

บทคัดย่อ

การศึกษารายงานโครงการเฉพาะบุคคลเรื่อง “การจัดทำนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารงานนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา ไทย-อังกฤษ โดยเน้นในเรื่องนโยบายการจัดทำเป็นสองภาษา รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำ รวมทั้งเพื่อทราบถึงความจำเป็นและการให้ความสำคัญในการการนำเสนอ นิตยสารเป็นภาษาอังกฤษพร้อม ๆ กับภาษาไทยในกลไกทางการตลาดของนิตยสารท่องเที่ยว ผู้ศึกษาใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ (Interview) ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา ไทย-อังกฤษ ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการศึกษากับนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาจำนวน 4 ฉบับได้แก่ นิตยสาร Trips นิตยสาร Places & Prices นิตยสาร Now และนิตยสาร Weekend Guide รวมทั้งผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์ผู้จัดทำนิตยสาร อ.ส.ท. ในมุมมองจากนิตยสารท่องเที่ยวฉบับแรกของไทย และมุมมองจากนักวิชาการด้านการแปลในเรื่องของคุณภาพการแปลในการจัดทำนิตยสารสองภาษาเพื่อเป็นข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารนิตยสารรวมทั้งจะเป็นแหล่งข้อมูลให้กับผู้ที่สนใจในการศึกษาต่อไป

ผลการศึกษาพบว่า นิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาทั้ง 4 ฉบับนั้น ดำเนินกิจการในรูปแบบบริษัทขนาดเล็กที่ระบบการสั่งการในแนวระนาบกล่าวคือมีระบบโครงสร้างที่กำกับดูแลโดยบรรณาธิการบริหารของนิตยสาร ซึ่งนิตยสารทั้ง 4 ฉบับต่างเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคในสิ่งแวดล้อมทางการตลาดของการบริหารสื่อสิ่งพิมพ์นิตยสารในเรื่องของคู่แข่ง ซึ่งนิตยสาร Trips และ Places & Prices ไม่ประสบปัญหามากนัก เพราะนิตยสารซึ่งมีความแตกต่างจากนิตยสารฉบับอื่น ๆ ในเรื่องข้อมูล ส่วนนิตยสาร Now พบกับอุปสรรคในการลอกเลียนแบบเนื้อหาจากนิตยสารแจกฟรี ขณะที่ Weekend Guide เป็นนิตยสารใหม่ที่ดำเนินการได้ไม่นานทำให้ยังขาดความเชื่อมั่นจากผู้อ่าน ซึ่งอุปสรรคทั้งหมดนั้น นิตยสารทั้ง 4 ฉบับใช้กลยุทธ์การสร้างแตกต่างรวมทั้งระบบการส่งเสริมการขายในการแก้ไขปัญหา นอกจากนี้ผู้ประกอบการนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาต่างให้ความสำคัญกับการจัดทำนิตยสารออนไลน์หรือ e-Magazine เป็นอย่างมาก เพราะผู้บริหารนิตยสารมองแนวโน้มของการบริโภคนิตยสารเล่มที่ลดลง และให้ความสนใจกับสื่อออนไลน์มากขึ้น

ในเรื่องของให้ความสำคัญในเนื้อหาภาษาอังกฤษของนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษานิตยสารทั้ง 4 ฉบับ มีนโยบายในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการตีพิมพ์เนื้อหาที่ยังไม่มีคุณภาพ และใช้นโยบายที่ผิดพลาดในการมองการตลาดเพียงชาวต่างชาติที่เป็นชาวเอเชีย เพราะประเทศไทยมีสถิติของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น ๆ เช่นยุโรปและอเมริกาเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งนิตยสาร Trips

มีความสื่อสารกับผู้อ่านที่ไม่เข้าใจภาษาไทยและชาวต่างชาติที่เดินตามท้องถนน ขณะที่นิตยสาร Now ต้องการสร้างสไตล์รูปแบบใหม่ให้กับนิตยสารของตน และสามารถขายโฆษณาให้กับธุรกิจ โรงแรมและท่องเที่ยวต่างชาติได้และกระจายตลาดนิตยสารไปยังภูมิภาคของประเทศในเอเชีย ส่วนนิตยสาร Weekend Guide ต้องการสร้างสไตล์รูปแบบใหม่ให้กับนิตยสารของตนและยังทำให้นิตยสารดูมีรสนิยมที่ดี ขายโฆษณาได้เพิ่มและทำให้นิตยสารมีส่วนหนึ่งของเนื้อหาที่พอเพียงต่อการพิมพ์

นอกจากนี้ผลการศึกษา ยังได้ข้อคิดเห็นจากนิตยสารที่ดำเนินกิจการมานานอย่าง นิตยสาร อ.ส.ท. ในฐานะผู้จัดทำนิตยสารท่องเที่ยวฉบับแรกถึงความจำเป็นของนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา พบว่านิตยสารท่องเที่ยวสองภาษามีส่วนแบ่งทางการตลาดที่สำคัญและเป็นการกระจายสื่อให้ทั่วถึงที่นักท่องเที่ยวจะสามารถบริโภคข่าวสารได้ขณะที่ยังไม่มีนโยบายการจัดทำสองภาษาจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้งที่เห็นความสำคัญของสิ่งพิมพ์สองภาษาและท้ายที่สุดเป็นมุมมองทางด้านคุณภาพการแปลจากนักวิชาการด้านการแปลและนักแปลที่มองการแปลในนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาว่ายังขาดคุณภาพและควรให้ความสำคัญในคุณภาพการแปลมากขึ้น ซึ่งนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา ควรคำนึงถึงมาตรฐานของการแปลที่สามารถดูได้จากองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการคือ ความถูกต้อง (Accuracy) มีความชัดเจนในภาษาที่แปล (Clarity) และความเป็นธรรมชาติ (Naturalness)