

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารนิตยสารภาพยนตร์ไบโอสโคป” ผู้ศึกษามีวัตถุประสงค์ เพื่อนำเสนอกกลยุทธ์การบริหารนิตยสารภาพยนตร์ไบโอสโคป ของบริษัท ไบโอสโคปพลัส จำกัด และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจนิตยสารภาพยนตร์ไบโอสโคป โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มผู้บริหาร และผู้ทำงานอยู่ในองค์กรนิตยสารภาพยนตร์ไบโอสโคป

ผลการศึกษาพบว่า องค์กรนิตยสารภาพยนตร์ไบโอสโคปเป็นองค์กรธุรกิจนิตยสารขนาดเล็ก การบริหารงานภายในองค์กรมีการจัดการองค์กรที่เรียบง่าย ผู้บริหารจะเป็นผู้วางกรอบแนวคิด นโยบายการทำงาน ควบคุมการทำงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด และนำแนวคิดนโยบายไปปฏิบัติร่วมกับบุคลากร โดยมีการพูดคุยปรึกษากันแบบไม่เป็นทางการในเรื่องงานทั้งในและนอกเวลาทำงาน เพื่อให้การควบคุมและประสานงานมาจากการทำความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมของบุคลากรภายในองค์กร เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพสูงสุด

สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาดผู้บริหารนิตยสารภาพยนตร์ไบโอสโคปได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทั้งกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยองค์กรผู้ผลิตนิตยสารภาพยนตร์ไบโอสโคปให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดยสร้างจุดขายในผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง (Product Differentiation) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการนำเสนอเนื้อหา และให้ความสำคัญกับการส่งเสริมตลาดรองลงมา โดยใช้กลยุทธ์ดึง (Pull Strategy) เป็นกลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค มีการใช้การส่งเสริมการตลาดหลายวิธี เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การลด แลก แจก แถม เพื่อช่วยให้นิตยสารทำกำไรและอยู่ในตลาดได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจนิตยสารภาพยนตร์ไบโอสโคป ประกอบด้วยปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ จุดยืนและการนำเสนอเนื้อหา เงินทุน รวมถึงวัฒนธรรมองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ เศรษฐกิจ สายสัมพันธ์ทางธุรกิจ ความต้องการและความสนใจของผู้อ่าน ความนิยมในสื่อใหม่ คู่แข่ง รวมถึงสังคมและการเมือง

การดำเนินธุรกิจนิตยสารภาพยนตร์ไบโอสโคปในแต่ละขั้นตอนนั้นล้วนแฝงไปด้วยปัจจัยในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับลักษณะการทำงานขององค์กร ซึ่งส่งผลให้องค์กรนิตยสารภาพยนตร์ไบโอสโคปเติบโตและประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมาจนปัจจุบัน ประกอบด้วยส่วนสำคัญ ได้แก่ ความคล่องตัวในการบริหาร การเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับตนเอง ความเป็นผู้นำ และความร่วมมือของคนในองค์กร