

คอลัมน์ “จากท่าพระจันทร์ถึงสนามหลวง”

ผู้จัดการรายวัน ฉบับวันพฤหัสบดีที่ 2 กรกฎาคม 2541

Random House

รังสรรค์ ทัศนะพรพันธุ์

ข่าวการขายสำนักพิมพ์ Random House เมื่อปลายเดือนมีนาคม 2541 ก่อให้เกิดอาการตื่นตะลึงในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสหรัฐอเมริกาไม่มีใครคาดคิดว่า สำนักพิมพ์ยักษ์ใหญ่ ดังเช่น Random House จะเปลี่ยนมือเจ้าของอย่างง่ายดายและอย่างเงียบเชียบเช่นนี้

หนอนหนังสือฝรั่งน้อยนักที่จะไม่รู้จักสำนักพิมพ์ Random House ยิ่งหนอนหนังสืออเมริกันด้วยแล้ว หากไม่รู้จัก Random House เห็นจะนับเนื่องเป็นหนอนหนังสือได้ยากด้วยเหตุที่ Random House เป็นสำนักพิมพ์ใหญ่ที่สุดในสหรัฐอเมริกานั้นเอง

Random House ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2468 ผู้ก่อตั้งมี 2 คน คือ นายเบนเน็ตต์ เซิร์ฟ (Bennett Cerf) และนายโดนัลด์ คล็อบเฟอร์ (Donald Klopfer) เหตุที่มีชื่อว่า Random House ก็เพราะสำนักพิมพ์แห่งนี้จัดตั้งขึ้นโดยไม่ตั้งใจ (at random) นายเซิร์ฟเป็นนักเขียนและนักจัดรายการโทรทัศน์ จึงมีเครือข่ายความสัมพันธ์กับผู้คนในสังคมจำนวนมาก ด้วยการผลักดันของนายเซิร์ฟ Random House ถีบตัวขึ้นมาเป็นสำนักพิมพ์ที่มีความโดดเด่นในการนำเสนอแนวความคิดเสรี และตีพิมพ์วรรณกรรมที่มีคุณภาพ ด้วยเหตุดังนี้ Random House จึงสามารถดึงดูดบุคลากรชั้นนำ ทั้งบรรณาธิการและนักการตลาด มิใช่ต้องกล่าวว่า ชื่อเสียงของ Random House ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักเขียนให้เสนอต้นฉบับเพื่อพิจารณาจัดพิมพ์ด้วย

ในปี พ.ศ. 2503 Random House สร้างความตื่นตะลึงแก่โลกหนังสือ ด้วยการนำหุ้น 30% ออกจำหน่ายในตลาดหลักทรัพย์ หลายคนมองว่าเป็นอาการเห็นแก่ได้ของนายเซิร์ฟที่จะเก็บเกี่ยวเงินตราจากตลาดหลักทรัพย์ ด้วยเหตุที่ตลาดมีความเชื่อมั่นในชื่อเสียงเกียรติคุณของ Random House หุ้นซึ่งเสนอขายในราคาหุ้นละ 11.25 ดอลลาร์อเมริกัน ถีบตัวขึ้นสู่ระดับ 45 ดอลลาร์อเมริกันในเวลาอันรวดเร็ว แต่ตกลงสู่ระดับหุ้นละ 17 ดอลลาร์อเมริกันในภายหลัง

ทรัพยากรทางการเงินที่ระดมได้จากตลาดหลักทรัพย์ ทำให้ Random House ก้าวรุดต่อไปด้วยการครอบกิจการสำนักพิมพ์ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักพิมพ์ Alfred A. Knopf ในขณะที่ Random House รุกเข้าไปซื้อสำนักพิมพ์อื่น Random House กลับเป็นเป้าที่จะ

ถูกซื้อเสียเอง ในทศวรรษ 2500 กลุ่มธุรกิจสื่อสารมวลชน (Media Group) พากันขยายอาณาจักรเข้าไปในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ สำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงดุจดั่ง Random House จึงเป็นที่หมายปองของกลุ่มทุนยักษ์ใหญ่เหล่านี้

เครือข่ายโทรทัศน์ CBS (=Columbia Broadcasting System) เคยสนใจที่จะซื้อกิจการของ Random House แต่ก็ต้องล่าถอยออกไปเมื่อพานพบว่า Random House มีกำไรอันน้อยนิด Time, Inc. เจ้าของนิตยสาร *Time* เป็นรายต่อมาที่สนใจเป็นเจ้าของ Random House แต่ต้องล่าถอยออกไป เมื่อกระทรวงยุติธรรมแสดงที่ท่าคัดค้าน เพราะเห็นว่าขัดต่อ Anti-Trust Law ทำที่สุด Random House ก็ตกเป็นของ RCA (= Radio Corporation of America) เจ้าของเครือข่ายโทรทัศน์ NBC (= National Broadcasting Company) RCA ซื้อ Random House ในราคา 40 ล้านดอลลาร์ในปี 2508

ตลอดเวลาที่ RCA เป็นเจ้าของ Random House เบนเน็ตต์ เซิร์ฟและทีมงานสามารถบริหาร Random House อย่างค่อนข้างอิสระ แต่แล้วในปี 2523 RCA ก็ขาย Random House ให้แก่ Advance Publications, Inc ในราคา 60 ล้านดอลลาร์อเมริกัน การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้มิได้เป็นเพียงการเปลี่ยนแปลงเจ้าของเท่านั้น หากยังเป็นการเปลี่ยนแปลงการบริหารด้วย

ปี 2523 ที่ RCA ขาย Random House นั้น เป็นช่วงเวลาที่กลุ่มธุรกิจสื่อสารมวลชนกำลังล่าถอยจากอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจสำนักพิมพ์ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะรายได้และกำไรอันน้อยนิดของธุรกิจสำนักพิมพ์ อีกส่วนหนึ่งเป็นเพราะความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งบุกเบิกช่องโอกาสในการลงทุนใหม่ๆ

Advance Publications, Inc ผู้ซื้อ Random House ในปี 2523 เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีฐานที่มั่นในธุรกิจนิตยสาร หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ธุรกิจท้องถิ่น และเคเบิลทีวี นิตยสารสำคัญประกอบด้วย *Vogue*, *Bride's*, *House and Garden*, *Mademoiselle*, *Vanity Fair* และ *The New Yorker*

แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงเจ้าของและฝ่ายจัดการ Random House ยังคงรักษาชื่อเสียงไว้ได้ เพียงแต่เริ่มเสาะหานักเขียนหนังสือขายดี (Best-Sellers) มากขึ้น นักเขียนที่ Random House ตีพิมพ์ผลงานจึงมีตั้งแต่ นักเขียนระดับรางวัลโนเบล ดังเช่น โทนี มอร์ริสัน (Toni Morrison) ไปจนถึงนักเขียน 'ตลาด' ดังเช่น ไมเคิล คริชตัน (Michael Crichton)

Advance Publications, Inc เป็นฐานธุรกิจของตระกูลนิวเฮาส์ ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2465 โดยนายแซมมวล ไอ. นิวเฮาส์ (Samuel I. Newhouse) ซึ่งเดิมชื่อ โซโลมอน นิวเฮาส์ (Solomon Neuhaus) ต่อมาสืบทอดมาถึงรุ่นลูก อันได้แก่ Samuel I. Newhouse, Jr. และ

Donald E. Newhouse ในปัจจุบัน กำลังผ่องถ่ายการบริหารไปสู่ชนรุ่นที่สาม และด้วยเหตุที่มีการผ่องถ่ายอำนาจนี้เอง จึงต้องปรับยุทธศาสตร์ทางธุรกิจ การตัดสินใจขาย Random House เป็นผลจากระบวนการปรับยุทธศาสตร์ดังกล่าวนี้ ในเมื่อธุรกิจสำนักพิมพ์ให้กำไรอันน้อยนิด

Bertelsmann AG ผู้ซื้อ Random House จาก Advance Publications, Inc เป็นกลุ่มทุนสื่อสารมวลชนจากเยอรมนี มีฐานธุรกิจอันหลากหลาย ทั้งในธุรกิจสิ่งพิมพ์ โรงพิมพ์ อุตสาหกรรมกระดาษ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ดนตรี และมัลติมีเดีย Bertelsmann AG เป็นผู้ผลิตเทปคาสเซตที่ใช้เครื่องหมายการค้า BMG และ Arista

Bertelsmann AG ติดต่อซื้อ Random House จากตระกูลนิวเฮาส์ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2540 การเจรจาเป็นไปอย่างปิดลับ โดยไม่ปรากฏเป็นข่าวทางสื่อมวลชน ครั้นปรากฏเป็นข่าวเมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2541 ก็เป็นเวลาที Bertelsmann AG ตกลงจ่ายเงิน 1,400 ล้านดอลลาร์อเมริกันแก่ Advance Publications, Inc แล้ว

เหตุใด Bertelsmann AG จึงตัดสินใจซื้อ Random House ?

Bertelsmann AG เป็นธุรกิจสื่อสารมวลชนที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับสามของโลก รองจาก Sony Corporation และ Time Warner Inc ในขณะที่กลุ่มสื่อสารมวลชนอื่นๆพากันถอนตัวออกจากธุรกิจสำนักพิมพ์ Bertelsmann AG กลับปักหลักลงรากในธุรกิจนี้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพราะ Bertelsmann AG มีเครือข่ายสโมสรหนังสือ (Book Clubs) ทั้งในยุโรปและอเมริกา ซึ่งมีสมาชิกรวมทั้งสิ้น 35 ล้านคน สโมสรหนังสือเหล่านี้เป็นฐานรองรับธุรกิจสำนักพิมพ์อย่างดียิ่ง

Bertelsmann AG วางแผนขยายอาณาจักรเข้าสู่สหรัฐอเมริกามาช้านานแล้ว โดยที่ก่อนหน้านี้ได้ซื้อกิจการของหนังสือพิมพ์ Bantam Doubleday Dell Publishing Group Inc. ซึ่งมีนักเขียนทำเงินในสังกัด ดังเช่นจอห์น กริชแฮม (John Grisham) และดาเนียล สตีล (Danielle Steele) การผนวก Random House เข้ามาสู่อาณาจักรเดียวกันจึงเป็นการขยายฐานนักเขียนหนังสือขายดี ในประการสำคัญ Random House มีสำนักพิมพ์ 'ลูก' อีก 13 แห่งที่สำคัญได้แก่ Alfred A.Knopf, Ballantine Books, Fawcett Books, Modern Library, Pantheon Books, Orion และ Times Books

การผนวก Random House เข้าสู่อาณาจักรของ Bertelsmann AG จะทำให้ Bertelsmann AG มีส่วนแบ่งตลาดไม่น้อยกว่า 25% ในตลาดหนังสือในสหรัฐอเมริกา และมีรายได้จากธุรกิจสิ่งพิมพ์จะสูงถึง 40% ของรายได้ทั้งหมดของ Bertelsmann AG

สังคมเศรษฐกิจโลกกำลังเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่กลุ่มหนังสือสารมวลชนยุโรปขยายอาณาจักรเข้าสู่สหรัฐอเมริกา ในทศวรรษ 2500 กลุ่มหนังสือสารมวลชนอเมริกันเคยพยายามขยายอาณาจักรเข้าสู่ธุรกิจสำนักพิมพ์ในยุโรป แต่ไม่ประสบความสำเร็จ ตัวอย่างของความล้มเหลวได้แก่ ความพยายามของ Leasco ในการซื้อสำนักพิมพ์ Pergamon ของ Robert Maxwell ความพยายามของ McGraw-Hill ในการซื้อสำนักพิมพ์ Heinemann ความพยายามของ Crowell Collier ในการซื้อสำนักพิมพ์ Butterworths เป็นต้น

นับตั้งแต่ทศวรรษ 2520 เป็นต้นมา กลุ่มหนังสือสารมวลชนยุโรปพากันยatra ไปยึดธุรกิจสำนักพิมพ์อเมริกัน นอกจาก Bertelsmann AG ซึ่งซื้อ Bantam Doubleday, Dell และ Random House แล้ว ยังมี Jacob Safra แห่งสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งซื้อ Encyclopedia Britannica และ Hachette แห่งฝรั่งเศส ซึ่งซื้อ Grolier นายรูเบิร์ต เมอร์ด็อก (Rupert Murdoch) เจ้าพ่อสื่อสารมวลชนชาวออสเตรเลียในนามของ News International ก็เข้าไปยึดครองสำนักพิมพ์ Harper Collins

ตราบเท่าที่รัฐบาลอเมริกันยังคงยึดนโยบายเศรษฐกิจเสรี กองทัพนายทุนสื่อสารมวลชนจากยุโรปและภูมิภาคอื่นจะยังคงตบเท้าเข้าไปยึดกุมธุรกิจสำนักพิมพ์ในสหรัฐอเมริกาต่อไป เพราะสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหนังสือภาษาอังกฤษที่ใหญ่ที่สุดนั่นเอง