

ผนวก ข

ที่มาและประวัติการก่อตั้งหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์

นโยบายของบริษัท

คุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ บรรณาธิการอำนวยการ บริษัท โพสต์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) กล่าวถึงที่มาของการก่อตั้งหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ว่า เมื่อปี พ.ศ. 2543 ผู้บริหารของบริษัทที่มีการประชุมกันว่าหลังจากนี้ไปแนวทางดำเนินกิจการของบริษัทโพสต์ พับลิชชิ่ง จำกัด มหาชน จะเป็นไปในทิศทางใด ซึ่งในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 เครือโพสต์มีการปลดพนักงานออกทั้งสิ้น 600 คน และทิศทางในอนาคตเครือโพสต์ยังคงเป็นคอนเท้นโทรไวเดอร์ที่ผลิตสื่อหนังสือพิมพ์ที่มีคุณภาพ จึงเริ่มศึกษาตลาดหนังสือพิมพ์ภาษาไทยโดยทำการสำรวจพฤติกรรมผู้อ่านว่าชอบอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทหัวสี ธุรกิจ การเมือง ด้วยเหตุผลอะไร ซึ่งคนกลุ่มที่อ่านหนังสือพิมพ์ธุรกิจตอบว่าเรื่องธุรกิจเศรษฐกิจเนื่องจากมีผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน แต่สาเหตุที่ไม่ต้องการอ่านเพราะเนื้อหาเข้าใจยาก จึงเริ่มจับจุดนี้มาเป็นจุดเริ่มต้นว่าหากเครือโพสต์จะออกหนังสือพิมพ์ภาษาไทยฉบับหนึ่งต้องเป็นหนังสือพิมพ์คุณภาพ มีวิธีการเขียนข่าวที่แตกต่างฉบับอื่นๆ รวมทั้งการวางเลย์เอาต์ที่น่าสนใจจึงมาลงตัวที่หนังสือพิมพ์ธุรกิจ ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายอายุ 25-40 ปี เหตุที่เลือกคนกลุ่มนี้เพราะ เป็นกลุ่มผู้อ่านที่มีการศึกษา เพิ่งเรียนจบและเริ่มต้นทำงานทั้งในหน่วยงานราชการและเอกชน ส่วนหนึ่งก็เป็นเจ้าของกิจการและเป็นผู้บริหารที่ต้องการเติบโตในหน้าที่การงานซึ่งต้องการข้อมูลที่จำเป็นมาประกอบการตัดสินใจในการทำงาน

ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ฉบับใหม่ มีดังนี้

1. เป็นหนังสือพิมพ์คุณภาพเพื่อตั้งผู้อ่านในตลาดเดียวกับหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ที่ครองตลาดส่วนแบ่งหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษเป็นอันดับหนึ่งอยู่แล้ว
2. ทีมงานจะเป็นลักษณะผสมโดยนำผู้ที่เพิ่งเรียนจบปริญญาตรีซึ่งเป็นเด็กจบใหม่ที่ไม่มีประสบการณ์มาร่วมงานครึ่งหนึ่ง ส่วนอีกครึ่งหนึ่งเป็นผู้สื่อข่าวที่มีประสบการณ์มาจากหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นแต่ทั้งหมดจะต้องผ่านการอบรมเพื่อให้เข้าใจถึงแนวทางและวิธีการนำเสนอและเขียนข่าวตามสไตล์ของหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์
3. ภายใน 5 ปีหนังสือพิมพ์ฉบับใหม่จะต้องทำกำไรให้ได้

หลังจากนั้นได้ร่วมประชุมกับผู้บริหารอีกหลายครั้งและได้เริ่มหาทีมงานซึ่งทุกคนเห็นตรงกันว่าควรเป็นคุณพัฒนพงษ์ จันทรานนท์ บรรณาธิการข่าวธุรกิจ หนังสือพิมพ์บางกอก

โพสต์ในขณะนั้น น่าจะมารับตำแหน่งบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ภาษาไทยฉบับนี้ เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความชำนาญด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างดี และมีความชำนาญทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ขณะที่ พัฒนะพงศ์ จันทรานนทวงศ์ อดีตบรรณาธิการหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ให้สัมภาษณ์ถึงที่มาของการก่อตั้งหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ว่า ว่าในอดีตต้องยอมรับว่า บริษัท โพสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน) มีผลิตภัณฑ์หลักเพียงอย่างเดียว คือ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาสามารถทำกำไรสูงสุดปีละ 300 ล้านบาท ระยะเวลาที่กำไรเริ่มคงที่และมีแนวโน้มลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับยอดขาย ประกอบกับในปี พ.ศ. 2540 ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ ทำให้ผู้บริหารเล็งเห็นว่าหากเกิดอะไรขึ้นทั้งบริษัทจะไม่มีธุรกิจอื่นมารองรับ จึงคิดว่าจำเป็นต้องมีผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมารองรับ

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาบริษัทอื่น ๆ ที่อยู่ในวงการสื่อด้วยกัน ส่วนใหญ่มีแนวโน้มแตกไลน์ไปทำสื่ออื่นๆ เช่น กลุ่มเนชั่น ก็มีทั้งวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ เครือมติชน ก็มีสำนักพิมพ์เป็นของตนเอง นอกเหนือจากหนังสือพิมพ์มติชน ก็ยังมีข่าวสด ประชาชาติธุรกิจ ยกเว้นหนังสือพิมพ์ไทยรัฐฉบับเดียวที่ไม่แตกไลน์มาทำอย่างอื่นเพราะมียอดขายอันดับ 1 ของประเทศ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาหลายปัจจัยที่จะหาธุรกิจอื่นมารองรับ จึงมาลงเอยว่าบริษัทฯ จะทำหนังสือพิมพ์ภาษาไทยฉบับหนึ่ง ซึ่งก่อนที่หนังสือพิมพ์จะเกิดขึ้นก็มีการเตรียมการด้านต่างๆ ประมาณ 1 ปี

หลังจากผู้บริหาร (บอร์ด) ของบริษัทตัดสินใจที่จะทำหนังสือพิมพ์ภาษาไทย คุณพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ ซึ่งเป็นบรรณาธิการอำนวยการ ก็ทำหน้าที่สรรหาบุคคลที่มีความเหมาะสมมารับตำแหน่งบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ และตอนนั้นผมก็ได้รับการทาบทาม ซึ่งตอนนั้นผมเป็นบรรณาธิการของแท่งชั้นธุรกิจ (Business Editor) ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ประกอบกับโจทย์ที่ทางบอร์ดให้มา คือ ทำหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ และผมมีความรู้ด้านภาษาไทยเพราะเคยเขียนข่าวภาษาไทยมาก่อน จึงได้รับตำแหน่งนี้

เมื่อได้รับโจทย์ว่าจะทำหนังสือพิมพ์แนวเศรษฐกิจก็มานั่งคิดว่าจะทำอย่างไร คู่แข่งมีใครบ้าง ซึ่งพบว่า มี กรุงเทพธุรกิจ กับผู้จัดการรายวัน ขณะนั้นผู้จัดการรายวันกำลังมีปัญหากจากการที่ขยายตัวมากเกินไป คู่แข่งจึงเหลือเพียงฉบับเดียว คือ กรุงเทพธุรกิจ เพราะไม่นับหนังสือพิมพ์ธุรกิจราย 3 วัน คือ สุสานเศรษฐกิจ กับประชาชาติธุรกิจ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในด้านคู่แข่งพบว่าหนังสือพิมพ์ เดอะ เนชั่น ก็พยายามแข่งขันกับหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ มาตลอด 30 ปีแต่ยังไม่มีโอกาสแซง ระยะเวลาที่หนังสือพิมพ์เดอะ เนชั่น พยายามฉีกแนวหันไปเจาะตลาดผู้อ่านที่อายุน้อย นับว่าประสบความสำเร็จพอสมควร

นโยบายในการทำหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ขณะนั้น คือ ต้องมีรูปร่างหน้าตา และคอนเซ็ปต์แตกต่างจากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ จึงมาวิเคราะห์และพบว่า หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เน้นข่าวธุรกิจ และมีจุดอ่อน คือ ข่าวยาว ซึ่งหากบริษัท ทำหนังสือพิมพ์ภาษาไทยจะต้องทำแนวเศรษฐกิจ เพราะแนวธุรกิจจะแคบเกินไปแต่เรื่องเศรษฐกิจจะกว้างกว่าและเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทุกคนและมีเรื่องธุรกิจรวมอยู่ด้วย โดยมีการเขียนข่าวที่สั้นอ่านง่าย ใช้ภาษาธรรมดา ไม่ต้องมีคำศัพท์ยากๆ มาเขียนข่าวเศรษฐกิจ ตอนแรกหลายคนในวงการหนังสือพิมพ์ตั้งคำถามว่า จะทำได้หรือไม่ แต่สุดท้ายก็พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าเราทำได้

ปรัชญาในการก่อตั้งโพสต์ทูเดย์ คือ ทำหนังสือพิมพ์แนวเศรษฐกิจไม่ใช่แนวธุรกิจ ซึ่งในช่วงแรกมีปัญหาพอสมควร เพราะคนยังไม่เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างเศรษฐกิจกับธุรกิจ เศรษฐกิจ เป็นเรื่องทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับเงินในกระเป๋า แต่ธุรกิจเป็นเรื่องที่บริษัท ก หรือ ข คำขายอะไรแม้ว่าไม่ทำธุรกิจแต่ยังคงเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ²

นอกจากนี้คุณสุภาพรรณ เปล่งมณีพันธ์ บรรณาธิการโครงการพิเศษ บริษัท โพสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน) อธิบายเพิ่มเติมถึงที่มาของการก่อตั้งหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ว่า ผู้บริหารของบริษัท โพสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน) เจ้าของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ เห็นว่าต้องการจะดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์อื่นๆ เพิ่มเติมจากเดิมที่มีอยู่แล้วและคิดว่าหนังสือพิมพ์ภาษาไทย น่าจะเป็นหนึ่งในคำตอบ เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศเป็นคนไทย นิยมอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาไทย และน่าจะมีโอกาสสำหรับหนังสือพิมพ์ใหม่ในตลาด

ประกอบกับในอดีต บริษัทฯ เคยลงทุนในหนังสือพิมพ์ภาษาไทยมาก่อนแล้ว คือหนังสือพิมพ์สยามโพสต์แต่ล้มเหลว และมองว่าหากสามารถแก้ไขปัญหาที่เคยเกิดกับสยามโพสต์ ได้ก็ควรจะสร้างหนังสือพิมพ์ใหม่ขึ้นมาได้ จึงได้เริ่มทำการศึกษาและก่อตั้งหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์

โดยก่อนที่จะออกหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ฝ่ายบริหารให้โจทย์กับทีมศึกษาที่จะก่อตั้งหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ว่า ต้องการเปิดหนังสือพิมพ์ภาษาไทยฉบับใหม่ จึงเริ่มหารือกันว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์แนวไหน ซึ่งได้คำตอบว่าน่าจะเป็นหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ เพราะยังมีโอกาสในตลาด ในขณะที่หนังสือพิมพ์หัวสีนั้นมีการแข่งขันกันมาก จนยากที่จะเข้าไปแทรกหรือไปแข่งขันด้วย

ขณะเดียวกันการเปิดหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจยังเหมาะกับบุคลิกของบริษัทด้วย จึงเริ่มตัดสินใจศึกษาที่แนวหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ ภายใต้ต้นนโยบายคร่าว ๆ ว่าหากเป็นไปได้หนังสือพิมพ์ฉบับใหม่นี้ ควรจะเข้าไปแข่งขันในตลาดที่มีโอกาสสูง คู่แข่งน้อย หากสามารถใช้ทรัพยากรหรือต้นทุนร่วมกับธุรกิจเดิมที่มีอยู่แล้ว คือ บางกอกโพสต์ก็จะเป็นการดีเพื่อสามารถลดต้นทุนในการบริหารจัดการ

นโยบายในด้านการบริหารจัดการ

นโยบายระยะแรก คือ ศึกษาความผิดพลาดจากหนังสือพิมพ์สยามโพสต์แล้วปรับเปลี่ยนเพื่อไม่ให้มีปัญหาอีก ในอดีตสยามโพสต์ดำเนินการโดยการตั้งบริษัทขึ้นมาใหม่ เป็นบริษัทในเครือทำให้มีการบริหารที่แยกกันชัดเจน เกิดต้นทุนที่มากขึ้น กล่าวคือ เมื่อมี 2 บริษัทก็ต้องมีกรรมการ 2 ทีม ฝ่ายบริหาร 2 ทีม รวมทั้งฝ่ายการเงิน ฝ่ายบุคคล ฯลฯ เมื่อทุกอย่างมี 2 ทีมทำให้เปลืองงบประมาณ

ดังนั้นการก่อตั้งหนังสือพิมพ์ฉบับใหม่ คือ โพสต์ทูเดย์ ได้สร้างนโยบายใหม่ด้วยการไม่เปิดบริษัทใหม่ แต่ใช้บริษัทเดิมแยกเป็นแผนกใหม่ ทำให้ลดต้นทุนบางส่วนได้ นอกจากนี้ในอดีตที่สยามโพสต์เคยล้มเหลวทำให้ผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายไม่มั่นใจในความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ฉบับใหม่ เพราะกลัวประวัติศาสตร์จะซ้ำรอย ทำให้ไม่มีคนกล้าเข้ามาทำงาน การใช้บริษัทเดิมจึงเป็นการสร้างความมั่นใจให้คนทำงานว่า ยังอยู่ในเครือโพสต์ พับลิชชิ่ง ซึ่งเป็นบริษัทที่มีความแข็งแกร่งทางการเงินและมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ดังนั้นจึงเกิดการบริหารที่มาจากฝ่ายบริหารร่วมกันของบริษัทเดียวกัน ภายใต้นโยบายหลักเหมือนกัน

นโยบายด้านเนื้อหา

ในการศึกษาเพื่อกำหนดเนื้อหาในระยะแรกได้มีการศึกษาตลาดหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย โดยทำแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมายทำให้ได้รับคำตอบว่า คนไม่ชอบอ่านข่าวเศรษฐกิจ เพราะคิดว่าอ่านยาก ไม่เข้าใจ และเป็นเรื่องไกลตัว ดังนั้นการกำเนิดของโพสต์ทูเดย์จึงพยายามแก้ปัญหาดังกล่าว ด้วยการนำเสนอเนื้อหาที่ง่ายต่อการเข้าใจ เป็นเรื่องเศรษฐกิจใกล้ตัว และเป็นเรื่องเศรษฐกิจหรือธุรกิจที่กระทบต่อเงินในกระเป๋าของผู้อ่าน