

บทที่ 4

จุดกำเนิดและความเป็นมาของนิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร

เนื่องจากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพัฒนาการของนิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกำเนิดและความเป็นมา ตลอดจนพัฒนาการของนิตยสารประเภทดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้แบ่งเนื้อหาในส่วนที่เกี่ยวกับจุดกำเนิดและความเป็นมาของนิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ออกเป็น 2 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527- 2532 โดยปี พ.ศ.2527 เป็นปีที่นิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร กำเนิดขึ้นมาเป็นครั้งแรก และปี พ.ศ. 2533 เป็นปีที่มีการนำอุปกรณ์สื่อสารส่วนบุคคลออกวางตลาดเป็นจำนวนมาก และเริ่มได้รับความนิยมจากประชาชนอย่างแพร่หลาย (ภูษณ ปริย์มาโนช และวินัย เจียมวิเศษสุข, การศึกษาการแปรรูปสู่ธุรกิจเอกชนของบริการด้านโทรคมนาคม , 2537)

ช่วงที่ 2 ปี พ.ศ. 2533 – ปัจจุบัน เนื่องจากเป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางธุรกิจด้านการสื่อสาร และการขยายตัวของนิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ช่วงนี้แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการของนิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ได้เป็นอย่างดี

ช่วงที่ 1 ระหว่างปี พ.ศ. 2527-2532

ในช่วงนี้เทคโนโลยีการสื่อสารยังมีบทบาทในชีวิตประจำวันของประชาชนไม่มากนัก มีเพียงโทรศัพท์ โทรสาร โทรเลข ฯลฯ ซึ่งถือเป็นบริการของรัฐและเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารขั้นพื้นฐาน ที่คนไทยคุ้นเคยกันเป็นอย่างดีแล้ว ประกอบกับการที่ภาครัฐได้กำหนดเงื่อนไขการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารระดับ บุคคลว่า ฟังกระทำได้ แต่ต้องอยู่ภายใต้การยินยอมของกรมไปรษณีย์โทรเลข ตามพระราชบัญญัติวิทยุสื่อสาร ปี พ.ศ. 2498 ที่ระบุไว้ดังนี้

มาตรา 6 ห้ามมิให้ผู้ใด ทำ มิ นำเข้า หรือนำออกซึ่งเครื่องวิทยุคมนาคม หรือส่วนใดๆ แห่งวิทยุคมนาคม เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต

มาตรา 8 ห้ามมิให้ผู้ใดรับข่าววิทยุคมนาคมจากต่างประเทศ เพื่อการโฆษณา เว้นแต่ได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต

ดังนั้นในช่วงนี้อุปกรณ์สื่อสารส่วนบุคคลจึงมีอยู่เพียงไม่กี่ประเภท และใช้กันในวงจำกัด ประชาชนมีความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสารน้อย ทำให้สื่อมีที่ให้ความสนใจในการนำเสนอเนื้อหา น้อย เช่นกัน

จากการศึกษาพบว่าการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารในระยะแรกนี้ เริ่มจากการเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของรัฐกิจด้านการสื่อสารผ่านทางหนังสือพิมพ์ อาทิ ข่าวการประมูลโครงการต่างๆ ของรัฐบาล การเปิดโครงการด้านสื่อสาร โทรคมนาคมใหม่ๆ ของเอกชน

ด้านนิตยสารนั้น ในระยะนี้มีนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารเพียง 2 ฉบับ คือนิตยสารออฟฟิศเทคโนโลยี และนิตยสาร 100 วัตต์

นิตยสารออฟฟิศเทคโนโลยี ของบริษัทมีเดีย แอสโซซิเอตเต็ด จำกัด วางจำหน่ายครั้งแรกในเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2527 กลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มนักธุรกิจเจ้าของกิจการขนาดเล็ก

พนมกร โสวัจริญญกุล บรรณาธิการอาวุโส นิตยสารออฟฟิศเทคโนโลยี กล่าวว่า นิตยสารออฟฟิศเทคโนโลยีเดิมชื่อนิตยสาร โมเดิร์น ออฟฟิศ เกิดในช่วงพ.ศ. 2527 ซึ่งในระยะแรกจะเน้นเนื้อหาเกี่ยวกับอุปกรณ์สำนักงานสมัยใหม่ แต่หลังจากปีพ.ศ. 2537 ได้เปลี่ยนชื่อเป็นนิตยสารออฟฟิศเทคโนโลยี และได้มีการปรับปรุงรูปแบบเนื้อหา เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสของเทคโนโลยีการสื่อสาร ซึ่งช่วงดังกล่าวคนไทยเริ่มสนใจหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศมากแล้ว ในแง่ของการตลาด นิตยสารในฐานะที่อยู่มานานจึงได้เปรียบในแง่ของกลุ่มผู้อ่านที่มีอยู่ จำนวนหนึ่ง ที่ติดตามนิตยสารมาตั้งแต่เริ่มฉบับแรก เมื่อสภาวะการแข่งขันของนิตยสารประเภทนี้เริ่มรุนแรงขึ้น ออฟฟิศเทคโนโลยี จึงยังมีกลุ่มผู้อ่านเก่าที่ ยังติดตามนิตยสารอยู่ (พนมกร โสวัจริญญกุล ; สัมภาษณ์ , 12 มกราคม 2540)

ในแง่ของโครงสร้างองค์กร นิตยสารออฟฟิศเทคโนโลยี นั้น บริหารงานโดยบริษัท มีเดียแอสโซซิเอตเต็ด จำกัด ซึ่งก่อตั้งเมื่อปี 2525 (ก่อนนิตยสารออฟฟิศเทคโนโลยีจะวางจำหน่าย 1 ปี) ปัจจุบันมีหนังสือ อยู่ในความดูแลทั้งสิ้น 4 ฉบับ มีบุคลากร ในบริษัทประมาณ 100 คน

สำหรับนิตยสารออฟฟิศเทคโนโลยี (โมเดิร์น ออฟฟิศ) ฉบับแรกมีเนื้อหา 126 หน้า แบ่งเป็นคอลัมน์ประจำ 13 คอลัมน์ อันได้แก่

- ออฟฟิศ เอ็กคลูซีฟว์
- ข่าวผลิตภัณฑ์ ในประเทศ
- ข่าวผลิตภัณฑ์ ต่างประเทศ
- ข่าว
- เยี่ยมออฟฟิศนักบริหาร
- จากปก
- ระเบียบภาพ
- ออฟฟิศดีไซน์
- ปกิณกะ

- สังคมออฟฟิศ
- เก้าอี้ตัวใหม่
- ภาพข่าวธุรกิจ
- จับเข้าคุยกัน

และ คอลัมน์ไม่ประจำ 5 คอลัมน์ ได้แก่

- รายงานพิเศษ
- การจัดการ
- ส่งเสริมการขาย
- ออฟฟิศอัตโนมัติ
- เลขานุการ

จะเห็นได้ว่านิตยสารออฟฟิศเทคโนโลยี (โมเดิร์นออฟฟิศ) ในฉบับแรก จะเน้นการนำเสนอ เนื้อหาที่เป็นอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับสำนักงาน เป็นหลัก ยังไม่มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ เทคโนโลยีการสื่อสาร หรือ อุปกรณ์การสื่อสารอื่นๆมากนัก

นิตยสาร 100 วัตต์ ของบริษัทเจ.วี เทเลคอมมีเดีย จำกัด วางจำหน่ายครั้งแรกเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2532

ธิดา เค้นพฤษ์ธรรม บรรณาธิการ นิตยสาร 100 วัตต์ กล่าวว่า ในระยะแรกการจัดทำนิตยสารเน้นกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายที่เป็นนักวิทยุสมัครเล่น เป็นหลัก เนื่องจากโดยทั่วไปกลุ่มนักวิทยุสมัครเล่นเป็นกลุ่มที่มีความสนใจ และต้องการข้อมูลต่างๆ เพื่อนำไปทดลองใช้งาน นอกจากนี้ กลุ่มนี้ยังเป็นกลุ่มที่มีการติดต่อสื่อสารกันเป็นกลุ่มก้อนชัดเจน ดังนั้น ในวงการวิทยุสมัครเล่นจึงจำเป็นต้องมีสื่อกลางที่จะสามารถรายงานข่าวคราวความเคลื่อนไหว และคอยป้อนข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ให้แก่นักวิทยุสมัครเล่น เพื่อเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงสมาชิกให้ได้รับรู้ข่าวสารด้านต่างๆนอกจากนิตยสาร 100 วัตต์ ยังมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์นิตยสาร ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักวิทยุสมัครเล่นมากขึ้นด้วย เช่น การจัดแรลลี่สำหรับเชื่อมความสัมพันธ์กลุ่มนักวิทยุสมัครเล่น และ การจัดกิจกรรมตอบปัญหาให้แก่นักวิทยุสมัครเล่น

สำหรับนิตยสาร 100วัตต์ ฉบับแรกมีเนื้อหา 119 หน้า แบ่งออกเป็น.คอลัมน์ประจำ 8 คอลัมน์ อัน ได้แก่

- เปิดแบนด์ กว้าง
- สपोर्टไลท์
- Top Hit
- ตลาดนัดวิทยุ
- หน้านี้มีรางวัล

- วิเคราะห์วิจารณ์
- คอลัมน์สังคม
- บีบีออน 74 จังหวัด

และคอลัมน์ไม่ประจำ 9 คอลัมน์ ได้แก่

- ห้องส่วนตัว
- พுகกับพลาสติก
- แหวกฟ้าคว้าวาว (เขียม)
- ดิเอ็กซ์ตะเข็บชายแดน
- ใต้กึ่ง
- สารคดี
- เรื่องสั้น
- 25 ว 16/5
- ไม่ต้องซื้อ

เนื้อหาในนิตยสาร 100 วัตต์ ในฉบับแรกเน้นเนื้อหาเกี่ยวกับวิทยุสมัครเล่นเป็นหลัก โดยเฉพาะเนื้อหาประชาสัมพันธ์ กิจกรรมในกลุ่มนักวิทยุสมัครเล่น

จะเห็นได้ว่านิตยสารในช่วงแรกนี้เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในวงจำกัด โดยเฉพาะกลุ่มนักวิทยุสมัครเล่น ดังที่ วัชรระ แจ็งสี ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและผู้ก่อตั้งนิตยสารเพื่อสื่อสาร กล่าวว่า ในอดีตการสื่อสารที่อำนวยความสะดวกมากที่สุด คือวิทยุสื่อสาร แต่การจะใช้วิทยุสื่อสารได้นั้นต้องได้รับอนุญาตจากกรมไปรษณีย์โทรเลขก่อน โดยผู้ขอใช้จะต้องสอบข้อเขียนและผ่านการตรวจสอบประวัติ ทำให้กลุ่มผู้ใช้วิทยุสื่อสารมีอยู่จำนวนหนึ่งเท่านั้น เรียกว่า กลุ่มนักวิทยุสมัครเล่น ซึ่งความสนใจและความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับวิทยุสมัครเล่นของกลุ่มคนเหล่านี้ ส่งผลให้เกิดนิตยสารสำหรับนักวิทยุสมัครเล่นขึ้นมา ซึ่งอาจจะถือเป็นนิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคแรกๆ และค่อนข้างจะประสบความสำเร็จในยุคนั้น เนื่องจากก่อนที่จะมีการเปิดเสรีทางการตลาดสำหรับอุปกรณ์การสื่อสาร รูปแบบใหม่ๆ กลุ่มนักวิทยุสมัครเล่นได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว แต่หลังจากอุปกรณ์การสื่อสารรูปแบบใหม่ อาทิ วิทยุติดตามตัว (Pager) โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone) ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย ซึ่งก็ส่งผลทำให้นิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่ผลิตขึ้นระยะหลังต้องปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีการสื่อสารด้านอื่นๆ ที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว

ช่วงปี พ.ศ. 2533-ปัจจุบัน

ภายหลังจากที่รัฐบาลได้เปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาดำเนินการในธุรกิจสื่อสาร โทรคมนาคม ร่วมกับภาครัฐ ในลักษณะ ของการให้สัมปทานโดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ องค์กรโทรศัพท์ และการสื่อสารแห่ง

ประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ.2529 ส่งผลให้ภายใน ปี พ.ศ. 2533 มีบริษัทเอกชนลงทุนในธุรกิจการสื่อสารหลายโครงการ อาทิ โครงการวิทยุติดตามตัวส่งข้อมูลข่าวสารระบบ Digital Display และ Alphanumeric Paging ของบริษัทแพซิฟิก เทลเชิส จำกัด (Paclink) โครงการวิทยุติดตามตัวส่งข้อมูลข่าวสารระบบ Alphanumeric และ Display Paging ครอบคลุมทั่วประเทศ ของบริษัทแมทริกซ์ (ประเทศไทย) จำกัด (Easy Call) โครงการเครือข่ายบริการวิทยุคมนาคมระบบเซลลูลาร์ 800 MHz ครอบคลุมทั่วประเทศ ของ บริษัท โทเทิล แอ็คเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด นอกจากนี้ยังมีโครงการที่องค์การโทรศัพท์ร่วมลงทุนกับเอกชนอีกหลายโครงการ ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 4.1 ที่แสดงจำนวนโครงการทั้งหมดที่ภาครัฐเปิดให้เอกชนเข้ามาดำเนินการซึ่ง ทำให้ตลาดด้านเทคโนโลยีการสื่อสารมีความคึกคักมากยิ่งขึ้น การแข่งขันกันในเชิงธุรกิจระหว่างบริษัทเอกชนที่ได้รับสัมปทานเหล่านี้ ได้ส่งผลให้เกิดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ กระตุ้นความสนใจของประชาชน จนอุปกรณ์การสื่อสารเหล่านี้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย อย่างรวดเร็ว

ตาราง ที่ 4.1 แสดงโครงการด้านสื่อสารโทรคมนาคมช่วงปี พ.ศ. 2533

องค์กรรัฐที่ดำเนินการด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม	โครงการที่ร่วมทุนกับเอกชน	โครงการที่ดำเนินการเอง
การสื่อสารแห่งประเทศไทย	7	15
องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย	11	11
รวม	18	26

ที่มา ; เอกสารรายเดือน บงล. มหาสมุทร จำกัด ; 2540 , หน้า13

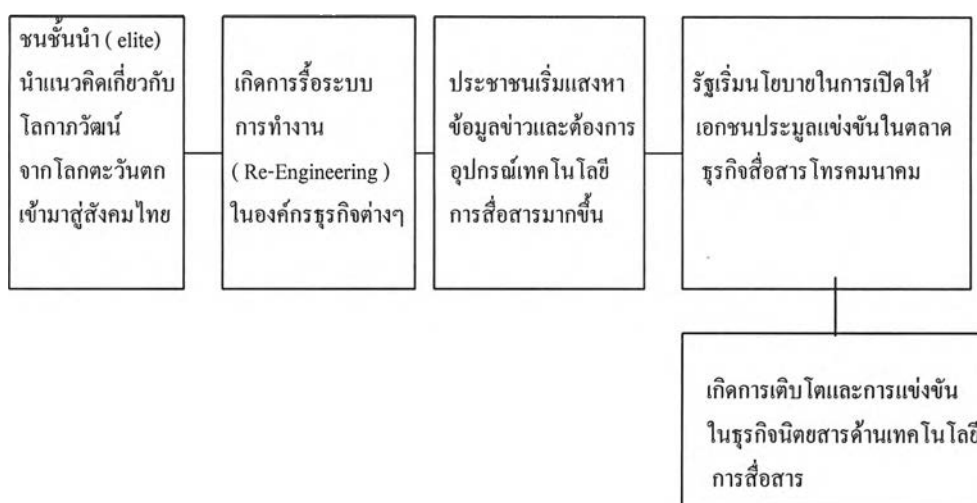
นอกจากนี้จากการศึกษา โดยพิจารณาจากข่าวสารในหน้าหนังสือพิมพ์ทั้งที่เป็นข่าวสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร บทความ บทวิเคราะห์ ยังพบข้อมูลที่น่าสนใจว่าในระแวกดังกล่าวมีการรื้อปรับระบบ (Re- Engineering) ขององค์กรเอกชนดังจะเห็นได้จากที่เกิดขึ้นกับธนาคารกสิกรไทย ที่มีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้งานในองค์กรมากขึ้น ทำให้เทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการทำงานเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งก็สอดคล้องกับแนวความคิดเรื่องโลกาภิวัตน์ (Globalization) ซึ่งนักวิชาการหลายท่านคาดการณ์ว่าสังคมโลกจะเชื่อมโยงกันด้วยข้อมูลข่าวสาร

อัลวิน ทอฟเลอร์ (Alvin Toffler ; 1990,11) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงอำนาจ ที่จะเกิดขึ้นใน ยุคแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศ จะมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร และคอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ต ที่ผลักดันข้อมูลข่าวสาร ให้ออกไปสู่ประชาชนทั่วไปมากขึ้น ข่าวสารข้อมูลในยุคสารสนเทศ จึงมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนทั่วไป และเป็นที่มาของ อำนาจ ความมั่งคั่ง ดังนั้น จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่นายทุนในยุคสารสนเทศ ต้องต่อสู้เพื่อแย่งชิง การควบคุมสื่อ ที่จะใช้เป็นช่องทางในการกระจายข่าวสารข้อมูล

โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนไป การจราจรติดขัด และความรีบเร่งในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้เทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันเกือบทุกด้าน สิ่งเหล่านี้ได้กระตุ้นให้ประชาชนมีความสนใจและต้องการข่าวสารที่เกี่ยวกับ เทคโนโลยีการสื่อสารมากยิ่งขึ้น ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้นิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร เปิดตัวขึ้นอีกหลายฉบับ หลังปี พ.ศ. 2533

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงพอสรุปถึงจุดกำเนิดและความเป็นมาของนิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ได้ดังแผนภาพที่ 4.1 ดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 4.1 แสดง จุดกำเนิดและความเป็นมาของนิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร



สำหรับนิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่ออกวางจำหน่ายระหว่างปี 2533 - ปัจจุบัน มีทั้งสิ้น 6 ฉบับ ดังนี้

นิตยสารเพื่อนสื่อสาร ของบริษัทเพื่อนสื่อสาร ออกวางจำหน่าย ในเดือน ตุลาคม .พ.ศ. 2534 โดยมีผู้ก่อตั้งที่สำคัญ 2 ท่านคือ นายไพโรจน์ วงษ์วัฒนาวุฒิ มีตำแหน่งเป็นบรรณาธิการบริหาร และนายวัชร แฉงศรี ผู้จัดการฝ่ายการตลาด และเป็นนายทุนหลักในการก่อตั้งนิตยสารเพื่อนสื่อสาร นอกจากนี้ยังได้เชิญบุคคลผู้มีชื่อเสียงในวงการวิทยุสื่อสารเข้ามาเป็นที่ปรึกษาของนิตยสารอีก 9 ท่าน เนื้อหาของนิตยสารเพื่อนสื่อสารมุ่งตอบสนองกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายที่เป็นนักวิทยุสมัครเล่น และผู้ใช้วิทยุสื่อสารทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งในฉบับแรกมีเนื้อหา 86 หน้า แบ่งเป็นคอลัมน์ประจำ 6 คอลัมน์ และคอลัมน์ไม่ประจำ 15 คอลัมน์

วัชร แฉงศรี นายทุนหลักและผู้ก่อตั้ง นิตยสารเพื่อนสื่อสาร กล่าวว่า นิตยสารเกิดขึ้นมาในปี พ.ศ. 2534 โดยทีมงานที่มีความรู้และเชี่ยวชาญด้านวิทยุสมัครเล่นเพียง 6 ท่านซึ่งทีมบุคลากรดังกล่าวไม่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องของนิตยสารและงานพิมพ์ต่างๆมากนัก แต่สาเหตุที่มานิตยสารเพื่อนสื่อสาร เนื่องจากเชื่อว่าในสังคมของบรรดานักวิทยุสมัครเล่นต้องการสื่อ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ที่จะทำหน้าที่ในการถ่ายทอดเรื่องราว ข่าวสารและ

ความเคลื่อนไหว อีกทั้งเป็นสื่อกลางของบรรดานักวิทยุสมัครเล่น ซึ่งในขณะนั้นนิตยสารสำหรับนักวิทยุสมัครเล่นมีเพียงนิตยสาร 100 วัตต์ ที่เป็นนิตยสาร ราย 2 เดือนซึ่งไม่น่าจะตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้เท่าไรนักเนื่องจากผู้อ่านต้องมารอนิตยสารออกวางจำหน่ายเป็นเวลานาน

สำหรับนิตยสารฉบับแรกมีเนื้อหา 86 หน้า แบ่งเป็นคอลัมน์ประจำ 6 คอลัมน์ อัน ได้แก่

- QSL
- ข่าวฝากจากชมรม
- ข่าวทะเลจุดบอด
- QRD
- ข่าวจากสวสท
- รายชื่อผู้สอบผ่าน (นักวิทยุสมัครเล่น)

ส่วนคอลัมน์ไม่ประจำ มี 15 คอลัมน์ ได้แก่

- คอลัมน์สัมภาษณ์
- PAC ถ่าน 2S แบบประหยัด
- HAM โคราช
- ฉลอง 400 ปี ยุทธหัตถ์
- ประวัติชมรมสระบุรี
- เปิดศูนย์ สระบุรี
- Top Loard
- เปิดศูนย์ HS 7 AJ
- ตรวจร่วมบางชั้น
- คลื่นแห่งอนาคต
- แนวความคิดใหม่ของการสื่อสารไร้สาย
- Eye Ball พระปะแดง
- เปิดศูนย์ HS 2 AN
- การพัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่
- สายอากาศ

นิตยสารเทเลคอม ของบริษัทเทเลคอมมีเดีย ออกวางจำหน่ายในเดือน พฤษภาคม .พ.ศ. 2535

วิบูลย์ เสรีชัยพร บรรณาธิการบริหารนิตยสารเทเลคอม กล่าวว่า นิตยสารเทเลคอม ก่อตั้งขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์ในการเป็นนิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสารฉบับแรกที่เน้นเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการสรุปและวิเคราะห์ข่าวในแวดวงการสื่อสารโทรคมนาคมเป็นหลัก ซึ่งนิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสารฉบับอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาในเชิงวิชาการและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมากกว่า

นอกจากนี้นิตยสารเทเลคอม ยังมีการแทรกข้อมูลเชิงวิชาการลงไปบ้างเพื่อปูพื้นให้แก่ผู้อ่าน เพื่อจะได้เข้าใจเนื้อหาข่าวและการวิเคราะห์บทความต่างๆ

จากรูธรรม งามแมน อดีตหัวหน้าข่าวนิตยสารเทเลคอม กล่าวถึงจุดยืน และอุปสรรคว่า นิตยสารเทเลคอมเป็นนิตยสารที่มีจุดยืน ในการเป็นนิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาข่าวในเชิงเจาะลึก (Investigative Reporting) เนื่องจากการเป็นนิตยสารที่ออกจำหน่ายเป็นรายเดือน แต่อุปสรรคสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาของนิตยสารก็คือการที่นิตยสารมีบุคลากรน้อยเกินไป ทำให้การแบ่งหน้าที่ของงานส่วนต่างๆ ในองค์กรไม่มีความชัดเจน คือบางครั้งนักข่าวอาจจะต้องช่วยฝ่ายขายโฆษณาหาโฆษณาเข้านิตยสารด้วย

สำหรับนิตยสารเทเลคอม ฉบับแรกมีเนื้อหา 106 หน้า แบ่งเป็นคอลัมน์ประจำ 16 คอลัมน์นี้ได้แก่

- หมายเหตุ บก.
- Round Up
- Corporate Movement
- โลกโทรคมนาคม
- Project Review
- Company Profile
- Show Preview
- Show Report
- Personal Data
- Technology
- เเคเบิลทีวี
- แนะนำองค์กร
- กฎหมายสื่อสาร
- New Products
- Telecom IT Market
- Telecom Society

และคอลัมน์ไม่ประจำ 4 คอลัมน์ได้แก่

- เรื่องจากปก
- In Focus
- สัมภาษณ์พิเศษ
- ยักษ์ใหญ่ในวงการ

นิตยสารไอทีวิค ของบริษัทไอบิสพับลิชชิงซึ่งเป็น กลุ่มบริษัทในเครือผู้จัดการ ออกวางจำหน่ายครั้งแรกในเดือน ตุลาคม พ.ศ.2534 นายวราพงษ์ อำนวยทรัพย์ บรรณาธิการนิตยสารไอทีวิค กล่าวว่านิตยสารไอทีวิค เดิมชื่อนิตยสารไอทีแมนเนจเมนท์ เป็นนิตยสารรายเดือนขนาดBroad sheet (8 X12) ที่จัดทำขึ้นมาเพื่อนำเสนอถึงความก้าวหน้าในแวดวงการสื่อสาร โทรคมนาคมและข้อมูลด้านเทคโนโลยีการสื่อสารในเชิงวิชาการ เพราะในช่วงปี พ.ศ. 2533 เป็นต้นมาวงการสื่อสาร โทรคมนาคมได้เติบโต อย่างรวดเร็ว ข่าวสารความรู้ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารเริ่มเป็นที่สนใจของประชาชนทั่วไปมากขึ้นกลุ่มบริษัทผู้จัดการ ตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยีการสื่อสาร จึงให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารมากขึ้น และได้มีการจัดทำนิตยสารไอทีแมนเนจเมนท์ ที่มีเนื้อหาเฉพาะเทคโนโลยีการสื่อสารขึ้นมา

ภายหลังจากที่นิตยสารไอทีแมนเนจเมนท์ เปลี่ยนชื่อมาเป็นนิตยสาร ไอทีวิค ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2539 จึงได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบนิตยสารเป็นนิตยสารรายสัปดาห์ ขนาด Tabloid (11” X 15.5 นิ้ว) และเพื่อให้สอดคล้องกับการเป็นนิตยสารรายสัปดาห์ที่มีความถี่ในการออกวางจำหน่ายมากขึ้น นิตยสาร ไอทีวิค จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาโดยเน้นการสรุปและการวิเคราะห์ข่าวมากขึ้น ขณะที่เนื้อหาในเชิงวิชาการต่างๆ ลดน้อยลง สำหรับกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายของนิตยสารคือพนักงานเอกชน ข้าราชการ ผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ผู้ประกอบการด้านคอมพิวเตอร์ สมาชิกเคเบิลทีวี บริษัทโฆษณา และ บุคลากรด้านการตลาดของสำนักงานเอกชนต่างๆไป

สำหรับนิตยสาร ไอที แมนเนจเมนท์ (ไอทีวิค) ฉบับแรกมีเนื้อหา 198 หน้าแบ่งเป็นคอลัมน์ประจำ 15 คอลัมน์ ได้แก่

- New & Notable
- Marketing
- Management
- Technology
- IT Commentary
- IT Reports
- World Bulletin
- Thaiscape

- Appointments
- Men in the news
- Profile
- You Ask For IT
- After Work
- Rear View
- Glossary

และคอลัมน์ไม่ประจำ 7 คอลัมน์ ได้แก่

- การซื้อขายหุ้นด้วยคอมพิวเตอร์ (Cover Story)
- เอชพี 95 แอลเอ็กซ์
- คอลัมน์ นักเขียน ยรรยง เต็งอำนาจ
- คอลัมน์นักเขียน อมร ถาวรมาศ
- คอลัมน์ นักเขียน ตู๋ บางพลัด
- ยอดนักชิ่ง
- Bookshelf

นิตยสารไอทีซอพท์ ของบริษัท ไอบิสพับลิชชิ่ง กลุ่มบริษัทในเครือผู้จัดการ ออกวางจำหน่ายครั้งแรกในเดือนเมษายน พ.ศ.2535

ชูเกียรติ นาคพิทักษ์กุล บรรณาธิการบริหารนิตยสารไอทีซอพท์ กล่าวถึงเหตุผลในการจัดทำนิตยสารว่า ต้องการที่จะให้นิตยสารไอทีซอพท์ เป็นนิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเทคนิคการใช้งาน และความก้าวหน้าของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการสื่อสาร เนื่องจากอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการสื่อสารได้เริ่มเข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และมีจำนวนผู้ใช้ (User) มากขึ้นทุกวัน ดังนั้นข้อมูลเกี่ยวกับเทคนิคการใช้งาน และประโยชน์ต่างๆของเทคโนโลยีเหล่านี้ จึงกลายเป็นสิ่งที่อยู่ในความสนใจและจำเป็นของผู้ใช้ (User) เหล่านี้อย่างมาก

สำหรับนิตยสารไอทีซอพท์ ฉบับแรกมีเนื้อหา 161 หน้า แบ่งเป็นคอลัมน์ ประจำ 14 คอลัมน์ อันได้แก่

- Soft View
- News Front

- IT Bulletin
- IT Movement
- Product Files
- Soft Preview
- Soft Preview
- AfterHours
- BookWare
- User Groups
- Calendar
- OS / Environment
- เปิดโลก Windows
- Interview

และคอลัมน์ 11 ไม่ประจำอันได้แก่

- Cover Story
- PostScript
- มาใช้วีไอกันเถอะ
- อนาคตของระบบการปฏิบัติการ
- Database
- เทคนิค dBase ตอน ใช้คำสั่ง IIFO
- LAN/NETWORK
- Soft Techonlogy
- เทคโนโลยีของ ฟอนต์
- Spreadsheet
- เทคนิคเวิร์กชีตตอนใช้คำสั่ง

นิตยสารเทคโนโลยี ของสมาคมวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ที่ดำเนินการ
โดยบริษัทเทคโนโลยีมีเดีย จำกัด ออกวางจำหน่ายครั้งแรกในเดือน มกราคม พ.ศ. 2534

กิตติ วิสุทธีรัตนกุล บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา นิตยสารเทคโนโลยีกล่าวว่า นิตยสารเทคโนโลยีเกิด
ขึ้นจากแนวคิดของกลุ่มนักวิชาการด้านวิศวกรรมของสมาคมวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย ในพระบรม
ราชูปถัมภ์ ซึ่งแต่เดิมทางสมาคมมีนิตยสารวิศวกรรมสารออกวางจำหน่ายอยู่ในตลาดอยู่ก่อนแล้ว แต่เนื้อหาของ

นิตยสารวิศวกรรมสารเน้นเกี่ยวกับวิศวกรรมโยธา ไฟฟ้า และก่อสร้าง ยังไม่มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ทางสมาคมจึงให้ บริษัท เทคโนโลยี มีเดีย จำกัด จัดทำนิตยสารเทคโนโลยี ออกวางจำหน่ายเป็นนิตยสารราย 2 เดือน โดยเนื้อหาของนิตยสารจะเน้นในเชิงวิชาการด้านคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีการสื่อสาร เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้อ่านที่เป็นนักศึกษา และบุคลากร ในสายวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีการสื่อสาร

สำหรับรายได้ของนิตยสารเทคโนโลยีส่วนใหญ่มาจากการขายโฆษณาให้แก่บรรดาผู้ประกอบการในสายวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีการสื่อสาร ซึ่ง นิตยสารได้รับการสนับสนุนโฆษณาจำนวนมาก เนื่องจากนิตยสารเป็นของสมาคมวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และที่ปรึกษาของนิตยสารส่วนใหญ่ ก็เป็นผู้ที่มีชื่อเสียงในแวดวงวิศวกรรมทำให้นิตยสารได้รับความเชื่อถือจากผู้ประกอบการจำนวนมาก

สำหรับนิตยสารเทคโนโลยี ฉบับแรกมีเนื้อหา 120 หน้า เป็นคอลัมน์ประจำ 7 คอลัมน์ ได้แก่

- สรุปข่าว
- แนะนำผลิตภัณฑ์
- ข่าววิศวกรรม
- ข่าวจาก BOI
- สารพันปัญหาทีวี
- ศัพท์ช่าง
- ข่าวประชาสัมพันธ์

และคอลัมน์ไม่ประจำ 2 คอลัมน์ ได้แก่

- บทความวิชาการ
- สารคดี
- ความเคลื่อนไหวจากภาครัฐ และเอกชน

นิตยสารไพลัสส์คอมมูนิเคชั่น ของบมจ. ยูไนเต็ดคอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี (ยูคอม) ออกวางจำหน่ายครั้งแรกในเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2536

ปรีดา ยนต์พิเศษ กล่าวถึงวัตถุประสงค์ในการจัดทำนิตยสารไพลัสส์คอมมูนิเคชั่น ว่า เนื่องจากทางกลุ่มบริษัทยูคอม มีนโยบายในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ และนิตยสารไพลัสส์คอมมูนิเคชั่น ก็เป็นสื่อหนึ่งที่ถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อเป็นสื่อ ในการเผยแพร่ความรู้ บทความทางวิชาการ ด้านระบบการสื่อสาร ไร้สาย และความก้าวหน้าในเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบต่างๆ ซึ่งเนื้อหาในนิตยสารได้เชิญผู้ที่มีความรู้และเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการสื่อสารจากสายงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นนักวิชาการ บุคลากรด้านการสื่อสาร โทรคมนาคมในองค์กรรัฐและเอกชน รวมถึง นักเขียนที่เป็นพนักงานในกลุ่มบริษัทยูคอมเอง

สำหรับรูปแบบ และสีสัน ของนิตยสาร ไวลด์สท์คอมมูนิเคชั่น ค่อนข้างเรียบง่าย มีเฉพาะปกเท่านั้น ที่เป็นสีสี่ ส่วนเนื้อหาภายในทั้งหมดเป็นขาวดำ แต่จุดเด่นของนิตยสารคือ ขนาดของนิตยสาร ซึ่งเป็นนิตยสารที่มีขนาดพ็อกเก็ตบุ๊ก (5.5X 5.5) ทำให้ผู้อ่านสามารถที่จะพกพาไปในที่ต่างๆ ได้สะดวก

ในส่วนการดำเนินธุรกิจนิตยสาร ไวลด์สท์คอมมูนิเคชั่น นิตยสารมีรายได้จากการขายผ่านศูนย์หนังสือต่างๆ เพียงทางเดียว ไม่ได้มีการหารายได้จากการขายโฆษณาในนิตยสาร ดังนั้นการดำเนินการของนิตยสาร ไวลด์สท์คอมมูนิเคชั่น จึงอยู่ในสถานะที่ขาดทุน แต่ทางกลุ่มบริษัทยูคอมก็ เป็นผู้แบกรับภาระค่าใช้จ่ายในการผลิตที่เหลือทั้งหมด

สำหรับนิตยสาร ไวลด์สท์ คอมมูนิเคชั่น ฉบับแรก มีทั้งหมด 168 หน้า เป็นคอลัมน์ไม่ประจำทั้งหมด โดยเนื้อหา ในฉบับแรก จะแบ่งออกเป็น 6 คอลัมน์ หรือ 6 บท อันได้แก่

- เทคนิคพื้นฐาน สำหรับการบริการ โทรศัพท์ และ โทรคมนาคมสมัยใหม่
- แนวโน้มของการสื่อสารบุคคลแบบไร้สาย
- ระบบเชื่อมโยงดิจิตอล แห่งทศวรรษ 2000
- ISDN ความก้าวหน้าของการสื่อสาร โทรคมนาคม
- การสื่อสารเส้นใยแก้วนำแสง
- Frame Relay

ปัจจัยที่มีผลต่อการกำเนิดนิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร

จากกำเนิดและความเป็นมาของนิตยสารทั้ง 8 ฉบับ ที่กล่าวมาแล้ว อาจกล่าวได้ว่ามีปัจจัยสำคัญ 3 ประการที่มีอิทธิพลต่อการกำเนิดและพัฒนาของการนิตยสารดังกล่าวคือ

ปัจจัยด้านการเติบโตของวงการสื่อสารมวลชน นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 เป็นต้นมา วงการสื่อสารมวลชนมีอัตราการเติบโตสูงขึ้น โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทนิตยสาร มีนิตยสารฉบับใหม่ๆ ออกวางจำหน่ายเป็นจำนวนมาก และนิตยสารที่วางตลาดในระยะหลังนี้ จัดทำขึ้น โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น นิตยสารสำหรับผู้หญิง นิตยสารสำหรับนักโฆษณา นิตยสารศิลปะ นิตยสารด้านท่องเที่ยว เนื่องจากทิศทางของตลาดนิตยสารได้มุ่งที่จะตอบสนองความต้องการของผู้อ่านเฉพาะด้านมากขึ้นนี้เอง จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ นิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสารถือกำเนิดขึ้น ในช่วงเวลาดังกล่าว

ปัจจัยด้านผู้อ่าน ผู้รับสารหรือผู้อ่าน ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดประเภทของนิตยสาร จะเห็นได้ว่าหลังจากที่ การสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนทั่วไปมากขึ้น ทั้งในลักษณะที่เป็นผู้ใช้บริการโดยตรง หรือจำเป็นต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีการสื่อสารในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งก็ตาม ล้วนส่งผลให้คนทั่วไป เริ่มให้ความสนใจข่าวสารด้านเทคโนโลยี ผู้ผลิตจึงเล็งเห็นช่องทางในการจัดทำนิตยสารเพื่อตอบสนองความต้องการ ของผู้อ่านกลุ่มนี้ ซึ่งนับวันจะมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นผู้รับสารจึงกลายเป็นปัจจัย สำคัญที่ทำให้ผู้ผลิต ตัดสินใจจัดทำ นิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสารขึ้นมา

ปัจจัยแวดล้อม ธุรกิจ การสื่อสาร และสภาพสังคม เป็นปัจจัยหลัก ที่มีผลต่อการจัดทำนิตยสารด้านเทคโนโลยี การสื่อสาร กล่าวคือ ธุรกิจการสื่อสาร ที่เติบโตอย่างรวดเร็วหลังจากปี พ.ศ. 2533 ดังจะเห็นได้จากการเพิ่มขึ้น ของจำนวนผู้ใช้อุปกรณ์การสื่อสาร (ตารางที่ 4.2 และตารางที่ 4.3) ทำให้นายทุนสื่อสารมีการแข่งขันในการเผยแพร่ ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารประเภทต่างๆ โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งก็ไม่เพียงทำให้ ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสารมากขึ้นเท่านั้น ยังกระตุ้นให้บุคคลทั่วไปมีความ ต้องการใช้เทคโนโลยีเหล่านั้น เป็นผลให้มีจำนวนผู้ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งผู้ใช้บริการ เหล่านี้คือกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของนิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร

เทคโนโลยีการสื่อสาร คือส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการเทคโนโลยีการสื่อสาร รวมไปถึงผู้สนใจ โดยทั่วไป ไปแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านนี้มากขึ้น เนื่องจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ถูกนำมาเข้ามาสู่สังคมไทยอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ที่สนใจเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ต้องการข้อมูลข่าวสารด้านนี้เป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพื่อสามารถติดตามความเคลื่อนไหวของเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ อย่างรวดเร็ว และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ นิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสารจึงเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการในส่วนนี้ด้วย

สภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป มีผลให้เทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในสังคมอย่างยากที่จะ หลีกเลี่ยง ทั้งในชีวิตส่วนตัวและการทำงาน ทิศทางของสังคมที่เคลื่อนเข้าสู่ยุคข้อมูลข่าวสาร คือแรงผลักดันที่ทำให้ประชาชนทั่วไปหันมาสนใจเทคโนโลยีการสื่อสารมากยิ่งขึ้น ซึ่งก็หมายถึงจำนวนผู้อ่านที่ต้องการข่าวสาร ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารมีจำนวนมากขึ้นด้วย และเป็นเหตุผลสำคัญอีกประการที่ทำให้องค์กรนิตยสารเลือกที่จะผลิตนิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร

ตารางที่ 4.2 แสดงอัตราการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
ระหว่างปี พ.ศ. 2534-2536

ปี	จำนวนเครื่องลูกข่าย	อัตราการเติบโต
2534	169,000	
2535	254,000	50.3 %
2536	450,000	72.2%

- หมายเหตุ * เป็นยอดรวมของเครื่องลูกข่าย ทั้งระบบ 900 MHZ 800 MHZ และ 470 MHZ
ที่มา หนังสือพิมพ์ ผู้จัดการ 28 ธันวาคม 2539

ตาราง 4.3 แสดงอัตราการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้บริการวิทยุติดตามตัว
ระหว่างปี พ.ศ. 2534-2536

ปี	จำนวนเครื่องลูกข่าย	อัตราการเติบโต
2534	170,000	
2535	271,000	37.27 %
2536	430,000	33.13 %

ที่มา ชินวัตรเพ็ญจิ่ง