

สารานุกรมและตลาดของสารานุกรม

สารานุกรม

สารานุกรมคือ<sup>1</sup> การรวบรวมข้อมูลความรู้ทั้งทางความคิด ทฤษฎี เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งจากการกระทำของมนุษย์และธรรมชาติ จากทุก ๆ สาขาวิชา ทุกแขนงของความรู้ จากนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญในวิชาแขนงนั้น ๆ แล้วนำมาเสนอข้อมูลทั้งหมดโดยวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับในขั้นพื้นฐาน ออกมาในรูปบทความ โดยแยกตามสาขาความรู้ แล้วเรียงลำดับหัวเรื่องตามลำดับอักษร (Alphabetical) เพื่อสะดวกต่อการใช้งาน ซึ่งการเสนอบทความเหล่านี้จะอยู่ในรูปแบบของหนังสือ ตั้งแต่ 1 เล่มขึ้นไป ซึ่งเรียกว่าสารานุกรมฉบับทั่วไป โดยแตกต่างกับสารานุกรมเฉพาะเรื่องคือ สารานุกรมเฉพาะเรื่องจะมีข้อมูลเฉพาะสาขาวิชานั้น ๆ เช่น สารานุกรมกฎหมาย สารานุกรมยา เป็นต้น

สารานุกรมในภาษาอังกฤษ คือ "Encyclopedia" หรือ "Encyclopaedia" (สะกดแบบชาวอังกฤษ) มาจากศัพท์ในภาษากรีกคือ Enkyklios paideia โดยมีความหมายคำว่า Enkyklios คือ ทั่วไป และ Paideia คือการศึกษา เมื่อรวมความหมายแล้ว จะหมายถึงวัฏจักรแห่งการเรียนรู้ ระบบสมบูรณ์แห่งการเรียนรู้ การศึกษาแบบรอบรู้

วัตถุประสงค์ของการจัดทำสารานุกรมขึ้นเพื่อเป็นการจัดระเบียบพร้อมทั้งสรุปความรู้ขั้นพื้นฐานทางด้านทฤษฎี และข้อเท็จจริงที่สำคัญที่สุดที่ค้นคว้าได้เพื่อให้ผู้ไม่มีความชำนาญ สามารถเข้าถึงความรู้นั้นได้ทั้งทางร่างกายและสติปัญญาโดยมีหัวเรื่องมากกว่า 1,000 เรื่อง อาทิเช่น สัตวโบราณในแอฟริกาใต้ ประเทศซิมบับเว (Zimbabwe) ระบบการย่อยอาหารของมนุษย์ โดยสรุปความรู้ซึ่งจำเป็นในการศึกษาและในสิ่งที่สลับซับซ้อนยากแก่การเข้าใจถึงว่าระบบย่อยอาหาร

<sup>1</sup> RLC "Encyclopaedia" Encyclopaedia Britannica 6 (1964):

ของมนุษย์เป็นอย่างไร การทำงานของกรณวิคลิสิก กระบวนการและทฤษฎีทางพันธุกรรม องค์ประกอบของลัทธิวิพากษ์วิจารณ์ (New Criticism) ความแตกต่างของศิลปะของเดโก (Deco) กับศิลปะสมัยใหม่ ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ของลัทธิมาร์คซิส (Marxism) ทฤษฎีทางการศึกษาของมาเรีย มอนเตสเซอร์ (Maria Montessor) ซึ่งบทความเหล่านี้จะเสนอให้บุคคลทั่วไปสามารถอ่านเข้าใจได้

วัตถุประสงค์ประการที่สอง คือ เพื่อเป็นการเริ่มต้นในการค้นคว้าหาความรู้ในหัวข้อที่ต้องการ โดยที่ไม่รู้จัก ซึ่งจากการเสนอข้อมูลที่รัดกุมและสะดวก ทำให้ผู้ค้นคว้าเกิดความเข้าใจต่อข้อมูล โดยมีการเสนอทั้งรูปภาพ กราฟ แผนภูมิ ตาราง แผนที่ นอกจากนั้นแล้วยังมีบทความซึ่งเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เช่น การทำสวน การแพทย์ การเล่นเกมส์

จากวิธีการใช้ของสารานุกรมจะมีความแตกต่างจากพจนานุกรม คือพจนานุกรมเป็นการแสดงออกเสียง คำสะกดที่ถูกต้องและความหมายของคำนั้น ๆ แต่สารานุกรมเป็นการแสดงการตอบคำถามจากคำนั้น ๆ ว่า คืออะไร เป็นใคร เมื่อใด อย่างไร เหตุใด ที่ใด เช่นเมื่อเปิดสารานุกรมคำว่า เครื่องบิน จะกล่าวถึง ประวัติความเป็นมาของเครื่องบิน ความสำคัญของเครื่องบินต่อชีวิตประจำวัน การเตรียมตัวก่อนบิน การบิน และงานหลังจากการบิน อุปกรณ์ชิ้นส่วนต่าง ๆ ในเครื่องบิน การทำงานของอุปกรณ์นั้น ๆ การผลิตเครื่อง การพัฒนาเครื่องบิน โดยประกอบด้วยบทความ รูปภาพ ตาราง เพื่อสะดวกในการเข้าใจ และนำไปใช้อ้างอิงได้อย่างถูกต้อง

#### การพัฒนาของสารานุกรม

สารานุกรมในยุคแรก ๆ เป็นงานซึ่งยุ่งยากมาก เนื่องจากต้องใช้แรงงานในการคัดลอก สารานุกรมที่นิยมอ้างถึงว่าเป็นสารานุกรมฉบับแรกคือ สารานุกรมของ Pliny เป็นสารานุกรมประวัติศาสตร์ธรรมชาตินิยม (A.D. 77)<sup>2</sup> เป็นสารานุกรมของโรมันที่มีบทบาทในยุคนั้นอย่างมาก

<sup>2</sup> J. Morris Jones, "encyclopedia" The World Book Encyclopedia

สารานุกรมฉบับนี้ได้จากการรวบรวมนักวิทยาศาสตร์มาเขียนเป็นสารานุกรม ซึ่งทั้งหมดในชุดนี้มี 37 เล่ม 2500 บท ในหลาย ๆ สาขาวิชา เช่น ภูมิศาสตร์ สรีระวิทยา พฤกษศาสตร์ สัตว-ศาสตร์ โลหะศาสตร์ และแพทยศาสตร์

ในยุคต่อมาระหว่างคริสต์ศตวรรษที่ 16 กับต้นกลางนั้น นักบวชทางศาสนจักรได้ทำการรวบรวมสารานุกรมที่มีอยู่ เพื่อนำมาตีความให้เข้ากับลัทธิทางศาสนา กลายเป็นเป็นการผูกขาดของศาสนจักรในเรื่องของสารานุกรม แต่ก็มีผลทำให้สารานุกรมได้แพร่ขยายออกไป จากความพร้อมทางด้านทรัพยากร เช่น แผ่นหนังสำหรับเขียน แรงงานจากบรรดาศักดิ์คฤหาสน์ และอิทธิพลของศาสนจักรก็ได้เสื่อมถอยลงไป เนื่องจากการกำเนิดของแท่นพิมพ์และกระดาษ

หลังจากการพิมพ์ได้เริ่มขึ้นทำให้การศึกษาเข้าสู่แนวคลาสสิก เป็นการเริ่มต้นของวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ พร้อมกันนั้นก็ได้มีการปฏิวัติทางอุตสาหกรรมขึ้นในโลกตะวันตก สารานุกรมในยุคนี้เลิกใช้แรงงานคนในการคัดลอกแล้ว ได้เปลี่ยนมาหาแท่นพิมพ์ทั้งหมด ทำให้ความรู้ศิลป-วิทยาการได้เจริญเติบโตขึ้น และได้เผยแพร่ออกไปทุก ๆ แห่งในยุโรป สารานุกรมที่ใช้วิธีในการเรียงลำดับตัวอักษร (Alphabetically) ซึ่งเป็นภาษาอังกฤษเล่มแรก คือ Lexicon Technicum ของ John Harris's (1704) และได้ใช้นักวิชาการซึ่งมีความรู้ในด้านนั้น ๆ มาเขียนบทความ หรือ An universal English dictionary of art, and sciences, explaining not only the terms of art, but the arts themselves ซึ่งเป็นเล่มเดียวและพิมพ์ครั้งที่ 2 เป็น 2 เล่ม (1708-1710) โดยเน้นหนักทางด้านคณิตศาสตร์ ฟิสิกส์ วิทยาศาสตร์ ศาสนศาสตร์ ประวัติบุคคลสำคัญ โคลงกลอน รวมทั้งตำราของเซอร์ไอแซค นิวตัน เกี่ยวกับกรด การแต่งเรื่องใช้การเขียนในลักษณะสารานุกรมปัจจุบัน

ในปี 1728 อับราฮัม แชมป์เบอร์ (Ephraim Chambers)<sup>3</sup> ได้ทำหนังสือ Cyclopaedia เผยแพร่ในอังกฤษและเป็นหนังสือที่มีการใช้ระบบการอ้างอิง (Cross references)

<sup>3</sup> Kenneth F. Kister "Historical Development of Encyclopedias" in Encyclopedia Buying Guide. Newyork & London : R.R. Bowker Company, 1981, p.4.

ทำให้แนวโน้มของสารานุกรมเป็นไปในรูปแบบนี้ และสารานุกรมที่มีชื่อเสียงทางด้านประวัติศาสตร์สำคัญ และประวัติศาสตร์ก็คือ Grand Dictionnaire Historique ou Melanoe Curieux de l' Historire Sacree et Profane ของ Louis Moreri ซึ่งพิมพ์ที่ Lyon ในปี 1674 ซึ่งได้พิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ เยอรมัน สเปน และอิตาลี จนทำให้ Pierre Bayle ได้ออกพจนานุกรมทางประวัติศาสตร์ (Dictionnaire Historique et Critique) (1697) ซึ่งมีชื่อที่น่าสังเกตในการพัฒนาสารานุกรมต่อมาคือ มีการแยกเรื่องราวตามข้อเท็จจริง และมีบทแสดงความคิดเห็น

หลังจากนั้นก็มีสารานุกรมของเดอนีส ดีเดโรต์ (Denis Diderot) และดาลอง แบต์ (d' Alembert) ซึ่งเป็นผลงานชิ้นเอกแห่งคริสต์ศตวรรษที่ 18 ซึ่งทั้งสองเป็นนักปราชญ์และช่วยกันแต่งและรวบรวมสารานุกรมวิทยาศาสตร์ ศิลปศาสตร์ และการค้าต่าง ๆ (Encyclopaedia of Science, Arts and Trades) โดยใช้เวลา 14 ปี (1751-1765) ซึ่งได้รับความนิยมกันอย่างแพร่หลาย

และในยุศตวรรษที่ 19 นี้ ก็มีสารานุกรมที่มีชื่อเสียงอีกชุดหนึ่ง เป็นสารานุกรมของ Friedrich Arnold Brockhause โดยชื่อสารานุกรมว่า Konversation-Lexicon โดยพิมพ์ครั้งแรกในปี (1796-1808) โดยเจาะตลาดบุคคลชั้นกลาง (Middle class) ซึ่งทำให้สารานุกรมของเขาเป็นสารานุกรมประจำบ้านบรอกซอส ซึ่งมีมาตรฐานในด้านความเที่ยงตรงของข้อมูล และความทันสมัยของข้อมูล ซึ่งจะมีอยู่ในสารานุกรมชุดปรับปรุง พร้อมทั้งมีแผนภูมิต่าง ๆ รูปภาพสีและข้อความ รูปภาพเลียนแบบภาพจริง ซึ่งหลายประเทศได้นำสารานุกรมของ Brockhaus ไปเป็นแบบอย่าง

สารานุกรมบริเตนนิกา (Encyclopaedia Britannica)<sup>4</sup> ได้จัดทำขึ้นโดยชาวสกอต 2 คน ในเมืองเอดิเนบอร์ (Edinburgh) ชื่อ นายโคลิน แมกฟาร์การ์ (Colin Macfarquhar) และนายแอนดรูว์ เบลล์ (Andrew Bell) โดยได้แรงจูงใจจากสารานุกรมของ เดอนีส ดีเดโรต์ และดาลอง แบต์ แต่เดิมแมกฟาร์การ์มีอาชีพเป็นนักพิมพ์และจำหน่าย

<sup>4</sup> รอง ศยามานนท์, ศาสตราจารย์. "วิวัฒนาการของสารานุกรม" ในอนุสรณ์งานพระราชเพลิงศพ ศาสตราจารย์รอง ศยามานนท์ มพช. มวม ทอง, หน้า 59-63.



หนังสือที่มิวสิยเป็นนักการศึกษาจริงจัง ส่วนเบลล์มีอาชีพเป็นช่างแกะสลักที่ฉลาดและชอบหมกหมุ่นอยู่กับงาน ทั้งสองคนนี้ได้อ่านและศึกษาสารานุกรมดิเคโรต์และคาลองแบต์ ซึ่งเขียนเป็นภาษาฝรั่งเศสไว้อย่างละเอียด เขาเชื่อว่าจะสามารถแก้ไขรูปแบบของสารานุกรมฝรั่งเศสให้ดีขึ้น สารานุกรมที่จะเขียนขึ้นจะมีทั้งคำบรรยายทำนองตำราและคำนิยามตามลำดับตัวอักษร ในการพิมพ์ครั้งแรกสารานุกรมแบ่งออกเป็น 10 ตอน 2,600 หน้า แต่ละตอนจะต้องพิมพ์เสร็จและออกจำหน่ายทุก ๆ สัปดาห์

สารานุกรมบริแทนนิกาได้ออกจำหน่ายตอนแรกเมื่อเดือนธันวาคม คศ. 1768 และ ใช้ชื่อย่อ EB. สารานุกรมตอนแรกนี้บรรจุข้อความที่เป็นความรู้และใช้ปฏิบัติได้เช่น บอกถึงยาแก้ปวดฟัน ระบุโทษของการสูบบุหรี่มากเกินไป นิยามคำเพศ (Sex) ว่าอวัยวะในร่างกายที่แสดงว่าผู้ชายแตกต่างกับผู้หญิง พร้อมกับอธิบายวิชาพฤกษศาสตร์ไว้ถึง 40 หน้า และบรรจุภาพแกะสลักของการคลอดบุตรอย่างปกติและไม่ปกติไว้อย่างละเอียดถึง 3 หน้า

สารานุกรมบริแทนนิกาฉบับพิมพ์ครั้งที่หนึ่ง ได้จำหน่ายหมดภายในเวลาไม่ถึง 10 ปี ในระหว่าง คศ. 1777 ถึง คศ. 1784 สารานุกรมบริแทนนิกาฉบับพิมพ์ครั้งที่สองได้ออกจำหน่ายมี 8,500 หน้า และแบ่งออกเป็น 10 เล่ม พร้อมกับเพิ่มเติมเรื่องชีวประวัติของบุคคลและประวัติศาสตร์อีกด้วย

แมกฟาร์การ์และเบลล์ได้ปรับปรุงสารานุกรมบริแทนนิกาฉบับพิมพ์ครั้งที่ 3 โดยบรรจุวิชาความรู้กว้างขวางกว่าแต่ก่อน โดยเพิ่มวิชาเทววิทยาและอภิธรรมเข้าไป พร้อมอุทิศถวายพระเจ้าจอร์จที่ 3 ซึ่งทรงปกครองประเทศอังกฤษระหว่าง คศ. 1760-1820 แล้วได้จัดการพิมพ์แล้วเสร็จในระหว่างปี 1787 ถึง 1797 และจำหน่ายได้ถึง 13,000 ชุด ซึ่งได้ผลกำไรแก่เจ้าของทั้งสิ้นเป็นเงิน 42,000 สเตอร์ลิง ต่อมาเบลล์ได้ซื้อหุ้นบริษัทสารานุกรมบริแทนนิกาทั้งหมดจากแมกฟาร์การ์ เบลล์จึงได้เป็นเจ้าของสารานุกรมนี้แต่ผู้เดียว ปรากฏว่าชาวอเมริกันนิยมใช้สารานุกรมบริแทนนิกาเช่นเดียวกับชาวอังกฤษ จึงได้มีผู้ลักลอบพิมพ์สารานุกรมบริแทนนิกาในสหรัฐอเมริกาออกจำหน่ายเมื่อสารานุกรมพิมพ์เสร็จในอังกฤษ ก็มีโรงพิมพ์ที่เมืองฟิลาเดลเฟีย

---

\* เทววิทยาคือ วิชาว่าด้วยพระเจ้าและความสัมพันธ์ระหว่างพระเจ้ากับโลก และ อภิธรรมคือ ชื่อปฏิภพหนึ่งในพระไตรปิฎก เรียกว่าพระอภิธรรมปิฎก

คัดลอกไปพิมพ์อีกครั้งหนึ่งเพียงแต่เปลี่ยนชื่อเสียใหม่เป็น "ฉบับพิมพ์อเมริกันฉบับที่หนึ่งได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้นมาก" (The First American Edition, Greatly Improved)

สารานุกรมบริแทนนิกาฉบับพิมพ์ครั้งที่ 4 ได้ทำสำเร็จออกจำหน่ายได้ภายหลังที่เบลล์ถึงแก่กรรมเมื่อ ค.ศ. 1807 มีข้อความพื้นฐานเหมือนกับฉบับพิมพ์ครั้งที่ 3 เพียงแต่ละเอียดกว่าและในชุดที่ 4 ได้เพิ่มขึ้นอีก 2 เล่ม

นายอาชิบอลด์ คอนสเทเบิล (Archibald Constable) เชื่อว่าสารานุกรมบริแทนนิกาจะจำหน่ายได้คล่องต่อไป จึงได้ซื้อกิจการของบริษัทสารานุกรมของเบลล์ และเริ่มแจกหนังสือโฆษณายกย่องคุณค่าของสารานุกรมบริแทนนิกาฉบับพิมพ์ครั้งที่ 5 ซึ่งในที่สุดก็ขายได้หมด คอนสเทเบิลจึงได้พิมพ์สารานุกรมบริแทนนิกาฉบับพิมพ์ครั้งที่ 6 โดยเพิ่มขึ้นอีก 6 เล่ม ในฉบับพิมพ์ครั้งที่ 6 นี้ มีผู้ทรงคุณวุฒิทั่วโลกได้ร่วมเขียนเรื่องต่าง ๆ ลงด้วย รวมทั้งนักประพันธ์ที่มีชื่อเสียงเช่น เซอร์ วอลเตอร์ สกอต ได้เขียนเรื่องวีรคติ และละคร เป็นต้น

นายอะแดม แบลก (Adam Black) ได้ซื้อบริษัทสารานุกรมจากคอนสเทเบิล โดยดำเนินการตามนโยบายของเจ้าของเดิม และได้จัดพิมพ์สารานุกรมบริแทนนิกาครั้งที่ 7 แม้ว่าจะไม่ได้กำไรจากบริษัทมากเท่าที่ควร แบลกก็ได้ซื้อเสียงและเกียรติภูมิของตนซึ่งปรากฏว่าเมื่อจัดพิมพ์สารานุกรมบริแทนนิกาฉบับพิมพ์ครั้งที่ 8 เสร็จแล้ว สมเด็จพระนางเจ้าวิกตอเรีย ซึ่งครองบัลลังก์อังกฤษยาวนานอยู่ถึง 64 ปี (ค.ศ. 1837 ถึง ค.ศ. 1901) ได้พระราชทานบรรดาศักดิ์ชั้นเซอร์ให้แก่แบลก

อนึ่งในสารานุกรมบริแทนนิกาฉบับพิมพ์ครั้งที่ 8 ได้มีชาวอเมริกันที่ทรงคุณวุฒิได้ร่วมเขียนเรื่องลงด้วย เรื่องใหม่ที่บรรจุลงในสารานุกรมมีสาระทันสมัยเช่น การถ่ายรูป ลัทธิคอมมิวนิสต์ การโทรเลข และวิชาชาวเลขของไอซาค พิตแมน (Isaac (Sir) Pitman)

เซอร์อะแดม แบลก ได้นำบุตร 3 คน เข้าร่วมงานในบริษัท บุตรของเขาต้องการที่จะแก้ไขข้อความในสารานุกรมฉบับที่พิมพ์ครั้งที่ 9 อย่างมาก โดยให้เหตุผลว่าความคิดตามประเพณีนิยมของผู้่านได้เปลี่ยนไปโดยมีหนังสือ "กำเนิดมนุษย์" (origin of species) ซึ่งมี ชาร์ลส์ ดาร์วิน เป็นผู้เขียนขึ้นเป็นต้นเหตุ ดังนั้นจึงได้รวบรวมนักปราชญ์และผู้ทรงคุณวุฒิช่วยกันเขียนหรือบทความลงในสารานุกรม เช่น ทอมัส ฮักซเลย์ (Thomas Huxley)

เป็นที่ปรึกษาวิชาชีววิทยาสาขาต่าง ๆ และเจ้าชายเป็ตร อะเล็กซีวิช (Prince Pete Alex-seevich) แห่งรัสเซีย (เขียนบทความเรื่อง "ลัทธิอนาธิปไตย\*") โดยมีศาสตราจารย์เบนส์ (Baynes) ผู้มีชื่อเสียงในด้านการศึกษานั่งล้อของวิลเลียมเชคสเปียร์ และเคยดำรงตำแหน่งศาสตราจารย์ วิชาตรรกศาสตร์ ที่มหาวิทยาลัยเซนต์แอนดรูมาแล้วเป็นบรรณาธิการ เนื่องจากเหตุผลดังกล่าวมานี้สารานุกรมบริแทนนิกาฉบับพิมพ์ครั้งที่ 9 จึงได้รับสมญานามว่า "ฉบับนักปราชญ์"

แม้ว่าจะได้มีการตกลงจำหน่ายสารานุกรมบริแทนนิกาในสหรัฐอเมริกาได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย แต่ก็ยังมีผู้ลักลอบพิมพ์ออกจำหน่ายในประเทศนั้น ทั้งนี้แสดงว่าชาวอเมริกันชอบอ่านสารานุกรม ฮอเรซ ฮูเปอร์ (Horace Hooper) ชาวอเมริกันแห่งนครชิคาโกจึงได้ซื้อบริษัทสารานุกรมจากตระกูลแมลค ด้วยเหตุนี้บริษัทได้เปลี่ยนเจ้าของจากชาวอังกฤษมาเป็นชาวอเมริกัน ฮูเปอร์จัดทำสารานุกรมบริแทนนิกาฉบับพิมพ์ครั้งที่ 10 ซึ่งจำหน่ายได้ดีทีเดียว แต่ก็ยังไม่ถึงความเกี่ยวข้องกับผู้ที่ทรงคุณวุฒิในประเทศอังกฤษ และใน ค.ศ. 1910 ฮูเปอร์ได้ทำความตกลงมอบให้มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์เป็นที่ปรึกษา แล้วก็พิมพ์สารานุกรมบริแทนนิกาฉบับพิมพ์ครั้งที่ 11 ซึ่งมี 29 เล่ม ออกจำหน่ายโดยได้อุทิศถวายพระเจ้าจอร์จที่ 5 แห่งอังกฤษ และให้แต่ประธานาธิบดีวิลเลียม ทาฟต์ (William Taft) แห่งสหรัฐอเมริกา บทความสารานุกรมก็ได้มาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีชื่อเสียงรู้จักกันมาก เช่น บทความของโรเบิร์ต หลุยส์ สตีเวนสัน (Robert Louis Stevenson) และแมตทิว อาร์โนลด์ (Matthew Arnold) ส่วนการจำหน่ายสารานุกรมได้มอบให้บริษัทเซียส์ โรบ์ค (Sears Roebuck) ที่นครชิคาโก ซึ่งเป็นบริษัทสรรพสินค้าใหญ่มากแห่งหนึ่งในสหรัฐอเมริกาจัดการส่งไปให้แก่ผู้ที่สั่งซื้อ

สำหรับสารานุกรมบริแทนนิกาฉบับพิมพ์ครั้งที่ 12 นางฮูเปอร์ ภรรยาของนายฮูเปอร์ และน้องชายของเธอได้จัดพิมพ์เอง บริษัทเซียส์ โรบ์ค ได้กลับมาเป็นผู้ลงทุนสารานุกรมฉบับพิมพ์ครั้งที่ 13 และ 14 สำหรับฉบับพิมพ์ครั้งที่ 13 ได้เพิ่มบทความขึ้นอีก 5 เล่ม รวมทั้งบทความของฮาร์รี ฮูคินี, มาร์ที คูรี และ เลอบ ทรอตสกี

สารานุกรมบริแทนนิกาฉบับพิมพ์ครั้งที่ 14 การจำหน่ายได้ซบเซาเนื่องจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ภายหลังจากสงครามโลกครั้งนั้น วิลเลียม เบนตัน นายทุนอเมริกันได้เตรียมเงินไว้ถึง

\* ลัทธิอนาธิปไตยคือ ภาวะที่บ้านเมืองไม่มีรัฐบาล ไม่มีกฎหมายและระเบียบทำให้เกิดความวุ่นวายทางการเมือง

10,000,000 ดอลลาร์อเมริกัน (ประมาณ 210,000,000 บาท) ที่จะแก้ไขปรับปรุงสารานุกรมฉบับพิมพ์ครั้งที่ 14 ทั้งหมด ในค.ศ. 1958 แต่ในที่สุดก็ได้ลงมือพิมพ์สารานุกรมฉบับพิมพ์ครั้งที่ 15 ขึ้นแทน ภายหลังจากที่เวลาได้ผ่านไปถึง 15 ปี วิลเลียม เบนตัน ผู้จัดพิมพ์สารานุกรมฉบับนี้ถึงแก่กรรมเมื่อ ค.ศ. 1972 ก่อนที่จะพิมพ์แล้วเสร็จ 11 เดือน นางเฮเลน เฮมิงเวย์ เบนตัน ภรรยาของเขาได้รับมรดกเป็นผู้จัดพิมพ์แทน นับได้ว่าเป็นสตรีคนแรกที่ประกอบธุรกิจประเภทนี้

สารานุกรมบริแทนนิกาฉบับพิมพ์ครั้งที่ 15 เป็นหนังสือชุด 30 เล่ม บรรจุคำต่าง ๆ 43 ล้านคำ แบ่งเป็นหน้าหนังสือได้ 30,000 กว่าหน้า และมีภาพถ่ายประกอบ 20,000 ภาพ พร้อมกับภาพเขียนและแผนที่ สิ้นค่าใช้จ่าย 32 ล้านดอลลาร์อเมริกัน มีผู้เขียนบทความลงในสารานุกรมกว่า 4,000 คน เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับประเทศต่าง ๆ 131 ประเทศ

ปัจจุบันสารานุกรมบริแทนนิกาฉบับพิมพ์ครั้งที่ 15 ได้พิมพ์ในประเทศฟิลิปปินส์ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เยอรมันนี ฝรั่งเศส สวิตเซอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่นครชิคาโก และใน ค.ศ. 1980 ได้ทำความตกลงกับสำนักสารานุกรมของจีน (Greater Encyclopaedia of China) ที่จะทำสารานุกรมนี้เป็นฉบับภาษาจีน

สารานุกรมอเมริกันนา (Americana)<sup>5</sup> จัดทำขึ้นโดยชาวเยอรมันชื่อ Francis Lieber (ค.ศ. 1798-1872) อาศัยอยู่ที่เมืองบอสตันในปี 1827 เริ่มพิมพ์ปี ค.ศ. 1829 โดยมีทั้งหมด 13 เล่ม เสร็จสมบูรณ์ในปี 1833 และในชุดต่อมาพิมพ์ในปี ค.ศ. 1833-1836 , 1847-1848 และ 1858 โดยที่ใน 3 ชุดหลังนี้ ได้มีส่วนของสารานุกรมที่มีชื่อเสียงคือ Konversation-Lexikon ของ Brockhaus ในชุดที่ 7 รวมอยู่ด้วย ถือเป็นสารานุกรมที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงฉบับแรกของสหรัฐอเมริกา และต่อมานั้นในปี ค.ศ. 1918-1920 ก็ได้ออกมาอีกชุดหนึ่งคือ ชุด 30 เล่ม ซึ่งได้พิมพ์ใหม่ทั้งหมดโดยอาศัยบรรณาธิการจำนวนมาก พร้อมทั้งที่ปรึกษาและเป็นการพิมพ์ใหม่ทั้งหมด ในปี ค.ศ. 1923 ก็ออกหนังสือประจำปีมา (Americana Annual) ซึ่งเป็นการพัฒนาข้อมูลจากสารานุกรมในชุดทั้งทางด้านเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในระหว่างปี

<sup>5</sup>Herbert S. Hirshberg. "Encyclopedia", *Encyclopedia Americana*



ก่อนที่จะเริ่มศตวรรษที่ 20 Richard S. Peale ผู้พิมพ์หนังสือ Warner's Library of the World's Best Literature ได้เข้าร่วมเรียบเรียงหนังสือกับ Munn and Company ของเมืองนิวยอร์ก โดยได้พิมพ์หนังสือ Scientific American เพื่อที่จะใช้ในการพิมพ์สารานุกรมอเมริกันมา โดยนำข้อมูลต่าง ๆ มาลงในสารานุกรมข้อมูลต่าง ๆ จึงทันสมัยมาก ในชุด 20 เล่ม ซึ่งออกมาในปี 1911 และหนังสือประกอบชุด 2 เล่มออกมาในปี 1912

สารานุกรมอเมริกันฉบับปัจจุบันนี้ บรรณาธิการคือ เบอร์นาด เอส เคย ซึ่งเคยดำรงตำแหน่งบรรณาธิการหนังสืออ้างอิงต่าง ๆ โดยใช้ชื่อบริษัทว่า กัม แอนด์ คอมพานี หลังจากนั้นก็ย้ายมาทำงานที่ แม็กมิแลนด เพื่อที่จะจัดทำสารานุกรมคอลลีเออร์ (Collier's Encyclopedia และร่วมทำ Merit Student Encyclopedia ในปี 1977 นั้น ได้เพิ่มบรรณาธิการซึ่งเดิมเคยมีบรรณาธิการ 29 คน เป็น 32 คน และบรรณาธิการที่ปรึกษาอีก 51 คน 8 คนในจำนวนนี้เป็นศาสตราจารย์ชาวแคนาดา สารานุกรมนี้มีผู้ที่เข้าช่วยเหลือในการทำมากที่สุด ในจำนวนสารานุกรมภาษาอังกฤษที่มีอยู่ เช่น Albert C. Baugh (นิรุกติศาสตร์)\* Sidney Hock (ปรัชญา), Edward R. Murrow (นักเขียน) , J.D. Watson (ชีววิทยา) นอกจากนี้ยังมีผู้ช่วยท่านอื่น ๆ อีกเช่น Charles W. Howe ศาสตราจารย์ทางด้านเศรษฐศาสตร์ ที่มหาวิทยาลัยโคโลราโด ซึ่งเรื่องราวต่าง ๆ ที่บันทึกไว้ในสารานุกรมนี้เป็นเรื่องที่ยาว และมีประมาณสามในสี่ของเรื่องทั้งหมด

สำหรับสารานุกรมคอลลีเออร์ (Collier's Encyclopedia) ได้พิมพ์ในปี ค.ศ. 1949- 1951 มีทั้งหมด 20 เล่ม ซึ่งเป็นผลงานใหม่ทั้งหมด ได้รับการต้อนรับจากตลาดด้านนี้อย่างดี จนทำให้ต้องขยายออกไปเป็น 24 เล่มต่อชุด และมีหนังสือประจำปี และในช่วงนี้ก็มีสารานุกรมอีกชุดหนึ่งเกิดขึ้นมาคือ American Peoples Encyclopedia ปี ค.ศ. 1948 และมีหนังสือประจำปีด้วย ต่อมาในปี 1959 สารานุกรมของ Funk and Wagnalls ก็ได้ออกมาโดยใช้ชื่อ Funk and Wagnalls Standard Reference Encyclopedia นอกจากนั้นก็ยังมีสารานุกรมฉบับเล็ก ๆ เกิดขึ้นเพื่อเป็นการสนองตลาดล่างลงมากคือ ต้องการจำนวนเล่มที่น้อยและราคาต่ำลง ซึ่งก็มี Columbia Encyclopedia พิมพ์ครั้งแรกในปี ค.ศ. 1935

\* นิรุกติศาสตร์คือ วิชาที่ว่าด้วยความหมายของคำ

ครั้งที่ 2 ค.ศ. 1950 และครั้งที่ 3 ปี ค.ศ. 1963 ซึ่งเป็นการย่อลงมาจากสารานุกรมใหญ่ เหลือเพียง 1 เล่ม

ตลาดสารานุกรมเด็กเริ่มในปี<sup>6</sup> ค.ศ. 1695 ในชุดแรกคือ Pera Librorum-Juvenilum พิมพ์ใน Altdrof ประเทศเยอรมัน และชุดในภาษาอังกฤษโดยนาย John Newberys ใช้ชื่อ Circle of the Sciences ในลอนดอน ปี ค.ศ. 1745 ส่วนสารานุกรมชุดใหญ่ ๆ สำหรับเด็กที่ได้รับความนิยมคือ Children's Encyclopedia ซึ่งออกในปี ค.ศ. 1908 ที่ประเทศอังกฤษ

ในสหรัฐอเมริกาที่มี the book of knowledge ของ Children's Encyclopedia มีทั้งหมด 24 เล่ม โดยออกมาในปี ค.ศ. 1910 ซึ่งมีใช้เฉพาะเสนอแต่ด้านข้อมูลเท่านั้น แต่ยังมีเรื่องราวที่น่าสนใจของเด็ก ๆ เช่น เกมต่าง ๆ โคลงกลอน นิทาน งานอดิเรก ในปี ค.ศ. 1966 ก็ออกชุดใหม่มาโดยใช้การเรียงอักษร มี 20 เล่ม ใช้ชื่อ The New Book of Knowledge พร้อมทั้งมีหนังสือประจำปีด้วย

The World Book Encyclopedia ตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1917 โดยการออกสารานุกรมชุด 8 เล่ม พิมพ์โดย Handson-Roach Powler Company (บริษัทเดียวกับที่ผลิต new practical reference library ซึ่งเป็นที่มาของ American Education Encyclopedia (ในปัจจุบันนี้ได้เลิกกิจการไปแล้ว) The World Book Encyclopedia ที่ออกมานั้นได้ประสบความสำเร็จอย่างมากทั้งทางด้านการขายและชื่อเสียง ในปี 1945 สารานุกรมเวิลด์-บุ๊กส์ ได้ยกย่องว่าเป็นชุดที่ดี และอีกสามปีให้หลัง บริษัท Field Enterprises Education Corporation ได้กลายเป็นผู้พิมพ์เป็นทางการ ในปี 1977 ชื่อผู้พิมพ์ได้เปลี่ยนเป็น World Book-Childcraft International, Inc, (WBCI)

<sup>6</sup>Herbert S. Hirshberg, " Encyclopedia Americana" 10 (1983)

WBCI ให้ออก The How and Why Library ซึ่งเป็นชุดที่เด็กเริ่มหัดอ่าน และยังมี World Book Dictionary ประกอบด้วยอีก 2 เล่ม การเรียบเรียงและควบคุมจาก นาย Clarence Barnhart เป็นเวลาหลายศตวรรษที่ผ่านมา World Book ได้รับการเชื่อถือจากอาจารย์ ห้องสมุด บทวิจารณ์ โดยพิจารณาจากการสำรวจทั่วประเทศ ในปี ค.ศ. 1955 ได้มีการสำรวจหลักสูตรและเนื้อหาที่เด็กต้องเรียนในชั้นเรียน และได้พัฒนาไปจนถึง 145 เล่ม ซึ่งเป็นชุดที่ใหญ่ที่สุด โดยใช้มือสัมผัสสำหรับผู้พิการทางตา และยังรวมกับ American Printing House โดยผลิตเทป 219 ม้วน (ม้วนละ 6 ชั่วโมง) และมีหนังสือประกอบ 19 เล่ม

ในปี 1977 ได้ติดตั้งระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสื่อสารานุกรมโดยใช้ระบบวิดีโอ ต่อมาในปี 1980 ก็ได้พิมพ์เป็นภาษาโปรตุเกส ชุด 15 เล่ม และยังมีที่บราซิลโดยบริษัท Editara Delta ที่ Rio de Janeiro

นอกจาก world Book แล้วยังมี Britannica Junior พิมพ์ครั้งแรกในปี ค.ศ. 1934 ใช้ชื่อ Britannica Junior Encyclopaedia ในปี 1963 ชุด 15 เล่ม และได้ปรับปรุงมาเรื่อย ๆ สารานุกรมเด็กนี้ยังมีบริษัทที่ผลิตออกจำหน่ายอื่น ๆ คือ Compton's Encyclopaedia and Fact Index ชุด 24 เล่ม ปี 1977 ซึ่งชุดแรกสุดนี้พิมพ์ในปี 1922 ชุด 8 เล่ม โดยใช้ชื่อ Compton's Picture Encyclopedia ในปี 1967

### การจัดทำสารานุกรม

การจัดทำสารานุกรมเป็นงานที่ยุ่งยากและซับซ้อนมาก<sup>7</sup> ตั้งแต่การวางแผน การเขียน การทำรูปภาพและแผนภูมิต่าง ๆ ตลอดจนการพิมพ์ ดังนั้นก่อนที่จะมีการเริ่มจัดทำ ผู้จัดทำจะต้องกำหนดแผนงานต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น สารานุกรมที่จะต้องทำขึ้นนี้ มีวัตถุประสงค์ในการจัดทำเพื่อเหตุใด ใครจะเป็นผู้ที่จะใช้สารานุกรมที่จะจัดทำ ในสารานุกรมควรมีสาขาวิชาใดและ

<sup>7</sup>Lars Hedman, "Encyclopedia". The World Book Encyclopedia 6 (1981) : 216.

สาขาวิชาใดไม่ควรนำมาเสนอ การเรียบเรียงเนื้อหาอยู่ในลักษณะใด ในหนึ่งชุดควรมีกี่เล่ม และแต่ละเล่มควรมีกี่หน้า ควรจะมีรูปภาพแผนภูมิต่าง ๆ หรือไม่ รูปภาพแผนภูมิต่าง ๆ จะใช้รูปใดที่สมควรจะนำมาลงและควรจะเป็นภาพสีธรรมชาติหรือสีขาวดำ และถ้ามีแผนที่รวมอยู่ด้วย จะเป็นแผนที่แบบใดจึงจะเหมาะสม ภาพแผนที่ควรเป็นภาพสีหรือขาวดำ ใครที่เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการทำแผนที่ จะทำอย่างไรจึงจะสามารถนำเสนอข้อมูลให้ง่ายต่อการอ่านและเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ผู้จัดทำจะต้องทำการตัดสินใจเพื่อที่จะให้สารานุกรมเป็นที่ต้องการของตลาดมากที่สุด

### สิ่งที่ต้องคำนึงในการจัดทำสารานุกรม

ก. วัตถุประสงค์ทั่วไปในการจัดทำ ก่อนที่จะทำการจัดทำสารานุกรม ผู้จัดทำจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ทั่วไปก่อน เพื่อที่จะทราบรายละเอียดของสารานุกรมที่ควรจะมี ซึ่งจะต้องทราบถึงวัตถุประสงค์ทั่วไปก่อนอื่น และทราบถึงสิ่งที่สารานุกรมฉบับนี้จะนำเสนอต่อผู้อ่านถึงสาขาวิชาใดที่ควรนำมาเสนอและสาขาวิชาใดที่ไม่ควรนำมาเสนอ สารานุกรมนั้นจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะเสนอข้อมูลในทุก ๆ สาขาวิชาหรือเสนอข้อมูลในสาขาวิชาใดวิชาหนึ่งเท่านั้น เช่น วัตถุประสงค์ในการจัดทำของสารานุกรมของ The World Book คือ "เพื่อที่จะ อธิบาย พรรณา เสนอรูปภาพ ของมนุษย์ในปัจจุบันและในอดีต สภาพแวดล้อมของมนุษย์ และการปรับตัวของมนุษย์ในสภาพแวดล้อมนั้น ๆ" สารานุกรมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะเสนอข้อมูลในสาขาวิชาใดวิชาหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น กฎหมายหรือยา ก็จะสามารถนำเสนอเฉพาะข้อมูลที่เป็นจริงในทุก ๆ หัวข้อที่สำคัญในสาขาวิชานั้น ๆ

ข. ผู้อ่าน ในการวางแผนจัดทำสารานุกรม จำเป็นจะต้องทราบว่าผู้อ่านเป็นใคร สารานุกรมบางชุดกำหนดวัตถุประสงค์เบื้องต้น คือ สำหรับให้เด็กจนกระทั่งถึงวัยรุ่นอ่าน ในขณะที่สารานุกรมบางชุดออกแบบมาเพื่อให้ผู้ใหญ่ นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญได้ศึกษาค้นคว้า



ตัวอย่างเช่น สารานุกรมของ The World Book ให้ออกแบบมาเพื่อเป็นหนังสืออ้างอิงสำหรับ  
ครอบครัว

ค. ขอบเขตในการเสนอข้อมูลในสารานุกรม ขอบเขตจะกว้างหรือแคบแค่ไหนอยู่ที่  
ผู้อ่านซึ่งจะเป็นใคร ราคาที่ผู้ซื้อสามารถหาซื้อได้ ซึ่งจะกำหนดออกมาเป็นจำนวนเล่มความหนา  
ของแต่ละเล่ม และเนื้อหารายละเอียดในแต่ละหน้า ยังไม่เคยมีสารานุกรมใดสามารถครอบคลุม  
เนื้อหาของข้อมูลทั้งหมด ในทุกสาขาวิชาได้

ง. การเรียบเรียงเนื้อหา การเรียบเรียงเป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำสารานุกรมที่  
สำคัญยิ่งสารานุกรมเกือบทั้งหมด ใช้วิธีหนึ่งวิธีใดใน 2 วิธีคือ เรียบเรียงข้อมูลโดยเรียงลำดับ  
อักษร A-Z หรือเรียงตามหัวข้อเรื่องที่ต้องการเสนอ

สารานุกรมที่เรียงลำดับตามอักษร อาจจะเรียงตามภายในเล่มหรือมากกว่าหนึ่งเล่มก็  
ได้ การใช้วิธีเรียงลำดับอักษรนี้ ยังแยกออกเป็น 2 วิธี คือ การเรียงลำดับอักษรแบบเดี่ยว  
A-Z เช่นของ The World Book หรือเรียงลำดับอักษรแบบคู่ ซึ่งอาจจะจบอักษรเดี่ยวภายใน  
เล่ม หรือแยกออกไปจบภายในเล่มอื่น ๆ ก็ได้

สารานุกรมที่เรียงตามหัวข้อเรื่องต่าง ๆ ก็จะเสนอสิ่งที่น่าสนใจในหัวข้อนั้น ๆ เช่น  
ใน 1 เล่มจะมีแต่เรื่องที่เกี่ยวข้อง หรืออาจเป็นเรื่องสัตว์ ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์  
การแยกเรื่องในแต่ละเล่มทำให้มีดัชนีแยกไปแต่ละเล่ม

จ. เนื้อหาในแต่ละเล่ม เนื้อหาในแต่ละเล่มผู้จัดทำจะต้องเป็นผู้เลือกเรื่องที่จะนำมา  
ลงในสารานุกรม ซึ่งจะทำให้หนังสือแต่ละเล่มบรรจุข้อมูลได้แตกต่างกันไป ถ้าพิจารณาสาราน-  
ุกรมต่าง ๆ จะเห็นว่าความหนาของแต่ละเล่มต่างกัน สารานุกรมอาจมีความหนาในชุดเดียวกัน  
แต่ละเล่มไม่เท่ากัน แต่ในขณะที่สารานุกรมอื่นจะมีความหนาของแต่ละเล่มเท่ากัน

สารานุกรมที่ใช้ การเรียบเรียงโดยหน่วยอักษร (Unit-letter arrangement)  
จะมีเนื้อหาในสาขาวิชาต่าง ๆ ที่ขึ้นต้นด้วยอักษรเดียวกัน เช่น A อยู่ในเล่มเดียวกัน เช่น  
The World Book หัวเรื่องที่ขึ้นต้นด้วยอักษร A ก็จะอยู่ในเล่ม A หัวเรื่องที่ขึ้นต้นด้วยอักษร  
B ก็จะอยู่ในเล่ม B ในบางเล่มจะมีหัวเรื่องที่ขึ้นต้นด้วยตัวอักษรที่ต่อกัน 2 ตัวอักษร หรือมาก  
กว่าโดยเรียงลำดับตามลำดับอักษร (Alphabet)

สารานุกรมบางชุดที่มีความหนาของแต่ละเล่มเท่ากันทั้งหมด จะใช้วิธีการเรียงเรียงแบบแยกตัวอักษร (split-letter system) ในบางครั้งจะไม่สามารถจบเรื่องที่มีหัวข้อที่ขึ้นต้นด้วยอักษรเดียวกันในเล่มเดียวกันได้ ก็ต้องแยกไปไว้ในเล่มอื่น เพื่อให้สารานุกรมแต่ละเล่มมีความหนาเท่ากันทั้งหมด

ฉ. ภาพประกอบ เป็นส่วนสำคัญในการรับรู้และสื่อความหมาย เช่น รูปภาพ แผนที่ แผนภูมิ การศึกษา การสื่อข้อมูล จะมีค่าน้อยแค่นั้นขึ้นอยู่กับการคิดสร้างสรรค์ของบรรณาธิการและฝ่ายศิลป์ ซึ่งทั้งสองฝ่ายจะต้องทำงานร่วมกัน โดยมีคำกล่าวของจีนว่า "ภาพหนึ่ง ๆ สามารถบรรยายได้มากกว่า 10,000 คำ" ซึ่งเป็นความจริงอย่างมากในกรณีของสารานุกรม

ช. แผนที่ เป็นส่วนที่ขาดมิได้เลยในการทำสารานุกรม จากการสื่อสารโทรคมนาคม เครื่องบิน โทรทัศน์ วิทยุ ประชาชนทั่วทุกภาคของโลกกลายเป็นเพื่อนบ้านกัน การเสนอภาพแผนที่ที่ช่วยให้ผู้อ่านสารานุกรมสามารถเข้าใจถึงด้านรัฐศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และลักษณะต่าง ๆ ของประเทศได้

ซ. ความง่ายในการใช้ การเรียงลำดับตามอักษรเป็นการง่ายต่อการค้นหาข้อมูลที่ต้องการทั้งเด็กและผู้ใหญ่ นอกจากการเรียงลำดับตามอักษรแล้วยังมี "การอ้างอิงถึงส่วนที่เกี่ยวข้อง (Cross-reference) ทั้งนี้เพื่อเสนอข้อมูลที่มีอยู่ในสารานุกรมซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กัน เพื่อที่จะทำให้ผู้อ่านได้ข้อมูลอย่างพร้อมสมบูรณ์ในแง่ต่าง ๆ เช่น คำว่า "เห็น" มีการอ้างอิงถึงบทความอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการมองเห็นในเล่มอื่นซึ่งอาจจะเป็นบทความที่ยาวหรือสั้น นอกจากนั้นแล้วยังมีบทความที่เกี่ยวข้อง (Related article) ซึ่งจะอยู่ตอนท้ายของบทความแต่ละบทจะเป็นเรื่องซึ่งเสริมข้อมูลในบทความที่อยู่ตอนต้น เช่น เรื่องอากาศ ในตอนท้ายของเรื่องจะอ้างอิงถึงบทความที่เกี่ยวข้องเช่น ไนโตรเจน ออกซิเจน และลม

ในตอนต้นของบทความที่ยาว จะเป็นการเสนอข้อมูลเพื่อให้ผู้อ่านได้รับข้อมูลอย่างรวดเร็ว ในส่วนต่อมาจากตอนต้นก็จะเสนอรายละเอียดของเนื้อหาและโครงสร้างของสาขาวิชาและที่ส่วนสุดท้ายของบทความ ก็จะมีหัวเรื่องและรายชื่อหนังสือที่ควรจะอ่านเพื่อการค้นคว้าต่อไป

ด. การเตรียมบทความ บทความในสารานุกรมจะมีความยาวหรือสั้นมากน้อยแตกต่างกันแล้วแต่การให้ความสำคัญของสาขาวิชานั้น ๆ บทความบางบทความมีเพียง 2-3 บรรทัดหรือเพียงย่อหน้าสั้น ๆ ของบทความอาจมีความยาวหลายหน้า วิธีการในการเตรียมบทความต่าง ๆ ความสั้น ความยาวของบทความแต่ละชนิดของสารานุกรมแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้จัดทำและประเภทของสารานุกรม

ตั้งแต่ได้มีการจัดทำสารานุกรมขึ้นมา การปรับปรุงแก้ไขเป็นเรื่องซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งจากการพิมพ์ครั้งแล้วครั้งเล่า สารานุกรมก็จะเพิ่มบทความมากขึ้นและจะปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยมากขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคณะกรรมการบรรณาธิการจัดทำ ซึ่งเป็นบุคคลที่เชี่ยวชาญทางสาขาต่าง ๆ การพิจารณาจะพิจารณาเป็นแต่ละหัวข้อว่าควรจะมีการเขียนขึ้นใหม่หรือเพิ่มเติม โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทความซึ่งเป็นหลักของสารานุกรมนั้น ๆ จะต้องปรับปรุงให้ข้อมูลทันสมัยที่สุดและสมบูรณ์ที่สุด

ด. การเตรียมในรายละเอียด บรรณาธิการของสารานุกรมจะเตรียมรายละเอียดของบทความไว้เพื่อเสนอให้แก่วัดที่เขียนบทความ ได้ทราบถึงสิ่งที่ควรบรรจุลงในบทความและสิ่งที่ควรแก้ไขปรับปรุง แต่ก่อนที่บรรณาธิการจะมีการแก้ไขปรับปรุง บรรณาธิการจะต้องศึกษาว่า ในบทความแต่ละเรื่องสิ่งใดที่จะมีคุณค่าสูงสุดสำหรับผู้อ่าน เช่น สารานุกรมที่เหมาะสมสำหรับเด็กก็จะศึกษาถึงหลักสูตรการศึกษาในโรงเรียนเพื่อที่จะนำมาพิจารณาถึงบทความต่าง ๆ ที่จะลงในสารานุกรมและเพื่อการปรับปรุง.

หลังจากการตรวจแก้ไขบทความขั้นสุดท้ายแล้ว รายละเอียดของบทความจะเป็นสิ่งที่กำหนดความยาว โครงสร้าง และวัตถุประสงค์ในการเสนอข้อมูลในบทความนี้ โดยการกำหนดเป็นคำซึ่งมากน้อยแล้วแต่ความสำคัญของบทความที่มีส่วนสัมพันธ์กับการศึกษาในโรงเรียนในระดับต่าง ๆ รายละเอียดนี้รวมไปถึงการกำหนดรูปภาพ ตาราง แผนภูมิ และแผนที่

ง. การเลือกผู้เขียนบทความ นักวิชาการซึ่งชำนาญเฉพาะสาขาวิชานั้น ๆ จะได้รับเชิญมาเขียนบทความต่าง ๆ การที่บรรณาธิการจะเลือกนักวิชาการคนใดนั้นขึ้นอยู่กับความชำนาญความรู้ หรือผลงานการเขียนบทความในสาขานั้น ๆ อยู่แล้ว หลังจากทำการคัดเลือกนักวิชาการเรียบร้อยแล้ว ก็จะส่งรายละเอียดที่ต้องการของแต่ละบทความไปให้นักวิชาการ การรับผิดชอบแต่ละหัวเรื่องและทำปรับปรุงแก้ไขในรายละเอียดที่ควรปรับปรุง

ฎ. การบรรณาธิการต้นฉบับ หลังจากทีนักวิชาการซึ่งได้รับเชิญมาเขียนบทความได้ส่งบทความ (ต้นฉบับ) ที่เขียนมายังบรรณาธิการแล้ว บรรณาธิการจะทำการตรวจแก้ไขในส่วนที่จำเป็น เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของบริษัท ทางด้านเนื้อหาสาระ ลีลาการเขียน การเว้นวรรค ชั้นตอนการเสนอ ความเป็นจริงของข้อมูล สิ่งที่ควรเสริมลงไป โดยที่ผู้ตรวจจะเป็นนักวิจัย บรรณาธิการเนื้อเรื่อง นักการศึกษา ผู้ชำนาญในการอ่าน หลังจากที่ได้มีการตรวจแก้ไขในสิ่งที่ควรทำเรียบร้อยแล้ว บรรณาธิการจะทำสำเนาฉบับหนึ่งส่งให้แก่ผู้เขียนต้นฉบับเพื่อพิจารณาว่าเหมาะสมหรือไม่เป็นขั้นตอนสุดท้าย

ท. ภาพประกอบบทความ จัดทำโดยฝ่ายศิลป์และผู้ชำนาญทางการจัดรูปแบบ (Layout) ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะต้องทำงานใกล้ชิดกับบรรณาธิการ เพื่อที่จะคัดเลือกรูปภาพ วางแผนที่จะวางรูปภาพและแผนภูมิต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้การเสนอเรื่องดูน่าสนใจ มีคุณค่าแก่ผู้อ่าน การนำเสนอข้อมูลที่ดึงดูดผู้อ่านเป็นงานที่สำคัญมากพอ ๆ กับความง่ายต่อการอ่านและการทำความเข้าใจ อักษรประกอบภาพจะต้องสั้นและเข้าใจง่าย

ฑ. การทำส่วนที่อ้างอิงส่วนที่เกี่ยวข้อง (Cross-reference) จะใช้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านห้องสมุดเป็นผู้จัดทำในส่วนนี้ โดยจะเสนอส่วนที่เกี่ยวข้องซึ่งยังไม่ได้ศึกษา ให้ทางง่ายขึ้น ซึ่งส่วนนี้จะอยู่ในส่วนท้ายสุดของบทความ

ฒ. การกำหนดรูปแบบ ในกรณีที่สารานุกรมได้เริ่มพิมพ์เป็นครั้งแรก หรือในกรณีที่มีการปรับปรุงใหม่ทั้งหมด ผู้จัดทำต้องกำหนด ขนาดของหน้ากระดาษ ตัวอักษรควรใช้แบบใด ขนาดของสารานุกรมควรมีขนาดเท่าใด เพื่อให้เหมาะกับผู้อ่าน แม้กระทั่งความยาวของแต่ละบรรทัด ช่วงห่างระหว่างบรรทัด ส่วนที่วางของด้านบนสุด ล่างสุด ด้านขวาและซ้าย และช่องระหว่างคอลัมน์

การกำหนดรูปแบบต่าง ๆ เหล่านี้ ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญทางด้านงานออกแบบการพิมพ์ และผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคนิคต่าง ๆ

การอ่านเพื่อตรวจรูปร่าง ก่อนจะนำบทความไปตีพิมพ์ จะต้องแก้ไขถึงความถูกต้อง เพื่อที่จะหาข้อผิดพลาด ขั้นสุดท้ายก่อนจึงนำไปพิมพ์ได้



ขั้นตอนการจัดทำสารานุกรม <sup>8</sup>

ก. ฝ่ายเนื้อหา (text)

1. เป็นการเตรียมในเนื้อหารายละเอียด (Specifications) ดังนั้นบทความจะต้องให้ตามความต้องการของผู้ที่จะนำไปใช้อ้างอิง เนื้อหาละเอียด ได้มาจากการวิจัยที่จะให้ทราบว่าสิ่งใดควรอยู่ในสารานุกรม และจะจัดโครงสร้างของบทความอย่างไร
2. ข้อมูลที่ได้รับจากบทความในสารานุกรม จะต้องเป็นข้อมูลซึ่งทันสมัยและจากต้นตอของเรื่องที่น่ามาเป็นบทความ ซึ่งได้จากการวิจัยจากผู้เขียนเรื่อง บรรณาธิการ บรรณาธิการ ฝ่ายอ้างอิงและฝ่ายศิลป์ ผู้เขียนเรื่องจะได้รายละเอียด ที่ต้องการในสารานุกรมไปเพื่อเป็นสิ่งที่ช่วยในการกำหนดในการเขียน ซึ่งผู้เขียนเรื่องเหล่านี้ได้รับการคัดเลือกจากบรรณาธิการ.
3. หลังจากผู้เขียนส่งเรื่องแล้วจะส่งไปบรรณาธิการ (Edited) และตรวจสอบข้อมูลตัวเลขว่าเป็นความจริงจากนักวิจัยและจากบรรณาธิการฝ่ายอ้างอิง (Reference Librarians)
4. บรรณาธิการจะทำงานกับฝ่ายศิลป์ เพื่อเขียนต้นฉบับและงานการวางรูปประกอบต่าง ๆ
5. บรรณาธิการจะเสนอการอ้างอิงถึงส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้ที่ผู้อ่านต้องการค้นคว้าทำได้ง่ายขึ้น
6. เมื่อต้นฉบับได้มีการวางแผนไปเรียบร้อยแล้ว ฝ่ายตรวจรู้อ่านเพื่อความแน่ใจว่าจะไม่มีการผิดพลาดเกิดขึ้น

---

<sup>8</sup>Lars Hedman, "Encyclopedia", The World Book Encyclopedia 6 (1971) : 218.

ข. ฝ่ายภาพประกอบ (illustration)

1. ฝ่ายศิลป์จะเริ่มวาดภาพคร่าว ๆ ว่าควรจะมีภาพต่าง ๆ อย่างไร ที่ใด
2. ฝ่ายเตรียมงานศิลป์ละเอียดจะเตรียมงานนั้นจนเรียบร้อย
3. รูปภาพจะคัดเลือกเฉพาะรูปซึ่งดึงดูดความสนใจ เสนอข้อมูลที่ดี จำลองภาพได้เหมือนจริง
4. งานศิลป์และงานภาพถ่าย จะส่งไปยังช่างเทคนิคในการพิมพ์
5. ตรวจสอบกับฝ่ายเทคนิคเพื่อความถูกต้อง
6. เนื้อหาสาระจะนำมาประกอบกับรูปภาพโดยบรรณาธิการฝ่ายศิลป์ เตรียมส่งพิมพ์

บทบาทของสมาคมการขายโดยตรงต่อการขายสารานุกรม

สมาคมการขายโดยตรง(World Federation Direct Selling Association) ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1910 ในประเทศสหรัฐอเมริกา เหตุที่ก่อตั้งสมาคมขึ้นเนื่องจากในสมัยนั้นการขายสารานุกรมจะเป็นงานซึ่งให้ ครู อาจารย์ เป็นผู้ขาย แต่ในช่วงหลังก็มีการรับพนักงานอาชีพต่าง ๆ มาเป็นพนักงานขาย เนื่องจากอาชีพอื่นยังมีความรู้ไม่องแท้เหมือนกับครูหรืออาจารย์ การเสนอขายจึงพูดในสิ่งที่ไม่รู้จริงจึง เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าไปและพบว่าไม่ตรงกับพนักงานได้เสนอขายก็มีการท้วงติงมายังบริษัท บริษัทต่าง ๆ ก็คิดหาวิธีที่จะป้องกันเหตุการณ์ต่าง ๆ เหล่านี้มิให้เสียชื่อเสียง

ในช่วงแรกของสมาคมได้ให้มหาวิทยาลัยเป็นผู้ควบคุมก่อนที่จะก่อตั้งสมาคม หลังจากตั้งสมาคมเรียบร้อยแล้วผู้ก่อตั้งทั้งหมดก็ร่วมกันเป็นสมาชิกและได้ตั้งกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานมีมาตรฐาน มีการกล่าวคำปฏิญาณก่อนออกไปทำการขายซึ่งยังปฏิบัติมาจนกระทั่งทุกวันนี้ โดยมีการประชุมที่ประเทศสหรัฐอเมริกาทุก ๆ ปี แต่การประชุมสมาชิกทั่วโลกจะกระทำทุก 3 ปี โดยเวียนไปตามประเทศสมาชิก เพื่อเป็นการพบปะระหว่างสมาชิกและการแลกเปลี่ยนความรู้ข่าวสารต่าง ๆ ระหว่างสมาชิก <sup>9</sup>

<sup>9</sup> สัมภาษณ์ สุริยะ สกุล, กรรมการผู้จัดการบริษัทเบสท์บุ๊คส์จำกัด, 20 ธันวาคม 2529.

สมาคมการขายโดยตรงแห่งประเทศไทย (Thai Direct Selling Association TDSA)

เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2525 นายสุริยะ สุกุล กรรมการผู้จัดการบริษัทเบสท์บู๊คส์ ได้พบกับนายโทมัส เฮง ซึ่งดำรงตำแหน่งเลขาธิการสมาคมการขายโดยตรง (Honorary secretary to world federation direct selling) ที่ประเทศอังกฤษเพื่อเสนอการจัดตั้งสมาคมการขายโดยตรงในประเทศไทย ซึ่งก็ได้รับคำตกลงที่จะมาประชุมในประเทศไทยเพื่อดำเนินการก่อตั้ง หลังจากนั้นในวันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2525 ได้เริ่มมีการจัดตั้งสมาคมขึ้นโดยมีบริษัท เอวอนคอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัทอิเล็กโตรลักซ์ จำกัด, บริษัทโพลาคอสเมติกส์, บริษัทคอนสแตน จำกัด, บริษัท มาร์เก็ตติ้งมีเดีย แอสโซซิเอต จำกัด, บริษัทโกรเลียร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด เข้าร่วมประชุมโดยมอบหมายให้บริษัทเบเคอร์และแมคเคนซี เป็นผู้จัดการจดทะเบียนการตั้งสมาคมการขายโดยตรง (ไทย) ขึ้น และได้รับอนุญาตให้เป็นสมาคมการขายโดยตรงแห่งประเทศไทย (Thai Direct Selling Association) ในวันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2526<sup>10</sup> โดยมีสมาชิกผู้ร่วมก่อตั้งดังนี้คือ

1. บริษัท เบสท์บู๊คส์ จำกัด
2. บริษัท ฟาร์อีสท์พับลิเคชัน จำกัด
3. บริษัท โกรเลียร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด
4. บริษัท เอวอน คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด
5. บริษัท มาร์เก็ตติ้งมีเดีย แอสโซซิเอต จำกัด
6. บริษัท อิเล็กโตรลักซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
7. บริษัท คอน-สแตน อินดัสตรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด
8. บริษัท โพล่า คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

<sup>10</sup> "เบสท์บู๊คส์กับสมาคมการขายโดยตรง (ไทย)" ใน 7 ปีเบสท์บู๊คส์, หน้า 102.

ระเบียบการและความสำคัญของสมาคมการขายโดยตรงมีดังนี้

ก. จัดให้มีระเบียบและจรรยาบรรณในหมู่บริษัท ที่ดำเนินการกิจการในระบบการขายที่เหมือนกัน

ข. ให้บริการลูกค้าอย่างยุติธรรมและซื่อตรง ไม่เอาเปรียบต่อลูกค้า

ค. จัดให้มีระเบียบและหลักการที่สอดคล้องกับสำนักงานผู้คุ้มครองผู้บริโภค

ง. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของรัฐบาล

จ. มีการรับประกันคุณภาพของสินค้าตามสมควร และรับคำติชมจากลูกค้าตามเหตุผล

ฉ. สำนักงานของสมาคมเป็นที่รับเรื่องราวการร้องทุกข์ของลูกค้า โดยมีมาตรการกฎ

ข้อบังคับของสมาคมเพื่อพิจารณา

การรับสมัครจะพิจารณาเป็นราย ๆ ไป โดยพิจารณาจากลักษณะการดำเนินการงานต้องเป็นรูปแบบของการขายโดยตรงอย่างแท้จริง จะมีการออกวางขายโดยผ่านคนกลางไม่ได้ และยังพิจารณาจากยอดขายต้องมีปริมาณมากพอสมควร นอกจากนี้ยังพิจารณาส่วนประกอบอื่น ๆ ด้วย

กิจกรรมต่าง ๆ ของทางสมาคมได้แก่การจัดสัมมนา ร่วมกับสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (Thailand Management Association) มีการเปิดการคัดเลือกนักขายยอดเยี่ยมประจำปี เพื่อแจกรางวัล ของขวัญ โล่ห์เกียรติยศ นอกจากนี้สมาชิกยังมีการประชุมร่วมกันทุก ๆ 2 เดือน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสารระหว่างสมาชิก

การเป็นสมาชิกจะต้องเสียค่าใช้จ่ายดังนี้คือ

1. ค่าธรรมเนียมเป็นสมาชิกตลอดชีพ 20,000 บาท
2. ค่าบำรุงสมาคมปีละ 5,000 บาท

รายได้ดังกล่าวจะต้องแบ่งให้กับสมาคมการขายโดยตรง (DSA) 1 เปอร์เซ็นต์



ประโยชน์ที่สมาชิกของสมาคมได้รับคือ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นและให้การปรึกษาถึงปัญหาต่างๆ ในระบบการขายโดยตรงเช่น พนักงานที่ซื้อโง่งบริษัท ซึ่งในระบบการขายนี้ พนักงานขายจะวนเวียนกัน อาจมีการเปลี่ยนจากบริษัทหนึ่งไปบริษัทหนึ่งได้ตลอดเวลา เนื่องจากไม่มีสัญญาผูกมัดใด ๆ ดังนั้นโอกาสในการที่จะซื้อโง่งจึงเกิดขึ้นเสมอ และสินค้าของแต่ละบริษัทมีราคาที่สูง ดังนั้นการป้องกันปัญหาเหล่านี้จึงต้องมีการร่วมมือระหว่างสมาชิกเพื่อกันบุคคลเหล่านี้ออกจากวงการ นอกจากนั้นปัญหาการกลั่นแกล้งและทำร้ายร่างกายกันของพนักงานขายแต่ละบริษัทได้หายไปหลังจากได้มีการก่อตั้งสมาคมขึ้น เนื่องจากในโอกาสที่พนักงานขายไปพบลูกค้า พนักงานอาจพูดพาดพิงถึงบริษัทอื่น ๆ ในแง่เสื่อมเสีย เช่น อาจบอกลูกค้าว่าบริษัทนั้น ๆ ได้เลิกสัมกิจการไปแล้ว หรือพนักงานขาย 2 บริษัท เข้าพบลูกค้าพร้อมกันทั้งสองราย ทำให้เกิดเรื่องทะเลาะวิวาทกันถึงขั้นทำร้ายร่างกาย ซึ่งปัญหาต่าง ๆ นี้เกิดขึ้นเสมอในอดีต แต่ปัจจุบันปัญหาเหล่านี้ได้แก้ไขเรียบร้อยแล้ว นอกจากนี้การจัดงานวันนักขายเป็นการร่วมกันของสมาชิกในการจูงใจพนักงานขายให้มีขวัญและกำลังใจในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นสมาคมได้ร่วมกับกรมอาชีวศึกษาเปิดสอนวิชาการขายโดยตรง และฝึกอบรมนักศึกษาในการขายซึ่งหลังนักศึกษาจบการอบรมและฝึกงานทางสมาคมจะออกประกาศนียบัตรให้

สถานที่ตั้งสมาคมตั้งอยู่เลขที่ 1965 ถนนรามคำแหง หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

ช่องทางการจัดจำหน่าย

ภาพที่ 2.1 แบบของช่องทางการจำหน่ายหนังสือประเภทต่าง ๆ



แบบที่ 1 เป็นช่องทางการจำหน่ายของหนังสือประเภทหนังสือเรียน โดยทางสำนักพิมพ์ เช่น ศึกษาศาสตร์ ไทยวัฒนาพานิช อักษรเจริญทัศน์ จะใช้ช่องทางการจำหน่ายในลักษณะนี้ โดยส่งหนังสือไปยังร้านค้าปลีกทั่วไป สารานุกรมซึ่งพิมพ์ในประเทศไทยจะใช้ช่องทางการจำหน่ายในลักษณะนี้ด้วย

แบบที่ 2 เป็นช่องทางการจำหน่ายของหนังสือประเภทต่าง ๆ คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือเรื่องสั้น หลังจากที่สำนักพิมพ์พิมพ์เสร็จเรียบร้อยก็จะส่งหนังสือไปยังตัวแทนจำหน่ายซึ่งเรียกว่าสายส่ง ซึ่งมีประมาณ 7 ราย ที่มีปริมาณส่งสูง คือ เคล็ดไทย, อนุบรรณ สามีศรีสาส์น, งานดี, ดวงกลมสมัย, เพ็ญบุญ, ก. สัมพันธ์ หน้าที่ของสายส่งคือเป็นตัวแทนของแต่ละสำนักพิมพ์นำหนังสือไปเสนอแก่ร้านค้าปลีก ซึ่งสายส่งแต่ละแห่งจะเป็นตัวแทนของสำนักพิมพ์ต่าง ๆ ร้านค้าปลีกไม่สามารถที่จะซื้อโดยตรงจากสำนักพิมพ์ได้ นอกจากนี้ก็มีการขายโดยตรงไปยังลูกค้าโดยบอกรับเป็นสมาชิก

แบบที่ 3 เป็นช่องทางการจำหน่ายของหนังสือต่างประเทศ เช่น นิตยสารรายปักษ์ต่าง ๆ เรื่องสั้น หนังสือวิชาการ โดยการส่งจากสำนักพิมพ์ในต่างประเทศ ผ่านตัวแทนจำหน่าย ภาคพื้นทวีปมายังตัวแทนจำหน่ายในประเทศ และส่งไปยังร้านค้าปลีกต่อไป หนังสือทางด้านวิชาการต่าง ๆ ที่จำหน่ายอยู่ในประเทศจะผ่านทางตัวแทนจำหน่ายภาคพื้นทวีปที่ประเทศสิงคโปร์ เช่น พรินซ์ ฮอลล์ (Price-Hall) แมคกิลล์ฮิลล์ (McGraw-Hill)

แบบที่ 4 เป็นช่องทางการจำหน่ายของหนังสือต่างประเทศโดยระบบการขายโดยตรงภายในประเทศนั้น สารานุกรมต่างประเทศจะใช้ช่องทางการจำหน่ายนี้ โดยการผ่านตัวแทนภาคพื้นทวีป และตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศหลังจากนั้นจะใช้พนักงานขายนำหนังสือไปเสนอแก่ลูกค้าในบ้าน สำนักงาน ตามสถาบันการศึกษาต่าง ๆ โดยไม่ผ่านร้านค้าปลีก

#### นโยบายในการใช้ช่องทางการจำหน่ายของสารานุกรม

การจำหน่ายสารานุกรมตั้งแต่สมัยโบราณได้ใช้วิธีการจำหน่ายในระบบการขายโดยตรงมาโดยตลอด ในบางครั้งจะมีการจำหน่ายในร้านหนังสือหรือในซูเปอร์มาเก็ต (ในต่างประเทศ) แต่ปริมาณการขายยังน้อยมากเมื่อเทียบกับการจำหน่ายโดยระบบการขายโดยตรง ทั้ง

นี้เนื่องจากเหตุผลหลายประการ ดังนี้คือ

1. คุณค่าของสารานุกรม การจัดทำสารานุกรมแต่ละชุดต้องใช้เงินลงทุนเนื่องจากมีรายละเอียดในการจัดทำซับซ้อนยุ่งยาก ซึ่งมีผลทำให้ราคาต่อชุดของสารานุกรมสูงเมื่อเทียบกับหนังสือทั่วไป หนังสือประเภทอื่น ๆ สามารถขายในลักษณะเล่มต่อเล่มได้ แต่สารานุกรมจะไม่มีประโยชน์พอเพียงในการใช้งานถ้ามีเพียงเล่มเดียวจากชุด ดังนั้นการจำหน่ายจึงจำหน่ายเป็นทั้งชุด การเข้าพบลูกค้าเพื่อเสนอสารานุกรมจะทำให้ลูกค้าเห็นความสำคัญของสารานุกรมเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนเงินที่จะต้องจ่ายไป

2. การใช้คำแนะนำ สารานุกรมเป็นหนังสือซึ่งใช้ค้นคว้าอ้างอิง รายละเอียดซึ่งบุคคลทั่วไปไม่เคยใช้จะไม่ทราบเลยว่าขอบเขตของสารานุกรมกว้างมากหรือน้อยเพียงใด มีเรื่องราวที่น่าสนใจน่าค้นคว้าหาความรู้ ซึ่งความรู้เหล่านั้นได้มาจากที่ใด การจัดทำยุ่งยากซับซ้อนเพียงใด สามารถช่วยแก้ปัญหาในเรื่องใดได้บ้าง การที่พนักงานขายของบริษัทออกไปพบลูกค้าเปรียบเสมือนกับการโฆษณาสรรพคุณของสินค้าซึ่งสามารถตอบสนองสงสัยของลูกค้า แก้ไขข้อโต้แย้งโต้แย้งที่ สามารถทำให้ลูกค้าเข้าใจถึงคุณลักษณะและประโยชน์ที่ให้แก่ลูกค้าจะได้รับอย่างเต็มที่ อีกทั้งยังสามารถสาธิตการใช้สารานุกรมที่ถูกต้องได้อีกด้วย

3. การเข้าถึงตลาดเป้าหมาย ลูกค้าที่จะสามารถเป็นเจ้าของสารานุกรมได้นั้นจะต้องเป็นผู้ที่มีรายได้สูง เนื่องจากราคาของสารานุกรมสูง ภาษาที่ใช้เป็นภาษาอังกฤษซึ่งบางชุดใช้ศัพท์ซึ่งเป็นศัพท์ที่ยากแก่บุคคลทั่วไปที่จะเข้าใจ ลูกค้าเป้าหมายของสารานุกรมจึงจำกัดแคบลง การที่พนักงานขายออกไปเสนอสารานุกรมแก่ลูกค้าเป้าหมายจึงเป็นการเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย เนื่องจากลูกค้าเหล่านี้มักจะเป็นกลุ่มเช่น แพทย์ วิศวกร อาจารย์ โรงเรียนสถาบันการศึกษา ห้องสมุด ฯลฯ และมีลักษณะการแนะนำต่อกันไปเรื่อย ๆ (Referral)

ในบางครั้งการสุ่มเคาะประตูเพื่อเสนอขายโดยกำหนดพื้นที่ที่ยังสามารถที่จะเลือกหมู่บ้าน ซึ่งมีฐานะทางการเงินดีโดยพิจารณาจากลักษณะและทำเลที่ตั้งได้

4. ร้านหนังสือ จะจำหน่ายสารานุกรมได้เป็นจำนวนน้อยมาก เมื่อเทียบกับการขายโดยตรง เนื่องจากทางร้านไม่มีพนักงานคอยแนะนำสารานุกรม และลูกค้าก็ไม่สะดวกในการ



ฟังการเสนอขาย ซึ่งต่างกับการไปพบกับลูกค้าในบ้านหรือในที่ทำงาน ลูกค้าจะสะดวกในการรับฟัง และพนักงานขายก็จะสะดวกในการเสนอขาย

การใช้หนังสือในร้านทำให้หนังสืออาจชำรุดและสูญหายได้ การสูญหายอาจเกิดจากการลักขโมยซึ่งถ้าหายไปเพียง 1 เล่มในชุดก็หมายถึงสูญหายไปทั้งชุดเนื่องจากการจำหน่ายจะไม่มีการแยกขาย และราคาต่อชุดสูงมาก การชำรุดหรือฉีกขาดก็จะทำให้ราคาหนังสือตกลงไป

5. ทางด้านบริษัทผู้จำหน่าย บริษัทที่มีความชำนาญในการจัดการด้านการขายในระบบการขายตรงมาแล้วทั่วโลก และสำหรับตัวแทนก็จะรับนโยบายการขายซึ่งประสบผลสำเร็จจากบริษัทผู้ขายมาประยุกต์ใช้ในประเทศ ดังนั้นการขายในระบบการขายโดยตรงจะเป็นระบบซึ่งทางผู้ขายมีประสบการณ์แห่งความสำเร็จ จึงได้มีการนำมาใช้และประสบความสำเร็จเช่นเดียวกัน

#### การขายโดยพนักงานขายสารานุกรมในระบบการขายโดยตรง

ลักษณะการขายสารานุกรมที่ใช้ช่องทางการจำหน่ายในระบบการขายโดยตรงจะใช้พนักงานขายออกไปพบลูกค้าเพียงช่องทางเดียวโดยไม่ผ่านร้านค้าปลีกหรือร้านค้าส่ง พนักงานขายจะออกไปเสนอขายสารานุกรมตามบ้าน สถานที่ทำงาน ระบบการขายจะมีลักษณะเป็นค่านายหน้าเพียงอย่างเดียว (commission) สัญญาที่พนักงานขายทำไว้กับบริษัทจะมีลักษณะเป็นการประกอบธุรกิจอิสระ (individual contact)

การทำงานของพนักงานขายมีลักษณะเป็นงานประจำ ไม่เหมือนกับการขายเครื่องสำอางค์ในระบบการขายโดยตรง คือ พนักงานขายสารานุกรมควรจะต้องเข้าบริษัททุก ๆ วัน ในการทำงานจะต้องแต่งกายเรียบร้อยสุภาพ คือ ต้องสวมเสื้อเชิ้ต ผูกเน็คไท และจะออกไปพบกับลูกค้าเป้าหมายซึ่งอาจมีการนัดหมายล่วงหน้า หรือ อาจใช้วิธีสุ่ม โดยมีอุปกรณ์ช่วยในการขาย เช่น แคตตาล็อก รูปภาพ และสารานุกรม ตัวอย่าง ใบสั่งซื้อ ภาระหน้าที่ของพนักงานขายสารานุกรมที่มีต่อลูกค้าคือ .

1. แสวงหาลูกค้า
2. เตรียมการเสนอขาย
3. การเข้าพบลูกค้า
4. การเสนอผลประโยชน์ จัดข้อโต้แย้ง
5. การสร้างความมั่นใจ
6. ปิดการขาย

ส่วนหน้าที่การส่งสินค้า การเก็บเงิน จะมีแผนกที่รับผิดชอบโดยตรง

ลักษณะของพนักงานขายสารานุกรมจะต้องเป็นพนักงานขายที่เชี่ยวชาญทางด้าน การปิด- การขาย (Closing Sales)<sup>11</sup> คือ จะต้องทำให้ลูกค้าเห็นความสำคัญของสินค้าอย่างยิ่งและ จำเป็นต้องซื้อทันที เนื่องจากโอกาสที่จะพบผู้ที่จะเป็นลูกค้ามีเพียงครั้งเดียวจากการไม่ยอมรับใน ตัวสินค้า โอกาสที่จะปิดการขายไม่ได้สูง ซึ่งพนักงานขายจะต้องสร้างความกดดัน และใช้เทคนิค ในการชักจูงสูงด้วยการสร้างอารมณ์เพื่อให้ขายได้

พนักงานขายจะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากต้องหาลูกค้าใหม่ ๆ เสมอ ต้องมีความเชื่อมั่นในตนเองสูง โดยถือว่าการขายเป็นเกมส์ที่ต้องเอาชนะให้ได้ จะต้องมีความ อดทนและมุ่งหาความสำเร็จ สามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้และต้องใช้อารมณ์ในการสร้าง อิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ต้องมีความเชื่อมั่นในตนเอง สินค้าและบริษัท พร้อมทั้งมี ข้อเสนอทางด้านจิตวิทยาเพื่อชักจูงให้ซื้อทันที เช่น ราคาพิเศษ ของแถมพิเศษ ช่วงเวลา พิเศษ จะไม่กลับมาขายในเขตนี้แล้ว ซึ่งพนักงานขายจะต้องใช้กลยุทธ์การขายแบบผลักดันสินค้า (Push the product orientation)

<sup>11</sup> Donald J. Moine, "Going For The Gold in The Selling Game", Psychology Today (March 1984) : 36-44.

<sup>12</sup> Robert R. Blake, Effective Salesmanship , (Playboy Paperbacks) 1980.

### การเข้าตลาดของสารานุกรมในประเทศไทย

จากการดำเนินงานในการพิมพ์สารานุกรมออกจำหน่ายในประเทศไทย (ซึ่ง  
เป็นแหล่งกำเนิดของสารานุกรมซึ่งมีการจำหน่ายอยู่ในประเทศไทย) มีบริษัทซึ่งครองตลาด  
สารานุกรมอยู่ทั้งหมด 4 บริษัท เอ็นไซโคลปีเดีย บริแทนนิกา อิงค์ (Britannica Inc.,)  
บริษัท โกรเลียร์ อิงค์ (Grolier Inc.,) บริษัท แมคมิลแลน เอ็ดดูเคชันแนล คอมพานี อิงค์  
(Macmillan Educational Company Inc.,) บริษัท เวลด์บ็ุก-ชายด์คราฟท์ อินเตอร์เน-  
ชันแนล อิงค์ (World Book-Childcraft International Inc.,) ได้ครองตลาดนี้  
ประมาณ 95 เปอร์เซ็นต์<sup>13</sup> ในตลาดทั้งหมดได้แก่ ส่วนบุคคล ตามบ้าน โรงเรียน ห้อง  
สมุด ในส่วนที่เหลือของตลาดซึ่งมีประมาณ 5 เปอร์เซ็นต์ นี้เป็นบริษัทรายย่อยประมาณ 12  
บริษัท

ในตลาดทั้งหมดของสารานุกรมในประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 400 ล้านดอลลาร์  
เหรียญ (ค.ศ. 1980) ซึ่งได้รวมทุก ๆ ช่องทางการจำหน่ายคือ ส่วนบุคคล บ้าน ซูเปอร์-  
มาเก็ต ร้านขายสินค้าลดราคา และห้องสมุด ส่วนตลาดในต่างประเทศมีมูลค่ากว่า 250 ล้านดอลลาร์  
เหรียญ หลังจากในปี ค.ศ. 1967 ซึ่งเป็นยุคของการขายสารานุกรมเพื่ออู่ การขายก็เริ่ม  
ตกต่ำเนื่องจากทัศนคติของชาวอเมริกันได้เปลี่ยนความคิดที่ว่า สารานุกรมเป็นแหล่งช่วยเสริมสติ-  
ปัญญา และภาวะภาชีบวกกับอัตราเงินเฟ้อ เป็นแรงผลักดันให้มีการเปิดตลาดต่างประเทศ ทำ  
ให้อัตราร้อยละของปริมาณขายรวมทั้งตลาดต่างประเทศ เมื่อเทียบกับตลาดในประเทศ เพิ่มขึ้น  
ร้อยละ 10 (เดิมร้อยละ 30 เพิ่มเป็นร้อยละ 40) ตลาดซึ่งเคยถูกมองข้ามไป เช่น ตะวันออก  
กลาง เอเชีย อเมริกาใต้ เริ่มเป็นจุดสนใจ ตัวอย่างเช่น บริษัท เวลด์บ็ุก-ชายด์คราฟท์  
อินเตอร์เนชันแนล อิงค์ ได้เพิ่มปริมาณขายในยุโรป เอเชีย และแอฟริกา มีการพิมพ์ฉบับ  
ใหม่ในอินโดนีเซียและบราซิล บริษัทเอ็นไซโคลปีเดีย บริแทนนิกา อิงค์ ก็เริ่มเปิดตลาดใหม่ ๆ  
เช่นพิมพ์สารานุกรมเป็นภาษาจีน และมีการพัฒนาข้อมูลให้เหมาะกับชนบทรรมนิยมประเพณีของ  
ท้องถิ่นและบางชุดก็แปลเป็นภาษาไทย

<sup>13</sup>Kenneth F. Kisteer, Encyclopedia Buying Guide (New York &  
London : RR. Bowker Company, 1981).

ประเทศไทยก็รวมอยู่ในตลาดต่างประเทศของผู้ผลิตสารานุกรมในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งในปัจจุบันนี้ตลาดการขายโดยตรงของสารานุกรมมี 3 บริษัท คือ สารานุกรมของบริษัท เอ็นไซโคลปีเดีย บริแทนนิกา อิงค์ ซึ่งสาขาประเทศไทยใช้ชื่อ บริษัทฟาร์อีสท์พับลิเคชั่น จำกัด โดยผ่านตัวแทนในประเทศสิงคโปร์ บริษัท โกรเลียร์ อิงค์ ซึ่งสาขาประเทศไทยใช้ชื่อ บริษัท โกรเลียร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และบริษัท เวลต์บุ๊ก-ชายคร๊าฟท์ โดยมีตัวแทนจำหน่าย แต่ผู้เดียวคือ บริษัทเบสท์บุ๊ก จำกัด เป็นผู้แทนจำหน่าย โดยการแบ่งตลาดจะแยกออกเป็นสถาบัน การศึกษาตั้งแต่โรงเรียนถึงมหาวิทยาลัยโดยสารานุกรมเวลต์บุ๊กมีส่วนครองตลาดอยู่ทั้งหมด ใน ส่วนแบ่งตลาดของภาคเอกชนและบุคคลทั่วไป สารานุกรมอเมริกันครองตลาดอยู่ประมาณร้อยละ 50 สารานุกรมบริแทนนิก้าครองตลาดอยู่ประมาณร้อยละ 30 และสารานุกรมเวลต์บุ๊กครอง ตลาดอยู่ประมาณร้อยละ 20 ทั้งสามบริษัทนี้ใช้ช่องทางการจำหน่ายในระบบการขายโดยตรง แบบหลายชั้น (Multi-level marketing) เพียงช่องทางเดียวเท่านั้น

#### นโยบายทางด้านการตลาดของแต่ละบริษัท

##### 1. บริษัท เบสท์บุ๊กส์ จำกัด (Best Books Co, Ltd.)

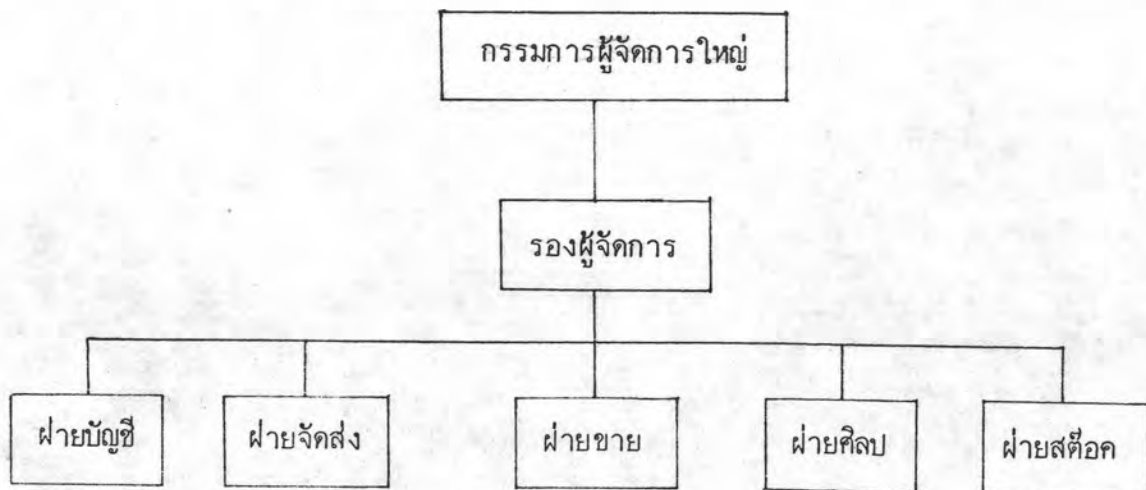
บริษัท เบสท์บุ๊กส์ จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 20 เมษายน พ.ศ. 2521 โดยใน ครั้งแรกที่เปิดดำเนินการนั้นได้ตั้งสำนักงานอยู่ที่ อาคารเลขที่ 5 ถนนพหลวงค์ แต่เนื่องจาก กิจการเจริญขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงได้ทำการย้ายมาดำเนินการอยู่ที่ เลขที่ 76/29 ซอย หลังสวน ถนนเพลินจิต กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นห้องโถงและสำนักงานใหญ่ โดยเป็นบริษัท ตัวแทนจำหน่ายสารานุกรมเวลต์บุ๊ก จากบริษัทเวลต์บุ๊กชายคร๊าฟท์ แห่งสหรัฐอเมริกา และเป็น ตัวแทนจำหน่ายเทปและวีดีโอสนภาษาของลิงกัวโฟน โดยการขายตั้งแต่เริ่มเปิดดำเนินการ ได้ใช้ระบบขายโดยตรงตลอดมา และต่อมาเนื่องจากผู้บริหาร เล็งเห็นถึงระบบการขายโดยตรงใน อนาคตจะมีความสำคัญมากขึ้น จึงได้เริ่มก่อตั้งสมาคมการขายโดยตรงแห่งประเทศไทยขึ้น ซึ่งทำ



ให้มีผู้สนใจสมัคร เป็นสมาชิก เป็นจำนวนมาก ทำให้ระบบการขายโดยตรงขยายตัวและ เป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไป

เนื่องจากบริษัทมิได้เป็นบริษัทสาขาแต่อย่างใดของบริษัท เวลด์บุ๊ก ชายด์คราฟท์ ดังนั้น การบริหารงานทั้งหมดไม่ว่าจะเป็น การเงิน การตลาด ฝ่ายขาย เป็นอำนาจของบริษัทเบสท์บุ๊กส์ จำกัด ที่จะวางนโยบายในการดำเนินงานได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของทางบริษัท โดยในขณะเริ่มเปิดดำเนินการ บริษัท เวลด์บุ๊ก ชายด์คราฟท์ ก็ได้ส่งบุคลากรของบริษัทเข้ามาช่วยทำการอบรมพนักงานขายระยะหนึ่ง และหลังจากนั้นบริษัทได้ดำเนินการอบรมมาโดยตลอด จนกระทั่งปัจจุบันนี้สารานุกรมของบริษัทก็เป็นที่ยอมรับของตลาดด้านงานการศึกษา ตั้งแต่ระดับโรงเรียน มหาวิทยาลัย และบุคคลทั่วไป โดยที่บริษัทมีพนักงานขายออกไปแนะนำสารานุกรมทั่วประเทศ โดยพนักงานขายของบริษัทมีคติในการทำงานว่า "เราคือพนักงานขายที่ซื่อสัตย์ที่พูดแต่ความจริงเกี่ยวกับสินค้าที่ดี" (we are the honest people telling the honest story about the honest product) ซึ่งเป็นคติจากสำนักงานใหญ่ World Book-Childcraft Inc.

ภาพที่ 2.2 การจัดองค์การของบริษัทเบสท์บุ๊กส์ จำกัด



ที่มา : สัมภาษณ์ สันโตษ สุพรรณ. ผู้จัดการส่วนขาย. 5 ตุลาคม 2530

### นโยบายผลิตภัณฑ์ของบริษัท เบสท์ บุ๊คส์ จำกัด

จากการที่บริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาของประเทศซึ่งควรได้รับการพัฒนาให้ทัดเทียมกับประเทศที่เจริญแล้วในทุก ๆ ด้าน จึงมีนโยบายในการทำธุรกิจเพื่อส่งเสริมการศึกษา โดยส่งเสริมในทุก ๆ ระดับตั้งแต่เด็กเล็กจนถึงผู้ใหญ่ระดับนักธุรกิจ บริษัทจึงได้คัดเลือกหนังสืออ้างอิงในทุก ๆ สาขาวิชาที่คึกคักที่สุดของโลกในชุดต่าง ๆ โดยจะคัดเลือกเป็นตัวแทนจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงและหนังสือจะต้องใช้ได้ผลดีมีคุณภาพมีขอบข่ายกว้างขวาง แม้ว่าจะ เป็นภาษาอังกฤษก็ตาม ก็ต้องเขียนด้วยภาษาที่อ่านง่าย ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้อย่างถ่องแท้

ปัจจุบันนี้ บริษัท เบสท์บุ๊คส์ จำกัด ได้เป็นตัวแทนจำหน่ายหนังสือ เวิลด์บุ๊ค เอ็นไซโคล-ปิเดียรี่ เป็นเวลา 9 ปี โดยบริษัทเชื่อมั่นในคุณภาพตลอดจนชื่อเสียงของหนังสือซึ่งได้ครองความ เป็นหนึ่งในตลาดสารานุกรม<sup>14</sup> มามากกว่า 20 ปี นอกจากนี้บริษัทได้นำสารานุกรมวิทยา-ศาสตร์ (Oxford Children Reference Library) มาแปลเป็นไทยโดยผู้ทรงคุณวุฒิใน แต่ละสาขา มี 6 เล่มต่อชุด และชุด อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลชายคราฟท์ ซึ่งเป็นชุดใหม่ซึ่งมีเรื่อง รวบรวมของภาคพื้นเอเชียถึง 50 เปอร์เซนต์ มี 16 เล่มต่อชุด เพื่อให้เยาวชนไทยได้ศึกษาหา ความรู้ได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยพิมพ์ครั้งแรก 10,000 ชุด บริษัทยังเป็นตัวแทนจากสำนักพิมพ์ โคลิเออร์ แมคมิลแลน อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ซึ่งใหญ่เป็นอันดับ 13 ของประเทศสหรัฐอเมริกา ใน การจำหน่ายสารานุกรม เอ็นไซโคลปิเดียรี่ออฟเอเชีย เอ็ดดอร์รี่ แต่ผู้เผยแพร่ในประเทศไทย และ บริษัทยังมีหนังสือชุดอื่น ๆ อีก ดังนี้คือ

- |   |             |                 |
|---|-------------|-----------------|
| 1. เวิลด์บุ๊ค เอ็นไซโคลปิเดียรี่ และพจนานุกรม | 24 เล่ม/ชุด | ราคา 28,500 บาท |
| 2. ชายคราฟท์                                  | 15 เล่ม/ชุด | ราคา 9,900 บาท  |
| 3. สารานุกรมวิทยาศาสตร์                       | 6 เล่ม/ชุด  | ราคา 3,300 บาท  |
| 4. อวเวอร์เวิลด์ เอ็นไซโคลปิเดียรี่           | 11 เล่ม/ชุด | ราคา 2,940 บาท  |
| 5. เอ็นไซโคลปิเดียรี่ ออฟแอนิเมชันเวิลด์      | 21 เล่ม/ชุด | ราคา 6,900 บาท  |

<sup>14</sup> Philip Kotler. Principles of Marketing. (New Jersey : Prentice-Hall, 1986)



โรงเรียน ซึ่งเป็นยิ่งกว่าสารานุกรมทั่วไปที่ใช้สำหรับอ้างอิงหรือการค้นคว้าในเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพียงครั้งคราว

สารานุกรมเวิลด์บุ๊กมีคุณสมบัติพื้นฐานทุกประการที่สารานุกรมมี เนื้อหาภายในถูกต้องและวางใจได้เนื่องจากเขียนขึ้นโดยนักวิชาการและองค์กรที่มีความรู้ในเรื่องรานั้น ๆ อย่างแท้จริง บรรลุไว้ด้วยความรู้ทุกแขนง โดยครอบคลุมตั้งแต่เรื่องหุ่นกระบอกไปจนถึงการใช้พลังงานความร้อน เรื่องดาราศาสตร์ไปจนถึงเรื่องสัตวศาสตร์โดยเรียบเรียงไว้ตามลำดับที่ง่ายต่อการใช้งาน ช่วยให้ศึกษาเรื่องราวต่อเนื่องอย่างละเอียด

ในด้านการใช้งาน ผู้อ่านสารานุกรมเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายเพราะใช้คำศัพท์ที่ไม่ยุ่งยากสำหรับอธิบายเรื่องราวค่อนข้างยากต่อการเข้าใจ เช่น ทางด้านวิทยาการทางวิทยาศาสตร์แขนงต่าง ๆ โดยจะใช้รูปแบบประโยคที่ไม่ซับซ้อนเพียงเพราะว่าเรื่องราวที่พูดถึงเป็นเรื่องซับซ้อนและในหลาย ๆ กรณีจะใช้รูปภาพหรือแผนภูมิต่าง ๆ เพื่ออธิบายเรื่องราวต่าง ๆ ได้ดีกว่าการอธิบายด้วยตัวหนังสือเพียงอย่างเดียว

สารานุกรมเวิลด์บุ๊ก จัดทำขึ้นมาสำหรับการศึกษาโดยได้ทำการสำรวจหัวข้อต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับการเรียนการสอนในโรงเรียนทั่วไปและบรรจุไว้ในสารานุกรมอย่างครบถ้วน และได้ทำการตรวจสอบโดยให้นักศึกษาทดลองอ่านเรื่องราวต่าง ๆ ก่อนตีพิมพ์ เพื่อให้แน่ใจว่าบทความนั้นมีความสัมพันธ์กับบทเรียนของเขา เป็นเรื่องที่น่าสนใจและง่ายต่อการทำความเข้าใจอีกด้วย

สารานุกรมเวิลด์บุ๊กเหมาะกับครอบครัวตั้งแต่เด็กจนกระทั่งถึงผู้ใหญ่โดยเฉพาะวัยเด็กก็สามารถที่จะทำความเข้าใจบทความได้ง่ายเนื่องจากรูปแบบประโยคที่ใช้เป็นแบบธรรมดา และศัพท์ซึ่งเป็นศัพท์วิชาการ จะมีการอธิบายไว้อย่างละเอียด และสามารถที่จะศึกษาในลักษณะคร่าว ๆ หรือละเอียดลึกซึ้ง

นอกจากนั้นสารานุกรมเวิลด์บุ๊กมีภาพประกอบมากกว่า 29,700 ภาพ เป็นภาพสีมากกว่า 14,000 ภาพ ซึ่งทำให้เกิดความเพลิดเพลินในการอ่านและยังสามารถเข้าใจได้ง่ายกว่าบทความเพียงอย่างเดียวไม่ว่าจะเป็นภาพบุคคลสำคัญหรืองานศิลปะ งานอดิเรก กีฬา ซึ่งจะอธิบายวิธีการ เล่นกฎเกณฑ์และเทคนิค



จุดเด่นของสารานุกรมเวิลด์บुक คือ

1. มีภาพประกอบเพื่อความเข้าใจมากกว่าหนังสืออื่น ๆ
2. ภาษาที่ใช้เป็นภาษาที่ง่าย มีความเหมาะสมกับคนไทย
3. เนื้อหาสาระต่าง ๆ ในหนังสือ จะเรียงตามตัวอักษรในภาษาอังกฤษ ทำให้ค้นหาง่ายไม่เบื่อหน่าย
4. กระดาษที่พิมพ์เป็นกระดาษอาร์ตหึ่งเล่ม ปกหนังสืออาบน้ำยากันปลวก สามารถป้องกันได้ถึง 20 ปี
5. เป็นหนังสือชุดเดียวที่ใช้สอนวิชาบรรณารักษศาสตร์ทั่วโลก
6. หนังสือชุดนี้มีราคาค่อนข้างสูง เพื่อมิให้เป็นภาระเอาเปรียบผู้ซื้อ ทางบริษัทยังรับประกันแลกคืนชุดเก่าของลูกค้านำมาเป็นชุดใหม่ในราคา 50 เปอร์เซ็นต์ ของราคาหนังสือใหม่ภายใน 10 ปี นับแต่วันที่ซื้อ

จากการจัดอันดับสารานุกรมโดยบรรณารักษ์ของห้องสมุดประชาชนในประเทศสหรัฐอเมริกาปี ค.ศ. 1978 จำนวน 77 แห่ง และประเทศแคนาดาปี ค.ศ. 1980 จำนวน 75 แห่ง ได้ให้ความเห็นว่าสารานุกรมเวิลด์บुकเป็นสารานุกรมซึ่งมีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ ข้อมูลถูกต้อง เชื่อถือได้ ใช้สะดวก อ่านเข้าใจง่าย และมีอุปสงค์ของการใช้มากที่สุด<sup>15</sup>

#### นโยบายราคาของบริษัทเบสท์บุคส์

บริษัทเบสท์บุคส์มีนโยบายที่จะจำหน่ายสารานุกรมเวิลด์บुकขายคราวหนึ่งในราคาซึ่งไม่สูงนัก

<sup>15</sup> Kenneth F. Kister. Encyclopedia Buying Guide (New York & London : R.R. Bowker Company, 1981) pp. 57-72

เนื่องจากตลาดเป้าหมายของบริษัทส่วนใหญ่เป็นสถานที่ศึกษาทั่วประเทศ ตั้งแต่ระดับโรงเรียน จนกระทั่งถึงระดับมหาวิทยาลัย ราคาซึ่งตั้งขึ้นนี้เป็นผลมาจากต้นทุนทางด้านราคาของสารานุกรม ซึ่งสั่งตรงจากประเทศสหรัฐอเมริกา และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่าง ๆ เช่น ค่านายหน้า ค่าขนส่ง และกำไรเพื่อขยายกิจการต่อไป ในการเสนอราคาบริษัทมีนโยบายดังต่อไปนี้

1. การกำหนดราคาให้แก่พนักงานขาย จะแจ้งราคาแก่พนักงานขายในใบราคาซึ่งจะมีรายละเอียดในเรื่องราคา ทั้งเงินสด เงินคาวม เงินที่จะต้องผ่อนชำระในกรณีผ่อนชำระ โดยแยกตามระยะเวลาไว้ทุก ๆ ชุด และราคามักรวมของแถมในชุด เพื่อสะดวกและถูกต้องของพนักงานขายในการเสนอขาย

## 2. นโยบายการให้ส่วนลด

ก. ส่วนลดปริมาณ<sup>16</sup> จะมีเฉพาะในบางชุดซึ่งบริษัทได้จัดเป็นชุดไว้ควบกับชุดอื่น ๆ และมีส่วนลดในการซื้อควบ

ข. ส่วนลดเงินสด บริษัทมีนโยบายที่จะจำหน่ายในราคาเงินสดโดยส่วนลดเงินสดจะเสนอลูกค้าในรูปแบบของของแถมซึ่งเป็นหนังสือหรืออุปกรณ์การศึกษา โดยส่วนลดลักษณะนี้ จะกำหนดเป็น "ดาว"<sup>17</sup> เช่น สารานุกรม เวิลด์บुकชายตราฟท์จะมีค่าส่วนลดหรือของแถมเท่ากับ 8 ดาว ในกรณีที่ลูกค้าปฏิเสธที่จะรับของแถมแต่ต้องการให้ลดราคาก็จะพิจารณาดาวละ 500 บาท (ของแถมจะมีมูลค่ามากกว่า 500 บาทต่อดาว) ในกรณีผ่อนชำระ เช่น ผ่อน 12 เดือน จะมีส่วนลดเท่ากับ 2 ดาว ในกรณี 24 เดือนก็จะไม่มีการลดแต่ประการใด

ราคาที่แจ้งแก่พนักงานขายทั้งหมดนี้ เป็นราคาซึ่งใช้ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดทั่วประเทศ

<sup>16</sup> ดูเพิ่มเติมที่ภาคผนวก ก หน้า 198.

<sup>17</sup> ดูเพิ่มเติมที่ภาคผนวก ก หน้า 199.

## การใช้ช่องทางการจำหน่ายของบริษัท เบสท์บู๊คส์

บริษัทใช้ระบบการขายโดยตรงเช่นเดียวกับการขายสารานุกรมของเวิลด์บุ๊กทั่วโลก ซึ่งเป็นช่องทางเดียวในการขายสารานุกรมของบริษัท ขอบเขตการขายครอบคลุมทุก ๆ ภาคของประเทศ ทั้งนี้แล้วแต่การพิจารณาของแต่ละทีมขายในการเลือกพื้นที่การขายในแต่ละเดือน และในระหว่างช่วงเวลานั้น ทีมขายอื่นจะไม่สามารถเข้าไปขายในพื้นที่นั้นได้

ในการออกต่างจังหวัด จะแบ่งทีมขายออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนราชการ และเอกชน การขายสามารถขายได้ทุก ๆ อำเภอ โดยมีรถบรรทุกสารานุกรมติดตามทีมขายไปในทุก ๆ แห่ง เพื่อความสะดวกในการจัดส่งแก่ลูกค้า ซึ่งใช้เวลาในการจัดส่งเพียง 1 วัน ลูกค้าก็จะได้รับสินค้าที่สั่งซื้อ

ก่อนที่จะมีการส่งสินค้าให้กับลูกค้า ลูกค้าจะต้องผ่านการตรวจสอบจากฝ่ายตรวจสอบ (Credit Checker) เพื่อพิจารณาว่าลูกค้าซื้อในกรณีผ่อนชำระจะสามารถผ่อนชำระจนครบตามราคาได้จึงจะจัดส่งและรับเงินค่างวด (กรณียังไม่ได้ชำระแก่พนักงานขาย) ซึ่งถือว่าคำสั่งซื้อนั้นสมบูรณ์แล้ว

ในการออกต่างจังหวัดแต่ละครั้งจะใช้เวลาประมาณ 1 เดือน แต่จะไม่เกิน 2 เดือน และหลังจากหมดกำหนดการ เดินทางพนักงานทุกคนจะต้องกลับโดยพร้อมเพรียงกัน เพื่อสรุปผลการทำงาน

## นโยบายการส่งเสริมการตลาดของบริษัท เบสท์บู๊คส์

บริษัทมีนโยบายทางด้านการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ การส่งเสริมการขาย จะทำการส่งเสริมไปยังผู้บริโภคและพนักงานขายของบริษัทดังนี้

### 1. การส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค

1.1 นโยบายให้ผ่อนชำระ เพื่อเป็นการสะดวกต่อการชำระของลูกค้าในการ

ข้อเสนอแนะ บริษัทจึงจัดให้มีระบบผ่อนชำระตั้งแต่ 2 เดือน 6 เดือน 12 เดือน และ 24 เดือน โดยจะให้ลูกค้าชำระเงินค่างวดในวันส่งซื้อสินค้า หรือในวันที่ลูกค้ารับสินค้า

1.2 นโยบายการให้ส่วนลด บริษัทจะลดราคาให้ในกรณีที่ลูกค้าต้องการให้ลดราคา โดยจะไม่ขอรับของแถมซึ่งทางบริษัทได้จัดไว้สมนาคุณแก่ลูกค้า การลดราคามีลักษณะเน้นให้ลูกค้าสั่งซื้อโดยชำระเงินในเวลาที่สั้นที่สุด ส่วนลดก็จะเพิ่มขึ้นตามจำนวนงวดที่ลดลง เช่น ในกรณีผ่อนชำระเวลด์บูคส์ชำระเงินภายใน 1 เดือน ก็จะได้รับส่วนลด 3,000 บาท แต่ในกรณีผ่อนชำระ 12 เดือน ก็จะได้รับส่วนลด 1,000 บาท โดยกำหนดเป็นสัญญาลักษณะแก่พนักงานขายคอกจันท์ละ 500 บาท

ส่วนลดปริมาณจะลดในกรณีที่ซื้อสารานุกรมมากกว่า 1 ชุด เช่น สารานุกรมวิทยาศาสตร์กับสารานุกรมชายคราฟท์ ปกติ 13,200 บาท ลดราคาเหลือ 11,850 บาท ทั้งนี้บริษัทได้กำหนดรายการให้แก่ลูกค้าไว้เป็นที่แน่นอน

1.3 นโยบายให้ของแถม<sup>18</sup> บริษัทจะเสนอราคาสารานุกรมในราคาเดียวกัน ไม่ว่าจะต้องผ่อนชำระเป็นจำนวนงวดเท่าใด แต่ของแถมจะแตกต่างกันตามแต่ละระยะเวลา เพื่อให้ลูกค้ากำหนดระยะเวลาผ่อนชำระให้เร็วขึ้น ของแถมก็จะได้เพิ่มขึ้นซึ่งของแถมจะกำหนดไว้แน่นอน และมีให้ลูกค้าเลือกตามความสนใจของลูกค้า

1.4 การแลก ลูกค้าสามารถนำสารานุกรมเวลด์บูคส์ชุดเก่าในระยะเวลา 10 ปีจากวันที่ซื้อ มาแลกซื้อสารานุกรมเวลด์บูคส์ชุดใหม่ได้ในราคาลดร้อยละ 50 ของราคาหนังสือชุดใหม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการรับประกันสินค้า

2. การส่งเสริมการขายไปยังพนักงานขาย เพื่อเป็นการกระตุ้นให้พนักงานขายของบริษัทตื่นตัวในการทำงานบริษัทจึงมีการส่งเสริมการขายโดยมีนโยบายดังต่อไปนี้คือ

<sup>18</sup>ดูเพิ่มเติมที่ภาคผนวก ก หน้า 201.



2.1 เงินรางวัล บริษัทได้ตั้งเงินรางวัลไว้ในกรณีที่พนักงานขายสามารถทำให้ลูกค้าเลือกวิธีการชำระเงินในเวลาสั้น โดยจะตั้งรางวัลไว้ดังนี้คือ

ในกรณีที่ลูกค้าชำระเงินสดครั้งเดียว พนักงานขายจะได้เงินรางวัลร้อยละ 5 จากยอดขาย และในกรณีที่ลูกค้าชำระภายใน 60 วัน พนักงานขายจะได้รับเงินรางวัลร้อยละ 3 บริษัทถือว่าเป็นค่าความพยายามของพนักงานขายที่สามารถจูงใจให้ลูกค้าชำระเงินได้รวดเร็ว

2.2 การแข่งขันการขายระหว่างพนักงานขาย โดยการจัดการแข่งขันในลักษณะทีมและส่วนบุคคล โดยจะใช้ระยะเวลา 3 เดือน หรือ 6 เดือน แล้วแต่ความเหมาะสมเป็นครั้งคราว

การแข่งขันในลักษณะทีม โดยแข่งขันยอดขายระหว่างแผนก โดยรางวัลจะเป็นตัวเงินแก่ผู้จัดการแผนกนั้น ๆ

การแข่งขันส่วนบุคคล (ยกส่วนตัว) โดยการแข่งขันพร้อมกันทั้งบริษัทในทุก ๆ ตำแหน่ง และใช้กติกาเหมือนกันทุกตำแหน่ง ซึ่งบริษัทถือว่าพนักงานในระดับตำแหน่งที่สูงกว่าจะสามารถทำการขายได้ดีกว่าพนักงานระดับต่ำกว่า แต่ว่าจะต้องมีหน้าที่อื่น ๆ ซึ่งการใช้กติกามาตรฐานเดียวกันจะเป็นการยุติธรรม

2.3 การประชุมการขายของบริษัท เบสท์บูคส์ ในทุกสัปดาห์ บริษัทจะจัดประชุมการขายเพื่อให้ฝ่ายขายทั้งหมดได้ประเมินผลงานที่ปฏิบัติตามตลอดสัปดาห์ และวางแผนงานขายในสัปดาห์นั้น ๆ ในการประชุมจะประชุมในวันจันทร์นอกจากนั้นแล้วพนักงานขายจะต้องเข้าบริษัทในเวลาเช้า เพื่อการวางแผนประจำวันและให้พนักงานได้พบปะแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ ทั้งนี้การประชุมในลักษณะไม่เป็นทางการนี้จะอยู่เฉพาะในส่วนของผู้ที่พนักงานขายขึ้นตรงอยู่ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับผู้จัดการแผนกขายนั้น ๆ ด้วย การประชุมในลักษณะไม่เป็นทางการนี้ ไม่มีบทลงโทษแต่ประการใดในกรณีมีผู้ฝ่าฝืน แต่จะมีผลระยะยาวในด้านการพิจารณาการเลื่อนตำแหน่ง โดยที่ถือจะเป็นความรับผิดชอบส่วนหนึ่งในการทำงาน

2.4 อุปกรณ์ที่ช่วยในงานขาย <sup>19</sup> พนักงานขายจะได้รับอุปกรณ์ช่วยในงานขาย

<sup>19</sup> ดูเพิ่มเติมที่ภาคผนวก ก หน้า 249-264 .

หลังจากที่ทำการอบรมเรียบร้อยแล้ว โดยจะได้รับใบสั่งซื้อ ใบเสนอราคา หนังสือแนะนำบริษัท และรายละเอียดสินค้า (7 ปี เบสท์บู้คส์) ภายในหนังสือเล่มนี้จะกล่าวถึงประวัติของบริษัท จุดเด่นของสารานุกรมแต่ละชุด บทความเกี่ยวกับงานขาย นโยบายของบริษัท การทำสารานุกรม เทคนิคการขาย ซึ่งพนักงานขายเมื่ออ่านหนังสือเล่มนี้จะสามารถเข้าใจในบริษัท การทำงานในลักษณะงานขาย ลักษณะของสินค้าจุดเด่นต่าง ๆ ได้อย่างดี

พนักงานจะต้องชำระเงินค่าอุปกรณ์เป็นจำนวน 200 บาท และจะได้รับคืนเมื่อนำอุปกรณ์มาคืนบริษัทในสภาพที่เรียบร้อย

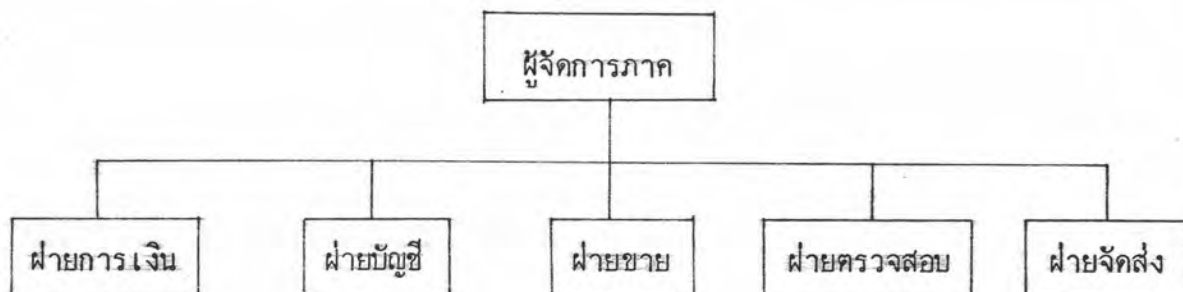
### การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

บริษัทมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริษัทและสารานุกรมทางสื่อหนังสือพิมพ์และทางนิตยสารทางด้านการตลาด นอกจากนี้ยังร่วมงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ งานส่งเสริมหนังสือเด็ก และเยาวชน และงานแสดงสินค้า งานวิชาการตามหน่วยราชการต่าง ๆ อีกทั้งบริษัทเป็นผู้จัดงานประชุมวิชาการ เช่น งานเจ็ทร้อยปีลายสือไทย งานประชุมทางด้านดาราศาสตร์ เป็นต้น

### 2. บริษัทฟาร์อีสต์พับลิเคชัน จำกัด (Far East Publication Co. Ltd.)

บริษัทเป็นสาขาของบริษัท ไทม์ ในประเทศสิงคโปร์ ซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับหนังสือ การศึกษา หนังสือพิมพ์ โดยบริษัท ฟาร์อีสต์ฯ ขึ้นอยู่กับส่วนของ STP Distribution (STP คือ The Straits Times Press (1975) Ltd.) ซึ่งเป็นส่วนที่รับผิดชอบทางการขาย โดยตรงทั้งหมด บริษัทได้ตั้งกิจการในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2502 รวมเวลา 28 ปี โดยปัจจุบันตั้งอยู่ชั้น 7 อาคารมหาทุนพลาซ่า ถนนสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร และได้เปิดสาขาที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ภาพที่ 2.3 การจัดองค์การบริษัทฟาร์อีสท์ทาบลิเคชั่น จำกัด



ที่มา : สัมภาษณ์ ตะวันนี ภู่อุวรรณ. ผู้จัดการส่วนขาย, 15 เมษายน 2530.

#### นโยบายสารานุกรมของบริษัทฟาร์อีสท์ทาบลิเคชั่น

เนื่องจากบริษัทเป็นบริษัทสาขาของบริษัทสหเทศทามเพลส ในประเทศสิงคโปร์ ซึ่งเป็นตัวแทนจากสารานุกรมบริแทนนิกา ซิลด์เดนเพรส มาร์แชลคาร์เรนดีช บริษัทจึงมีสารานุกรมอยู่หลายชนิด ทั้งนี้ได้คำนึงถึงตลาดในประเทศในการยอมรับสารานุกรมแต่ละชุด

สารานุกรมของบริแทนนิกามีหลายชนิดด้วยกัน โดยแบ่งตามขนาดและวัยของผู้ใช้ซึ่งเป็นสารานุกรมหลักของบริษัท ในปัจจุบันได้แปลเป็นภาษาไทยในชุดของ เดอะ ยิง ซิลเดرنัล เอ็นไซโคลปีเดีย โดยตามพระราชดำริของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งทรงเป็นองค์ที่ปรึกษาของสารานุกรมชุดนี้ โดยใช้ชื่อสารานุกรมชุดนี้เป็นภาษาไทยว่า ขุมปัญญา บริแทนนิกา หรือสารานุกรมภาษาไทยสำหรับเด็ก โครงการนี้ใช้เวลากว่าสองปีจึงสำเร็จ โดยใช้เวลาในการอนุมัติจากสถาบันบริแทนนิกา และทางสำนักงานใหญ่ในประเทศสิงคโปร์ ทั้งนี้การอนุมัติได้กระทำอย่างรอบคอบจากสถาบัน ทางบริษัทฟาร์อีสท์ฯ จะต้องส่งประวัติของผู้แปลทุกท่านให้แก่ทางสถาบันเพื่อขออนุมัติ บรรณาธิการของสารานุกรมชุดนี้คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรชูลี อาชวบำรุง หลังจากสารานุกรมชุดนี้ได้ออกตลาดก็ได้รับการยอมรับอย่างสูง โดยมียอด

ขายกว่า 20,000 ชุด ในเวลา 3 ปี ทำให้บริษัทมีโครงการที่จะแปลและจัดทำสารานุกรมในชุด  
อื่นต่อไป

ในสารานุกรมสาขาวิชาต่าง ๆ บริษัทได้นำมาเสนอแก่ลูกค้าหลายสาขาด้วยกัน ซึ่งจะ  
เป็นของบริษัทอื่น ๆ นอกเหนือจากบริษัทบริแทนนิกา การจำแนกสารานุกรมของบริษัทมีดังนี้คือ

1. สารานุกรมสำหรับผู้ใหญ่ ชุดใหญ่
 

สารานุกรมบริแทนนิกา (ปกหนังสือคำ)	32 เล่มต่อชุด	ราคา 37,500 บาท
(ปกสีน้ำตาล)		ราคา 31,250 บาท
2. สารานุกรมสำหรับเด็กชุดใหญ่
 

สารานุกรม ซิลเดรอน	15 เล่มต่อชุด	ราคา 14,320 บาท
สารานุกรม ยั้งซิลเดรอน	16 เล่มต่อชุด	ราคา 5,500 บาท
3. แยกตามสาขาวิชาดังนี้
 

สารานุกรมเกรทบู๊คสออฟเวสเทิร์นเวิลด์	54 เล่มต่อชุด	ราคา 25,800 บาท
สารานุกรมเวิลด์มิดแอนดรีเจเนต		ราคา 4,968 บาท
สารานุกรมอีริสเทรต ออฟแมนคายด์		ราคา 6,804 บาท
สารานุกรมอีริสเสตท ซายด์แอนอินเวนชั่น		
สารานุกรม แมน มิท แอน เมจิก	12 เล่มต่อชุด	ราคา 4,785 บาท
สารานุกรม อีริสเสตท เอ็นไซโคลปีเดีย		
ออฟไซท์อิมพروفเวิน	22 เล่มต่อชุด	ราคา 4,785 บาท
สารานุกรมอีริสเสตท เอ็นไซโคลปีเดีย		
ออฟแพมมิลี่ เฮวพ	24 เล่มต่อชุด	ราคา 5,436 บาท
สารานุกรม ไอวอนทูนอะเมววิธ	27 เล่มต่อชุด	ราคา 4,410 บาท
สารานุกรม ยั้งพิเฟิลไซด์	22 เล่มต่อชุด	ราคา 4,155 บาท
สารานุกรม ยั้งพิเฟิลแอนนิมอล	24 เล่มต่อชุด	ราคา 3,825 บาท
สารานุกรม คอนไซ เอ็นไซโคลปีเดีย		
บริแทนนิกา (เงิน)	10 เล่มต่อชุด	ราคา 9,975 บาท



## สารานุกรมบริแทนนิกา

ชื่อเต็ม	The New Encyclopaedia Britannica
บรรณาธิการ	Philip W. Goetz
ผู้พิมพ์	Encyclopedia Britannica
จำนวนเล่มต่อชุด	32 เล่ม
จำนวนหน้า	30,000 หน้า
จำนวนหัวข้อ	87,000 หัวข้อ
จำนวนคำ	18,000,000 คำ
จำนวนภาพประกอบ	24,000 ภาพ
จำนวนแผนที่	8,000 ภาพ
หัวข้อดัชนี	172,000 หัวข้อ
เอกสารอ้างอิง	411,000 ชุด
ผู้ทำงาน	5,000 คน
ผู้ใช้	ระดับการศึกษาตั้งแต่มหาวิทยาลัยขึ้นไป
ขนาดทางกายภาพ	8 3/4 x 11 1/4 นิ้ว

### คุณลักษณะของสารานุกรมบริแทนนิกา

สารานุกรมบริแทนนิกาชุดนี้เป็นชุดที่ 16 ใช้เวลาในการวางแผนถึง 10 ปี และใช้เวลาในการเขียนเป็นเวลา 5 ปี โดยส่งข้อมูลมาจากทั่วโลก ในการจัดทำครั้งนี้ได้ลงทุนเป็นเงินถึง 56 ล้านดอลลาร์ หรือประมาณ 1,512 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลงานที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประวัติศาสตร์ โดยใน 1 ชุดจะมีทั้งหมด 32 เล่ม การจัดโครงสร้างภายในเป็นเอกลักษณ์และเป็นขั้นตอนที่ง่าย คือ

ชั้นแรก จะเป็นหนังสือดัชนี 2 เล่ม ซึ่งจะช่วยในการเริ่มค้นหาข้อมูลที่ต้องการ

ชั้นที่สอง จะเป็นหนังสืออ้างอิง 12 เล่ม ซึ่งจะใช้เวลาในการศึกษาสั้น ๆ สำหรับ  
ต้องการความรวดเร็ว เรียกว่า Micropaedia

ชั้นที่สาม เป็นหนังสืออ้างอิงมีทั้งหมด 17 เล่ม เป็นข้อมูลซึ่งละเอียดและลึกลงไป  
เนื้อหา เหมาะสำหรับค้นคว้าหารายละเอียดที่เป็นส่วนปลีกย่อย เรียกว่า Macropaedia

ชั้นที่สี่ เป็นหนังสือจัดหัวข้อความรู้ต่าง ๆ การจัดโครงสร้างภายในเล่ม เพื่อที่จะ  
เป็นการชี้แนะในการศึกษาด้วยตนเอง เรียกว่า Propaedia

ในการใช้งานของสารานุกรมชุดนี้ ชั้นแรกจะต้องเปิดหาหัวข้อที่ต้องการก่อนในหนังสือ  
ดัชนี (index) ซึ่งได้จัดลำดับให้สามารถค้นหาได้ง่ายและตรงจุดที่ต้องการจะค้นหาในชั้นตอน  
ที่สอง จะเป็นการศึกษาในหัวข้อนั้น ๆ โดยคร่าว ๆ เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งเหมาะ  
สำหรับเด็ก ๆ ที่จะทำการบ้าน รายงาน หรือบุคคลซึ่งสนใจเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หัวข้อ  
เรื่องซึ่งสนใจ ต้องการทราบวัน เดือน ปี ชื่อบุคคล สถานที่ หรือสิ่งที่ต้องการทราบ โดยดู  
จากบทสรุปของหนังสืออ้างอิงในชั้นตอนที่สองนี้ ในกรณีซึ่งต้องการศึกษาให้ละเอียดมากยิ่งขึ้นหรือ  
ต้องการหาหัวข้อซึ่งสัมพันธ์กันก็จะต้องเปิดหนังสือในชั้นตอนที่สามซึ่งมีอยู่ 17 เล่ม เหมาะสำหรับการ  
การค้นคว้าระดับโรงเรียน มหาวิทยาลัย ในครอบครัว และการค้นคว้าทางธุรกิจ

การศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในสาขาวิชาต่าง ๆ ด้วยตนเอง ก็สามารถทำได้โดยอาศัย  
หนังสือจัดหัวข้อความรู้ต่าง ๆ ช่วยให้สามารถทำการศึกษาค้นคว้าในแขนงวิชาต่าง ๆ ภายใน  
ในบ้านของตนหรือสถานที่ที่สะดวก ไม่ใช่เพียงแต่เป็นแหล่งเก็บความรู้เท่านั้น แต่ได้จัดเป็น  
โปรแกรมการศึกษาไว้อย่างละเอียด ในเล่มนี้ถือเป็นมันสมองของสารานุกรมชุดนี้ ซึ่งมีความรู้ที่  
จะสามารถศึกษาได้มากกว่าหัวข้อในรายวิชาในการศึกษาภายในมหาวิทยาลัย โดยมุ่งเน้นการ  
ศึกษาภายนอกสถาบัน เพื่อให้ผู้ที่มีได้มีอาชีพหรือเคยศึกษามาในแขนงวิชานั้น ๆ ได้มีโอกาสศึกษา  
ในแขนงวิชาอื่นได้ โดยจะแบ่งเป็นหมวดหมู่เช่น สสารและพลังงาน โลก ชีวิตบนโลก ชีวิต  
มนุษย์ สังคม เทคโนโลยี ศาสนา ประวัติศาสตร์ เป็นต้น หลังจากศึกษาหัวข้อที่ต้องการ  
ศึกษาแล้วก็ต้องเปิดในส่วน Macropaedia เพื่อศึกษาเนื้อหาตามโปรแกรมที่ได้วางไว้

เนื้อเรื่องในสารานุกรมบริเตนนิกาชุดนี้มีลักษณะ เป็นสากลเน้น เรื่องของโลกตะวันออก ตัวอย่างเช่น เรื่องศิลปะ ประวัติศาสตร์ ภาพเขียน สถาปัตยกรรม ภาพยนตร์

#### นโยบายราคาของบริษัทพาร์วีสต์พับลิเคชัน จำกัด

สารานุกรมทุก ๆ ชุดของบริษัทได้กำหนดราคาไว้เป็นมาตรฐานโดยทางบริษัท STP ซึ่งเป็นบริษัทซึ่งควบคุมการขายทั้งหมดเป็นผู้กำหนดราคาขาย ทั้งนี้ราคาขายของสารานุกรมแต่ละชุดจะรวมของแถมเพื่อส่งเสริมการขายไปด้วย ราคาขายแต่ละชุดจึงเป็นมาตรฐานโดยมีของแถมซึ่งกำหนดจากบริษัท STP

ราคาซึ่งทางบริษัท STP ตั้งขึ้นเพื่อให้บริษัทพาร์วีสต์ ๆ นี้ เป็นราคาขายแก่ลูกค้า นั้นทางบริษัทพาร์วีสต์ฯ จะไม่มีส่วนในการกำหนดราคาแต่อย่างใด ยกเว้นในกรณีที่ทางบริษัท STP ได้ตั้งรายการขายของสารานุกรมชุดนั้น ๆ สูงเกินกว่าที่ตลาดจะยอมรับได้และก่อให้เกิดปัญหาแก่พนักงานขายแล้ว บริษัทพาร์วีสต์ฯ จะเสนอเรื่องขอเปลี่ยนแปลงราคาเพื่อความเหมาะสมของตลาด การดำเนินการในลักษณะของสาขาจึงไม่มีส่วนในการกำหนดราคาขายแต่อย่างใด นโยบายในการกำหนดราคาให้ดำเนินการนั้นมีดังนี้

1. การกำหนดราคาให้แก่พนักงานขาย จะเป็นในลักษณะชุดต่อชุด แต่ละชุดราคาและของแถมจะไม่สัมพันธ์กันเนื่องจากกำหนดไว้เป็นที่แน่นอนแล้วว่า สารานุกรมชุดนั้นจะมีของแถมเป็นอะไร ราคาเท่าไร ส่วนในชุดอื่น ๆ ก็จะมีของแถมซึ่งแตกต่างกันไปแล้วแต่ทางบริษัท STP จะเป็นผู้กำหนดให้ ทั้งนี้รวมไปถึงราคาในการผ่อนชำระด้วย

2. นโยบายการให้ส่วนลด ส่วนลดปริมาณ<sup>21</sup> จะมีเฉพาะเป็นบางชุดซึ่งถ้าลูกค้าต้องการซื้อควบกันชุดอื่นก็จะมีส่วนลดให้แก่ลูกค้า

<sup>20</sup> ดูเพิ่มเติมที่ภาคผนวก ก หน้า 203.

<sup>21</sup> ดูเพิ่มเติมที่ภาคผนวก ก หน้า 205-206.

3. ราคาขายสามารถขายได้ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร และในต่างจังหวัด การเปลี่ยนแปลงราคาจะเกิดขึ้นเมื่อมีการพิมพ์สารานุกรมขึ้นในครั้งใหม่ ราคาที่เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นขึ้นอยู่กับราคากระดาษเป็นส่วนสำคัญ ในการออกชุดใหม่ราคาของชุดใหม่จะสูงขึ้นอย่างมาก เนื่องจากการลงทุน ในแง่ของสภาพแวดล้อมซึ่งทำให้ราคาเปลี่ยนได้แก่ การขึ้นลงของค่าเงินบาท

การใช้ช่องทางการจำหน่ายของบริษัท พาร์อิสต์พับลิเคชัน จำกัด

บริษัทใช้ระบบการขายโดยตรงเพียงช่องทางเดียวและเน้นเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น ยกเว้นในกรณีบริษัทจะจัดพิมพ์ออกต่างจังหวัดเป็นบางครั้ง โดยต้องการจงใจให้พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและ เปลี่ยนสภาพแวดล้อม เพื่อให้พนักงานเกิดแรงกระตุ้นตัวในการทำงาน

การขายภายในกรุงเทพมหานคร บริษัทจะส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าภายในเวลาที่ลูกค้ากำหนด ทั้งนี้การนัดหมายจะทำโดยฝ่ายตรวจสอบซึ่งจะใช้โทรศัพท์ติดต่อสอบถามเพื่อป้องกันความผิดพลาดของพนักงานขายในด้านการเสนอตัวเลขราคา เงินคาวน การผ่อนส่งในแต่ละงวด ซึ่งถ้าเกิดความผิดพลาด พนักงานขายต้องรับผิดชอบกับจำนวนเงินที่สูญเสีย ทั้งนี้เป็นการตรวจสอบฐานะของลูกค้ายืนยันใบสั่งซื้อ และนัดส่งสินค้าซึ่งแล้วแต่ลูกค้าจะสะดวก ในการทำการส่งสินค้าลูกค้าจะต้องชำระเงินคาวน (ในกรณีที่มิได้ชำระแก่พนักงานขาย) จึงส่งสินค้าและนัดหมายการเก็บค่างวด

ในการออกต่างจังหวัด พนักงานขายจะขายได้ในเฉพาะเขตอำเภอเมืองเท่านั้น และจะต้องเป็นการขายเงินสดหรือผ่อนต้องชำระเงินคาวนเรียบร้อยแล้ว การจัดส่งจะมีข้อแตกต่างกันคือ กรณีเงินผ่อน จะจัดส่งทาง ร.ส.พ. ทั้งนี้จะใช้เวลาไม่เกิน 1 สัปดาห์ หลังจากบริษัทได้รับใบสั่งซื้อ กรณีลูกค้าซื้อเงินสด บริษัทจะจัดส่งโดยฝากรถทัวร์ จะใช้เวลา 2-3 วัน แล้วแต่ระยะทาง



## นโยบายการส่งเสริมการตลาดของบริษัทฟาร์อีสต์ฟับบลิเคชั่น จำกัด

เนื่องจากบริษัทมีนโยบายในการขายโดยการขายปริมาณมาก แต่กำไรต่อหน่วยต่ำ การส่งเสริมการขายจึงเน้นไปที่ผู้ซื้อ ซึ่งเป็นนโยบายหลักจากบริษัท STP ได้วางไว้และดำเนินการโดยต่อเนื่องตลอดมา และได้มีการปรับปรุงบางส่วนเพื่อให้เหมาะสมกับสภาวะแวดล้อมของตลาดในประเทศไทย โดยบริษัทมีนโยบายในการส่งเสริมการขายตั้งไปยังผู้บริโภคและการส่งเสริมโดยอาศัยพนักงานขายดังนี้

### 1. การส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค

1.1 นโยบายให้ผ่อนชำระ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่ยังไม่พร้อมทางด้านการเงิน ได้มีโอกาสเป็นเจ้าของสารานุกรม บริษัทจึงเปิดให้มีการผ่อนชำระเป็นงวดได้ โดยในวันเสนอสินค้าถ้าลูกค้าตกลงซื้อ บริษัทจะให้วางเงินค่าง่อนส่วนหนึ่ง ที่เหลือจะให้ผ่อนชำระเป็นงวดโดยจะมีตั้งแต่ 2 งวด 6 งวด 12 งวด 24 งวด และ 30 งวด แล้วแต่ราคาของสารานุกรมยิ่งราคาสูงระยะเวลาการผ่อนจะนานขึ้น ในการเสนอขายจะเสนอในลักษณะการชักชวนให้เป็นสมาชิกและเสียค่าสมาชิก เป็นเดือน

1.2 นโยบายการให้ส่วนลด การให้ส่วนลดจะให้ในกรณีซื้อสารานุกรมมากกว่า 1 ชุด ซึ่งจะมีการลดราคาให้ในแต่ละชุดไม่เหมือนกัน ซึ่งการจัดชุดและราคาคัดนี้ เป็นนโยบายจากทางบริษัท STP เป็นผู้ควบคุมทั้งหมด

1.3 นโยบายในการให้ของแถม บริษัทถือว่าการให้ของแถมเป็นนโยบายที่บริษัทเน้นมาก ซึ่งจะช่วยให้พนักงานขายสามารถเปิดการขายได้ง่าย และลูกค้าจะตัดสินใจได้เร็วขึ้น ทั้งยังได้ของแถมด้วย ของแถมนี้จะเป็นหนังสือซึ่งบริษัทจำหน่ายอยู่ด้วย ในการเสนอของแถมนี้จะเสนอต่อลูกค้าในช่วงที่ลูกค้าได้ทราบรายละเอียดของสารานุกรม และพนักงานขายได้แก้ไขข้อโต้แย้งแล้ว แต่ลูกค้าจะยังไม่ตัดสินใจซื้อ ก็จะเสนอรายการของแถมไป ทั้งนี้ขั้นตอนการขายอาจเสนอพร้อมรายละเอียดสินค้าก็ได้ แต่ตามปกติจะเก็บไว้เป็นข้อเสนอเพื่อการตัดสินใจ โดยที่ถึงแม้

ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อแล้ว ทั้ง ๆ ที่ยังมีได้มีการเสนอของแถม พนักงานขายจะต้องให้ของแถมแก่ลูกค้าตามรายการซึ่งบริษัทได้กำหนดให้มาว่าจะต้องแถมรายการใดบ้าง บางครั้งของแถมมีหลายชิ้นก็สามารถทยอยออกมาเสนอกับลูกค้าเพื่อการต่อรองทางด้านราคา.

ของแถมบางครั้งมีมากกว่า 1 รายการ โดยปกติพนักงานขายจะเก็บรายการนี้ไว้เป็นรายการสุดท้ายเพื่อต่อรองกับลูกค้าในแง่การแนะนำลูกค้าให้แก่พนักงานขาย ถ้าลูกค้าแนะนำลูกค้าใหม่ให้ ซึ่งลูกค้าที่ได้จากการแนะนำนี้บริษัทถือว่าเป็นลูกค้าเกรดเอ คือมีโอกาสที่จะซื้อมากที่สุด ถือเป็นเป็นการแนะนำและสามารถอ้างอิงถึงผู้แนะนำได้ (ในกรณีที่ลูกค้าเก่าอนุญาต) ซึ่งรายชื่อเหล่านี้จะเป็นลูกค้าเป้าหมายรายต่อไปที่จะต้องทำการเสนอขายต่อไปทันที และพนักงานขายควรจะนำไปส่งชื่อของผู้แนะนำไป เป็นกระตุ้นให้เกิดการยอมรับกับลูกค้าแนะนำได้

แต่ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายที่แน่นอนในแง่ของเรื่องการแถมคือ

1. ไม่ว่าลูกค้าจะทราบหรือไม่ว่ามีของแถม ถ้าในช่วงเวลานั้นสารานุกรมชุดนั้นมีของแถมแก่ลูกค้า ไม่ว่าจะมีการแถมที่รายการก็ตาม ลูกค้าจะต้องได้รับของแถมครบทุกชิ้นที่มีอยู่ในรายการของแถมสำหรับสารานุกรมนั้น ๆ
2. กรณีพนักงานขายมิได้เขียนรายการของแถมที่มีอยู่ในรายการให้แก่ลูกค้า แต่เขียนเฉพาะรายการชื่อบุคคลของลูกค้า เมื่อฝ่ายส่งสินค้าจัดส่งให้ก็จะนำชุดของแถมไปให้ด้วยตามรายการที่บริษัทกำหนดของแถมไว้ในช่วงนั้นทุกประการ
3. พนักงานขายไม่มีสิทธิใด ๆ ในของแถมนั้น ๆ ถึงแม้ว่าลูกค้าจะตัดสินใจซื้อก่อนที่จะมีการเสนอของแถม พนักงานขายก็จะไม่มีสิทธิในของแถมนั้น ๆ
4. ถ้าลูกค้าได้รับทราบถึงรายการของแถมแล้ว แต่ต้องการให้ลดของแถมลงโดยที่จะขอลดราคาในตัวสินค้าหลักที่ต้องการซื้อโดยไม่ต้องการของแถม พนักงานขายก็ไม่สามารถลดราคาให้ได้ เนื่องจากรายการต่าง ๆ ได้กำหนดเป็นการแน่นอน
5. ถึงแม้ว่าลูกค้าจะได้รับการต่อรองทางด้านคำแนะนำลูกค้ารายใหม่ให้แก่พนักงานขาย ถ้าลูกค้าแนะนำหรือไม่แนะนำก็ตาม ของแถมซึ่งพนักงานกันไว้เป็นตัวต่อรองกับลูกค้า (ซึ่งอยู่ในรายการของแถมอยู่แล้ว) ลูกค้าจะได้รับของแถมนั้นแน่นอน

6. เมื่อรายการของแถมได้หมดลง ก็จะมีการเปลี่ยนรายการของแถมใหม่ต่อไป ซึ่งทั้งนี้แล้วแต่ทางบริษัทจะพิจารณา ซึ่งทั้งนี้พนักงานขายจะต้องพยายามติดตามรายการของแถมของทางบริษัทว่าจะมีรายการใหม่ ๆ อะไรบ้าง

7. สินค้าของบริษัทที่ออกจำหน่าย บางชุดอาจไม่มีของแถมเลยซึ่งจะมีประมาณครึ่งหนึ่งของสินค้าทั้งหมด

ในบางครั้งบริษัทต้องการที่จะให้ลูกค้าซื้อเป็นเงินสดแทนที่จะใช้วิธีผ่อนชำระ บริษัทก็จะเสนอของแถมพิเศษแก่ผู้ซื้อเงินสดซึ่งวิธีการนี้ก็สามารถใช้ได้ผลอย่างยิ่ง

## 2. การส่งเสริมการขายโดยอาศัยพนักงานขาย

เพื่อเป็นการกระตุ้นให้พนักงานขายทำยอดขายให้สูงขึ้นและทำให้ตามเป้าหมายที่บริษัทได้วางแผนไว้ ทั้งยังสร้างนิสัยที่ดีแก่พนักงานขายเพื่อให้พนักงานขายรู้จักการวางแผน ขยันทำงานโดยมีนโยบายดังนี้

2.1 เงินรางวัล บริษัทจะพิจารณาตามยอดขายในแต่ละเดือน ถ้าพนักงานขายสามารถทำยอดขายได้ตามมาตรฐานที่ตั้งไว้ก็จะได้รับเงินรางวัล และเงินรางวัลจะเพิ่มขึ้นตามเป้าการขายที่บริษัทวางไว้ในลักษณะอัตราก้าวหน้า เงินรางวัลนี้จะได้รับตอนสิ้นเดือน ซึ่งจะมีการประชุมการขายเพื่อแจกรางวัล

2.2 การแข่งขันการขายระหว่างพนักงานขาย การแข่งขันจะมีสม่ำเสมอตลอดเวลา โดยที่การแข่งขันในแต่ละครั้งจะเป็นช่วงเวลาต่าง ๆ กัน แล้วแต่ว่าเป็นการแข่งขันที่ฝ่ายใดเป็นผู้จัด เช่น หัวหน้าทีมทุกระดับ ผู้จัดการภาค และบริษัทพาร์ตเนอร์

ระดับผู้จัดการทีม จะเป็นการแข่งขันภายในทีมกันเองไม่มีการกำหนดตายตัวว่าจะแข่งขันอย่างไร แล้วแต่ผู้จัดการทีมเป็นผู้จัด ช่วงเวลามักจะสั้น ๆ เช่น เป็นสัปดาห์ หรือ 4 สัปดาห์ของรางวัลจะเป็นเงินสด หรือทอง นาฬิกาต่าง ๆ

ระดับผู้จัดการภาค จะประกวดในระดับบริษัทโดยประกวดยอดขายของแต่ละทีม ช่วงเวลาในการแข่งขันจะยาวขึ้นถึง 24 สัปดาห์ (6 เดือน)

ทั้งระดับหัวหน้าทีมและระดับผู้จัดการภาค คำใช้จ่ายผู้จัดเป็นผู้รับผิดชอบเองทั้งหมด

ระดับบริษัท เป็นนโยบายที่แน่นอนและมีแผนไว้ตลอดทั้งปี โดยมีทั้งระยะ 3 เดือน 6 เดือน และ 1 ปี เป็นการแข่งขันรวมทั้งบริษัท โดยแบ่งเป็นระดับต่าง ๆ และรวมทุก ๆ ระดับ การแข่งขันในลักษณะนี้จะเป็นการสะสมยอดไปเรื่อย ๆ ซึ่งผู้ที่เคยชนะในระยะสั้นจะมีโอกาสชนะในระยะยาว รางวัลที่ทางบริษัทมอบให้แก่พนักงานชายคือ การเดินทางไปดูงานที่ประเทศสิงคโปร์ เป็นรางวัลปริมาณชายทุก ๆ 3 เดือน และในทุก ๆ 6 เดือน จะมีรางวัลใหญ่เช่นรถจักรยานยนต์ โดยที่ทางบริษัทจะวางเงินคาวนไว้ หลังจากนั้นถ้ายอดชายถึงเป้าในแต่ละเดือนที่กำหนดไว้ บริษัทจะรับภาระค่าวงค้อนชำระจักรยานยนต์ให้ในเฉพาะวงค้อนนั้น รางวัลพิเศษของยอด 12 เดือน คือ ไปดูงานที่ประเทศสหรัฐอเมริกา และได้เข้าร่วมประชุมระดับนานาชาติ

2.3 การประชุมการขาย บริษัทมีนโยบายให้พนักงานชายเข้าบริษัททุก ๆ วัน เวลาใดก็ได้ ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่พนักงานชายประสบมาและเพื่อให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวของโปรแกรมการส่งเสริมการขายของบริษัทซึ่งจะมีรายการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอโดยเฉพาะรายการรางวัลจะมีลักษณะวันต่อวันด้วย และนอกจากนี้เป็นการพบปะกับผู้บริหารเพื่อแนะนำและปรึกษาปัญหาต่าง ๆ

ในแต่ละเดือนจะมีการประชุมใหญ่รวมทั้งบริษัทเพื่อชี้แจงข่าวเกี่ยวกับสินค้ารายการส่งเสริมการขาย พร้อมทั้งมอบรางวัลประจำเดือนแก่ผู้ที่สามารถทำยอดขายได้ถึงเป้า นอกจากนั้นในแต่ละเดือนระดับหัวหน้าทีมทุกทีม จะต้องเข้าประชุมในการวางแผนกำหนดยอดขาย ไตรมาส 6 เดือน และ 1 ปี เพื่อที่จะแก้ไขปรับปรุงให้ทันกับเหตุการณ์ ซึ่งวันและเวลานั้น ผู้จัดการภาค จะเป็นผู้กำหนดขึ้น

การประชุมโดยฝ่ายส่งเสริมการขาย บริษัทมีนโยบายเพื่อพัฒนาพนักงานชายอยู่ตลอดเวลา โดยบริษัทได้จัดตั้งฝ่ายส่งเสริมการขาย ซึ่งมีหน้าที่หลักคือ ให้คำปรึกษาและแนะนำแก้ปัญหาทางด้านงานขาย โดยให้บริการฟรี ทุกวันเว้นวันอาทิตย์ ทั้งนี้ผู้ที่ควบคุมฝ่ายนี้คือเจ้าหน้าที่ซึ่งทำหน้าที่ฝ่ายอบรมแก่พนักงานใหม่เป็นผู้รับผิดชอบในหน่วยงานนี้



2.4 อุปกรณ์ช่วยในงานขาย<sup>22</sup> บริษัทได้เตรียมอุปกรณ์เพื่อช่วยในงานขายแก่พนักงานขายเมื่อออกไปพบลูกค้า โดยอุปกรณ์จะมีแค่ตาสีออก ซึ่งเป็นภาพของสารานุกรมขนาดใหญ่ (board size) หนังสือสารานุกรมตัวอย่าง ซึ่งจะรวบรวมข้อมูลของสารานุกรมชุดจริงไว้เฉพาะส่วนเพื่ออธิบายการใช้งานจริงนอกจากนั้นจะเป็นงานด้านเอกสาร เช่น ใบสั่งซื้อทั้งฉบับภาษาไทย ฉบับภาษาอังกฤษ แบบวาดแผนที่บ้าน อุปกรณ์เหล่านี้ทั้งหมดบริษัทได้เตรียมให้พนักงานขายในราคาพิเศษ ซึ่งสารานุกรมแต่ละชุดจะมีราคาอุปกรณ์ช่วยขายไม่เหมือนกัน เช่น สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน จะมีราคาชุดละ 200 บาท หรือสารานุกรมบริแทนนิกา ราคา 1,000 บาท แต่ในทางปฏิบัติแล้วพนักงานขายไม่จำเป็นต้องมีอุปกรณ์เหล่านี้เป็นของตนเอง แต่สามารถยืมจากหัวหน้าทีมตนเองได้ในกรณีที่พนักงานที่ซื้ออุปกรณ์เหล่านี้แล้ว ต้องการลาออกก็สามารถคืนอุปกรณ์เหล่านี้กับทางบริษัทได้โดยบริษัทจะคืนเงินให้แก่พนักงานขาย.

อุปกรณ์การขายซึ่งเพิ่งเริ่มนำมาใช้คือ วีดีโอเทป ซึ่งเนื้อหาในวีดีโอจะกล่าวถึง คุณลักษณะ ประโยชน์ การใช้งาน ของสารานุกรม ซึ่งพนักงานขายสามารถยืมได้จากหัวหน้าทีมเช่นกัน

#### การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

บริษัทฟาร์อีสต์ฯ ได้นำสารานุกรมออกแสดงตามงานโชว์สินค้าอยู่เสมอ ๆ ซึ่งเป็นนโยบายที่สำคัญประการหนึ่งในการแสวงหาลูกค้าเป้าหมายและยังเป็นกิจกรรมอันหนึ่งซึ่งสร้างยอดขายให้กับบริษัทอย่างมาก ทั้งนี้เมื่อบริษัทต้องการที่จะเร่งเพิ่มยอดขาย กิจกรรมนี้จะมีความสำคัญอย่างมาก การออกงานแสดงแต่ละครั้งค่าใช้จ่ายจะมีให้บริษัทเป็นผู้รับภาระแต่ผู้เดียว แต่ว่าจะขึ้นอยู่กับผู้จัดการภาคว่าจะแบ่งภาระด้านการเงินนี้อย่างไร เช่น บางครั้งจะแบ่งเป็น 3 ส่วนเท่า ๆ กัน คือ ผู้จัดการภาค พนักงานขายหรือทีมขายที่ต้องการออกงานแสดง บริษัทฟาร์อีสต์ฯ หรือในบางครั้งผู้จัดการภาคจะรับภาระนี้เองโดยไม่อยู่ในงบแสดงสินค้าของบริษัท งบแสดงสินค้านี้สามารถทำการเสนอพิจารณาค่าใช้จ่ายกับบริษัท STP ซึ่งควบคุมบริษัทฟาร์อีสต์ฯ ได้ บริษัทเคยออกงานแสดงสินค้าในปีหนึ่ง ๆ มากกว่า 50 งาน ซึ่งแล้วแต่สภาวะทางด้านการตลาด

<sup>22</sup>ดูเพิ่มเติมที่ภาคผนวก ค หน้า 265-279.

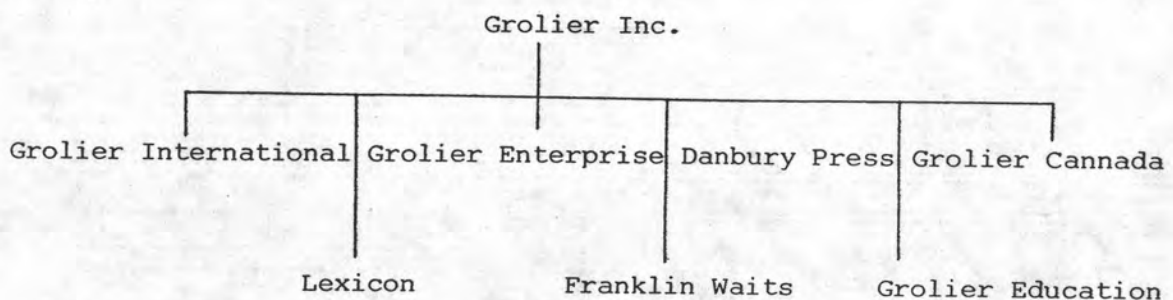
แต่ในระยะหลังคือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 บริษัทเห็นว่า งานแสดงสินค้าต่าง ๆ ที่จัดขึ้นนั้นผู้ที่มาชมงานส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่เคยชมในงานอื่น ๆ มาก่อน และเคยซื้อสินค้าของบริษัทแล้วเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นจึงลดการออกงานแสดงสินค้าลงเพื่อรอช่วงเวลาที่จะเปลี่ยนลูกค้ารายใหม่ ๆ เข้ามา งานที่มักจะออกแสดงเสมออาทิเช่น งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ งานเกษตรแห่งชาติ งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับบ้าน งานวิชาการตามสถาบันการศึกษา

การโฆษณา บริษัทจะโฆษณาในกรณีที่มีสารานุกรมออกใหม่ เช่น สารานุกรมภาษาจีน สารานุกรมภาษาไทย โดยจะลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

บริษัท โกรเลียร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด (Grolier International, Inc.)

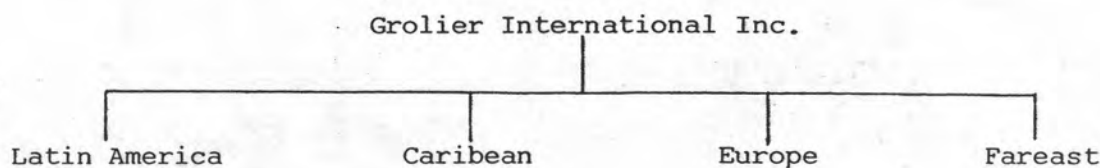
บริษัท โกรเลียร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด เป็นบริษัทสาขาของบริษัท โกรเลียร์ อินเตอร์เนชันแนล ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยได้ทำการจัดทำสารานุกรมอเมริกันนา (Americana) นอกจากผลิตสารานุกรมแล้วบริษัทยังมีหน่วยงานซึ่งผลิตอุปกรณ์การศึกษาในทุก ๆ ระดับ ทั้งนี้การดำเนินงานได้อาศัยเครือข่ายงานดังนี้

ภาพที่ 2.4 บริษัทโกรเลียร์ อิงค์ ประเทศสหรัฐอเมริกา

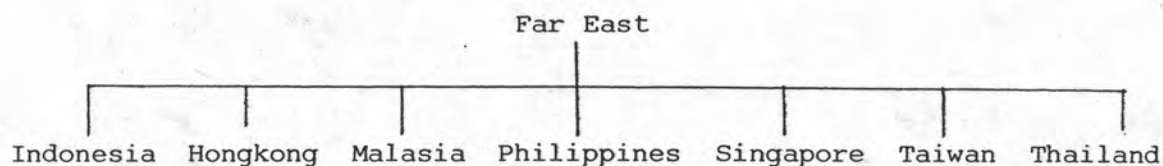


Grolier International	คือบริษัทซึ่งเป็นสาขาของบริษัท โกรเลียร์ อินเตอร์เนชันแนล เช่น บริษัทโกรเลียร์ อินเตอร์เนชันแนลจำกัด ในประเทศไทย เป็นต้น
Lexicon	คือ ตัวแทนจำหน่าย (agent) สินค้าของบริษัทโกรเลียร์ อินเตอร์เนชันแนล โดยการซื้อขาดจากบริษัทแล้วนำไปกระจายสินค้าเอง เช่น Lexicon ในประเทศสิงคโปร์
Grolier Enterprise	คือ หน่วยงานของบริษัท ซึ่งจำหน่ายสินค้าโดยระบบขายตรงทางไปรษณีย์ไปยังลูกค้า
Franklin Waits	คือ หน่วยงานพิมพ์สารานุกรมของบริษัท
Danbury Press	คือ หน่วยงานพิมพ์ ซึ่งพิมพ์หนังสือการ์ตูนของวอลท์ ดิสนีย์
Grolier Education	คือ หน่วยงานซึ่งจำหน่ายสารานุกรมและสินค้าของบริษัท ซึ่งลูกค้าจะเป็นห้องสมุดเท่านั้น
Grolier Canada	คือ สาขาของบริษัทซึ่งเปิดดำเนินการที่ประเทศแคนาดา

จากบริษัท โกรเลียร์ อินเตอร์เนชันแนล ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีสาขาต่าง ๆ ทั่วโลก โดยจะแบ่งเขตขายออกเป็น

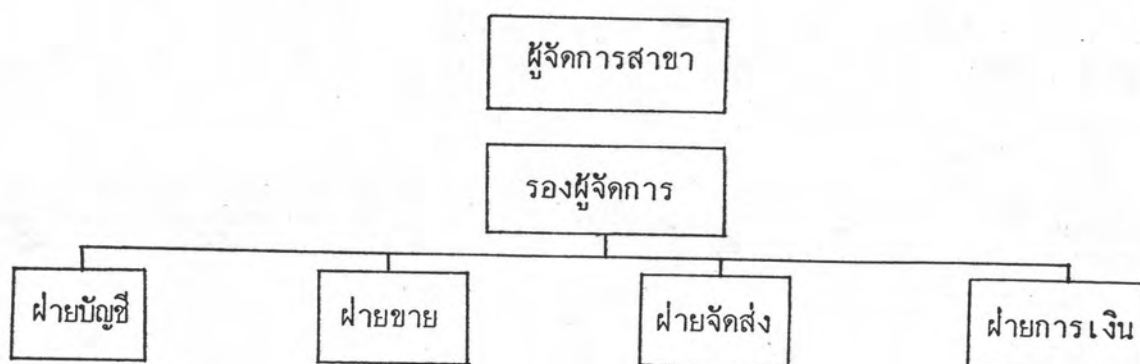


โดยในเขต Fareast จะแยกออกเป็นประเทศต่าง ๆ คือ



ในเขต Fareast นี้สำนักงานควบคุมเขตจำหน่ายจะอยู่ที่ฮ่องกงซึ่งควบคุมดูแลกิจการในประเทศไทยด้วย ปัจจุบันบริษัทตั้งอยู่เลขที่ 1 ถนนคอนเวนต์ อาคารสิวตล ชั้น 8 กรุงเทพมหานคร

ภาพที่ 2.5 การจัดองค์การของบริษัทโกรเลียร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด



ที่มา : สัมภาษณ์ อนันต์ รมณียรูป, ผู้จัดการส่วนขาย, 7 ตุลาคม 2530.

#### นโยบายผลิตภัณฑ์ของบริษัทโกรเลียร์

บริษัทมีนโยบายในการจำหน่ายสารานุกรมหลายชนิดในหลายสาขาวิชา และทุก ๆ วิชาของตลาดเป้าหมาย โดยจะแยกเป็นตามอายุและขนาดของสารานุกรมดังนี้คือ

- |                                   |                               |
|-----------------------------------|-------------------------------|
| 1. สารานุกรมสำหรับผู้ใหญ่/ชุดใหญ่ |                               |
| สารานุกรม อเมริกานา               | 30 เล่มต่อชุด ราคา 37,800 บาท |
| 2. สารานุกรมสำหรับเด็ก/ชุดใหญ่    |                               |
| สารานุกรม โกรเลียร์ อคาเดมิก      | 21 เล่มต่อชุด ราคา 23,040 บาท |
| สารานุกรม นิวบुकส์ออฟโนวเรจ       | 21 เล่มต่อชุด ราคา 23,040 บาท |
| สารานุกรม เดอะนิวอาทส์เธอมี่      | 20 เล่มต่อชุด ราคา 8,640 บาท  |



นอกจากนี้แล้ว บริษัทยังมีสารานุกรมเฉพาะสาขาวิชา คือ

สารานุกรม โพรเฟสชันแนล เมนเนจเม้น	2 เล่มต่อชุด ราคา 3,150 บาท
สารานุกรม แอนนิมอล	8 เล่มต่อชุด ราคา 3,150 บาท
สารานุกรม แมคโคแนล	10 เล่มต่อชุด ราคา 3,150 บาท

### สารานุกรมอเมริกา

ชื่อเต็ม	The Encyclopedia Americana
บรรณาธิการ	Bernard S. Cayne
ผู้พิมพ์	Americana Corporation
จำนวนเล่ม/ชุด	30 เล่ม
จำนวนหน้า	26,690 หน้า
จำนวนหัวข้อ	52,000 หัวข้อ
จำนวนคำ	31 ล้านคำ
จำนวนภาพประกอบ	21,700 ภาพ
จำนวนแผนที่	1,200 ภาพ
หัวข้อดัชนี	353,000 หัวข้อ
เอกสารอ้างอิง	40,000 ชุด
ผู้ทำงาน	6,434 คน
ผู้ใช้	ระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมปลายขึ้นไป
ขนาดทางกายภาพ	7.5 x 10.25 นิ้ว

### คุณลักษณะของสารานุกรมอเมริกา

เป็นสารานุกรมชนิดหลายเล่มที่สำคัญรายแรกในสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1829 โดยเอาแบบมาจากสารานุกรม Konversation-Lexikon ของประเทศเยอรมัน ซึ่งรู้จักในนาม Brockhaus หัวข้อต่าง ๆ ในหนังสือนี้ สามารถสนองความต้องการที่จะหาความรู้ของผู้อ่านหลายระดับชั้น เช่น นักเรียน อาจารย์ และผู้ใหญ่ที่ต้องการความรู้ในด้านที่ตนเองไม่มีความรู้ทางสาขาวิชานั้น

อเมริกาเป็นสารานุกรมที่เชื่อมโยงความรู้ทุกแขนงมารวมกันไว้เป็นหัวข้อ มีความยาวเฉลี่ยราว ๆ 600 คำต่อหัวข้อ หรือประมาณครึ่งหน้ากระดาษ เนื้อหาและภาพประกอบมีตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดเกือบเต็มหน้า เช่น เรื่องประเทศแคนาดาที่มีความยาวกว่า 200 หน้า เรื่องประเทศจีนมีความยาว 100 หน้า ส่วนประเทศที่มีความเด่นและประชากรน้อยกว่าก็มีเนื้อหาลดลงตามส่วน เช่น ออฟกานิสถาน มีความยาว 14 หน้า

สารานุกรมนี้ให้รายละเอียดทางด้านประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ ประวัติบุคคลสำคัญของสหรัฐและแคนาดาอย่างละเอียด และเนื้อหาจะเน้นเรื่องราวที่เป็นสากล ประมาณ 40 เปอร์เซ็นต์ของเนื้อหาจะเกี่ยวกับชีวประวัติบุคคล และอีก 20 เปอร์เซ็นต์ จะเกี่ยวกับภูมิศาสตร์ ส่วนทางด้านวิทยาการก็จะมีหัวข้อเรื่องที่น่าสนใจมากมาย เช่น เรื่องเบาหวาน จะให้รายละเอียดด้านอาการ การรักษาโรค หรือหัวข้อวิวัฒนาการซึ่งมีความยาว 15 หน้า จะบรรยายถึงทฤษฎีทางวิวัฒนาการ หรือเรื่องพลังงานนิวเคลียร์ซึ่งยาว 25 หน้า จะกล่าวถึงการพัฒนานำพลังงานนิวเคลียร์มาใช้

ในด้านสังคมพฤติกรรมและภูมิศาสตร์ มีกว่า 14,500 เรื่อง สาขาศิลปะและมนุษยศาสตร์ก็มีเนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น การละคร, อิสลาม, ตรรกวิทยา, การวาดภาพ เรื่องบางเรื่องก็บรรยายอย่างย่อ ๆ เช่น Death of a Salesman

การเรียบเรียงโดยระบบพยัญชนะ เอกสารอ้างอิงก็จะเรียงลำดับอักษรเช่นเดียวกัน และมีดัชนีในเล่มที่ 30 ส่วนรายชื่อหนังสือที่เกี่ยวข้อง (Bibliography) จะมีรายชื่อหนังสือที่เกี่ยวข้องในเรื่องนั้น ๆ ที่คิดว่าเหมาะสมที่สุดในการที่จะให้รายละเอียดแก่ทั้งระดับผู้เชี่ยวชาญ

หรือบุคคลทั่วไป ถ้าเป็นเรื่องที่มีความขัดแย้งกันก็จะเสนอความเห็นในหลาย ๆ แง่ การอ้างอิงถึงหนังสือให้อ้างอิงเฉพาะหนังสือซึ่งหาได้ง่าย ภาพประกอบกว่าครึ่งส่วนใหญ่เป็นภาพขาวดำ ส่วนภาพที่เหลือเป็นภาพวาด ตาราง กราฟ ใช้เสริมความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อเรื่องประมาณ 5 เปอร์เซ็นต์ ของภาพจะเป็นภาพสี

แผนที่กว่า 450 ภาพ จากบริษัท C.S. Hammond & Company ซึ่งเป็นภาพสีของภูมิประเทศทั่วโลก ได้จัดเรียงไว้ในดัชนีแผนที่เหล่านี้ด้วย

สารานุกรมอเมริกันา หุ้มด้วย Lexotone สีแดงคำขอบคำ พิมพ์ตัวอักษรสีทอง มีภาพเหยี่ยวอเมริกันบนปกทุกเล่ม ตัวหนังสือแบบ Times Roman ทำให้อ่านง่าย กระดาษใช้ชนิดดีเย็บรูปเล่มถาวร

#### นโยบายราคาของบริษัทโกรเลียร์

จากขั้นตอนการทำสารานุกรมที่สลับซับซ้อนทำให้สารานุกรมอเมริกันามีราคาสูง แต่เมื่อเทียบกับราคาจำหน่ายทั่วโลกแล้ว ราคาจะใกล้เคียงกับในต่างประเทศ เนื่องจากภาษาเข้าของสินค้าประเภทหนังสือค่า และระบบการจ่ายผลตอบแทนในสาขาต่าง ๆ จะใช้ระบบเดียวกัน จึงทำให้ราคาใกล้เคียงกับทั่วโลก ทั้งนี้ได้มีการกำหนดราคาในส่วนอื่น ๆ คือ

1. การกำหนดราคาให้พนักงานขาย เพื่อสะดวกในการเสนอขายที่รวดเร็วและสามารถแจ้งราคาแก่ลูกค้าไม่ผิดพลาด เนื่องจากมีอัตราส่วนลดและการผ่อนชำระซึ่งไม่สะดวกในการคำนวณให้ลูกค้าและอาจเกิดข้อผิดพลาดที่พนักงานขายเองจะต้องชดใช้ ดังนั้นในรายการราคา บริษัทจะกำหนดราคาเป็นลักษณะแต้ม (Point)<sup>23</sup> ซึ่ง 1 แดม จะหมายถึงราคา 2,880 บาท ดังนั้นเมื่อพนักงานขายเสนอขายสินค้าหลาย ๆ ชนิดพร้อมกันก็เพียงแค่นำจำนวนแต้มมาบวกกันและคูณตารางราคาเปรียบเทียบกับจำนวนแต้มที่คำนวณได้ก็จะทราบถึงราคารวม พร้อมตารางเงินผ่อน อัตราส่วนลดโดยง่าย และผิดพลาดน้อย

<sup>23</sup> ดูเพิ่มเติมที่ภาคผนวก ก หน้า 207-208.

\* เป็นลักษณะของตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบหนึ่ง

## 2. นโยบายให้ส่วนลด<sup>24</sup>

ก. ส่วนลดปริมาณ	กำหนดขั้นต่ำ
3-8 แด้ม	ได้ส่วนลดจากรายการราคา 28 เปอร์เซ็นต์
9 แด้มขึ้นไป	ได้ส่วนลดจากรายการราคา 31 เปอร์เซ็นต์

ข. ส่วนลดเงินสด บริษัทจะลดราคาพิเศษให้กับผู้ซื้อเงินสด 15 เปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้สามารถจ่ายได้เป็น 2 งวด คือ งวดแรกในวันส่งสินค้า การชำระเงินต้องไม่ต่ำกว่าครึ่งหนึ่งของยอดซื้อ และจ่ายงวดที่สองในส่วนที่เหลือ

3. ตั้งราคาโดยอาศัยเศรษฐศาสตร์เป็นหลัก เนื่องจากในการขายต่างจังหวัดจะมีค่าใช้จ่ายในการส่งสินค้าและการเก็บเงิน ดังนั้นจะมีการบวกค่าใช้จ่ายเล็กน้อยซึ่งจะอยู่ในใบราคาซึ่งใช้เฉพาะกรณีออกต่างจังหวัดเท่านั้น

### การใช้ช่องทางการจำหน่ายของบริษัท โกรเลียร์

บริษัทใช้ระบบการขายโดยตรงถึงลูกค้า ไม่มีการวางจำหน่ายในร้านค้า การขายโดยตรงจะครอบคลุมพื้นที่ทุก ๆ ภาคทั่วประเทศ โดยบริษัทจะส่งพนักงานขายออกปฏิบัติงานตามหมายกำหนดการของบริษัทในช่วงเวลานั้น ๆ ทั้งนี้การกำหนดให้พนักงานขายออกต่างจังหวัดจะใช้การกำหนดเส้นทางการขาย โดยแบ่งออกเป็นสายตามลักษณะเส้นทางโดยแบ่งให้แต่ละทีมขาย

ในการออกต่างจังหวัด เพื่อเป็นการสะดวกกับพนักงานขายและลูกค้าในการสั่งซื้อ บริษัทจะมีรถซึ่งบรรทุกหนังสือสารานุกรมทุก ๆ ประเภท ออกติดตามไปกับฝ่ายขายในทุก ๆ เส้นทาง เพื่อให้สินค้าถึงมือผู้รับได้รวดเร็ว เช่น ในกรณีที่พนักงานขายได้รับคำสั่งซื้อในช่วงเช้า และสามารถส่งให้แก่หัวหน้าทีมเพื่อทำการจัดส่งได้ทันภายในวันเดียวกัน ลูกค้าจะได้รับสินค้าภายใน

<sup>24</sup> ดูเพิ่มเติมที่ภาคผนวก ก หน้า 207-208.



ในวันเดียวกันด้วย ซึ่งบางครั้งอาจมีใบสั่งซื้อจำนวนมากก็จะทำการส่งให้ในวันถัดไป

ในการนำสินค้าส่งให้กับลูกค้า บริษัทจะต้องตรวจสอบฐานะทางการเงินของลูกค้าให้แน่นอนว่าจะสามารถชำระค่าคงมัดให้แก่บริษัทได้ โดยฝ่ายตรวจสอบ (Checker) จะไปกับฝ่ายจัดส่ง การพิจารณาจะดูสภาพต่าง ๆ ประกอบเช่น สภาพบ้าน อาชีพ ตำแหน่งในหน้าที่การงาน เป็นต้น เมื่อฝ่ายตรวจสอบอนุมัติให้ส่งสินค้าได้แล้ว ก็จะทำกรส่งสินค้าและรับเงินค่างวด (กรณีที่ยังมิได้ชำระแก่พนักงานขาย) ซึ่งถือว่าคำสั่งซื้อสมบูรณ์แล้ว

หลังจากเสร็จสิ้นหมายกำหนดการออกต่างจังหวัด พนักงานทุกคนต้องกลับมารายงานตัวต่อหัวหน้าทีมที่สำนักงานในกรุงเทพเพื่อสรุปผลการออกต่างจังหวัด และเพื่อให้เกิดความพร้อมเพรียงสะดวกต่อการควบคุมการทำงาน

#### นโยบายการส่งเสริมการตลาดของบริษัทโกเรียล

บริษัทโกเรียลมีนโยบายในการส่งเสริมการตลาดในทุก ๆ ขั้นตอน โดยเริ่มตั้งแต่การออกงานแสดงสินค้า การส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค พนักงานขาย ทั้งนี้บริษัทได้คำนึงถึงราคาของสารานุกรมเนื่องจากเป็นสินค้าที่มีราคาสูง ดังนั้นการส่งเสริมการขายจึงเป็นสิ่งจำเป็น อีกทั้งยังมีเป้าการขายแต่ละปีซึ่งจะต้องสามารถทำให้ถึงเป้า โดยการใช้นโยบายการส่งเสริมการขายต่อเนื่องตลอดทั้งปี โดยที่นโยบายการส่งเสริมการขายของบริษัทมีดังนี้คือ

##### 1. การส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมคือ เพื่อเพิ่มยอดขายเป็นการขยายวงเงินของการซื้อของผู้บริโภค ให้ซื้อเพิ่มขึ้นจากเดิมที่ต้องการซื้อเช่น การซื้อสารานุกรมเด็ก (The New Author Mee) จะมีการแถมหนังสืออื่น ๆ ซึ่งแล้วแต่ว่าในช่วงนั้น ๆ บริษัทมีหนังสือชนิดใดซึ่งอยู่ในรายการที่เหมาะสมกับที่จะเป็นของแถมของสารานุกรม เช่น การแถมพจนานุกรม เป็นต้น โดยเหตุที่บริษัทใช้การขายโดยตรง พนักงานขายสามารถสังเกตพฤติกรรมของลูกค้า ทัศนคติ ความต้องการ ฐานะทางการเงิน และการยอมรับในตัวสินค้า ถ้าพนักงานขายวิเคราะห์ลูกค้าแล้วพบว่าลูกค้ามีความยอมรับในตัวสินค้า ฐานะทางการเงินของลูกค้าดี พนักงานขายก็จะขยาย

วงเงินการซื้อของลูกค้า(ทั้งนี้การขายสารานุกรมจะเสนอราคาหลังจากการสาธิตทุกครั้ง)โดยการเสนอรายการเพิ่มขึ้น เช่น ซื้อสารานุกรมหนึ่งชุดในรายการแถมปกติอาจมีสารานุกรม หรือ แผนที่โลก พนักงานขายอาจเสนอของแถมเพิ่มขึ้นจากรายการ ทั้งนี้ยังไม่เสนอราคาของสารานุกรม เมื่อเสนอสารานุกรมพร้อมของแถมในรายการปกติ และของแถมในรายการของพนักงานขายเองที่พนักงานวิเคราะห์ลูกค้าแล้วว่าการสินค้าชนิดใดของบริษัท พนักงานก็จะเสนอราคารวมคือราคาของสารานุกรมและราคาของแถมที่พนักงานขายเสนอไว้ โดยที่ราคาได้รวมราคาของแถมของพนักงานที่ไม่อยู่ในรายการแล้ว ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความต้องการของลูกค้าเมื่อทราบว่ามีส่วนของแถมมาก ในขณะที่สินค้าของบริษัทก็สามารถจำหน่ายได้เพิ่มขึ้นเช่นกัน และลูกค้าก็จะได้ส่วนลดปริมาณในจำนวนที่ลูกค้าซื้อ.

ในการเสนอขายแต่ละครั้ง ลูกค้าจะได้รับการส่งเสริมการขายจากบริษัทในหลายรูปแบบ โดยจะแยกออกเป็น

1.1 นโยบายการให้ผ่อนชำระ เนื่องจากสารานุกรมเป็นหนังสือชุดที่มีราคาสูง ดังนั้นการที่ลูกค้าจะจ่ายเงินเป็นเงินจำนวนมากในครั้งเดียว จะทำให้ยากต่อการปิดการขายอย่างมากและตัวลูกค้าเองจะมีปฏิกิริยาต่อสินค้า ทำให้ลูกค้าเกิดข้อโต้แย้งเกี่ยวกับทางด้านการเงิน เช่น ราคาแพงเกินไป ยังไม่พร้อมที่จะจ่าย นำเงินส่วนนี้ไปซื้อสินค้าประเภทอื่นดีกว่า ดังนั้นเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทั้งในการปิดการขายและช่วยเหลือทางด้านการเงินแก่ลูกค้า บริษัทจึงมีนโยบายให้ลูกค้าสามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ได้ ในกรณีที่สินค้าที่มีราคาต่ำเกินกว่าที่จะจัดการผ่อนชำระให้แก่ลูกค้า เนื่องจากไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายในการเก็บเงิน บริษัทก็มีกรให้ผ่อนชำระเป็น 2 งวด โดยในวันส่งของงวดแรกต้องไม่ต่ำกว่าครึ่งหนึ่งของราคาของสินค้า และส่วนที่เหลือจะจ่ายอีกครั้งหนึ่งเมื่อครบ 1 เดือน นับจากวันส่งของ

ในกรณีที่สินค้ามีราคาสูง การผ่อนชำระสามารถทำได้หลายงวดแล้วแต่ราคาของสินค้า เช่น สารานุกรมเด็ก สามารถเลือกการผ่อนชำระได้เป็น 3 แบบ คือ 3 เดือน 10 เดือน 20 เดือน ส่วนชุดใหญ่คือ สารานุกรมอเมริกาสามารถผ่อนชำระได้ 30 เดือน ทั้งนี้เพื่อลดจำนวนค้างงวดแต่ละงวดลงไป

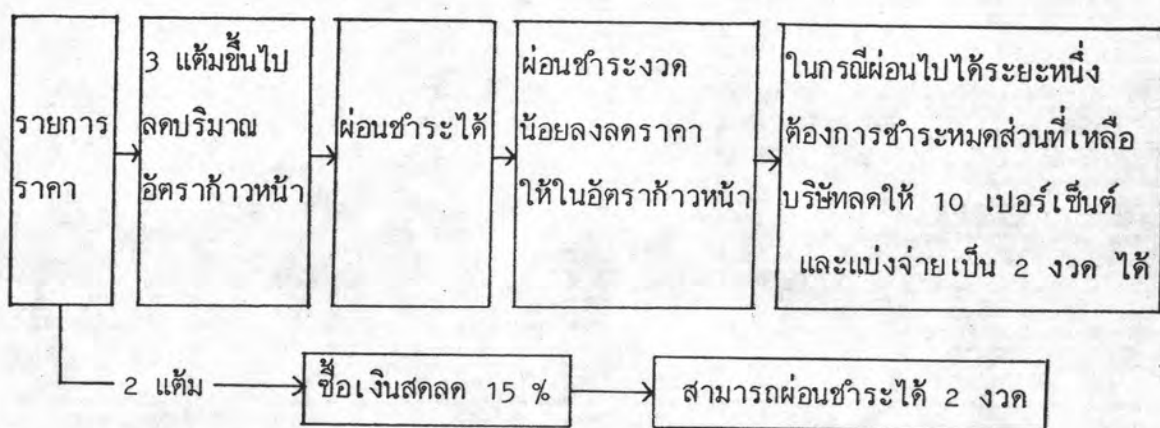
ในระบบการผ่อนชำระหรือซื้อเงินสดนี้ทางบริษัทได้มุ่งให้ลูกค้ามีความรู้สึก เป็นการสมัคร เป็นสมาชิกมากกว่าการซื้อสินค้า การเสนอขายจะเสนอในรูปแบบชักชวนให้สมัคร เป็นสมาชิกด้วย

1.2 นโยบายการให้ส่วนลด เพื่อให้ลูกค้าซึ่งประสงค์จะผ่อนชำระค่าวงใน จำนวนงวดที่น้อยได้รับประโยชน์มากกว่าโดยบริษัทจะลดค่าวงลงไปให้อัตราก้าวหน้า ยิ่งลด จำนวนงวดลงเท่าใดอัตรากการลดจำนวนเงินยิ่งมากขึ้น

การให้ส่วนลดกรณีเงินสด บริษัทจะลดราคาจากใบแจ้งราคาเป็นจำนวน 15 เปอร์เซ็นต์ โดยให้ออกาสผ่อนชำระได้เท่ากัน คือ 2 งวด หรืองวดแรกต้องมากกว่าครึ่งของ ราคา และงวดที่ 2 ชำระส่วนที่เหลือในช่วงเวลา 1 เดือน

การให้ส่วนลดปริมาณ โดยการตั้งยอดการสั่งซื้อของลูกค้า ยิ่งลูกค้าซื้อมากเท่าใด ส่วนลดปริมาณก็จะเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น โดยเป็นเปอร์เซ็นต์ของยอดสั่งซื้อโดยกำหนดเป็นยอดเต็ม ของจำนวนเงิน โดยลดให้สูงสุด 31 เปอร์เซ็นต์จากยอดสั่งซื้อ ซึ่งส่วนลดปริมาณนี้จะเป็นเพียง ค่าแรกของการส่งเสริมการขายทางด้านการเงิน โดยจะแสดงเป็นแผนผังดังนี้

ภาพที่ 2.6 แผนผังแสดงการส่งเสริมการขายแบบการให้ส่วนลดและการผ่อนชำระ



1.3 นโยบายการให้ของแถม ในการเสนอขายสินค้าที่มีราคาสูง ๆ เช่น สารานุกรมตั้งแต่ชนิดของเด็กจนกระทั่งถึงชุดใหญ่สำหรับผู้ใหญ่ สิ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจได้เร็วขึ้นคือของแถม บริษัทจึงจัดให้มีรายการของแถมอยู่เสมอ ๆ เพื่อช่วยพนักงานขายและลูกค้า การแถมลูกค้าจะยังคงได้รับประโยชน์จากการส่งเสริมการขายแบบให้ส่วนลดและการผ่อนชำระอยู่ การแถมนี้เพื่อให้การขายได้ขยายผลงานมากขึ้น จึงพิจารณาจากยอดคำสั่งซื้อ ยิ่งลูกค้าซื้อมากเท่าใด ของแถมที่จะได้รับก็มากขึ้นเท่านั้น เช่น ถ้าลูกค้าซื้อสารานุกรมที่มีราคา 3 แด้ม ก็จะได้แถมหนังสือสำหรับเด็ก 4 เล่ม เป็นหนังสือการ์ตูน หรือการแถมหนังสือวิชาการหลาย ๆ สาขาแล้วแต่จะเลือก เช่นการครัว การกีฬา ธุรกิจ ยิ่งลูกค้าซื้อมากเท่าใด ลูกค้าจะได้รับของแถมมากขึ้น ของแถมนี้จะเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ ตามช่วงเวลา แต่จะแถมแผนที่โลกประกอบด้วยเสมอ

1.4 นโยบายให้ของแถมในกรณีแนะนำลูกค้าใหม่ หลังจากที่พนักงานขายปิดการขายพร้อมทั้งเซ็นใบสั่งซื้อแล้ว พนักงานขายจะขอให้ลูกค้าแนะนำผู้ซึ่งจะเป็นลูกค้าเป้าหมายรายต่อไปให้แก่พนักงานขาย 6 คน โดยที่ถ้าลูกค้าหนึ่งในหกคนสั่งซื้อสินค้ากับทางบริษัทและต่าง 6 คน ชื่อทางบริษัทจะแถมหนังสือเสริมประจำปีอีก 1 เล่ม เป็นเวลา 6 ปี บริษัทจะให้ของแถมพิเศษแก่ผู้แนะนำคือ หนังสือปรุงอาหาร 1 เล่ม ซึ่งการแนะนำลูกค้าใหม่นี้ทำให้เกิดระบบลูกโซ่เพราะลูกค้าทั้ง 6 คนก็จะแนะนำลูกค้าใหม่ให้อีก 36 คน และจะทวีคูณขึ้นเรื่อย ๆ

2. การส่งเสริมการขายโดยอาศัยพนักงานขาย บริษัทถือนโยบายแน่นอนในการที่จะส่งเสริมการขายโดยอาศัยพนักงานขาย โดยมีการส่งเสริมที่จริงจังและต่อเนื่องกันมาโดยตลอดทั้งปี บริษัทถือนโยบายว่าพนักงานขายคือส่วนเดียวที่ เป็นผู้หารายได้ให้กับบริษัท และประกอบกับการขายโดยตรงของสารานุกรมไม่มีผลตอบแทนอื่นใดนอกเหนือจากค่านายหน้าจากการขาย ดังนั้นการส่งเสริมการขายโดยอาศัยพนักงานขายจึงจำเป็นอย่างมากสำหรับบริษัท

2.1 เงินรางวัล นอกจากพนักงานขายจะได้รับแต่ค่านายหน้า บริษัทยังกำหนดเงินรางวัลสำหรับพนักงานขายซึ่งขายได้ตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนดไว้อีกด้วย และนอกจากจะได้เงินรางวัลจากทางบริษัทแล้วยังได้รับในส่วนอื่นอีก โดยการให้รางวัลนี้จะไม่แน่นอน ไม่มีการกำหนดเป็นมาตรฐานแต่อย่างใด และรูปแบบการให้ไม่มีการกำหนดเอาไว้ การจ่ายในลักษณะ



ที่ไม่มีมาตรฐานนี้เป็นการจ่ายของผู้จัดการขายเองโดยเงินรางวัลนี้ผู้จัดการจะเป็นผู้รับภาระ ไม่เกี่ยวข้องกับบริษัทแต่อย่างใดเพื่อพยายามรักษายอดขายของส่วนผู้จัดการขาย ทั้งนี้การจ่ายรางวัลนอกจากจะมีระดับผู้จัดการแผนก (DM) เป็นผู้จ่ายแล้ว ยังมีผู้จัดการในระดับรองลงไปเป็นผู้ตั้งยอดและจ่ายเงินรางวัลด้วย ทั้งนี้มิใช่เป็นระเบียบหรือข้อตกลงกับทางบริษัท แต่ระดับผู้จัดการแต่ละส่วนจะดำเนินการเองซึ่งมีอำนาจที่จะทำได้ ในการปฏิบัติผู้จัดการจะตีประกาศว่า ถ้าพนักงานขายผู้ใดสามารถขายสารานุกรมของบริษัทได้จะได้รับเงินรางวัลจำนวน 100 บาท หรือ 200 ถึง 300 บาท แล้วแต่จำนวนเงินในใบสั่งซื้อ ซึ่งช่วงเวลาและจำนวนเงินจะแปรผันไปตามความต้องการของผู้จัดการในส่วนซึ่งอยู่เหนือขึ้นไปได้ตั้งรางวัลไว้ในเวลาชอนกันอยู่ก็ได้ ช่วงเวลาในการกำหนดรางวัลนี้อาจเป็นวัน สัปดาห์ หรือ เดือน แต่ที่ใช้เสมอ ๆ คือยอดรายวันนับจำนวนใบสั่งซื้อ เช่น พนักงานขายผู้ใดสามารถขายได้ภายในวันนี้ ดังนี้

3	แแต่้ม	จะ	ได้รับ	เงินรางวัล	100	บาท
6	แแต่้ม	จะ	ได้รับ	เงินรางวัล	200	บาท
9	แแต่้ม	จะ	ได้รับ	เงินรางวัล	300	บาท

ซึ่งการจ่ายจะจ่ายหลังจากส่งสารานุกรมให้แก่ลูกค้าเรียบร้อยแล้ว

2.2 การแข่งขันการขายระหว่างพนักงานขาย เป็นการกระตุ้นพนักงานขายของบริษัทเพื่อให้เพิ่มความพยายามในการขายให้มากขึ้น และสร้างสถิติยอดขายใหม่ที่สูงกว่าเดิม โดยที่การจัดการแข่งขันนี้มีตลอดทั้งปี โดยแบ่งการแข่งขันออกเป็นหลาย ๆ ระดับคือ

2.2.1 การแข่งขันภายในแผนกขาย (Division) การแข่งขันการขายนี้ จะจัดในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งแล้วแต่ผู้จัดการส่วนขายจะเป็นผู้กำหนดขึ้นมาเองโดยเริ่มจากระยะเวลาเป็นสัปดาห์ หรือในช่วงหนึ่งเดือน โดยที่แต่ละรายการแข่งขันจะมีการชอนกันในช่วงเวลาบ้าง ไม่จำเป็นที่จะต้องรอรายการแข่งขันรายการใดรายการหนึ่งหมดก่อน แต่ว่าจะจัดไปพร้อม ๆ กัน ภายในสัปดาห์นี้ใครสามารถทำยอดขายได้มากที่สุด ก็จะได้รับรางวัลเป็นเงินหรือเป็นรางวัลที่มีใช้ตัวเงิน เช่น สร้อยทอง นาฬิกา ปากกา พัดลม กระเป๋

เอกสารเครื่องคิดเลข เลื่อเชิร์ต โดยจะแข่งตั้งแต่ระดับ SR JS FM SM โดยในแต่ละระดับจะมีเป้าต่าง ๆ กัน โดยเรียกว่าแต้มคือคือ ในระดับ SR จะมีเป้าการขายขั้นต่ำไว้ ระดับ FM ก็จะมีเป้าการขายอีกเป้าหนึ่ง ซึ่งสูงกว่า SR และจะเพิ่มขึ้นตามระดับของตำแหน่งของพนักงานขาย เมื่อถึงกำหนดหมดเขตการแข่งขัน การเทียบยอดขายจะใช้เป้าการขายขั้นต่ำของแต่ละตำแหน่งเป็นฐานแล้วเทียบเป็นเปอร์เซ็นต์ของแต่ละระดับ พนักงานขายผู้ใดมีเปอร์เซ็นต์สูงที่สุดก็จะได้รับรางวัล ส่วนตำแหน่งรองลงไปก็เทียบเป็นเปอร์เซ็นต์เช่นกัน

การแข่งขันในระดับตำแหน่งเดียวกัน เฉพาะในส่วนขายเดียวกันก็จะมีลักษณะเช่นเดียวกับการแข่งขันภายในส่วนขาย แต่จะแข่งขันการขายเฉพาะภายในระดับเดียวกัน ซึ่งจะจัดพร้อมกับการแข่งขันรวมทั้งส่วนก็ได้ แล้วแต่ DM จะต้องการจัดขึ้น ข้อแตกต่างคือ ไม่มีแต้มต่อเพราะอยู่ในระดับเดียวกันทั้งหมด ของรางวัลอาจเป็นเงินหรือมีใช้ตัวเงิน เช่น นาฬิกา ปากกา ค้ามทอง เนคไท เป็นต้น

2.2.2 การแข่งขันการขายระหว่างพนักงานขายรวม การแข่งขันนี้จะมีช่วงเวลาที่นานกว่าการแข่งขันภายในส่วน และของรางวัลก็มีค่าเพิ่มขึ้นเช่น ตู้เย็น ทีวีสี วีดีโอ ซึ่งเป็นรางวัลใหญ่ และนอกจากนี้ในทุก ๆ ปีระหว่างเดือนเมษายนและพฤษภาคม ก็จะพาพนักงานขายซึ่งขายได้ตามเป้าของบริษัทที่วางไว้ไปพักผ่อนที่เมืองพัทยา โดยทางบริษัทจะออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมด การแข่งขันในลักษณะนี้ค่าใช้จ่ายจะอยู่ในงบของบริษัท

2.3 การประชุมการขาย บริษัทเน้นการส่งเสริมการขายในจุดนี้อย่างมากโดยออกระเบียบของบริษัทให้พนักงานขายทุกคนเข้าบริษัทในเวลาเช้า 8.30 นาฬิกา และเข้าบริษัทอีกครั้งหนึ่งในเวลาเย็น ซึ่งทางบริษัทเห็นว่ามีผลอย่างมากต่อระบบการขายโดยตรงเนื่องจากในแต่ละวัน พนักงานขายของบริษัทมีจำนวนมาก การขายสารานุกรมของพนักงานบางครั้งมีปัญหาที่ลูกค้าโต้แย้ง หรือ เหตุการณ์อื่น ๆ ที่ทำให้พนักงานไม่สามารถทำการปิดการขายได้แตกต่างกันออกไป ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้พนักงานขายจะนำมาปรึกษาหารือกันในช่วงเช้าและช่วงเย็น โดยในช่วงเวลานี้จะมีพนักงานขายอยู่ในบริษัทเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อคิดเห็น และประสบการณ์การขายอย่างกว้างขวาง ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับพนักงานขายเอง พนักงานขายที่มีประสบการณ์มากกว่าก็จะแนะนำพนักงานขายที่มีประสบการณ์น้อยกว่า

ซึ่งทำให้การขยายมีการพัฒนามากขึ้นนอกจากนั้นแล้วยังมีการประกาศผู้ที่ได้คำสั่งซื้อ การประชุม  
 ในลักษณะนี้จะดำเนินไปทุก ๆ วันและมีลักษณะเฉพาะภายในส่วนของตนเอง สำหรับพนักงาน  
 ขายเป็นไม่เข้าบริษัทในตอนเช้าและตอนเย็นก็ไม่มีกฎเกณฑ์แน่นอนแต่ประการใด แต่จะมีผลต่อ  
 การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง ถึงแม้ยอดขายจะสูงแต่ถ้าความประพฤติไม่เหมาะสมมิได้รับการ  
 พิจารณา

ในกรณีอื่น ๆ ที่จะมีการประชุมเช่น รับพนักงานขายใหม่จะมีการแนะนำตัวของแต่ละ  
 บุคคลเพื่อให้เกิดความคุ้นเคย รู้จักกันในส่วน หรือมีข่าวเกี่ยวกับสารานุกรม เปลี่ยนของแถม นอก  
 จากนั้นแล้วยังมีการส่งเสริมความรู้ทางด้านตัวสินค้า จุดเด่น ประโยชน์ เสริมตัวสารานุกรม  
 ตัวใหม่ให้พนักงาน และการประชุมหัวหน้าทีมขายเป็นกิจวัตรประจำวันในเวลาเย็นเพื่อกระตุ้นให้  
 หัวหน้าทีมกระตือรือร้น เป็นต้น

2.4 อุปกรณ์ที่ช่วยในงานขาย<sup>25</sup> หลังจากที่พนักงานขายได้ทำการอบรมเกี่ยวกับ  
 ตัวสินค้าที่จะต้องจำหน่ายแล้ว พนักงานขายก็จะสามารถทำหน้าที่ขายได้ทันทีแต่ว่าการออกไปพบ  
 ลูกค้าโดยการพูดด้วยปากเปล่าอย่างเดียวจะทำให้การขายไม่ได้รับความสนใจจากลูกค้า ดังนั้น  
 บริษัทจึงมีการจัดทำแค็ตตาล็อกของสารานุกรมแต่ละประเภท ซึ่งในอุปกรณ์การขายจะประกอบ  
 ด้วยแค็ตตาล็อกเป็นลักษณะแผ่นปลิว โดยมีภาพสีของสารานุกรมและคำบรรยายคุณลักษณะของ  
 สารานุกรม เพื่อให้พนักงานขายแสดงให้ลูกค้าชม สารานุกรมทุก ๆ ชุดจะมีแค็ตตาล็อกซึ่งทาง  
 บริษัทจำหน่ายให้แก่พนักงานขายในอัตราชุดละ 50 บาท โดยมีแค็ตตาล็อกของสินค้าที่บริษัทขาย  
 รายการเสนอราคา ใบสั่งซื้อ (ใบรับสมาชิก) และแผนที่แสดงสถานที่ส่งสินค้า นอกจากนั้นแล้วจะ  
 มีสารานุกรมตัวอย่างซึ่งจะมีรูปเล่มเหมือนจริงทุกประการ แต่เป็นการรวมเอาจุดสนใจของแต่ละ  
 สาขาวิชาเอาไว้ในเล่มตัวอย่างนี้เช่น ภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์ ชีวะวิทยา เคมี เทคโนโลยี  
 หนังสือตัวอย่างเหล่านี้สามารถยืมได้จากส่วนขายซึ่งพนักงานขายสังกัดอยู่โดยมีหัวหน้าทีมรับผิดชอบ  
 หรือในบางโอกาสจะมีการให้รางวัลผู้ที่ขายสารานุกรมได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ก็จะได้หนังสือ  
 ตัวอย่างไว้เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง

<sup>25</sup> ดูเพิ่มเติมที่ภาคผนวก ก หน้า 279-292

สาเหตุที่ต้องมีการจำหน่ายชุดอุปกรณ์ช่วยขาย เนื่องจากว่าพนักงานขายในบางครั้งจะออกจากงานไปโดยมิได้ยื่นใบลาออก คือ ไม่มาทำงานอีกในวันรุ่งขึ้น (โดยเฉพาะพนักงานใหม่) ดังนั้นแค่ตาสีอกจะเกิดการสูญเปล่าเป็นจำนวนมาก เนื่องจากอัตราการออกจากงานสูง แคตตาล็อกอาจไม่ทำประโยชน์แก่บริษัทได้ ดังนั้นจึงใช้วิธีการจำหน่าย ในกรณีที่ต้องการออกจากงานก็สามารถนำชุดอุปกรณ์ช่วยขายซึ่งซื้อไว้ราคา 50 บาท มาคืนบริษัทก็จะได้รับเงินจำนวน 50 บาท คืน

#### การโฆษณา ประชาสัมพันธ์

บริษัทมีนโยบายในการออกร้านในงานจำหน่ายหนังสือ งานวิชาการตามมหาวิทยาลัย โดยที่การออกร้านนี้จะมีผู้รับผิดชอบทางการเงินคือ ผู้จัดการแผนกคือ ในระดับ DM จะออกค่าใช้จ่าย ทั้งนี้เพื่อเป็นการหารายชื่อลูกค้าที่มีความสนใจ งานซึ่งได้นำสารานุกรมออกแสดง เช่น สัปดาห์หนังสือแห่งชาติ งานประชุมบรรณารักษ์ งานทอนหนังสือ เป็นต้น ซึ่งจุดประสงค์ใหญ่ของการออกงานคือ หารายชื่อลูกค้าที่สนใจ เช่น ลูกค้าซึ่งเข้ามาซักถาม พนักงานขายก็จะขอชื่อที่อยู่ไว้ เพื่อที่จะเสนอสินค้าได้สะดวกขึ้น