

เมธาคิตรี ไตรยภาพ : กลยุทธ์การจัดการนิตยสารภาพยนตร์ต่างประเทศ
(MANAGEMENT STRATEGY OF FOREIGN FILM MAGAZINES)
อ.ที่ปรึกษา: รศ.รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 174 หน้า .ISBN 974-03-0243-2

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การจัดการนิตยสารภาพยนตร์ต่างประเทศ ซึ่งประกอบไปด้วย การบริหารงาน การจัดองค์กร การนำเสนอเนื้อหา กระบวนการผลิต และกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ตลอดจนศึกษาถึงทิศทางของนิตยสารภาพยนตร์ต่างประเทศในอนาคต โดยศึกษาจากนิตยสารภาพยนตร์ต่างประเทศ 4 ชื่อฉบับ คือ สตาร์ทีกส์ ซินเนแม็ก เอนเตอร์เทน มูฟวี่ไทม์

ผลการวิจัยพบว่า องค์กรผู้ผลิตนิตยสารภาพยนตร์ต่างประเทศ มีกลยุทธ์การจัดการด้านธุรกิจของแต่ละองค์กรที่แตกต่างกันไปตามขนาดขององค์กร กลยุทธ์การตลาดเป็นสิ่งสำคัญที่นิตยสารภาพยนตร์ต่างประเทศให้ความสำคัญทั้งในด้านจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา สถานที่จัดจำหน่าย และกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างให้นิตยสารมีจุดขายและมีกลุ่มผู้อ่านประจำ ด้านการนำเสนอเนื้อหาพบว่าหากพิจารณาเพียงผิวเผินนิตยสารแต่ละชื่อฉบับมีเนื้อหาและภาพประกอบที่คล้ายคลึงกัน เนื่องจากเนื้อหาและภาพประกอบมาจากแหล่งข้อมูลเดียวกัน คือ บริษัทตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์ แต่เมื่อพิจารณาและศึกษาอย่างถี่ถ้วนพบว่า นิตยสารแต่ละฉบับได้นำความคล้ายคลึงกันด้านเนื้อหา มาสร้างความแตกต่างจนเป็นจุดขายของนิตยสารแต่ละฉบับ เนื้อหาดังกล่าวของนิตยสาร ประกอบไปด้วย เรื่องย่อภาพยนตร์ บทความ บทวิจารณ์ บทสัมภาษณ์ โดยนิตยสารแต่ละชื่อฉบับจะมีวิธีการคัดเลือกเนื้อหาและนำเสนอเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้อ่าน และใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดเพื่อจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดให้มีผู้สมัครสมาชิกนิตยสารหรือชื่อนิตยสาร วิธีการส่งเสริมการตลาดที่นิยมคือ การแจกของรางวัล การแจกแอมสันท์ การจัดทำสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษ และการจัดชมภาพยนตร์รอบพิเศษ

นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่า การที่นิตยสารภาพยนตร์ต่างประเทศมีพัฒนาการที่ยาวนานและมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว นั้นได้รับการสนับสนุนด้านเนื้อหา ภาพประกอบ โฆษณา และ สนับสนุนการจัดกิจกรรมพิเศษ จากกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่างประเทศที่ต้องการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของตนผ่านสื่อต่างๆ ทั้งสองฝ่ายต่างเอื้อประโยชน์แก่กัน

สำหรับการศึกษาแนวโน้มของธุรกิจนิตยสารภาพยนตร์ต่างประเทศในอนาคตพบว่า ภาวะการแข่งขันของนิตยสารประเภทนี้ยังคงมีสูงขึ้นและมีนิตยสารฉบับใหม่เกิดขึ้นตลอดเวลา รูปแบบของนิตยสารภาพยนตร์ต่างประเทศในอนาคตจะมีความทันสมัยขึ้น ทั้งในด้านของเนื้อหา ภาพประกอบ รูปเล่ม สีต้น และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เพื่อแข่งขันกับซีดีแม็กกาซีน นิตยสารภาพยนตร์บนอินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์ภาพยนตร์

4185283528 : MAJOR JOURNALISM

KEYWORD : MANAGEMENT / STRATEGY / FOREIGN FILM / MAGAZINES

METHAJIT TRAIYAPAB : MANAGEMENT STRATEGY OF FOREIGN
FILM MAGAZINES. THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF.RACHITLUK
SANG-URAI, 174 PP. ISBN 974-03-0243-2

The objective of this research is to study the management strategy of foreign film magazines, including administration, organizational management, content presentation, production process and marketing promotion activities. The study also examines the future trend of foreign film magazines, using 4 well-known magazines, namely, Startpics, Cinemag, Entertain and Movie Time.

The findings of the research are as follows. Each magazine uses different management strategy, depending on the size of the organization. All of them place a strong emphasis on marketing strategy, i.e. product prominence, pricing, place and marketing promotion activities. The aim is to create a selling point for the magazine as well as to attract regular customers. As regards the presentation of content, it is found that there is not much difference among all 4 magazines due to the fact that both the content and illustration are obtained from the same sources, i.e. the film distributing companies. The main content of these magazines usually include synopsis, articles, film review and interview sections. Each magazine has its own method of selecting and presenting the kind of content that would suit its target audience. All of them make full use of marketing promotion techniques to organize different activities that attract subscribers or purchasers. The most popular techniques of marketing promotion consist of distribution of prizes, product giveaways, supplementary publication and free tickets for film previews or gala premiers.

In addition, it is also found that the fact that these foreign film magazines have a long period of development and rapid growth in Thailand is due to the strong support obtained from the foreign film industry business in terms of content, illustration and special activities. The foreign film industry business needs to publicize its products through various media. Hence, both parties get advantages from one another.

As regards the study of the future trend of foreign film magazines, it is found that there is likely to be a greater competition among this type of magazine. At the same time, new magazines of this kind are likely to emerge and get the market share. The look of future magazines will definitely be even more modern in terms of content, illustration, size and color. There will also be more activities to promote marketing in order to compete with C.D. Magazine, Internet film magazines and film web sites.