

บทคัดย่อ

รายงานโครงการเฉพาะบุคคลเรื่อง การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารธุรกิจนิตยสาร Penthouse ท่ามกลางวิกฤติเศรษฐกิจในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การบริหารงานนิตยสาร Penthouse อันประกอบไปด้วย การปฏิบัติตามลิขสิทธิ์นิตยสาร การเพิ่มนิตยสารเครือข่าย กระบวนการผลิต การตลาด และการจัดจำหน่าย
2. เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคของนิตยสาร Penthouse อันนำไปสู่การบริหารงานในอนาคต
3. เพื่อศึกษาเส้นทางการอยู่รอดของนิตยสารนู้ด ตลอดจนทิศทางของนิตยสาร Penthouse ในอนาคต

ในการศึกษครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีแหล่งข้อมูล คือ เอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) และแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยการใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview รวมทั้งใช้วิธีแบบสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)

ผลการศึกษาพบว่า นิตยสาร Penthouse มีกลยุทธ์การบริหารงาน อันประกอบด้วยการการปฏิบัติตามลิขสิทธิ์นิตยสาร ที่ทางนิตยสาร Penthouse ฉบับภาษาไทยจะต้องผลิตทั้งเนื้อหาที่มาจากลิขสิทธิ์ ในสัดส่วนที่เท่าเทียมกันกับคอลัมน์จากนักเขียนไทย อีกทั้งทางภาพชุดที่จะต้องผลิตภายใต้มาตรฐานเดียวกันกับนิตยสาร Penthouse สหรัฐอเมริกา โดยคณะทำงานคนไทยจะต้องบริหาร และดำเนินงานทั้งหมดด้วยตนเอง และจะต้องส่งนิตยสารฉบับสมบูรณ์กลับไปให้เจ้าของลิขสิทธิ์ทำการตรวจสอบว่านิตยสาร Penthouse ฉบับภาษาไทย ผลิตได้ตรงตามมาตรฐานเทียบเท่าเจ้าของลิขสิทธิ์

การเพิ่มนิตยสารเครือข่าย ได้แก่ นิตยสาร T3 และ Digital Camera เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเพิ่มรายได้ และทำให้การดำเนินกิจการนิตยสาร Penthouse มีความครบวงจรมากยิ่งขึ้น ซึ่งการเพิ่มนิตยสารเครือข่ายนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรที่จะต้องจ้างพนักงานที่มีประสิทธิภาพในจำนวนจำกัด เพื่อให้สามารถผลิตผลงานออกมาได้อย่างคุ้มค่าด้วยกระบวนการผลิตที่มีการนำเสนอภาพชุด อันเป็นหัวใจสำคัญของนิตยสารที่ทางทีมงานมากประสบการณ์คัดสรรนางแบบคุณภาพ ด้วยภาพชุดที่มีคอนเซ็ปต์แตกต่างกัน ผสมกับเนื้อหาที่มีความแปลกใหม่ทันสมัย เต็มไปด้วยสารประโยชน์และตอบใจกับความต้องการที่ “ใช่” สำหรับเพศชายมากที่สุด ด้วยคอลัมน์ที่เขียนโดยเหล่ากูรูผู้เชี่ยวชาญด้านนั้น ๆ

ทางการตลาดที่จะต้องบริหารรายได้จาก 3 ช่องทาง ได้แก่

1. ยอดรายได้จากการจัดจำหน่ายของนิตยสาร ที่ทางบริษัทได้ใช้กลยุทธ์ของแถมแบบในเล่ม ในการกระตุ้นการซื้อจากแผงหนังสือ การโหวตเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนิตยสารกับผู้อ่าน กระตุ้นการซื้อปลีกตามแผงได้เป็นอย่างดี

2. ยอดรายได้จากการลงพื้นที่โฆษณาของสินค้าและบริการต่าง ๆ ในนิตยสาร ที่ในปัจจุบันทางพนักงานขายพื้นที่โฆษณาจะต้องมีจิตวิทยาในการขายที่ดีในการนำเสนอแพ็คเกจที่คุ้มค่ากับสิ่งที่ลูกค้า ผู้ซื้อพื้นที่ลงโฆษณาจะได้รับ ทั้งทางด้านการนำเสนอส่วนลดจากการลงพื้นที่โฆษณา การลงพื้นที่โฆษณาควบคู่กับกิจกรรม และการลงพื้นที่โฆษณาควบคู่กับของแถม อีกทั้งจะต้องพยายามปรับให้สินค้าและบริการของลูกค้าให้กลายเป็นกลุ่มเดียวกันกับกลุ่มผู้อ่านด้วยบริการที่จริงใจต่อลูกค้ามากที่สุด พร้อมข้อเสนอที่พึงพอใจของทั้งสองฝ่าย

3. ยอดรายได้จากการสมัครสมาชิกนิตยสาร ที่ทางฝ่ายสมาชิกสัมพันธ์ได้เน้นการนำเสนอโปรโมชั่นที่คุ้มค่า และแปลกไม่ซ้ำใคร เพื่อกระตุ้นยอดขายสมาชิกด้วยการดูแลลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

การจัดจำหน่ายที่มีช่องทางในการกระจายนิตยสารไปยังผู้อ่าน 3 วิธี ได้แก่ เอเยนต์ในการจัดส่งนิตยสารไปยังกลุ่มผู้ค้าปลีก พนักงานขายพื้นที่ลงโฆษณาสำหรับการนำนิตยสาร “Complimentary” ไปสู่ลูกค้าผู้ลงโฆษณาในนิตยสาร เพื่อที่จะตรวจเช็คว่าการลงพื้นที่โฆษณาลงบนนิตยสารได้เป็นไปตามเงื่อนไขที่ตกลง และฝ่ายสมาชิกสัมพันธ์ ที่จะต้องจัดส่งนิตยสารให้ถึงมือสมาชิคนิตยสารก่อนนิตยสารวางแผง โดยทั้งสามช่องทางนี้จะต้องอาศัยความรวดเร็วในการดำเนินการจัดส่ง เพื่อความเป็นมาตรฐานที่ทางนิตยสารยึดถือมานาน

การวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินการบริหารนิตยสาร Penthouse ในด้านต่าง ๆ ทำให้ทางนิตยสารได้ทราบถึงการดำรงอยู่ และสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น อันนำไปสู่การแก้ไขเพื่อให้นิตยสารสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ในอนาคต

เส้นทางการอยู่รอดของนิตยสารนู้ด ตลอดจนทิศทางของนิตยสาร Penthouse ในอนาคตที่พบว่าท่ามกลางสภาวะบีบคั้นของนิตยสารนู้ดจากปัจจัยต่าง ๆ นิตยสาร Penthouse จะยังคงสามารถยืนหยัดในตลาดนิตยสารต่อไปได้อีกนาน ตราบใดที่บุรุษยังถือเรื่องเช็ทซ์ที่เปรียบเสมือนส่วนหนึ่งของชีวิต เพราะหากที่ใดที่มีเสียงเรียกของบุรุษเพศ อันเป็นแรงปรารถนาแห่งสุรา นารี พาสี และกีฬาบัตร แล้วนั้น ที่นั่นย่อมหมายถึงการมีพื้นที่สำหรับนิตยสาร Penthouse แน่แน่นอน