

รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสิ่งพิมพ์ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

รัตติยา สัตยกิจขจร^{1*} ธีรวิทย์ บุญยโสภณ² ทวีศักดิ์ รูปสิงห์³ และ วีรวัฒน์ วรรณศิริ⁴

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการดำเนินงานและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจสิ่งพิมพ์ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล 2) พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสิ่งพิมพ์ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลที่ช่วยให้ธุรกิจมุ่งสู่ความสำเร็จ และ 3) ประเมินรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสิ่งพิมพ์ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ ประชากรประกอบด้วย ผู้บริหารสำนักพิมพ์จำนวน 506 คน และกลุ่มตัวอย่างคือผู้เชี่ยวชาญในด้านการบริหารธุรกิจสิ่งพิมพ์ และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 223 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารธุรกิจสิ่งพิมพ์ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล มี 6 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยด้านการบริหารงบประมาณ ปัจจัยด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์ ปัจจัยด้านการบริหารการตลาด/การให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการบริหารงานทั่วไป และปัจจัยด้านนวัตกรรม ซึ่งทั้ง 6 ด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยย่อยขององค์ประกอบด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์มี 5 ปัจจัย ด้านการบริหารงบประมาณมี 6 ปัจจัย ด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์มี 6 ปัจจัย ด้านการบริหารการตลาด/การให้บริการ มี 8 ปัจจัย ด้านกระบวนการบริหารงานทั่วไป มี 7 ปัจจัย และด้านนวัตกรรมมี 7 ปัจจัย รวมทั้งสิ้น 39 ปัจจัย 3) ผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าเป็นรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสิ่งพิมพ์ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ในภาพรวมมีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 97.78

คำสำคัญ: รูปแบบการบริหาร; การบริหารจัดการธุรกิจสิ่งพิมพ์; การบริหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

รับพิจารณา: 22 พฤศจิกายน 2560

แก้ไข: 18 พฤศจิกายน 2563

ตอบรับ: 27 พฤศจิกายน 2563

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

² ศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

³ รองศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

⁴ ประธานกรรมการบริหารวิทยาลัยเทคโนโลยีศรีวิชัยสุวรรณภูมิ และกรรมการบริหารสถาบันเสริมสร้างขีดความสามารถมนุษย์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

* ผู้ติดต่อประสานงาน โทร. +668 1482 0547 อีเมล: ratty_ple@yahoo.com



A Management Model for Publishing Business in the Digital Economy Era

Rattiya Sattayakitkajhon^{1*} Teravuti Boonyasopon² Taweesak Roopsing³ and Veerawat Vannasiri⁴

Abstract

The purposes of the study were: 1) to investigate operating conditions and factors influencing the success of the digital economy. 2) to develop a management model to help the publishing business in the digital economy era to be successful. 3) the model would help evaluate the effectiveness of the operation of the publishing business in the digital economy. The population was 506 publishing executive administrators and the sample were experts in the publishing business management, and 233 respondents. The research instruments consisted of interviews and a questionnaire. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson's product moment correlation coefficient, and Stepwise multiple regression analysis. 1) The results of the research revealed six factors influencing the success of digital publishing business management including: human resources management; budget management; material management; marketing and service management; general administration; and innovation. These six aspects were averagely high 2) which included five sub-factors for human resources management, six sub-factors for budget management, six sub-factors for material management, eight sub-factors for marketing and service management, seven sub-factors for general administration, and other seven sub-factors for innovation, totaling 39 factors. 3) the model would help evaluate the effectiveness of the operation of the publishing business in the digital economy was 97.78 percentage

Keywords: management for publishing business, management in the digital economy, management model

Received: November 22, 2017

Revised: November 18, 2020

Accepted: November 27, 2020

¹ Doctoral Degree Student, Department of Industrial Business Development and Human Resources
King Mongkut's University of Technology North Bangkok

² Professor King Mongkut's University of Technology North Bangkok

³ Associate Professor Lieutenant King Mongkut's University of Technology North Bangkok

⁴ Chairman of the board of directors, Technology Srivichaya Suvanabhumi College and Executive Director of HCBI,
the Federation of Thai Industries

* Corresponding Author Tel. +668 1482 0547 e-mail: ratty_ple@yahoo.com