อย 15% แก่ผู้ที่สั่งซื้อหนังสือผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของสำนักพิมพ์ และให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าในงานสัปดาห์หนังสือรวมถึงการแจกของรางวัลให้แก่ผู้อ่านเป็นระยะ การจัดการส่งเสริมการตลาดของสำนักพิมพ์มักจัดขึ้นในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ และเน้นหนักในช่วงของงานสัปดาห์หนังสือเดือนมีนาคม และเดือนตุลาคม

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ ګຣຸປ เป็นสำนักพิมพ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก โดยสำนักพิมพ์ยึดหลักการสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ให้แก่วงการวรรณกรรมและมีการผลักดันให้นักเขียนในสังกัดได้รับความนิยมจากนักอ่านอยู่เสมอ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและแจกของรางวัลให้กับผู้บริโภคในทุกเทศกาลสำคัญ และสำนักพิมพ์ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญของนักเขียนหน้าใหม่ที่มีต่อวงการวรรณกรรมอีกด้วย โดยเชื่อว่าความคิดของคนรุ่นใหม่ย่อมแปลกใหม่และสามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยเกิดขึ้นได้ สำนักพิมพ์ไม่มีหน้าร้านเป็นของตัวเองแต่มีการติดต่อกับผู้บริโภคผ่านหน้าเว็บไซต์ของสำนักพิมพ์แทน คือ การซื้อขายผ่านโลกออนไลน์นั่นเอง อีกแหล่งที่สำคัญ คือ การจัดจำหน่ายในงานสัปดาห์หนังสือที่มีขึ้นเป็นประจำในช่วงเดือนมีนาคมและตุลาคมของทุกปี แต่เนื่องด้วยสำนักพิมพ์ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก จึงทำให้สำนักพิมพ์ต้องประสบกับปัญหาการขาดตลาดเข้าใส่กันของสำนักพิมพ์คู่แข่งอยู่เสมอ การสร้างข่าวเสียหายให้แก่กันเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นเสมอในวงการแห่งนี้ สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ ګຣຸປ เลือกรับมือกับปัญหาดังกล่าว ด้วยการสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพออกสู่ท้องตลาด เพื่อยืนยันให้ผู้บริโภคเห็นว่าสำนักพิมพ์ยังคงเป็นสำนักพิมพ์ที่ได้คุณภาพอยู่เสมอเช่นเดิม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการวางแผน

ในการวิจัยครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อให้การบริหารจัดการ รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป มีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ได้ทันทั่วทั้งที่ ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอแนะความคิดเห็นไว้ดังนี้ คือ

จากการศึกษาพบว่า สำนักพิมพ์อักษรศาสตร์ กรู๊ป มีการเติบโตในลักษณะก้าวกระโดด ทำให้คู่แข่งทางธุรกิจไม่สามารถก้าวตามได้ทัน ดังนั้นข่าวฉาวหรือข่าวในแง่ร้ายที่เรียกกันว่า การสาดโคลนใส่กัน เพื่อให้ชื่อเสียงของสำนักพิมพ์เป็นไปในทางที่ไม่ดี จึงเป็นปัญหาหลักที่สำนักพิมพ์ประสบอยู่ ดังนั้น สำนักพิมพ์ควรสร้างสรรค์ผลงานที่แปลกใหม่และมีลักษณะที่แตกต่างจากท้องตลาดทั่วไป คิดหาวิธีการตลาดที่แตกต่างออกไป เพื่อไม่ให้คู่แข่งมาสามารถตีตลาดของตนได้ และจำเป็นต้องออกแบบหน้าปกแนวใหม่เพื่อเปิดตลาดเป็นรายแรก และย่อมต้องเป็นสิ่งที่ไม่มีคู่แข่งไม่สามารถตามความคิดใหม่ได้ทัน เลือกใช้ระบบสารสนเทศมาร่วมในการดำเนินงาน โดยการใช้สื่อต่างๆ เป็นหน้าต่างในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันเพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถติดต่อและร่วมสนุกกับกิจกรรมต่างๆ ของสำนักพิมพ์ได้อยู่ตลอด เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่สำนักพิมพ์และนักอ่าน รวมถึงตัวนักเขียนด้วย และช่องทางดังกล่าวยังสามารถช่วยเปิดโอกาสให้นักเขียนหน้าใหม่ได้แจ้งเกิดในอาชีพนี้อีกด้วย

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้ที่จะทำวิจัยครั้งต่อไป เรื่องที่น่าสนใจและควรแก่การทำวิจัย คือ การศึกษาในด้านของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อนิยายของแต่ละสำนักพิมพ์ ว่ามีเหตุผลใดที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกอ่านนิยายของแต่ละสำนักพิมพ์นั้น มีเหตุจูงใจอย่างไรที่ทำให้สำนักพิมพ์นั้นเติบโตได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเป็นการต่อยอดให้การดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ แข็งแกร่งและเจริญเติบโตมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- ชาย โพธิ์สิตา. (2554). **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- นิศา ชูโต. (2545). **การวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: แม็กส์ปอยท์.
- ปิยบุษ ศิวาโมกษ์. (2541). “การออกแบบระบบสารสนเทศสำหรับสำนักพิมพ์.” มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิตคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ.
- มนูญ ไชยสมบูรณ์. (2555). **ความหมายของหนังสือ**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 กันยายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.supremeprint.net/index.php?lay=show&ac=article&Id=538818893>
- วรัจธรา บุญพันธ์ุ. (2439). “การดำเนินงานสำนักพิมพ์ตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ พุทธศักราช 2484.” มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์
- วิพุธ อ่องสกุล และชัชวรัตน์ กนิษฐพงศ์. (2550). **การจัดการธุรกิจขนาดเล็ก**. กรุงเทพฯ: ไอกรู๊ปเพรส.
- สุขุมพันธุ์ บริพัตร, หม่อมราชวงศ์. (2555). **สิ่งพิมพ์ในสังคมไทย**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 กันยายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokreadforlife.com/index.php/newsaevent/news-and-event/128-bangkok-world-book-capital-2013>
- สุพริมพรินทร์. (2555). **ประวัติการพิมพ์และธุรกิจการพิมพ์ในเมืองไทย**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 กันยายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.supremeprint.net>
- สุภางค์ จันทรวานิช. (2548). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสนาะ ตีเขาว์. (2520). **การบริหารกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสถียร วิชัยลักษณ์ และคนอื่น. **พระราชบัญญัติการพิมพ์ พุทธศักราช 2484 พร้อมด้วยพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติม**. กรุงเทพฯ: นิติเวช.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2547). **การบริหารการตลาด: กลยุทธ์และยุทธวิธี**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อักษรศาสตร์ กรุ๊ป. (2555). **ประวัติความเป็นมาของสำนักพิมพ์**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 กันยายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.aksornsartgroup.com>
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management**. 9th ed. USA: The Prentice Hall International.

Payne, A. (1993). **The Essence of Services Marketing**. 1sted. London: Prentice Hall International (UK) Ltd.

Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. (1996). **Services Marketing**. 1sted. New York: McGraw-Hill.



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แนวคำถามในการสัมภาษณ์

ตอนที่ 1 รูปแบบและความเป็นมาของธุรกิจ

1. สำนักพิมพ์เริ่มก่อตั้งมาตั้งแต่เมื่อใด และใครเป็นผู้ก่อตั้งขึ้น
2. สาเหตุที่ทำให้อยากประกอบธุรกิจประเภทนี้ คืออะไร
3. รูปแบบของธุรกิจ เป็นอย่างไร
4. ขั้นตอนในการก่อตั้งองค์กรมีอะไรบ้าง
5. อาชีพก่อนที่จะมาประกอบธุรกิจสำนักพิมพ์คืออะไร
6. แหล่งเงินทุนในการประกอบธุรกิจ คือที่ใด

ตอนที่ 2 กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและบริหารภายในองค์กร

1. กลยุทธ์ในการกระจายสินค้า คืออะไร
2. วิธีการที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด
3. วิธีการใช้สารสนเทศในการสร้างฐานลูกค้า
4. หลักการบริหารบุคคลภายในองค์กร เป็นอย่างไรบ้าง
5. วิธีการของสำนักพิมพ์ในการคัดเลือกนักเขียนและนิตยสาร
6. การทำงานร่วมกับ โรงพิมพ์และตัวแทนจำหน่ายของสำนักพิมพ์ เป็นอย่างไร

ตอนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคและวิธีการแก้ปัญหาของสำนักพิมพ์

1. ปัญหาและอุปสรรคของสำนักพิมพ์ มีอะไรบ้าง
2. สำนักพิมพ์มีวิธีการจัดการกับปัญหาต่างๆ อย่างไร

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางสาววัชรภรณ์ สุขเจริญ
ที่อยู่	213 หมู่ที่ 11 ตำบลปากแพรก อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 71000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2551	สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยอาชีวศึกษา กาญจนบุรี
พ.ศ. 2555	ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิทยานักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล นางสาวสิริพร พิศสุภาพ
 ที่อยู่ 59 หมู่ที่ 9 ตำบลลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม 75000
 ประวัติการศึกษา
 พ.ศ.2551 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาโรงเรียนศรีทศาสมุทร
 พ.ศ.2555 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี