

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจหลักของประเทศไทยที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศ รวมถึงเป็นการกระจายรายได้โดยตรงลงสู่ท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ “สถานการณ์ความวุ่นวายทางการเมืองนับตั้งแต่ช่วงเดือนมีนาคม 2553 อาจจะเป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่มีผลอย่างมากต่อการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่เหลือของปี 2553 โดยหากสถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไทยยังคงคุกรุ่นอยู่ตลอดเวลา และยังคงมีกระแสข่าวการนัดชุมนุมประท้วงทางการเมือง และการออกมาตรการที่เข้มงวดเพื่อควบคุมสถานการณ์ของภาครัฐ ก็จะต้องคอยเฝ้าให้นักท่องเที่ยว และเอเจนต์ทัวร์ที่เฝ้ามองประเทศไทยอย่างใกล้ชิด เกิดความลังเลที่จะเดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยในช่วงปลายปีนี้มากขึ้น ซึ่งคาดว่า การท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพฯ จะได้รับผลกระทบมากที่สุด ขณะที่ภาพรวมการท่องเที่ยวปีนี้ โดยสรุปแล้ว นอกจากความยืดเยื้อของสถานการณ์ทางการเมืองแล้ว จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปีนี้จะยังขึ้นอยู่กับกิจกรรมต่างๆ ในการฟื้นฟูภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของไทยโดยหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย ซึ่งหากเข้มข้นและโดนใจนักท่องเที่ยว รวมถึงพื้นที่ที่สถานการณ์คลี่คลายสู่ภาวะปกติ ก็มีโอกาสสูงที่จะสามารถกระตุ้นการขยายตัวของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงที่เหลือของปี ให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยในปี 2553 “ไม่ต่ำกว่าเป้าหมายมากนัก” (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2553: ออนไลน์)

ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่มากนักน้อย เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวในระดับประเทศ และระดับนานาชาติ ในปี พ.ศ.2549 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 5,590,326 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 39,785 ล้านบาท อยู่ในอันดับที่ 4 ของประเทศรองจากกรุงเทพมหานคร ภูเก็ตและชลบุรี (วิกิพีเดีย, 2553 : ออนไลน์) การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่มีหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์แนะนำการท่องเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยววางจำหน่ายรวมถึง นิตยสารแจกฟรี เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงทำให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจการทำนิตยสารอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยปกติรายได้หลักของนิตยสารจะมาจากการขายโฆษณา “อุตสาหกรรมโฆษณาเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่มีมูลค่ารวมในตลาดสูงมากถึง 80,000-90,000 ล้านบาทต่อปี และมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2544-

2550 ที่อัตราเฉลี่ยร้อยละ 8.8 ต่อปี แต่หลังจากที่ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยประสบกับวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจนับตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมโฆษณา ก็เป็นอุตสาหกรรมอันดับแรก ๆ ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงในช่วงภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว สำหรับสถานการณ์อุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2553 น่าจะขยายตัวประมาณร้อยละ 6.7 หรือมีมูลค่าตลาดประมาณ 96,000 ล้านบาท โดยน่าจะเติบโตได้ในทุกสื่อ ตามภาวะเศรษฐกิจ และความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ปรับตัวดีขึ้น ทั้งนี้จากแนวโน้มการโฆษณาที่เพิ่มขึ้น จึงนำไปสู่ภาวะการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น สื่อที่สามารถปรับตัวทางธุรกิจ แสดงให้เห็นความคุ้มค่าและความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีก็จะมีโอกาสเติบโตเหนือคู่แข่งได้ในที่สุด” (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2553: ออนไลน์)

นิตยสารนาฬิกาจำหน่ายและลิขสิทธิ์โดยกลุ่มไอเซ็ปท์ ดีไซน์ (Icept Design Group) โดยนายสุพจน์ สิทธิรงค์ ผู้เป็นเจ้าของและบรรณาธิการบริหาร นิตยสารนาฬิกาได้ทดลองครบรอบปีที่ 7 ฉบับเดือนมกราคม- กุมภาพันธ์ 2553 ที่ผ่านมา ผลิตและวางจำหน่ายทุก 2 เดือน ยอดผลิตและจำหน่ายครั้งละ 5,000 เล่ม จัดพิมพ์และแปลเป็น 2 ภาษาในเล่มเดียวกันคือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ นิตยสารมีเนื้อหาที่รวมเกร็ดความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการวิถีการดำเนินชีวิต (Travel and Lifestyle) และการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย (Travel Asia) เจ้าของและบรรณาธิการนิตยสารนาฬิกาได้สังเกตเห็นศักยภาพของการทำนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและวิถีการดำเนินชีวิต และ วัฒนธรรมการดำเนินชีวิตทางภาคเหนือ “เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาในระดับสูง มีศักยภาพในการท่องเที่ยว เศรษฐกิจและการลงทุน มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมมากมาย มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ซึ่งเป็นที่ตั้งของอาณาจักรล้านนาในสมัยโบราณ มีภาษาล้านนา (คำเมือง) เป็นภาษาท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างกับจังหวัดอื่น ๆ ทั้งด้านประเพณีวัฒนธรรมอันดีงาม” (วิกิพีเดีย, 2553 : ออนไลน์) นิตยสารนาฬิกาจึงคงความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างจากนิตยสารท่องเที่ยวอื่น อีกทั้งยังเป็นสื่อที่เชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านกับท้องถิ่นล้านนาให้ใกล้ชิดกัน ผ่านบทความสถานที่ท่องเที่ยวและวัฒนธรรมการดำเนินชีวิต และบทสัมภาษณ์บุคคลที่น่าสนใจ เป็นอีกแรงที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในขณะที่มีความสามารถในการทำกำไรและแข่งขันในธุรกิจได้ แม้จะอยู่ภายใต้การแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง แต่เนื่องจากมีผู้คนจากต่างถิ่นเข้ามาอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ วิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนชาวเหนือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวเชียงใหม่จึงเปลี่ยนแปลงไป และเป็นโอกาสการทำธุรกิจเพิ่มมากขึ้น

โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตจำหน่ายนิตยสารท่องเที่ยวและวิถีการดำเนินชีวิต ประเภทแจกฟรี และวางจำหน่าย ซึ่งก่อให้เกิดการแข่งขันของการทำนิตยสารและสิ่งพิมพ์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้บริหารของนิตยสารนาอมีความเห็นว่า นิตยสารนาอและทีมผู้ผลิตนิตยสารนี้มีศักยภาพเพียงพอในภาวะการณ์การแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นนี้

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาดำเนินทุนและผลตอบแทนของการทำนิตยสารนาอและโอกาสการเจริญเติบโตทางธุรกิจสิ่งพิมพ์ และใช้เป็นข้อมูลแก่เจ้าของกิจการรวมทั้งผู้ที่สนใจจะลงทุนในการทำธุรกิจนิตยสารสิ่งพิมพ์

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาดำเนินทุนและผลตอบแทนการลงทุนของการทำนิตยสารนาอ

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบต้นทุนและผลตอบแทนของการทำนิตยสาร

1.4 นิยามศัพท์

เพื่อให้การศึกษาเป็นไปตามแนวทางที่กำหนดไว้ จึงมีคำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

นิตยสาร หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่ออกเป็นรายคาบ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542, 2546) โดยทั่วไปมีการเขียนเล่มใช้ปกอ่อน กระดาษปกมักจะมีคุณภาพคงทนต่อการใช้งานมากกว่ากระดาษเนื้อใน เนื้อหาภายในเล่มมีความหลากหลาย ให้ความรู้ทางวิชาการและบันเทิง ใช้สีสันทัดและภาพประกอบเป็นจำนวนมาก มีโฆษณาภายในฉบับ การออกแบบจัดหน้า นิตยสารจะให้ความสำคัญพิถีพิถันในการจัดทำมากกว่าสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น โดนนิยมใช้สีสันทัดและภาพประกอบเพื่อดึงดูดความสนใจและเร้าอารมณ์ของผู้พบเห็น

ผลตอบแทน หมายถึง เงินสดรับสุทธิหรือความสามารถของเงินลงทุนที่จะก่อให้เกิดรายได้คุ้มกับเงินลงทุน