

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษารายงานโครงการเฉพาะบุคคลเรื่อง “การจัดทำนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารงานนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา ไทย-อังกฤษ โดยเน้นในเรื่องนโยบายการจัดทำเป็นสองภาษา รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำ รวมทั้งเพื่อทราบถึงความจำเป็นและการให้ความสำคัญในการนำเสนอ นิตยสารเป็นภาษาอังกฤษพร้อม ๆ กับภาษาไทยในกลไกทางการตลาดของนิตยสารท่องเที่ยว โดยผู้ศึกษาใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และทำการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ (Interview) ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา ไทย-อังกฤษ ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการศึกษากับนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาจำนวน 4 ฉบับได้แก่ นิตยสาร Trips นิตยสาร Places & Prices นิตยสาร Now และนิตยสาร Weekend Guide เพื่อให้ทราบถึงแนวคิดของบุคคลต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษากลยุทธ์การบริหารงานองค์กรนิตยสารท่องเที่ยว ไทย-อังกฤษ และการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ตลอดจนแนวคิดในการบริหารนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาที่จะส่งผลกระทบต่อการใช้เป็นข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารนิตยสาร รวมทั้งจะเป็นแหล่งข้อมูลให้กับผู้ที่สนใจในการศึกษาต่อไป

สรุปผลการศึกษา

สำหรับผลการศึกษารายงานโครงการเฉพาะบุคคลเรื่อง “การจัดทำนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา” นั้นได้ข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ทางการศึกษาเป็น 4 ประเด็นดังนี้

1. การศึกษานโยบายการบริหารนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาในการทราบถึงนโยบายการบริหารจัดการนิตยสารรวมทั้งเรื่องของการส่งเสริมการตลาด
2. การศึกษานโยบายการจัดทำเป็นสองภาษา ไทย-อังกฤษ
3. ปัญหาและอุปสรรคในการจัดพิมพ์ฉบับสองภาษาด้วยสภาพการณ์ของนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา ผลตอบรับของนิตยสาร ตลอดจนแนวโน้มของนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาในอนาคต

4. มุมมองนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาจากนิตยสาร อ.ส.ท. ซึ่งเป็นนิตยสารท่องเที่ยวฉบับแรกของไทย และ มุมมองจากนักวิชาการด้านการแปล

ข้อสรุปที่ 1 นโยบายการบริหารนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา

จากการศึกษาพบว่า นิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาทั้ง 4 ฉบับนั้น มีอายุของการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน กล่าวคือ โดยที่ทั้ง 4 ฉบับดำเนินกิจการในรูปแบบบริษัทขนาดเล็กที่ระบบการสั่งการในแนวระนาบ กล่าวคือมีระบบโครงสร้างที่กำกับดูแลโดยบรรณาธิการบริหารของนิตยสารนั้น ๆ โดยมีรูปแบบและวิธีการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกัน ตลอดจนแนวความคิดและนโยบายในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการตีพิมพ์เนื้อหา แตกต่างกันรวมทั้งสร้างจุดขายในผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างกัน (Product Differentiation)

- นิตยสาร Trips และ Places & Prices ดำเนินการโดยเจ้าของเดียวกัน จึงมีนโยบายการตีพิมพ์เนื้อหาในลักษณะการให้ข้อมูลในแนวตั้งเหมือนกัน แตกต่างกันตรงที่เป็นข้อมูลท่องเที่ยวกับข้อมูลของที่พักรแต่มีความละเอียดในลักษณะคู่มือการเดินทางโดยมีเนื้อหาทั้งฉบับเป็นแนวความคิดเดียวกันและเกี่ยวเนื่องกันทั้งหมดในลักษณะของ Theme เหมือนกัน

- นิตยสาร Now มีเนื้อหาทั้งทางด้านการท่องเที่ยวและเรื่องของปิกนิกะ รวมทั้งวิถีชีวิตเข้ามารวมอยู่ด้วย มีขนาดเล็กในลักษณะสะดวกในการพกพาและนำติดตัวไปอ่านขณะเดินทางท่องเที่ยวได้ ในส่วนของภาษาอังกฤษยังมีคอลัมน์เน้นการให้ข้อมูลท่องเที่ยวต่างประเทศในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์รวมทั้งข้อมูลของโรงแรมที่พักที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วประเทศ

- นิตยสาร Weekend Guide มีที่ปรึกษาทางด้านเนื้อหาจากกองแผนงานการลงทุนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงตีพิมพ์เนื้อหาตามช่วงของการวางตลาดที่สัมพันธ์กับฤดูกาลทางการท่องเที่ยว มีคอลัมน์ของแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะเนื้อหาแบบสารคดีและการสัมภาษณ์บุคคลผู้มีชื่อเสียง และเน้นเนื้อหาการแนะนำร้านอาหารตามเส้นทางท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วประเทศด้วย

นอกจากนี้ยังพบว่านิตยสารทั้ง 4 ฉบับให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายทั้งการออกบูธนำนิตยสารออกแนะนำและจำหน่ายในงานต่าง ๆ การแถมของที่ระลึกให้กับผู้อ่าน การให้บัตรส่วนลดการซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งทำการส่งเสริมการขายร่วมกับองค์กรท่องเที่ยวและโรงแรมในต่างประเทศและการส่งนิตยสารไปยังธุรกิจโรงแรมในต่างประเทศโดยระบบจดหมายตรง (Direct Mail) เพื่อเป็นการแนะนำนิตยสาร

ตารางที่ 5.1

สรุปนโยบายการจัดทำนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา

นิตยสาร	สถานที่ตั้งของสำนักงาน	จุดขาย	แนวเนื้อหา	รูปเล่ม (นิ้ว)	การพิมพ์	ราคา (บาท)	จำหน่าย	ส่งเสริมการขาย
	กรุงเทพมหานคร	ให้ข้อมูลเชิงละเอียด ลักษณะคู่มือการเดินทาง	เน้นข้อมูลเชิงลึก นำเสนอเนื้อหาเป็น Theme เจาะลึกที่ละจังหวัดหรือรวมแหล่งท่องเที่ยว	8.5 x 11.5	ปก กระดาษอาร์ตการ์ด ชนิดมัน เนื้อใน กระดาษอาร์ต 4 สี เย็บเล่มแบบสันกาว 150 - 200 หน้า	90	รายเดือน	ออกนุช แนะนำสินค้า
Places & Prices	กรุงเทพมหานคร	ให้ข้อมูลเชิงละเอียด ลักษณะคู่มือที่พักและโรงแรม	เน้นข้อมูลในรายละเอียดที่ พักของจังหวัดหรือในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	8.5 x 11	ปก กระดาษอาร์ตการ์ด ชนิดมัน เนื้อใน กระดาษอาร์ต 4 สี เย็บเล่มแบบสันกาว 134 หน้า	95	ราย สองเดือน	ออกนุช แนะนำสินค้า

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

นิตยสาร	สถานที่ตั้งของสำนักงาน	จุดขาย	แนวเนื้อหา	รูปเล่ม (นิ้ว)	การพิมพ์	ราคา (บาท)	จำนวน	ส่งเสริมการขาย
	กรุงเทพมหานคร	เป็นคู่มือเพื่อเตรียมการท่องเที่ยว	ท่องเที่ยว แฟชั่น แนะนำโรงแรม ร้านอาหาร สัมภาษณ์ บุคคล	8.5 x 11.25	กระดาษอาร์ตการ์ดชนิด ด้าน + อาร์ท 4 สี เย็บเล่มแบบสันกาว 132 หน้า	90	ราย 2 เดือน	สมัครสมาชิก มีของแถม Direct Mail
	เชียงใหม่	ท่องเที่ยว และไลฟ์สไตล์ แบ่งเป็น 2 ด้าน ไทย- อังกฤษ และ อังกฤษล้วน เน้นข้อมูล ท่องเที่ยว ภาคเหนือ	ท่องเที่ยว แฟชั่น แนะนำโรงแรม ร้านอาหาร สัมภาษณ์ บุคคล	7.25 x 10.25	ปก กระดาษอาร์ตการ์ด ชนิดมัน เนื้อใน กระดาษอาร์ท 4 สี เย็บเล่มแบบสันกาว (ไทย-อังกฤษ) 105 หน้า (อังกฤษ) 45 หน้า	60	ราย 2 เดือน	แจกบัตร ส่วนลด สินค้าและ บริการ สมัครสมาชิก มีของแถม ตอบปัญหา ชิงรางวัล ใหญ่

ข้อสรุปที่ 2 การศึกษานโยบายการจัดทำเป็นสองภาษา ไทย-อังกฤษ

จากการศึกษาการศึกษานโยบายการจัดทำเป็นสองภาษา ไทย-อังกฤษของนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษานั้นทำให้พบข้อมูลแตกต่างกันออกไป ซึ่งนิตยสารทั้ง 4 ฉบับนั้น มีการใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองในนิตยสารของตนในรูปแบบง่าย ๆ เพื่อการทำความเข้าใจได้สะดวกให้กับชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาวเอเชียที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก

- นิตยสาร Trips มีเนื้อหาภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองเพื่อต้องการเพิ่มจำนวนผู้อ่านที่ต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศไทยแต่ไม่เข้าใจภาษาไทยให้มากขึ้น ชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาวเอเชียที่เดินตามท้องถนน เมื่อผ่านแผงหนังสือ สามารถทำความเข้าใจและซื้อมาอ่านได้

- นิตยสาร Places & Prices มีเนื้อหาภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองเพื่อให้ผู้อ่านที่ต้องการข้อมูลของที่พักและโรงแรมในประเทศไทยที่ไม่เข้าใจภาษาไทยเพิ่มจำนวนมากขึ้น รวมทั้งชาวต่างชาติที่เดินตามท้องถนน เมื่อผ่านแผงหนังสือก็สามารถซื้อมาอ่านได้

- นิตยสาร Now ได้ผลการศึกษาว่า นิตยสารต้องการสร้างสไตล์รูปแบบใหม่ให้กับนิตยสารของตน รวมทั้งสามารถขายโฆษณาให้กับธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยวต่างชาติได้และมีนโยบายการกระจายตลาดนิตยสารไปยังภูมิภาคของประเทศในเอเชีย

- นิตยสาร Weekend Guide ต้องการสร้างสไตล์รูปแบบใหม่ให้กับนิตยสารของตนตลอดจนเป็นการเพิ่มจำนวนผู้อ่านที่เป็นนักธุรกิจต่างชาติที่พำนักในประเทศไทย รวมทั้งการจัดทำเป็นสองภาษาทำให้นิตยสารดูมีรสนิยมที่ดี สามารถขายโฆษณาได้เพิ่มรวมทั้งทำให้นิตยสารมีสัดส่วนของพื้นที่เนื้อหาที่พอเพียงต่อการพิมพ์

ข้อสรุปที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดพิมพ์เป็นสองภาษารวมทั้งผลตอบแทนของนิตยสาร ตลอดจนแนวโน้มของนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาในอนาคต

จากการศึกษาพบว่า นิตยสารท่องเที่ยวสองภาษามีอุปสรรคในการจัดทำคล้ายคลึงกันกับนิตยสารประเภทอื่น ๆ โดยหลักใหญ่คือเรื่องของการขายพื้นที่โฆษณาและค่าใช้จ่ายในเรื่องของการพิมพ์ อย่างไรก็ตาม องค์กรธุรกิจนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาส่วนใหญ่ยังเป็นองค์กรขนาดเล็กเมื่อพิจารณาจากจำนวนของพนักงานและโครงสร้างทางการบริหาร ในการศึกษาจึงพบว่าธุรกิจของนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษานั้นมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวได้ในบางสถานการณ์โดยเฉพาะเรื่องของการดำเนินงานได้หลายหน้าที่ของพนักงานแต่ละคนเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย จาก

การศึกษาพบว่า นิตยสาร Trips และ Places & Prices ไม่ประสบปัญหาและอุปสรรคมากนัก เพราะดำเนินกิจการมานานและสามารถที่จะดำเนินธุรกิจได้จากยอดขายนิตยสารซึ่งมีความแตกต่างจากนิตยสารฉบับอื่น ๆ ส่วนนิตยสาร Now พบกับอุปสรรคในการลอกเลียนแบบเนื้อหาจากนิตยสารแจกฟรี ขณะที่ Weekend Guide เป็นนิตยสารใหม่ที่ดำเนินกิจการได้ไม่นานทำให้ยังขาดความเชื่อมั่นจากผู้อ่าน ซึ่งอุปสรรคทั้งหมดนั้น นิตยสารทั้ง 4 ฉบับใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง รวมทั้งระบบการส่งเสริมการขายเป็นหนทางการแก้ไขปัญหา

ในเรื่องของแนวโน้มของนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาในอนาคตนั้น นิตยสารทั้ง 4 ฉบับนั้นมองแนวโน้มของการเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวที่มากขึ้น เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นและยังคงมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น นิตยสารท่องเที่ยวทั้ง 4 ฉบับ จึงให้ความสำคัญในการใช้นำภาษาอังกฤษมาใช้ตีพิมพ์เป็นภาษาที่สองอย่างมาก

- นิตยสาร Trips มองการท่องเที่ยวมีความจำเป็นและธุรกิจนิตยสารท่องเที่ยวจะสวนทางกับวิกฤติทางเศรษฐกิจเพราะผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมต้องการที่จะซื้อโฆษณาในนิตยสารท่องเที่ยวอันเป็นวงจรของการกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง ประเทศไทยมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมาก ทำให้มีการเดินทางออกไปท่องเที่ยวของผู้คนอยู่ตลอดเวลาผู้คนที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อความหมายร่วมกับภาษาไทย

- นิตยสาร Places & Prices มองว่าผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมต้องการที่จะซื้อโฆษณาในนิตยสารท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง ประเทศไทยมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมาก ทำให้มีการเดินทางออกไปท่องเที่ยวของผู้คนอยู่ตลอดเวลาผู้คนที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อความหมายร่วมกับภาษาไทย

- ด้านนิตยสาร Now ให้ผลการศึกษาว่า นิตยสารมองตลาดการท่องเที่ยวไม่เคยลดลง และเป็นสิ่งที่ทำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก ทำให้นิตยสารท่องเที่ยวมีความจำเป็นมาก ในการมีภาษาอังกฤษมาใช้ในสื่อสิ่งพิมพ์ทางการท่องเที่ยวและควรจะมีเพิ่มมากขึ้น

- นิตยสาร Weekend Guide มองการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญมีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติมากมาย แม้ว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวอาจจะลดลงไปบ้างเนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจในแต่ละช่วง แต่ก็ในช่วงระยะเวลาที่สั้นและตลาดของการท่องเที่ยวก็จะฟื้นตัวกลับมาอีกทุกครั้ง นิตยสารท่องเที่ยวเป็นการกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่ง การมีภาษาอังกฤษในนิตยสารจึงเป็นเรื่องที่จำเป็นมาก

ข้อสรุปที่ 4 การศึกษามุมมองนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา จากมุมมองของนิตยสาร อ.ส.ท.และ มุมมองจากนักวิชาการด้านการแปล

นิตยสาร อ.ส.ท. มีความเห็นว่านิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ และควรจะทำต่อไป ทว่าอ.ส.ท.ยังคงไม่มีนโยบายการจัดทำเป็นสองภาษาแม้ว่าจะจะเป็นนิตยสารท่องเที่ยวฉบับแรกที่มียอดจำหน่ายสูงสุดก็ตาม เนื่องจากเป็นองค์กรของรัฐที่ต้องรอนโยบายจากผู้บริหารการท่องเที่ยวก่อน อีกทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีเอกสารที่ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวเป็นสองภาษาให้กับนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม อ.ส.ท. มีความเห็นว่า นิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาที่มีอยู่ในตลาดจะเพิ่มจำนวนมากขึ้นในอนาคต และควรพัฒนาในเรื่องของคุณภาพการใช้ภาษาอังกฤษในฐานะภาษาที่สองให้ดีขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม

ขณะที่นักวิชาการด้านการแปลมองการมีภาษาที่สองในนิตยสารท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นเช่นกันและควรสื่อสารให้ถูกต้องเพราะเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวเป็นการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่ต้องอาศัยการทำความเข้าใจให้ถูกต้อง การแปลไทย-อังกฤษในนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษายังไม่ได้ใช้การแปลแบบเปรียบเทียบมากนักและยังขาดคุณภาพ ซึ่งกองบรรณาธิการของนิตยสารความคำนึงถึงระดับมาตรฐานของการแปลคือ ความถูกต้อง (Accuracy) มีความชัดเจนในภาษาที่แปล (Clarity) และความเป็นธรรมชาติ (Naturalness)

อภิปรายผลการศึกษา

ในการศึกษารายงานโครงการเฉพาะบุคคลเรื่อง “การจัดทำนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา” เพื่อศึกษาการบริหารงานนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา ไทย-อังกฤษ โดยเน้นในเรื่องนโยบายการจัดทำเป็นสองภาษารวมทั้งปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจตลอดจนการให้ความสำคัญในการนำเสนอ นิตยสารเป็นภาษาอังกฤษพร้อม ๆ กับภาษาไทยในกลไกทางการตลาดของนิตยสารท่องเที่ยวดังกล่าวไปแล้วนั้น สามารถนำผลการศึกษามาวิเคราะห์และอภิปรายแนวคิดในภาพรวมตามกรอบของการศึกษาได้ดังนี้

การบริหารนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา

องค์กรนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาที่มีอยู่มีการบริหารงานภายใต้องค์กรขนาดเล็ก และมีโครงสร้างการจัดองค์กรในแนวระนาบ ซึ่งจะมีระบบสั่งการโดยเจ้าของซึ่งทำหน้าที่เป็น

บรรณาธิการบริหารและมักจะให้ความรับผิดชอบต่าง ๆ นั้นขึ้นตรงอยู่กับการตัดสินใจของตนแต่เพียงผู้เดียว ซึ่งการบริหารงานก็จะประกอบไปด้วยกลุ่มคนทำงานเพียงไม่กี่คนที่รับผิดชอบหน้าที่มากกว่าหนึ่งอย่าง โดยกองบรรณาธิการจะมีบทบาทสำคัญในการประสานงานกับผู้บริหารนิตยสารในด้านเนื้อหา สอดคล้องกับงานวิจัยระดับวิทยานิพนธ์ของนฤพนธ์ เอื้อธวัชวันต์ เรื่อง นิตยสารแนวท่องเที่ยว เปรียบเทียบองค์กรผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวที่เป็นองค์กรของรัฐและองค์กรที่เป็นของภาคเอกชน พบว่าองค์กรนิตยสารท่องเที่ยวที่เป็นของภาคเอกชนมีการบริหารงานในด้านการจัดทำที่ยังไม่ชัดเจนและองค์กรมีขนาดเล็กซึ่งมีความแตกต่างไปตามลักษณะและขนาดขององค์กร เช่นเดียวกับระบบการตลาดและการขายที่บรรณาธิการบริหารผู้เป็นเจ้าของนิตยสารมักจะเป็นยังคงเป็นผู้รับผิดชอบและออกไปพบลูกค้า เพื่อการสร้างเครือข่ายและหาผู้สนับสนุนในการซื้อพื้นที่ของนิตยสารเพื่อการลงโฆษณา องค์กรนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาที่ได้ทำการศึกษาทั้ง 4 ฉบับ จัดเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่นในการทำงานค่อนข้างสูง เนื่องจากมีจำนวนคนทำงานที่น้อย อีกทั้งสมาชิกขององค์กรส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ที่เพิ่งจบการศึกษาหรือมีวัยวุฒิที่ยังน้อยเมื่อเทียบกับศักยภาพในการผลิตสื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความกว้างอย่างเร็วของข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว รวมทั้งบุคลากรเหล่านั้นนอกจากจะเป็นคนรุ่นใหม่แล้ว สื่อยังมุ่งเน้นการนำเสนอเนื้อหาสาระในข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยเป็นไปตามรูปแบบความคิดในการทำงานได้อย่างเต็มที่ ซึ่งผู้บริหารนิตยสารจึงควรจะใช้คนให้เกิดประโยชน์สูงสุด สอดคล้องกับที่ Aris & Bughin ได้เสนอในเรื่องการศึกษาการจัดการบริหารสื่อที่มองการใช้ทรัพยากรบุคคลว่าเป็นสิ่งที่มีค่าด้วยการตระหนักว่าจะทำอย่างไรที่สิ่งพิมพ์นิตยสารของตนประสบความสำเร็จ ดังนั้นการบริหารคนที่อยู่ในองค์กรจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะจะทำให้องค์กรดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้นภาพรวมในด้านการบริหารจะประกอบไปด้วยขบวนการ แนวคิด และขั้นตอนต่าง ๆ ในการบริหาร ผู้บริหารจึงมีบทบาทมากที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ หรือล้มเหลว ตลอดจนการที่จะใช้คนให้เหมาะสมกับประเภทของงานมากยิ่งขึ้น

ความสำเร็จในฐานะธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ในอันที่จะมีผลต่อความความอยู่รอดหรือความล้มเหลวของนิตยสารนั้น ๆ ปัจจัยเรื่องดังกล่าวในการจัดทำนิตยสารนั้นในแง่มุมมองของการบริหารองค์กรของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารมาจากความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ในเรื่องการบริหารตลอดจนแนวทางที่ถูกต้องในการบริหารธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยรูปแบบการหารายได้ในการนำมาพัฒนานิตยสารในแต่ละฉบับนั้นมีความแตกต่างกันออกไป ผู้ศึกษาตั้งข้อสังเกตว่าโดยส่วนใหญ่จากนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาจะมีการขายพื้นที่โฆษณาภายในหนังสือแล้ว ยังมีการขายพื้นที่ในลักษณะของการทำโครงการร่วมกับผู้สนับสนุนโฆษณา รวมไปถึงการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการขายและ

ประชาสัมพันธน์ิตยสารอีกด้วย สอดคล้องกับการเสนอของ จันทนา สุขุมานนท์ ในเรื่องการบริหารจัดการทางการตลาดว่าการตลาดยุคใหม่นั้นจะเน้นบริการและความต้องการลูกค้า Demand Chain เป็นหลัก ซึ่งนอกจากจะต้องคำนึงถึงลูกค้า (Customer) งบประมาณ (Cost) ความสะดวก (Convenience) แล้ว ในเรื่องของการสื่อสารหาลูกค้า (Communications) และการติดต่อจากลูกค้ามาหาผู้ผลิตต้องนั้นมีความสำคัญมากเพราะเป็นการติดต่อสองทาง ซึ่งการตลาดแบบนี้เน้นว่าต้องสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ในขณะที่เดียวกันจากการศึกษาผู้บริหารนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาทั้ง 4 ฉบับพบว่าผู้ประกอบการนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาต่างให้ความสำคัญกับการจัดทำสื่อ นิตยสารออนไลน์หรือ e-Magazine เป็นอย่างมาก ทั้งนี้ผู้บริหารนิตยสารมองแนวโน้มของการบริโภคนิตยสารเล่มที่ลดลง ขณะเดียวกันผู้อ่านจะให้ความสนใจกับสื่อออนไลน์มากขึ้นตามลำดับ การที่ผู้บริหารนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาให้ความสนใจกับการจัดทำสื่อ นิตยสารออนไลน์เพื่อขยายตลาดของผู้อ่านให้มีความกว้างขวางขึ้น นับเป็นการขยับตัวให้ทันตามภาวะการณ์ของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งเป็นสิ่งที่ดีและรวมทั้งเป็นการกระตุ้นยอดขายของนิตยสารได้อีกด้วย

เช่นเดียวกับการที่นิตยสารสองภาษาในฐานะที่เป็นธุรกิจการจัดทำนิตยสารอย่างหนึ่งที่ต่างนำกลยุทธ์การส่งเสริมการขายและการขายตรงมาใช้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการบริหารสื่อ นิตยสารของ สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร และ ณัตตินา สุวัฒน์วิทยากร ที่พบว่าในท้องตลาดปัจจุบันมีจำนวนนิตยสารเพิ่มมากขึ้น และมีการแข่งขันในการนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ผู้จัดทำต้องมีความสามารถในการหาทุนดำเนินงานในการผลิตและการจัดจำหน่าย โดยอาจมีวิธีการในการผูกใจผู้อ่านในลักษณะต่าง ๆ อันเป็นการกระตุ้นการจำหน่ายโดยเฉพาะในเรื่องของการส่งเสริมการขาย มีการลด การแถมในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับตัวนิตยสารฉบับนั้น เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนผู้อ่านด้วยวิธีการทางการตลาดและการนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดมาใช้

การให้ความสำคัญของการนำเสนอ นิตยสารสองภาษา

จากการศึกษาความจำเป็นและการให้ความสำคัญในการนำเสนอ นิตยสารสองภาษาไทย-อังกฤษนั้น พบว่าผู้บริหารนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาต่างให้ความสำคัญในการนำภาษาอังกฤษมาใช้ตีพิมพ์ในเนื้อหาควบคู่กับภาษาไทยและนำมาใช้ในการวางนโยบายด้านเนื้อหาในการสนับสนุนระบบการตลาดของตน แต่พบข้อสังเกตที่นำมาอภิปรายได้ดังนี้

- นิตยสาร Trips และ Places & Prices ซึ่งมีเจ้าของเดียวกัน มีนโยบายในการใช้ภาษาแบบง่าย ๆ เพื่อสื่อสารกับชาวต่างชาติที่เดินอยู่บนท้องถนนโดยเฉพาะชาวจีน ญี่ปุ่น ฮองกง

อินเดียเป็นต้น ต้นฉบับภาษาไทยและอังกฤษเขียนโดยคน ๆ เดียวกันและตรวจสอบความถูกต้องเอง ผู้ศึกษามีความเห็นว่าเป็นกระบวนการที่ไม่ค่อยมีคุณภาพมากนัก

- นิตยสาร Now พยายามจัดทำนิตยสารสองภาษาเพื่อมุ่งเน้นตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีทั้งส่วนของเนื้อหาไทย-อังกฤษและอังกฤษล้วน แม้จะใช้อาจารย์จากภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยมาตรวจทานเนื้อหาภาษาอังกฤษซึ่งทำให้ดูมีคุณภาพมากขึ้น แต่วิธีการของการใช้เนื้อหาภาษาอังกฤษทั้งสองฝั่งของตัวเล่มนิตยสาร ซึ่งยังคงมีความสับสนและยังไม่แน่ใจว่าจะวางภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้ตรงคอลัมน์ใดบ้าง ทั้งที่รูปแบบของภาษาอังกฤษนั้นอยู่ในขั้นที่น่าพอใจ

- นิตยสาร Weekend Guide พยายามขยายตลาดผู้อ่านให้มากขึ้นเพราะเป็นน้องใหม่ของวงการนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา รวมทั้งเห็นความสำคัญในการมีเนื้อหาสองภาษาไทย-อังกฤษเป็นอย่างมาก แต่กลับดูแลเนื้อหาภาษาอังกฤษเพียงให้เพื่อนชาวต่างชาติตรวจทานต้นฉบับให้เท่านั้น ทำให้เนื้อหาส่วนของภาษาอังกฤษยังขาดคุณภาพและยังคงยึดแนวของภาษาแบบง่าย แต่ให้เหตุผลว่าภาษาอังกฤษทำให้นิตยสารตนดูมีรสนิยม รวมทั้งทำให้มีเนื้อหาในนิตยสารที่แน่นขึ้น ผู้ศึกษาจึงมีความเห็นว่านโยบายการใช้ภาษาอังกฤษในนิตยสารฉบับนี้ขัดแย้งกับความเป็นจริง

- ทางด้านการศึกษามุมมองของนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาจากนิตยสาร อ.ส.ท. นั้นพบความขัดแย้งในนโยบายของการจัดทำนิตยสารที่ยังคงไม่มีนโยบายการจัดทำเป็นสองภาษาทั้ง ๆ ที่ อ.ส.ท. เป็นนิตยสารท่องเที่ยวที่มียอดจำหน่ายสูงสุดรวมทั้งอยู่ภายใต้องค์กรทางการท่องเที่ยวโดยตรง รวมทั้ง อ.ส.ท. ได้มองเห็นความสำคัญในการจัดทำนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาและคิดว่าในอนาคตนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาจะมีมากขึ้น ซึ่งนโยบายของ อ.ส.ท. นั้นมีความขัดแย้งกับความเป็นจริงมาก

- ในการทำการศึกษารื่องการจัดทำนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา ผู้ศึกษาพบว่าคุณภาพของภาษาอังกฤษในเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นยังไม่ได้พอ เพราะผู้บริหารนิตยสารมีนโยบายในการใช้ภาษาอังกฤษแบบง่าย ๆ ทำให้ขาดคุณภาพ ซึ่งขัดแย้งกับความเห็นของบุญจิรา ถึงสุข นักวิชาการด้านการแปลและนักแปล ที่มีความเห็นว่า การทำการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองในนิตยสารท่องเที่ยวจำเป็นที่จะต้องอาศัยกลยุทธ์ในการแปลความจากภาษาไทยมาเป็นภาษาอังกฤษให้ได้ความเดียวกันแม้จะเป็นการแปลข้ามวัฒนธรรมหรือบริบททางสังคมก็ตาม ผู้ศึกษามีความเห็นตรงกันกับนักวิชาการด้านการแปลในเรื่องคุณภาพการแปลจากภาษาอังกฤษมาเป็นภาษาไทยซึ่งในปัจจุบัน มีบุคลากรด้านการแปลมีอยู่เป็นจำนวนมาก แต่หลายคนในจำนวนนั้นยังขาดฝีมือและการฝึกฝนที่จะทำให้เกิดคุณภาพอย่างแท้จริง

นอกจากนี้ ตามตัวเลขสถิตินักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่แสดงไว้ตั้งแต่ปี 2005 จนถึงปี 2007 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยแยกสัญชาติมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นตามลำดับซึ่งในปี 2007 ซึ่งเป็นปีล่าสุด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552) ที่ได้แสดงข้อมูลไว้ พบว่ามีชาวยุโรป 4 ล้านคน ชาวอเมริกัน 9 แสนคน เอเชียใต้ 7 แสนคน ตะวันออกกลาง 4 แสนคน และชาวอาเซียนมากกว่า 7 ล้านคน ซึ่งเป็นสถิติตัวเลขนักท่องเที่ยวในอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้นตามลำดับและมีแนวโน้มของการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีถัดไปด้วย อันแสดงให้เห็นว่า การใช้นโยบายของนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาที่มุ่งประเด็นของผู้อ่านในส่วนเฉพาะชาวเอเชียนั้น ผู้บริหารนิตยสารใช้นโยบายทางการตลาดที่ผิดพลาด เพราะที่เป็นอยู่นั้น ผู้จัดทำนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาทำการแปลเพื่อมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวชาวเอเชียนั้น ซึ่งยังไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวทุกชาติที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากล ซึ่งภาษาอังกฤษนั้นเป็นภาษาหนึ่งที่มีนักเดินทางใช้สื่อสารกันมากในโลกหากผู้บริหารนิตยสารเล็งเห็นถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น และมองตลาดผู้อ่านชาวยุโรปและอเมริกันและชาติอื่น ๆ ที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลด้วยแล้ว ก็จะทำให้การตลาดของนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษานั้นมีการเติบโตขึ้น ซึ่งจากแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี 2552 นี้ จะรณรงค์การท่องเที่ยวทั้งในประเทศและทั่วโลก เพื่อตอกย้ำภาพลักษณ์คุณค่าของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกและเกิดความเชื่อว่าปี 2552 เป็นปีที่คุ้มค่าที่จะท่องเที่ยวประเทศไทย

ข้อเสนอแนะสำหรับการบริหารนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา

ผลการศึกษาเรื่อง "การจัดทำนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา" ทำให้ผู้ศึกษาสามารถเสนอข้อเสนอแนะสำหรับการบริหารนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษา ในอนาคต 5 ประการดังนี้

1. เนื่องจากมีนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาเพิ่มจำนวนขึ้น ซึ่งหลายฉบับเริ่มมาจากความต้องการในการดำเนินธุรกิจนิตยสารของเจ้าของโดยยังไม่ได้ทำความเข้าใจการตลาดของนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาอย่างชัดเจน ทำให้นิตยสารคู่แข่งกันกับฉบับอื่น ๆ ขาดความน่าสนใจ ซึ่งผู้บริหารนิตยสารมักเป็นผู้ที่มีความสามารถและความเข้าใจในกระบวนการผลิตนิตยสาร กล่าวคือทำนิตยสารเป็น แต่มักขาดความเข้าใจในเรื่องของการทำการตลาดให้กับนิตยสารตน ซึ่งปัจจัยด้านการวางแผนการตลาดจะมีผลต่อการอยู่รอดของนิตยสาร ดังนั้น จึงควรหาข้อมูล และทำการวิจัยรวมทั้งการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการทำสื่อด้านนี้อย่างจริงจังเพื่อความอยู่รอดของ

ผู้ประกอบการ และจะทำให้การเกิดขึ้นมาใหม่ของนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษามีความน่าเชื่อถือ และยืนหยัดอยู่ได้ในตลาดนิตยสารท่องเที่ยว

2. ผู้ที่ใช้ภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งผู้บริหารนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาไม่ควรจำกัดกลุ่มเป้าหมายที่ใกล้ตัวเฉพาะแต่ชาวเอเชีย ข้อจำกัดในเรื่องของคุณภาพทางการใช้ภาษาอังกฤษนั้นไม่สามารถนำมาจำกัดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้อ่านได้ ซึ่งผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาควรมีความตั้งใจในการจัดทำเนื้อหาภาษาอังกฤษให้มีคุณภาพและสามารถทำการสื่อสารโดยมีนโยบายที่ครอบคลุมถึงกลุ่มเป้าหมายชาวยุโรป อเมริกันและในภาคอื่น ๆ เพื่อให้มีการตลาดที่เติบโตขึ้นด้วย

3. นิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาควรร่วมมือกับองค์กรทางการท่องเที่ยวและสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาอังกฤษในการบริหารเนื้อหาของภาษาอังกฤษให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น อาจร่วมมือกับภาควิชาภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในการให้นักศึกษาหรืออาจารย์ได้ร่วมตรวจสอบอีกทั้งเป็นการพัฒนาความรู้ในการแปลควบคู่ไปกับการบริหารจัดการนิตยสารท่องเที่ยวอีกด้วย

4. ผู้บริหารนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาควรพิจารณาความเป็นไปได้ที่จะผลิตเนื้อหาของภาษาที่สองเป็นภาษาอื่น ๆ นอกจากภาษาอังกฤษให้สอดคล้องกับปริมาณที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีน ภาษาฝรั่งเศส ฯลฯ

5. ในด้านของการใช้ภาษาอังกฤษ ผู้ประกอบการนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาควรคำนึงถึงมาตรฐานในระดับของการแปลความหมายระหว่างเนื้อหาที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อให้ได้ความหมายที่มีคุณภาพในการสื่อความเข้าใจและการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม และให้เป็นภาษาสากลในระดับมาตรฐานของการแปล ซึ่งหากผู้จัดทำเนื้อหาในนิตยสารท่องเที่ยวฉบับ 2 ภาษาคำนึงถึงมาตรฐานดังกล่าว ก็จะทำให้งานแปลในนิตยสารนั้นมีคุณภาพและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการสื่อสารข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวให้กับชาวไทยและชาวต่างชาติ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาความพึงพอใจในการใช้นโยบายการนำภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศอื่น ๆ มาเป็นภาษาที่สองในนิตยสารท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาระบบภาษากับการสื่อสารให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบการแปลในนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษากับการแปลในนิตยสารสองภาษาด้านอื่น ๆ ว่ามีความแตกต่างกันและมีความเหมาะสมอย่างไร เพื่อการพัฒนาการใช้ภาษาต่างประเทศเป็นภาษาที่สองให้มีมาตรฐานในวงการสื่อสิ่งพิมพ์

3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบสื่อออนไลน์สองภาษา ทางการท่องเที่ยวหรือ e-Magazine กับนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาในด้านของการจัดทำเพื่อเป็นการวัดประสิทธิภาพและความพึงพอใจในการให้ข้อมูลข่าวสารทางท่องเที่ยวในด้านการบริหารสื่อสารมวลชน