

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

นิตยสารนับเป็นองค์กรธุรกิจประเภทหนึ่งที่ต้องมีการลงทุนในการดำเนินงาน และยังคงแสวงหากำไรเพื่อความอยู่รอดของนิตยสาร ไปพร้อม ๆ กับการรับผิดชอบต่อสังคม ในฐานะสื่อมวลชนซึ่งมีบทบาทหน้าที่ในการให้ข่าวสารความรู้ (Inform) แนะนำแนวทางต่าง ๆ (Guide) และให้ความบันเทิง (Entertain) โดยขอบเขตของความอยู่รอดของนิตยสาร อาจแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์หรือแนวคิดในการจัดทำนิตยสารในแต่ละฉบับ ซึ่งในการดำเนินงานให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้นั้น ไม่เพียงแต่อาศัยรายได้จากยอดจำหน่ายเท่านั้น แต่ยังต้องอาศัยรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาของเจ้าของสินค้าที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารฉบับนั้น ๆ ด้วย

ในการจัดทำนิตยสาร จะต้องมีการกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของนิตยสารไว้ อย่างชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จนกระทั่งผู้อ่านรับรู้ได้ถึงเอกลักษณ์ของนิตยสาร ดังนั้นการจัดทำนิตยสารควรให้ความสำคัญทั้งรูปลักษณะภายนอกไม่ว่าจะเป็นหัวหนังสือ ปก รูปเล่ม รวมทั้งการนำเสนอเนื้อหาภายในเล่มที่ต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ อีกทั้งต้องมีคุณภาพมากพอที่จะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน จนนำไปสู่การเกิดแรงจูงใจในการอยากซื้อเป็นเจ้าของและเกิดความต้องการซื้ออย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะมีผลทำให้ยอดจำหน่ายสูงขึ้นจนเป็นที่ดึงดูดใจให้เจ้าของสินค้าเข้ามาซื้อพื้นที่โฆษณาเพิ่มขึ้น โดยจะนำมาซึ่งรายได้ให้นิตยสารสามารถดำเนินงานให้อยู่รอดได้

เมื่อนิตยสารกลายเป็นองค์กรธุรกิจ ย่อมต้องเผชิญกับการแข่งขันทางธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันตลาดนิตยสารในประเทศไทยมีการแข่งขันกันอย่างสูง ทั้งนิตยสารหัวไทยและนิตยสารที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศที่วางจำหน่ายบนแผงหนังสือฉบับรายหัว และครอบคลุมเกือบจะทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยในภาวะการแข่งขันที่รุนแรงเช่นนี้ นิตยสารหัวใหม่ที่เพิ่งออกวางจำหน่าย ต้องมีการวางนโยบายหรือจุดประสงค์ในการออกนิตยสารให้ชัดเจน และสามารถนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาให้สอดคล้องกับจุดประสงค์ ให้เข้าถึงความสนใจและความอยากรู้ของกลุ่มเป้าหมายให้

ได้มากที่สุด จนสามารถเป็นที่ยอมรับของคนอ่าน นอกจากนั้นนิตยสารที่มีระยะเวลาดำเนินการมา สักกระยะหนึ่ง จนประสบความสำเร็จเป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้อ่าน ก็ต้องมีการพัฒนา ปรับปรุง รูปแบบและเนื้อหา นิตยสารของตนให้มีคุณภาพสม่ำเสมอมากพอที่จะตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่ มักเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมทางสังคมให้ได้

อย่างไรก็ตาม การจะปรับเปลี่ยนใด ๆ มิใช่เรื่องง่ายนักที่จะดำเนินการ และไม่ใช่ว่า จะต้องทำกันทุกเล่มหรือต้องเปลี่ยนแปลงเนื้อหาทั้งหมด แต่เป็นการปรับเปลี่ยนในบางส่วน และ ยังต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์หรือแนวคิดหลักของนิตยสารที่มีมาตั้งแต่ต้นด้วย หากการปรับเปลี่ยน เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคมากเกินไป ด้วยการเพิ่มพื้นที่โฆษณาให้มากขึ้น หรือมีเนื้อหาที่ขาด ความน่าเชื่อถือหรือขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ จนเป็นผลให้เกิดการบดบังหรือละเลยแนวคิด หลักและคุณภาพของเนื้อหา โดยไม่สามารถตอบสนองความต้องการของคนอ่านได้อย่างเต็มที่ ก็ อาจจะทำให้ นิตยสารเล่มนั้นไม่ประสบความสำเร็จเหมือนเช่นเดิมก็เป็นได้

ในการตัดสินใจปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหา นิตยสารแต่ละฉบับนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับ ปัจจัยแวดล้อมซึ่งเป็นแรงกดดันต่อการดำเนินงานของนิตยสารและมีอิทธิพลที่สามารถก่อให้เกิด ความสำเร็จจนได้รับการยอมรับจากผู้อ่านหรือล้มเหลวจนต้องปิดกิจการลงไป โดยปัจจัยแวดล้อม ในการดำเนินงานของนิตยสาร ประกอบด้วยปัจจัยแวดล้อมภายใน อย่างเช่น การบริหารจัดการ นโยบาย หรือเงินทุน และปัจจัยภายนอก ไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจ สภาพสังคมและวัฒนธรรม ที่เปลี่ยนไปรวมถึงความสนใจและความต้องการของผู้อ่าน

จากการศึกษาเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสาร หรือการพัฒนา ของนิตยสารในประเทศไทยช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา พบว่า มีนิตยสารหลายฉบับที่มีการ เปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในด้านรูปแบบและเนื้อหา อันเป็นผลมาจากปัจจัยแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการ เปลี่ยนเปลี่ยนที่เหมือนและแตกต่างกันไปตามแต่ละประเภทของนิตยสาร

ปัจจัยด้านรูปแบบความเป็นเจ้าของ เป็นปัจจัยภายในที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบ และเนื้อหาของนิตยสาร เนื่องจากเมื่อมีการเปลี่ยนความเป็นเจ้าของในการดำเนินงานนิตยสาร ย่อมต้องเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายและวัตถุประสงค์ของนิตยสาร จึงส่งผลให้ต้องเกิดการ เปลี่ยนเปลี่ยนนิตยสารฉบับนั้นในเวลาต่อมา จากการศึกษาค้นคว้าที่ผ่านมาพบว่า นิตยสารภาพยนตร์อย่าง ซีเนแม็กมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบถึง 3 ครั้ง หลังจากความเป็นเจ้าของถูกเปลี่ยนมือไป เช่นเดียวกับ

นิตยสาร Fitness¹ และ นิตยสารใกล้เคียง² ที่เมื่อมีการเปลี่ยนรูปแบบความเป็นเจ้าของแล้ว ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายและวัตถุประสงค์ในการจัดทำนิตยสาร จึงส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

ปัจจัยด้านรายได้ เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่เป็นแรงกดดันให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนนิตยสารอย่างเช่นนิตยสาร Summer ที่เน้นนำเสนอเนื้อหาแนวท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ก็มีการปรับเปลี่ยนเกิดขึ้น ทั้งรูปเล่มจากขนาด 8.5 x 11.9 หรือขนาด A4 เป็นขนาดเท่าหนังสือพิมพ์แทบลอยด์ (Tabloid) และการนำเสนอเนื้อหาที่วางประเด็นหลักที่เกี่ยวกับด้านวงการบันเทิงอย่างดนตรีและบันเทิงมากกว่าเนื้อหาด้านเดินทางท่องเที่ยวที่วางให้เป็นประเด็นรองลงไป เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย และเพื่อมุ่งหวังให้มีสินค้าเข้ามาลงโฆษณามากขึ้น เช่นเดียวกับนิตยสาร Open ซึ่งได้วางนโยบายให้เป็นนิตยสารแนวธุรกิจที่เป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ซึ่งนับตั้งแต่วางแผงฉบับแรกเมื่อปี 2542 นิตยสาร Open มีเพียงรายได้จากการจำหน่ายนิตยสารเข้ามาเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน โดยมีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาน้อยมาก จนทำให้ประสบปัญหาทางการเงินมาโดยตลอด ด้วยเหตุนี้จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนนิตยสารไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่จากเดิมเสนอเนื้อหาทางเศรษฐกิจและการเงินเท่านั้น ก็ปรับให้มีเนื้อหาที่ครอบคลุมประเด็นทางสังคม และการใช้ชีวิตมากขึ้น หรือรูปแบบของนิตยสารที่ปรับจากกระดาษพิมพ์ 4 สี มาเป็นขาวดำ เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการผลิต³

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยแวดล้อมภายนอกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมากพอที่จะส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนนิตยสารขึ้นได้ เช่น นิตยสารมุ่งกลุ่มเป้าหมายผู้ชายอย่าง GM และ

¹วชิรา วชิระประพันธ์, “การเปลี่ยนแปลงนโยบายและเนื้อหาของนิตยสารแนวสุขภาพ ศึกษาเฉพาะกรณีนิตยสาร Fitness และเปรียบเทียบกับนิตยสารหมอชาวบ้าน,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น. 35-40.

²ธัญญา สัตตบุศย์, “การพัฒนานิตยสารสุขภาพ: นิตยสารใกล้เคียง,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544), น. 56-59.

³นิธินา ศรีประเสริฐ, “ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำนิตยสารที่เกิดขึ้นใหม่ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545), น. 80-100.

Boss ที่หลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ.2540 ก็มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาเกิดขึ้น โดย GM มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการวางจำหน่ายจากรายปักษ์เป็นรายเดือนเพื่อลดต้นทุนในเรื่องของค่าใช้จ่าย และมีการปรับราคาขึ้นจาก 50 เป็น 70 บาท ซึ่งแตกต่างจากการเปลี่ยนแปลงของนิตยสาร Boss ที่นอกจากจะปรับเนื้อหาให้เป็นแนวสาระและบันเทิงมากขึ้นจากเดิมที่มีเนื้อหาแนวธุรกิจ และวิเคราะห์สถานการณ์แล้ว ยังปรับราคาจำหน่ายลงจาก 70 เป็น 50 บาท⁴

ปัจจัยด้านผู้อ่าน นับเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการปรับปรุงรูปแบบของนิตยสารให้เป็นที่ยอมรับของผู้อ่าน ด้วยการขยายฐานผู้อ่านให้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งนิตยสารที่มีอายุในการดำเนินงานมานาน ไม่สามารถย่ออยู่กับที่ได้ แต่ต้องมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและพฤติกรรมของผู้อ่านที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งไม่เพียงต้องรักษากลุ่มผู้อ่านเดิมให้อยู่กับนิตยสารต่อไป แต่ต้องมีการขยายฐานกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้เพิ่มขึ้นด้วย จากการศึกษาพบว่า นิตยสารสารคดี ซึ่งเป็นนิตยสารสาระความรู้ ที่นอกจากจะเปลี่ยนรูปแบบทางกายภาพ อย่างเช่น หัวของนิตยสารที่เปลี่ยนให้ลดความเคร่งขรึมลงจากเดิม ยังมีการปรับเนื้อหาที่นำเสนอให้อ่านง่ายขึ้น โดยมีขนาดสั้นลง และมีภาพประกอบมากขึ้น⁵ นิตยสารหญิงไทยก็เป็นอีกหนึ่งนิตยสารที่แต่เดิมมีการเจาะกลุ่มผู้อ่านที่เป็นแม่บ้าน แล้วจึงเปลี่ยนมาเป็นกลุ่มหญิงสาววัย 25-39 ปี ที่ทำงานนอกบ้านและเป็นแม่บ้านไปพร้อม ๆ กัน จึงทำให้นิตยสารหญิงไทยต้องปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้มีความทันสมัยมากขึ้น⁶

นอกจากนิตยสารดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ในปัจจุบันยังพบว่ามือนิตยสารอยู่หลายเล่มที่ได้มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายและวัตถุประสงค์ในการจัดทำนิตยสาร อันส่งผลให้เกิดการ

⁴สร้อยนภา สงฆ์โนนเหล็ก, “การปรับเปลี่ยนของนิตยสาร GM และ BOSS ในช่วงวิกฤตทางเศรษฐกิจ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), น. 100-110.

⁵รัชตวดี จิตดี, “การปรับปรุงโครงสร้างเนื้อหาและรูปลักษณ์ใหม่ของการออกแบบรูปเล่มของนิตยสารสารคดี ฉบับขึ้นปีที่ 20,” (สารนิพนธ์บัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. 57-59.

⁶ศจิกา เลิศสาธิต, “ทางรอดนิตยสารแนวเก่า: นิตยสารหญิงไทย,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. บทคัดย่อ.

ปรับเปลี่ยนองค์ประกอบของนิตยสารด้วย ทั้งรูปแบบภายนอกไม่ว่าจะเป็นปก ชื่อนิตยสาร ขนาดรูปเล่ม รวมถึงส่วนประกอบเนื้อหาภายในเล่ม เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายและวัตถุประสงค์ที่เปลี่ยนไป

นิตยสารทั้งสามฉบับ อันได้แก่ นิตยสาร Hamburger นิตยสาร Front และนิตยสาร Boss เป็นตัวอย่างของนิตยสารที่มีการปรับรูปแบบและเนื้อหาซึ่งสามารถเห็นการเปลี่ยนแปลงได้ชัดเจน และมีความแตกต่างจากรูปแบบเดิมเป็นอย่างมาก

นิตยสารสาระบันเทิงอย่าง Hamburger ซึ่งมุ่งเน้นการนำเสนอเนื้อหาข่าวที่เป็นเบื้องลึกและเบื้องหลังของวงการบันเทิงซึ่งครอบคลุมเรื่องราวในวงการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ดนตรี ในช่วงของการดำเนินงานเริ่มแรกในปี พ.ศ.2545 เรื่อยมาถึง พ.ศ. 2548 นิตยสาร Hamburger มีการปรับเปลี่ยนย่อย ๆ เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ เช่น เพิ่มคอลัมน์ภายในนิตยสารให้มากขึ้นจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2549 ถึงปัจจุบัน ที่แม้ขนาดรูปเล่มของนิตยสาร Hamburger จะยังคงมีขนาดใกล้เคียงกับช่วงแรก คือ 11 x 8 นิ้ว แต่ก็ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในองค์ประกอบของนิตยสาร นั่นคือการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเนื้อหาภายในที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับแฟชั่นและรูปแบบการดำเนินชีวิต หรือ lifestyle มากขึ้น ซึ่งทำให้กลุ่มเป้าหมายของนิตยสารเปลี่ยนไปจากเดิมอีกด้วย นอกจากนี้ในส่วนของราคาก็มีการปรับจาก 49 บาท เป็น 60 บาท และ 80 บาท ตามลำดับ รวมถึงระยะเวลาการออกวางจำหน่ายจากรายปักษ์ เป็นรายเดือน รูปเล่มที่หนาขึ้น และหน้าปกที่ดึงดูดความสนใจมากขึ้นอีกด้วย

นอกจากนิตยสาร Hamburger แล้ว นิตยสาร Front ซึ่งกำหนดให้เป็นนิตยสารที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้หญิงก็เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นนับจากที่ได้ออกวางจำหน่ายเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.2546 ต่อมาในช่วงปี พ.ศ.2548 จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นทั้งรูปแบบทางกายภาพไม่ว่าจะเป็นขนาดรูปเล่มที่จากเดิมเป็นขนาดมาตรฐานคือ ประมาณ $8 \frac{1}{4} \times 11 \frac{3}{4}$ นิ้ว มาเป็นขนาดที่เล็กกว่าเดิมประมาณ 7×9 นิ้ว นอกจากนี้ ชื่อนิตยสารบนปกก็มีการเพิ่มความสดใสมากขึ้นรวมทั้งการนำเสนอเนื้อหาที่จากเดิมมุ่งตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงวัยเริ่มทำงาน ก็ปรับมาเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงวัยรุ่นตอนปลายมากขึ้น

นิตยสาร Boss ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ชายนักธุรกิจ ก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงภายในนิตยสารอยู่เป็นระยะๆ นับตั้งแต่ได้ดำเนินการมากกว่า 15 ปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบัน ที่สามารถเห็นความเปลี่ยนแปลงได้ชัดเจน ทั้งขนาดรูปเล่มที่จากเดิมมีขนาด $9 \frac{1}{2} \times 11 \frac{1}{2}$ นิ้ว มาเป็น $8 \frac{1}{2} \times 11$ นิ้ว และในส่วนของารปรับเปลี่ยนปกนิตยสารให้เป็น 2 ปก โดยแบ่งเนื้อหาในการนำเสนอที่แตกต่างกันเป็น 2 ส่วน อีกทั้งยังปรับชื่อนิตยสารโดยเปลี่ยนจาก Boss เป็น Boss

Request ซึ่งอยู่บนหน้าปกหลักโดยนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับนักธุรกิจกลุ่มเป้าหมายผู้ชาย และปก ส่วนที่ 2 ได้ให้ชื่อว่า request travel มีการนำเสนอเกี่ยวกับข่าว และเรื่องราวของการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) หรือ รูปแบบการดำเนินชีวิต

ไม่ว่าจะเป็นนิตยสารหัวใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นมาบนแผงหนังสืออยู่เรื่อย ๆ หรือนิตยสารที่ได้ดำเนินการมานาน ต่างก็ต้องพยายามปรับระดับประคองนิตยสารของตนอยู่รอดให้ได้ ท่ามกลาง การแข่งขันในตลาดนิตยสารที่มีการแข่งขันกันสูงในปัจจุบัน ซึ่งก็มีนิตยสาร 3 ฉบับข้างต้น ที่ ดำเนินการมาระยะหนึ่งจนเป็นที่รู้จักของคนอ่านในระดับหนึ่งแล้ว ได้เกิดการปรับเปลี่ยนนิตยสาร ในรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ ที่จะขอนำมาศึกษาในครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการอ่าน และความพอใจของ ผู้อ่านที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาทั้งก่อนการปรับเปลี่ยนและหลังการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหา ของนิตยสาร Hamburger นิตยสาร Front และนิตยสาร Boss
2. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจปรับเปลี่ยนรูปแบบ และเนื้อหาของนิตยสาร Hamburger นิตยสาร Front และนิตยสาร Boss

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษานี้เป็นการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจปรับเปลี่ยน รูปแบบและเนื้อหาของนิตยสาร Hamburger นิตยสาร Front และนิตยสาร Boss ผู้ศึกษาได้ศึกษา เฉพาะนิตยสาร Hamburger นิตยสาร Front และ นิตยสาร Boss ในประเด็นของปัจจัยที่มีผลต่อ การปรับเปลี่ยนของนิตยสารทั้งด้านรูปแบบทางกายภาพ และ การนำเสนอเนื้อหา ตั้งแต่ฉบับเดือน มกราคม พ.ศ.2548 ถึงมีนาคม 2551

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัย หมายถึง องค์ประกอบที่เข้ามามีบทบาทและอิทธิพลต่อการดำเนินงาน พัฒนาการ และการเปลี่ยนแปลงขององค์กรผู้ผลิตนิตยสาร

อิทธิพล หมายถึง ผลกระทบที่มีอำนาจมากจนสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อการดำเนินงานของนิตยสาร

การตัดสินใจ (Decision making) หมายถึง การเลือกหรือตกลงใจที่จะกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง

ผู้บริหารนิตยสาร หมายถึง ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจวางนโยบาย เป้าหมายขององค์กร รวมถึงมีบทบาทในการตัดสินใจปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสาร อันได้แก่ เจ้าของหรือผู้พิมพ์ผู้โฆษณา บรรณาธิการอำนวยการ หรือบรรณาธิการบริหาร

รูปแบบนิตยสาร หมายถึง แนวทางของการจัดประเภทของนิตยสาร และลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ขนาดรูปเล่ม ชื่อนิตยสาร ราคา กระดาษที่ใช้พิมพ์ จำนวนหน้าโฆษณา การนำเสนอภาพปก

การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสาร หมายถึง ภาพรวมของเนื้อหาในการแบ่งหมวดหมู่ และคอลัมน์ต่าง ๆ ที่ได้นำเสนอแก่ผู้อ่านภายในนิตยสาร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงแนวทางในการนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาไปปรับใช้ในธุรกิจนิตยสารหรือสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น ๆ
2. ทำให้ทราบและเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสาร Hamburger นิตยสาร Front และนิตยสาร Boss
3. เป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริหารงานนิตยสารหรือสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น