

Nation Media Group ปิดสำนักงานข่าวภูมิภาคหลัก เดินหน้าปรับโครงสร้างลดต้นทุน



ที่มา : เว็บไซต์ <https://businesstoday.co.ke/nation-media-group-shuts-down-its-biggest-regional-newsroom/>

บริษัท Nation Media Group (NMG) เครือสื่อสิ่งพิมพ์รายใหญ่ของสาธารณรัฐเคนยา ประกาศปรับโครงสร้างองค์กรครั้งสำคัญ โดยมีแนวโน้มเกินกว่าการปรับลดบุคลากรทั่วไป ภายหลังจากเผชิญแรงกดดันทางการเงินต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ล่าสุดบริษัทได้เริ่มทยอยปิดสำนักงานข่าวประจำภูมิภาคเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน สะท้อนการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างอย่างมีนัยสำคัญ

สำนักงานแห่งแรกที่ได้รับผลกระทบคือสำนักงานประจำภูมิภาคชายฝั่ง โดย NMG ได้ประกาศปิดสำนักงานเมืองมอมบาซา มีผลตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคมปีนี้ ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารได้แจ้งพนักงาน รวมถึงผู้สื่อข่าว เจ้าหน้าที่การตลาด/โฆษณา และบุคลากรสนับสนุนอื่น ๆ ถึงการยุติการดำเนินงานดังกล่าวแล้ว

พนักงานรายหนึ่งในสำนักงานมอมบาซาเปิดเผยว่า บุคลากรได้รับแจ้งให้ปฏิบัติงานจากที่พักอาศัยตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม เป็นต้นไป เนื่องจากบริษัทจะย้ายออกจากพื้นที่สำนักงานในเมืองมอมบาซา โดยมีแผนขนย้ายทรัพย์สินและอุปกรณ์ทั้งหมดในวันที่ 2 มีนาคม ทั้งนี้ ยังไม่มีการเสนอทางเลือกอื่นรองรับการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างชัดเจน

ในช่วงที่ผ่านมา NMG ซึ่งเคยเป็นองค์กรสื่อที่มีความแข็งแกร่งทั้งด้านสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เผชิญภาวะรายได้ลดลงต่อเนื่อง สำหรับครั้งแรกของปี 2025 (สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2025) บริษัทขาดทุนสุทธิระหว่าง 41.7 ล้านดอลลาร์เคนยา ถึง 56.3 ล้านดอลลาร์เคนยา แม้ยังคงขาดทุน แต่ตัวเลขดังกล่าวถือว่าปรับตัวดีขึ้นร้อยละ 85.9 เมื่อเทียบกับผลขาดทุนจากการดำเนินงานจำนวน 345.8 ล้านดอลลาร์เคนยา ในช่วงเดียวกันของปี 2024

ก่อนหน้านี้ บริษัทได้ออกประกาศเตือนผลกำไร (profit warning) ในปี 2023 สร้างความกังวลต่อผู้ติดตามภาคธุรกิจสื่อ แม้มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารระดับสูง แต่ยังไม่สามารถพลิกฟื้นแนวโน้มรายได้ที่ชะลอตัวได้อย่างชัดเจน

การตัดสินใจปิดสำนักงานข่าวภูมิภาคครั้งนี้ ถือเป็นมาตรการเชิงยุทธศาสตร์สำคัญลำดับแรกภายใต้การบริหารของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร นาย Geoffrey Odundo โดยมีเป้าหมายเพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร ท่ามกลางรายได้โฆษณาที่ลดลงจากการแข่งขันของแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัล อาทิ Facebook, Instagram, X และ TikTok ซึ่งดึงส่วนแบ่งตลาดโฆษณาไปอย่างต่อเนื่อง

แหล่งข่าวภายในระบุว่า อาจมีการปิดสำนักงานข่าวภูมิภาคเพิ่มเติม ส่งผลให้เกิดความกังวลในหมู่พนักงานหลายร้อยคนทั่วประเทศ โดยก่อนหน้านี้ สำนักงานมอมบาซานับเป็นหนึ่งในสำนักงานภูมิภาคหลักของ NMG ร่วมกับคิซุมู นาкуру นีเยรี และเอลโดเรต

สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนแรงกดดันเชิงโครงสร้างของอุตสาหกรรมสื่อดั้งเดิมในยุคดิจิทัล และมีแนวโน้มส่งผลให้บริษัทต้องดำเนินมาตรการลดจำนวนพนักงานเพิ่มเติมในช่วงปีนี้ เพื่อปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ความคิดเห็นของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงไนโรบี

การยุติสำนักงานภูมิภาคและการให้พนักงานทำงานจากที่พักอาศัยเป็นสัญญาณชัดเจนว่า โมเดลธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณาแบบดั้งเดิมกำลังถูกทดแทนอย่างรวดเร็วด้วยระบบดิจิทัล โดยการหดตัวของสื่อดั้งเดิมในเคนยาจะเปลี่ยนภูมิทัศน์การสื่อสารการตลาดและการสร้างแบรนด์ในประเทศอย่างมีนัยสำคัญ ธุรกิจที่เคยพึ่งพาสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ หรือสำนักงานข่าวภูมิภาคเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค จะต้องปรับงบประมาณไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดโฆษณาออนไลน์ในเคนยาเติบโตต่อเนื่อง และมีการแข่งขันด้านคอนเทนต์และข้อมูลผู้บริโภคสูงขึ้น รวมทั้งการลดต้นทุนขององค์กรขนาดใหญ่อย่าง NMG สะท้อนภาวะกำลังซื้อภาคธุรกิจที่ยังเปราะบาง เนื่องจากรายได้โฆษณามากเคลื่อนไหวสอดคล้องกับวัฏจักรเศรษฐกิจ หากภาคเอกชนลดงบประมาณย่อมสะท้อนความระมัดระวังด้านการใช้จ่ายโดยรวม

การเข้าสู่ตลาดด้วยกลยุทธ์ “Digital-First” การใช้สื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นเป็นเครื่องมือหลัก โดยออกแบบเนื้อหาให้เหมาะกับพฤติกรรมผู้บริโภคท้องถิ่นที่นิยมใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ การสื่อสารควรเน้นความกระชับ เข้าใจง่าย และเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตคนเมืองอย่างไนโรบีและมอมบาซา ซึ่งมีการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับสูง นอกจากนี้ การใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดท้องถิ่นหรือครีเอเตอร์รายย่อยที่มีฐานผู้ติดตามเฉพาะกลุ่ม อาจให้ผลคุ้มค่ากว่าการลงโฆษณาผ่านองค์กรสื่อขนาดใหญ่ ในด้านการลดต้นทุนและปรับรูปแบบการดำเนินงาน แสดงให้เห็นโอกาสของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโซลูชันดิจิทัล เช่น ระบบบริหารคอนเทนต์ออนไลน์ การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชม เครื่องมือโฆษณาแบบกำหนดเป้าหมาย และบริการผลิตสื่อมัลติมีเดีย ผู้ประกอบการไทยที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการตลาด (MarTech) หรือการผลิตคอนเทนต์ดิจิทัล สามารถพิจารณาเจาะตลาดองค์กรเอกชนเคนยาที่กำลังเร่งเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงลูกค้า ขณะเดียวกัน ผู้ส่งออกสินค้าไทยควรตระหนักว่าการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอในยุคที่การสื่อสารแบรนด์เปลี่ยนไป การสร้างตัวตนออนไลน์ของแบรนด์ในตลาดเคนยา

เอง ไม่ว่าจะผ่านเพจท้องถิ่น เว็บไซต์เฉพาะตลาด หรือการโฆษณาแบบเจาะกลุ่ม จะช่วยให้สามารถควบคุม
ภาพลักษณ์และสื่อสารจุดขายได้โดยตรงมากขึ้น

แหล่งที่มา : <https://businessstoday.co.ke/nation-media-group-shuts-down-its-biggest-regional-newsroom/>

จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงไนโรบี
25 มีนาคม 2569