



สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยฯ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. รูปแบบของสื่อที่ใช้เพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในการใช้สื่อเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น มีการนำสื่อหลายประเภทมาใช้ผสมผสานกันผ่านช่องทางหลายช่องทางด้วยกัน โดยเป็นการผสมผสานระหว่างช่องทางการนำเสนอระหว่างสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อกิจกรรม ซึ่งสื่อแต่ละประเภทได้มีวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกันตามคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภท รวมทั้งระยะเวลาของการนำเสนอสื่อ นั้น โดยจะขอสรุปตามระยะเวลาและประเภทของสื่อที่ใช้ ดังนี้

I. ช่วงการเสนอขายหุ้น เป็นช่วงเวลาของการแนะนำและชี้แจงให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงวิธีการและรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดสรรและจำหน่ายหุ้น และเป็นช่วงเวลาของการเชิญชวนให้นักลงทุนสนใจในการจับจองหุ้นเพื่อเป็นเจ้าของบริษัท การบินไทยฯ

ในช่วงเวลานี้มีการนำสื่อหลากหลายประเภทมาใช้ ผ่านช่องทางการนำเสนอเหล่านี้ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อกิจกรรม

1. สื่อมวลชน ได้แก่

1.1 โทรทัศน์ รูปแบบของการนำเสนอมีทั้งที่เป็นโฆษณา ข่าว และการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารในรายการโทรทัศน์

1.2 วิทยู รูปแบบของการนำเสนอมีทั้งที่เป็นโฆษณา ข่าว และการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารในรายการวิทยู เช่นเดียวกับรูปแบบของการนำเสนอทางโทรทัศน์

1.3 หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร รูปแบบของการนำเสนอมีทั้งที่เป็นโฆษณา ข่าว และประกาศข้อความ

2. สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่

2.1 หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้นต่อประชาชน เป็นหนังสือชี้ชวนที่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่เกี่ยวกับวิธีการและรายละเอียดอื่นๆ ในการจองหุ้นการบินไทย รวมทั้งผลการดำเนินงานและมูลค่าทรัพย์สินของบริษัทโดยสังเขป

2.2 จดหมายข่าว เป็นเอกสารในลักษณะจดหมายที่รายงานข่าวความคืบหน้า รวมทั้งที่มาและรายละเอียดอื่นที่เกี่ยวข้องกับการนำบริษัท การบินไทยฯ เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จดหมายข่าวนี้ การบินไทยออกให้เฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นพนักงานภายในเท่านั้น

2.3 จดหมายถาม-ตอบ เป็นเอกสารที่มีลักษณะเป็นคำถามและคำตอบในตัวเสร็จ ทั้งนี้ เพื่ออธิบายวิธีการและรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ จดหมายนี้บริษัทฯ ได้นำไปวางไว้ที่ธนาคารผู้รับจองหุ้นสำหรับลูกค้าของธนาคารโดยเฉพาะ

2.4 จดหมายส่งตรง เป็นเอกสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเชิญชวนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ สื่อมวลชน และบรรดาลูกค้าของตัวแทนจำหน่ายหุ้น ให้ไปร่วมกิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเรื่องหุ้นการบินไทย หรือกิจกรรม “โรดโชว์”

2.5 ข่าวแจก เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่บริษัท การบินไทยฯ จัดทำขึ้นเพื่อรายงานข่าวความคืบหน้าเกี่ยวกับกิจกรรมการจำหน่ายหุ้นให้กับสื่อมวลชน

2.6 แผ่นภาพหรือแผ่นป้ายโฆษณา จัดทำขึ้นเพื่อเชิญชวนพนักงานและบุคคลภายนอกให้ไปร่วมงานโรดโชว์

2.7 วิดิทัศน์ บริษัท การบินไทย จำกัด ได้ดำเนินการบันทึกเทปงานโรดโชว์ที่จัดให้แก่พนักงาน แล้วนำออกเผยแพร่ในรูปของวิดีโอเทป โดยจัดส่งให้กับพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ที่สำนักงานสาขาในต่างประเทศ

3. สื่อกิจกรรม ได้แก่

3.1 กิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเรื่องหุ้นการบินไทย หรือกิจกรรม “โรดโชว์” เป็นกิจกรรมที่คณะผู้บริหารการบินไทยและสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้องได้ร่วมเดินทางไปกับคณะทำงาน เพื่อออกเผยแพร่และชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติในการจองหุ้น รวมทั้งแถลงผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งเป้าหมายในอนาคต โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นพนักงานภายใน สื่อมวลชน นักวิเคราะห์การเงินการลงทุน และประชาชนผู้สนใจ ตามจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในแต่ละภาค ได้แก่ นครราชสีมา เชียงใหม่ และหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา รวมทั้งกรุงเทพฯ ด้วย

3.2 กิจกรรมการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน เกี่ยวกับข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความคืบหน้าของกิจกรรมการขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ

3.3 กิจกรรมการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน

3.4 กิจกรรมการบรรยายนอกสถานที่ของผู้บริหารของการบินไทย เป็นการบรรยายให้กับกลุ่มสมาชิกของสมาคมและสโมสรต่างๆ เกี่ยวกับรายละเอียดการขายหุ้นของบริษัทฯ

II. ช่วงระยะเวลาของการรับจองซื้อหุ้น เป็นช่วงเวลาของการเปิดให้ประชาชนทั่วไปรวมทั้งพนักงานภายใน รวมทั้งพนักงานภายในได้มีโอกาสเป็นเจ้าของการบินไทยด้วยการซื้อหุ้น และยังคงเป็นช่วงเวลาของการแนะนำและชี้แจงให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้าใจเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติในการจองซื้อหุ้น และรายละเอียดอื่นๆ ที่เกี่ยวกับหุ้นการบินไทย พร้อมทั้งกระตุ้นเตือนให้ประชาชนไปซื้อหุ้นภายในระยะเวลาดังกล่าว

สำหรับช่วงเวลานี้ ยังคงเป็นการใช้สื่อผสมผสานผ่านช่องทางการนำเสนอดังต่อไปนี้

1. สื่อมวลชน ได้แก่

1.1 โทรทัศน์ รูปแบบของการนำเสนอยังคงเป็นรูปแบบโฆษณา และข่าว

1.2 หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร เป็นการนำเสนอในรูปแบบของโฆษณาและข่าว

2. สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่

2.1 หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้นต่อประชาชน

2.2 จดหมายข่าว

2.3 จดหมายถาม-ตอบ

2.4 ข่าวแจก

3. สื่อกิจกรรม ได้แก่

3.1 กิจกรรมการจัดตั้งศูนย์ข่าวเฉพาะกิจหรือศูนย์ฮอตไลน์ เป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นเพื่อให้พนักงานภายในและประชาชนทั่วไปสามารถซักถามและให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทฯ

3.2 **กิจกรรมการติดตามผลการประชาสัมพันธ์** เป็นกิจกรรมที่ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของการบินไทยจัดทำขึ้น เพื่อตรวจสอบความเรียบร้อยในการจองซื้อหุ้น ณ ธนาคารรับจองสาขาต่างๆ

3.3 **การให้สัมภาษณ์** เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับความคืบหน้าของบรรยากาศการจองหุ้นการบินไทย เพื่อเป็นสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่องค์กร

III. ช่วงระยะเวลาหลังการปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นช่วงระยะเวลาหลังจากที่ให้มีการรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงเวลาก่อนนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ

เนื่องจากในตอนท้ายของช่วงเวลาดังกล่าว มีข่าวคราวที่มีผลต่อราคาหุ้นการบินไทย ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้จัดทำแผนเฉพาะกิจเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ในช่วงเวลา 2 สัปดาห์ก่อนหุ้นเข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ ด้วยเหตุนี้ การใช้สื่อในช่วงนี้ส่วนหนึ่งเพื่อรายงานข่าวความคืบหน้าเกี่ยวกับผลของการจับจองหุ้น เหตุการณ์การจัดสรรหุ้น และเพื่อแก้ไขภาพลบของบริษัทฯ ดังที่กล่าวแล้วข้างต้น โดยมีรูปแบบของการใช้สื่อ ดังนี้

1. สื่อมวลชน ได้แก่

- 1.1 โทรทัศน์ รูปแบบการนำเสนอ คือ ข่าว
- 1.2 วิทยุ เป็นการนำเสนอในรูปแบบข่าว
- 1.3 หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร นำเสนอในรูปแบบข่าว เช่นเดียวกัน

2. สื่อเฉพาะกิจ

มีเพียงประเภทเดียว คือ ข่าวแจก ซึ่งจัดทำให้กับสื่อมวลชนเพื่อรายงานความคืบหน้าเกี่ยวกับผลของการจองหุ้นการบินไทย และพิธีการจัดสรรหุ้นด้วยระบบคอมพิวเตอร์ และในช่วงท้ายของช่วงเวลานี้ เนื่องจากมีข่าวที่ปรากฏทางหน้าหนังสือพิมพ์ไปในทางที่ไม่ดี ดังนั้น ข่าวแจกในช่วงนี้จึงจัดทำขึ้นเพื่อแจ้งความพร้อมในการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่บรรดาผู้ถือหุ้นผ่านสื่อมวลชน

3. สื่อกิจกรรม ได้แก่

3.1 กิจกรรมการบรรยายและสัมมนากลุ่มย่อย จัดขึ้นเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่สื่อมวลชนในการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดสรรหุ้นครั้งนี้โดยเฉพาะ

3.2 การแถลงข่าว เป็นการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่สื่อมวลชนในการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดสรรหุ้น

3.3 การให้สัมภาษณ์ เป็นการให้ข้อมูลที่ถูกต้องโดยตรงจากบรรดาผู้บริหารระดับสูงของการบินไทยเกี่ยวกับความพร้อมของบริษัทในการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ทั้งนี้ เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้ถือหุ้น หลังจากที่มีข่าวที่ไม่ดีเกี่ยวกับบริษัทฯ และหุ้นของบริษัทฯ

2. เนื้อหาสาระที่นำเสนอผ่านรูปแบบสื่อที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ในการนำบริษัทการบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากการวิเคราะห์เนื้อหาสาระที่นำเสนอผ่านรูปแบบสื่อที่ใช้เพื่อการเผยแพร่ในการนำบริษัทการบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นั้น พบว่าเนื้อหาสาระแต่ละชนิดที่นำเสนอผ่านรูปแบบสื่อประเภทต่างๆ นั้น ส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกับประเด็นของสารที่บริษัทฯ ต้องการนำเสนอในแต่ละช่วงเวลาของการเผยแพร่ ดังนี้

I. ช่วงระยะเวลาของการเสนอขายหุ้น

จากรูปแบบของสื่อประเภทต่างๆ ที่นำมาใช้ดังได้กล่าวไว้ในตอนต้นของบทนี้ สามารถสรุปเนื้อหาของสารที่ผ่านรูปแบบสื่อที่สอดคล้องกับประเด็นหลักของสารที่บริษัทฯ ต้องการนำเสนอต่อกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

ในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้น บริษัท การบินไทย จำกัด ได้มีวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ทั้งนี้ โดยมีประเด็นสำคัญที่โครงการจะนำเสนอ คือ

1. การบอกกล่าวให้กลุ่มเป้าหมายทราบถึงการประกาศขายหุ้นของบริษัทฯ
2. การชี้แจงถึงวิธีปฏิบัติและรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการจองซื้อหุ้น และสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นพนักงานภายในนั้น เน้นสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ กระบวนการและ

เหตุผลในการจัดสรรหุ้นตามสิทธิให้แก่พนักงานรวมทั้งวิธีการจองซื้อหุ้นในส่วนที่นอกเหนือจากสิทธิดังกล่าว

3. การเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายซื้อหุ้นของบริษัทฯ ด้วยการปูพื้นฐานแนวคิดเกี่ยวกับความมั่นคงและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่จะมาลงทุน

การปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของช่วงเวลาดังกล่าว บริษัท การบินไทยฯ ได้นำสื่อที่มีเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอสอดคล้องกับประเด็นหลักดังกล่าว โดยมีรูปแบบและวิธีการนำเสนอที่ต่างกัน ดังนี้

ก. เนื้อหาสารที่สร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์

หมายถึง สารที่มีเนื้อหาที่ต้องการให้ผู้รับสารในที่นี้หมายถึงประชาชนเกิดความเชื่อถือ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของหุ้นและบริษัท การบินไทย จำกัด

รูปแบบและวิธีการนำเสนอสารดังกล่าว ได้แก่ โฆษณาทางโทรทัศน์/หนังสือพิมพ์ ข่าวโทรทัศน์/หนังสือพิมพ์ ข่าวแจก การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร

ข. เนื้อหาสารที่ให้ความรู้และความเข้าใจ

หมายถึง สารที่ให้ความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับหุ้น รายละเอียดวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจองหุ้น และรายละเอียดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำบริษัท การบินไทยฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

รูปแบบและวิธีการนำเสนอสื่อที่นำมาใช้ ได้แก่ หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้นจดหมายถาม-ตอบ วิดีทัศน์ จดหมายข่าว กิจกรรมการให้ความรู้ต่างๆ เช่น กิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเรื่องหุ้นการบินไทย หรือกิจกรรม “โรคโชว์” กิจกรรมการบรรยายนอกสถานที่ การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร

ค. เนื้อหาสารที่แจ้งให้ทราบ

หมายถึง สารที่มีเนื้อหาเพื่อแจ้งข่าว หรือรายงานความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกิจกรรมการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทฯ

รูปแบบและวิธีการนำเสนอสารดังกล่าว ได้แก่ ข่าวโทรทัศน์/หนังสือพิมพ์ ข่าวแจก
การแถลงข่าว

ง. เนื้อหาสาระที่เชิญชวน

หมายถึง สารที่มีเนื้อหาเพื่อเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายร่วมในกิจกรรมการจัดสรรและ
จำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ

รูปแบบและวิธีการนำเสนอสารดังกล่าว ได้แก่ หนังสือชี้ชวนเพื่อขายหุ้น จดหมาย
ส่งตรง แผ่นป้ายหรือแผ่นภาพโฆษณา สปอควิทยู

II. ช่วงการรับจองซื้อหุ้น

ในช่วงเวลาของการรับจองซื้อหุ้น บริษัท การบินไทย จำกัด ได้มีวัตถุประสงค์
ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ทั้งนี้ โดยมี
ประเด็นสำคัญที่โครงการจะนำเสนอ คือ

1. การกระตุ้นเตือนกลุ่มเป้าหมายให้จองซื้อหุ้นการบินไทย
2. การให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติและรายละเอียดในการจองซื้อหุ้น
3. การรายงานข่าวความคืบหน้าเกี่ยวกับบรรยากาศการจองซื้อหุ้นให้แก่สื่อมวลชน
เพื่อสร้างภาพที่ดีให้แก่กิจกรรมการจองหุ้นของบริษัทฯ และเป็นผลดีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร
4. การแจ้งกำหนดวันเวลาและสถานที่ในการจัดสรรหุ้นที่ได้รับการจองซื้อ

การที่ต้องปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของช่วงเวลาดังกล่าว การบินไทยจึงได้
นำสื่อที่มีเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอสอดคล้องกับประเด็นหลักดังกล่าว โดยมีรูปแบบและ
วิธีการนำเสนอที่ต่างกัน ดังนี้

1. เนื้อหาที่สร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์

รูปแบบและวิธีการนำเสนอสารดังกล่าว ได้แก่ โฆษณาทางโทรทัศน์/หนังสือพิมพ์
ข่าวโทรทัศน์/หนังสือพิมพ์ ข่าวแจก การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร

2. เนื้อหาที่ให้ความรู้และความเข้าใจ

รูปแบบและวิธีการนำเสนอสารดังกล่าว ได้แก่ หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น
จดหมายถาม-ตอบ กิจกรรมศูนย์ข่าวเฉพาะกิจหรือศูนย์ฮอตไลน์

3. เนื้อหาที่แจ้งให้ทราบ

รูปแบบและวิธีการนำเสนอสารดังกล่าว ได้แก่ ข่าวโทรทัศน์/หนังสือพิมพ์
จดหมายข่าว ข่าวแจก

4. เนื้อหาที่เชิญชวน

รูปแบบและวิธีการนำเสนอสารดังกล่าว ได้แก่ หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น

III. ช่วงหลังการปิดรับของซื้อหุ้นจนถึงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย

ในช่วงเวลานี้ซึ่งเป็นช่วงสุดท้ายของการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำ บริษัท
การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทฯ ได้มีวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่
ข้อมูลเพื่อการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ทั้งนี้ โดยมีประเด็นสำคัญที่ต้องการ
จะนำเสนอ คือ

1. การรายงานผลการจองซื้อหุ้นการบินไทยผ่านสื่อมวลชนสู่ประชาชน
2. การรายงานความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกิจกรรมการจัดสรรหุ้นด้วยคอมพิวเตอร์
ผ่านสื่อมวลชนสู่ประชาชน
3. การให้ความรู้และความเข้าใจแก่สื่อมวลชนเกี่ยวกับการจัดสรรหุ้นด้วยระบบ
คอมพิวเตอร์ ทั้งนี้เพื่อให้สื่อมวลชนสามารถนำไปเผยแพร่ให้กับประชาชนได้อย่างถูกต้อง
4. การเสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ที่เสียไปหลังจากที่มีการจัดสรรหุ้นแล้ว
ด้วยการประกาศความพร้อมของบริษัทฯ ในการนำหุ้นเข้าทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ด้วยการแถลงผลการดำเนินงานที่ผ่านมาและสถานะทางการเงินของบริษัทฯ ผ่านสื่อมวลชน

และเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของช่วงเวลาดังกล่าว บริษัท การบินไทยฯ จึงได้นำสื่อที่มีเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอสอดคล้องกับประเด็นหลักดังกล่าว โดยมีรูปแบบและวิธีการนำเสนอที่ต่างกัน ดังนี้

1. เนื้อหาที่สร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์

รูปแบบและวิธีการนำเสนอสารดังกล่าว ได้แก่ ข่าวโทรทัศน์/หนังสือพิมพ์ ข่าวแจก การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร

2. เนื้อหาที่ให้ความรู้และความเข้าใจ

รูปแบบและวิธีการนำเสนอสารดังกล่าว ได้แก่ กิจกรรมการบรรยายเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่สื่อมวลชนเกี่ยวกับการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดสรรหุ้น

3. เนื้อหาที่แจ้งให้ทราบ

รูปแบบและวิธีการนำเสนอสารดังกล่าว ได้แก่ ข่าวโทรทัศน์/หนังสือพิมพ์ ข่าวแจก การแถลงข่าว

4. เนื้อหาที่เชิญชวน

ในช่วงเวลานี้ไม่มีสื่อที่นำเสนอเนื้อหาสารดังกล่าว

อภิปรายผล

ในส่วนของการอภิปรายผลนั้น ได้นำเสนอสาเหตุของการที่บริษัท การบินไทย จำกัด เลือกใช้สื่อแต่ละประเภท โดยมีรูปแบบของการใช้สื่อที่แตกต่างกัน รวมทั้งนำเสนอผลการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ผ่านรูปแบบของสื่อที่นำมาใช้ในช่วงระยะเวลาที่ต่างกันั้น นั้น มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้หรือไม่อย่างไร

1. รูปแบบการใช้สื่อในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูล

รูปแบบของสื่อที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น มีรูปแบบการใช้สื่อที่แตกต่างกันไปตามช่วงเวลาในการนำเสนอ ซึ่งในการนี้ได้แบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงระยะเวลาการเสนอขายหุ้น ช่วงระยะเวลาการรับจองซื้อหุ้น และช่วงหลังจากปิดรับซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การนำสื่อมาใช้หลากหลายประเภท

จากการวิเคราะห์พบว่า ในช่วงการเสนอขายหุ้น นั้น ได้มีการระดมใช้สื่อหลากหลายประเภทผ่านช่องทางการนำเสนอ 3 ประเภท ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อกิจกรรม ซึ่งในแต่ละประเภทยัง มีวิธีการนำเสนอที่ต่างกันไปตามประเภทของสื่อที่ใช้ ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หลัก คือ การเชิญชวนให้ประชาชนซื้อหุ้นของการบินไทย แต่เนื่องจากจำนวนหุ้นที่กระจายให้กับประชาชนมีมากถึง 95 ล้านหุ้น และมีช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้นไม่ถึง 1 เดือน ด้วยเหตุนี้ การบินไทยจึงจำเป็นต้องใช้สื่อที่สามารถแพร่กระจายข่าวสารได้รวดเร็วที่สุดและเข้าถึงพื้นที่กว้างที่สุด ซึ่งได้แก่ สื่อมวลชน และในขณะเดียวกัน การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้สื่อ ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่บริษัทฯ เห็นว่าควรต้องสร้างความเข้าใจให้มากที่สุด ในที่นี้ คือ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นพนักงานภายใน เนื่องจากในช่วงเวลานั้น สภาพภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจได้ทำการประท้วงเพื่อต่อต้านการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ซึ่งบริษัทฯ เกรงว่าจะมีผลต่อการแปรรูปบริษัทเป็นบริษัทมหาชนครั้งนี้ ดังนั้น การใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะพนักงานภายใน จึงเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งในการนี้บริษัทฯ ได้นำสื่อเฉพาะกิจและกิจกรรมต่างๆ มาใช้ เพื่อสามารถให้ความรู้และความเข้าใจแก่พนักงานภายในได้อย่างทั่วถึง

ในขณะเดียวกัน ประชาชนทั่วไปเป็นอีกกลุ่มเป้าหมายหนึ่งที่บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ ถึงแม้ว่าเวลาจะไม่เอื้ออำนวย ได้แก่ การจัดกิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเกี่ยวกับหุ้นการบินไทย หรือโรคโชว์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ผู้บริหารการบินไทยได้นำแนวทางจากต่างประเทศมาใช้ ทั้งนี้เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหุ้น วิธีการปฏิบัติและรายละเอียดในการจองหุ้น รวมทั้งการแถลงผลของการดำเนินงานในขณะนั้น และ

เป้าหมายในอนาคตของบริษัทฯ โดยการจัดงานดังกล่าว ถึงแม้ว่าคณะผู้บริหารการบินไทยและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องไม่สามารถเดินทางไปปฏิบัติภารกิจได้ทั่วทุกจังหวัด แต่ก็ได้พยายามที่จะไปเฉพาะจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของแต่ละภาคในประเทศรวมทั้งกรุงเทพมหานครด้วย

สำหรับสื่อมวลชน ในช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้น บริษัทฯ ได้นำสื่อมวลชนมาใช้ในการนี้ครบทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร ซึ่งวิธีการนำเสนอของสื่อมวลชนทั้ง 3 ประเภทนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์สำคัญที่ได้วางไว้ คือ เพื่อเชิญชวนให้ประชาชนซื้อหุ้นครั้งนี้เพื่อบรรลุเป้าประสงค์ของบริษัทฯ ในการจัดจำหน่ายหุ้น โดยการกระจายหุ้นสู่มือประชาชนให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ รูปแบบและวิธีการนำเสนอสารผ่านสื่อมวลชนนั้น ในช่วงเวลานี้ การบินไทยได้ร่วมมือกับบริษัทเอกชนผลิตผลงานโฆษณาสู่สายตาของประชาชนภายนอก และการนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุและหนังสือพิมพ์ เพื่อเชิญชวนให้ผู้รับสารเกิดความสนใจในบริษัท การบินไทยฯ ซึ่งเป็นลักษณะของการสร้างความตระหนักรู้ เพื่อเป็นการปูพื้นฐานด้านแนวคิดให้ประชาชนเกิดความรู้สึกมั่นใจและไว้วางใจในบริษัทฯ ซึ่งเท่ากับเป็นการเชิญชวนทางอ้อม ทำให้เกิดเป็นภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กร ก่อนการประกาศเชิญชวนโดยตรงต่อไป ซึ่งการโฆษณาองค์การนี้ถือเป็นผลพลอยได้จากการขายหุ้นครั้งนี้ เพราะในช่วงเวลาดังกล่าว เป็นโอกาสดีของบริษัทที่จะนำเสนอสิ่งที่ดีของบริษัทฯ สู่สายตาคนภายนอก

กลุ่มเป้าหมายสำคัญที่เป็นตัวกำหนดรูปแบบการใช้สื่อ ได้แก่ สื่อมวลชน ในช่วงเวลานี้ บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมมากมายเพื่อเป็นการให้ความรู้และการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับหุ้นการบินไทยแก่สื่อมวลชน ด้วยบริษัทฯ ตระหนักดีว่าสื่อมวลชนเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่บริษัทฯ จะต้องคำนึงถึงช่วงที่เกี่ยวกับกิจกรรมการขายหุ้นของการบินไทยควรได้รับการเปิดเผยจากแหล่งข้อมูลที่ถูกต้อง โดยให้สื่อมวลชนเป็นผู้เผยแพร่ เพราะจะทำให้ข่าวนั้นไปถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมประชาชนจำนวนมากได้ และเนื่องจากช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาของการให้ความรู้และความเข้าใจอันเป็นกระบวนการที่สำคัญของการเผยแพร่ข้อมูลเพื่อการขายหุ้นของบริษัทฯ พร้อมกับการเชิญชวนให้คนซื้อหุ้น ดังนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นเครื่องมือสำคัญประกอบกับสื่ออื่นๆ ที่สามารถทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างลึกซึ้ง จึงทำให้รูปแบบของการใช้สื่อในช่วงนี้มีให้เห็นอยู่อย่างหลากหลาย

นับได้ว่าเป็นความพยายามอย่างขยันขันแข็งของการบินไทยในการใช้สื่อเพื่อนำเสนอข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทยฯ เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ฯ ในช่วงของการเสนอขายหุ้น ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการระดมใช้สื่อหลากหลายประเภท เพื่อแพร่กระจายข่าวสารได้อย่างครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายภายในเวลาไม่นานนัก

สำหรับในช่วงเวลาของการรับรองซื้อหุ้นนั้น เป็นช่วงเวลาที่มีความสำคัญที่สุด โดยเฉพาะเป็นช่วงเวลาที่สามารถวัดได้ว่าการใช้สื่อในช่วงแรก คือ ช่วงของการเสนอขายหุ้นนั้น ประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด

ในช่วงเวลานี้ ยังคงมีการใช้สื่อที่มีรูปแบบและวิธีการต่อเนื่องมาจากช่วงแรก เนื่องจากประเด็นของเนื้อหาสารที่ต้องการนำเสนอ นั้น บางประเด็นยังคงเป็นประเด็นที่ต่อเนื่องจากช่วงระยะเวลาแรก คือ การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติและรายละเอียดในการจองซื้อหุ้น ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งเพื่อเชิญชวนประชาชนให้จองซื้อหุ้น ในช่วงเวลานี้ซึ่งบริษัทฯ ไม่สามารถเชิญชวนได้โดยตรง เนื่องจากติดขัดข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ แต่บริษัทฯ ได้เล็งที่จะนำรูปแบบและวิธีการเข้าถึงประชาชนแทนการนำเสนอเนื้อหาโดยตรง ด้วยการจัดกิจกรรมศูนย์ข่าวเฉพาะกิจหรือศูนย์ฮอตไลน์ เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานภายในและประชาชนได้โทรศัพท์เข้ามาสอบถามข้อข้องใจ และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการขายหุ้นครั้งนี้ จะเห็นได้ว่าการบินไทยได้นำการสื่อสารสองทางมาใช้เพื่อให้การสื่อสารนั้น ประสบผล อย่างไรก็ตาม การสื่อสารสองทางเป็นวิธีการที่ใช้ในช่วงเสนอขายหุ้นและช่วงรับรองซื้อหุ้นเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำมาวิเคราะห์ต่อไป

สำหรับประเภทของสื่อที่นำมาใช้ในช่วงของการรับรองซื้อหุ้นนั้น รูปแบบของสื่อที่ใช้ส่วนใหญ่ยังคงเดิม และมีบ้างที่มีได้นำมาใช้แล้ว สื่อที่ยังคงมีความสำคัญต่อเนื่องจากช่วงระยะเวลาการเสนอขายหุ้น ได้แก่ สื่อมวลชน ซึ่งรูปแบบและวิธีการนำเสนอยังคงเป็นรูปแบบโฆษณาและข่าว เพื่อเชิญชวนให้บุคคลทั่วไปสนใจซื้อหุ้นการบินไทย สำหรับสื่อเฉพาะกิจนั้น เนื่องจากในช่วงเวลานี้เป็นช่วงที่สำคัญต่อการขายหุ้นการบินไทย ดังนั้น สื่อเฉพาะกิจประเภทที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง จึงถูกนำมาใช้ ซึ่งในการนี้ ได้แก่ จดหมายข่าว อันที่จริงแล้วจดหมายข่าวได้ถูกนำมาใช้ตั้งแต่ช่วงระยะเวลาการเสนอขายหุ้น ทั้งนี้เพื่อให้ความรู้สร้างความเข้าใจรวมทั้งรายงานความคืบหน้าเกี่ยวกับกิจกรรมการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้ให้กับพนักงานภายใน และสำหรับช่วงเวลาของการรับสมัครจองหุ้น จดหมายข่าวได้ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นการกระตุ้นให้พนักงานไปจับจองซื้อหุ้น ด้วยการบอกกล่าวถึงวันสุดท้ายของการจองซื้อหุ้นดังกล่าว

เช่นเดียวกับช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้น ช่วงเวลานี้ยังคงให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนเช่นเดิม ดังนั้น กิจกรรมการใช้สื่อหลายรูปแบบจึงให้ความสำคัญแก่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นสื่อมวลชน ได้แก่ กิจกรรมการให้สัมภาษณ์และกิจกรรมการแถลงข่าวที่ยังคงทำต่อเนื่องจากช่วงแรก ด้วยมีประเด็นหลักของเนื้อหาสารที่นำเสนอ คือ นอกจากจะเป็นการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดของหุ้นให้กับประชาชนแล้ว ประเด็นดังกล่าวยังครอบคลุมถึงบรรยากาศของการจองหุ้น ด้วยเหตุนี้ สื่อมวลชนจึงเป็นประตูสำคัญที่การบินไทยได้นำมาใช้ในการเปิดไปสู่ประชาชน ด้วยการรายงานข่าว

ดังกล่าวให้กับประชาชน เนื่องจากมีประชาชนไปจองหุ้นเป็นจำนวนมาก จึงเป็นโอกาสอันดีที่บริษัทฯ จะนำข่าวนี้ให้สื่อมวลชนเผยแพร่สู่ประชาชน เพื่อเป็นผลดีต่อภาพลักษณ์ขององค์กรและต่อหุ้น

จึงสรุปรูปแบบการใช้สื่อในช่วงนี้ว่า ยังคงมีการใช้สื่อหลากหลายประเภทเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและกระตุ้นเตือนให้ประชาชนจองซื้อหุ้นของบริษัทฯ สื่อมวลชนยังคงมีความสำคัญในการเผยแพร่กระจายข่าว และเป็นกลุ่มเป้าหมายที่บริษัทฯ จะต้องให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้อง เพื่อที่ประชาชนจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่สมบูรณ์ นอกจากนั้น สื่อกิจกรรมโดยเฉพาะกิจกรรมที่ใช้การสื่อสารสองทางได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในช่วงนี้ เนื่องจากการเร่งให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ด้วยวิธีการที่สามารถเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดี ทั้งนี้ เพื่อมุ่งหวังให้ประชาชนเกิดความสนใจใคร่จับจองเป็นเจ้าของหุ้นการบินไทย

ช่วงเวลาช่วงสุดท้ายของการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น ได้แก่ ช่วงเวลาหลังจากการปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งช่วงนี้เป็นช่วงที่มีการลดรูปแบบและประเภทของการใช้สื่อลงอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากมิได้มีการวางแผนครอบคลุมถึงการประชาสัมพันธ์ หลังจากการขายหุ้น ด้วยเหตุนี้ ในช่วง 2 สัปดาห์ก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ จึงมีการจัดทำแผนเฉพาะกิจเพื่อเสริมภาพลักษณ์การบินไทย เนื่องจากช่วงเวลาก่อนหน้านั้น ได้เกิดวิกฤติการณ์ทางการเมือง คือ วิกฤติการณ์พฤษภาทมิฬ อันส่งผลกระทบต่อภาวะการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ รวมทั้งหุ้นการบินไทยด้วย ประกอบกับการเปลี่ยนประธานคณะกรรมการบริหารการบินไทย อันเป็นผลมาจากวิกฤติการณ์ทางการเมืองดังกล่าว และด้วยแนวทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่ว่า บริษัทจดทะเบียนจะต้องแก้ข่าวที่ส่งผลกระทบต่อบริษัท ฯ การบินไทยจึงได้จัดทำแผนเฉพาะกิจดังกล่าว ซึ่งในแผนนั้นมีสื่อหลักที่จะต้องนำมาใช้ในการนี้ ได้แก่ สื่อมวลชน ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ด้วยการจัดกิจกรรมการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มผู้บริหารการบินไทย เพื่อชี้แจงเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และเป็นการประกาศความพร้อมของบริษัทฯ ในการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ

นอกจากนั้น ในช่วงเวลานี้จะเป็นช่วงของการเสริมภาพลักษณ์การบินไทยแล้ว ในช่วงแรกของช่วงระยะเวลา นี้ ซึ่งเป็นช่วงหลังจากที่มีการปิดรับจองซื้อหุ้น การบินไทยได้จัดทำสื่อเพื่อนำเสนอเกี่ยวกับผลการจับจองหุ้นการบินไทยที่มีคนสนใจจองซื้อกันอย่างล้นหลาม และการรายงานข่าวเกี่ยวกับพิธีการจัดสรรหุ้นด้วยคอมพิวเตอร์ ซึ่งทั้งสองเหตุการณ์นี้ บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญแก่สื่อมวลชนในการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวแก่ประชาชน เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร โดยเฉพาะมุ่งเน้นเพื่อแสดงให้เห็นความยุติธรรมในการจัดสรรหุ้นครั้งนี้ ซึ่งสื่อที่บริษัทนำมาใช้ในการนี้ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อกิจกรรม ที่มีสื่อมวลชนเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญ

อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าในช่วงเวลานี้ ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังจากปิดรับจองซื้อหุ้นแล้วนั้น การบินไทยมิได้มีการนำสื่อมาใช้มากประเภทเท่ากับช่วงเวลาของการเสนอขายหุ้นและช่วงรับจองซื้อหุ้น ถึงแม้ว่าในช่วงเวลานี้ มีเหตุการณ์สำคัญที่มีผลกระทบต่อหุ้นการบินไทย และแม้กระทั่งตัวองค์กรเอง แต่เนื่องจากมิได้มีการเตรียมแผนล่วงหน้าไว้ จึงทำให้สื่อที่ใช้ในช่วงนี้มีเพียงสื่อมวลชนเท่านั้น ทั้งๆ ที่ในความเป็นจริงแล้ว เรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญ เพราะมีผลกระทบต่อบริษัท การบินไทยฯ โดยเฉพาะหุ้นของบริษัทที่กำลังจะเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ แต่บริษัทฯ กลับให้ความสำคัญแก่สื่อมวลชนเพียงสื่อเดียว และเป็นกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับกิจกรรมการใช้สื่อในช่วงเวลานี้ ด้วยมุ่งหวังให้สื่อมวลชนแพร่กระจายข่าวสารของบริษัทฯ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์เท่านั้น ซึ่งในความเป็นจริง บริษัทฯ สามารถนำสื่อที่เข้าถึงประชาชนมาใช้ให้ได้ผลมากกว่า เนื่องจากการเปลี่ยนทัศนคติของคนที่มีมองบริษัท การบินไทยฯ ในแง่ลบ ให้เกิดความมั่นใจและไว้วางใจในหุ้นและตัวองค์กรนั้น ไม่ใช่การกระจายข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็วเพียงอย่างเดียว แต่สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ การเข้าถึงและความต่อเนื่องของข้อมูลตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นที่จะทำให้ประชาชนและนักลงทุนมั่นใจในการบินไทย ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวจะต้องมากกว่า 2 สัปดาห์ และสื่อที่ใช้ควรเป็นสื่อสองทางมากกว่าสื่อทางเดียวแพร่กระจายข่าวสาร เช่น สื่อมวลชน ดังปรากฏในแผนเฉพาะกิจเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์การบินไทย

2. ความแตกต่างของปริมาณการใช้สื่อในแต่ละช่วงระยะเวลาของการเผยแพร่ข้อมูล

สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งสำหรับรูปแบบการใช้สื่อในช่วงนี้ ได้แก่ ความแตกต่างของปริมาณการใช้สื่อในระหว่างช่วงเวลาต่างๆ จากการวิจัยพบว่า บริษัท การบินไทยฯ ได้เน้นการใช้สื่อด้วยรูปแบบต่างๆ จำนวนมาก ในช่วงเสนอขายหุ้นเป็นอันดับหนึ่ง ช่วงรับจองซื้อหุ้นเป็นอันดับสอง รองลงมา และช่วงสุดท้ายซึ่งเป็นช่วงปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์นั้น บริษัทฯ แทบจะไม่ได้ใช้สื่ออะไรเลยนอกจากสื่อมวลชน ถึงแม้จะมีสื่อเฉพาะกิจและสื่อกิจกรรมอยู่บ้าง แต่เป็นสื่อที่ใช้เพื่อกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสื่อมวลชน ไม่ได้มีการนำกระบวนการสื่อสารสองทาง เช่น กิจกรรมการให้ความรู้ความเข้าใจ กิจกรรมศูนย์ข่าวเฉพาะกิจ เหมือนสองช่วงแรก สิ่งนี้แสดงว่าบริษัทฯ มิได้เตรียมพร้อมในการประชาสัมพันธ์หลังการขายหุ้น จากการวิจัยทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่าบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญอย่างมากต่อการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ข้อมูลในช่วงที่ยังมิได้ขายหุ้นเท่านั้น และเมื่อขายหุ้นได้ตามเป้าหมายที่วางไว้เรียบร้อยแล้ว หากจะต้องมีการนำสื่อมาใช้เพื่อเผยแพร่ในเรื่องดังกล่าว จึงได้นำเพียงสื่อมวลชนมาใช้เพื่อเผยแพร่ ซึ่งเป็นการสื่อสารทางเดียว มิใช่การสร้างความรู้และความเข้าใจ ด้วยการใช้กระบวนการสื่อสารสองทางเหมือนเมื่อครั้งที่ยังขายหุ้นไม่ได้

จึงสรุปได้ว่าการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น ถึงแม้ว่าจะมีการระดมสื่อมาใช้หลายรูปแบบหลายประเภทก็ตาม

แต่ทำในช่วงการเสนอขายหุ้นและช่วงรับจองซื้อหุ้นเท่านั้น แต่เมื่อถึงช่วงสุดท้ายของการเผยแพร่ดังกล่าว กลับปรากฏว่า ปริมาณการใช้สื่อได้ลดลง ถึงแม้ว่าในช่วงนี้จะเกิดปัญหาเกี่ยวกับหุ้นและภาพลักษณ์ของบริษัท แต่เนื่องจากบริษัท มิได้มีการวางแผนรองรับไว้แต่แรก จึงทำให้บริษัท ไม่สามารถนำสื่อมาใช้ได้มากประเภทเหมือนสองช่วงเวลาแรก แสดงถึงเจตนาของการใช้สื่อเพื่อให้บริษัท สามารถจำหน่ายหุ้นได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ คือ การนำหุ้นทั้งหมดออกกระจายให้กับประชาชนมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ และหลังจากที่ขายหุ้นได้เรียบร้อยแล้ว มิได้มีการนำกลยุทธ์การใช้สื่อใดๆ เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจ เพื่อบอกแก่กล่าวประชาชน รวมทั้งการสร้างเชื่อมั่นให้กับประชาชน ซึ่งบัดนี้ได้กลายเป็นผู้ถือหุ้นแล้ว ในกรณีที่เกิดปัญหาเกี่ยวกับราคาหุ้น นับได้ว่าเป็นการใช้สื่อที่มีเจตนาเพื่อจำหน่ายหุ้นอย่างแท้จริง

2. ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่นำเสนอผ่านรูปแบบสื่อที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่

ข้อมูล

เนื้อหาสารที่นำเสนอผ่านรูปแบบสื่อที่ใช้เพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น มีเนื้อหาที่แตกต่างกันไปตามประเด็นที่บริษัท ต้องการนำเสนอในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งในที่นี้ได้แบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงเวลาการเสนอขายหุ้น ช่วงระยะเวลาการรับจองซื้อหุ้น และช่วงหลังจากปิดรับซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

1. เนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ในแต่ละช่วงระยะเวลา

จากการศึกษาการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในเรื่องนี้พบว่า นอกจากการบินไทยจะได้มีการนำสื่อมาใช้หลากหลายประเภทตามที่ได้กล่าวไว้ในการวิเคราะห์รูปแบบการใช้สื่อแล้ว ในเรื่องของการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ผ่านสื่อ นั้นยังพบว่า เนื้อหาสารที่ผ่านสื่อแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลาของการเผยแพร่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการนำเสนอเนื้อหาสารในแต่ละช่วง ดังนี้

ในช่วงของการเสนอขายหุ้น บริษัท การบินไทย จำกัด ได้ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลเพื่อให้ประชาชนทั่วไปและพนักงานภายในได้ทราบถึงการประกาศขายหุ้นของบริษัทฯ นอกจากนั้น วัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ครั้งนี้เป็นไปเพื่อชี้แจงถึงวิธีการปฏิบัติและรายละเอียดเกี่ยวกับการจองซื้อหุ้น และสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นพนักงานภายในนั้น บริษัทฯ ได้เน้นถึงการสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ กระบวนการ และเหตุผลในการจัดสรรหุ้นตามสิทธิให้แก่พนักงานรวมทั้งวิธีการจองซื้อหุ้นในส่วนที่นอกเหนือจากสิทธิดังกล่าว รวมทั้งเพื่อเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายซื้อหุ้นของบริษัทฯ ด้วยการปูพื้นฐานแนวคิดเกี่ยวกับความมั่นคงและภาพลักษณ์ขององค์การ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่จะมาลงทุน

ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังกล่าว การบินไทยจึงได้นำสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อเป็นการแจ้งให้ทราบ ได้แก่ ภาพยนตร์ข่าวทางโทรทัศน์ ข่าวที่มีเนื้อหาเป็นข้อเท็จจริงที่น่าเสนอทางหน้าหนังสือพิมพ์ ข่าวแจ้งที่การบินไทยจัดทำให้กับสื่อมวลชนเพื่อรายงานข่าวความเคลื่อนไหวของกิจกรรมการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้ กิจกรรมแถลงข่าวที่บริษัทฯ จัดขึ้นเพื่อแถลงข้อเท็จจริงให้กับสื่อมวลชนเกี่ยวกับเหตุการณ์และความเป็นไปในการจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุน

นอกจากนั้น ในช่วงเวลาดังกล่าวการบินไทยยังได้นำสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อเป็นการให้ความรู้และความเข้าใจมาใช้ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงวิธีการปฏิบัติและรายละเอียดเกี่ยวกับการจองซื้อหุ้น รวมทั้งหลักการ กระบวนการ และเหตุผลในการจัดสรรหุ้นตามสิทธิให้แก่พนักงาน สื่อที่มีเนื้อหาเพื่อให้ความรู้และความเข้าใจ ได้แก่ หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น จดหมายถาม-ตอบ วิดีทัศน์เกี่ยวกับรายละเอียดทั้งหมดที่เกี่ยวกับกิจกรรมการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุน ทั้งนี้ เพื่อจัดส่งให้พนักงานที่ประจำอยู่ ณ สาขาต่างๆ จดหมายข่าว กิจกรรมการให้ความรู้และความเข้าใจต่างๆ ได้แก่ กิจกรรมการบรรยายเพื่อแนะนำและชี้แจงเกี่ยวกับหุ้นการบินไทย กิจกรรมการบรรยายนอกสถานที่ การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร

เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายซื้อหุ้นของบริษัทฯ ในการนี้ การบินไทยได้นำสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อเชิญชวนมาใช้ ได้แก่ หนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้น จดหมายส่งตรง แผ่นป้ายและแผ่นภาพโฆษณา สปอตวิทยุ และก่อนที่จะนำสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อเชิญชวนดังกล่าวมาใช้ การบินไทยได้มีการปูพื้นฐานแนวคิดเกี่ยวกับความมั่นคงและภาพลักษณ์ขององค์การ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่จะมาลงทุน สื่อที่นำมาใช้เพื่อการนี้ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ด้วยวิธีการนำเสนอในรูปแบบโฆษณา ข่าว รวมทั้งการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร การบินไทยในเรื่องนี้ด้วย

ในช่วงระยะเวลาของการรับจองซื้อหุ้น การบินไทยได้ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลให้แก่ประชาชนทั่วไปและพนักงานภายใน ทั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ คือ เพื่อเป็นการกระตุ้นเตือนกลุ่มเป้าหมายให้จองซื้อหุ้นการบินไทย เพื่อให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติและรายละเอียดในการจองซื้อหุ้น เพื่อรายงานข่าวความคืบหน้าเกี่ยวกับบรรยากาศการจองซื้อหุ้นให้แก่สื่อมวลชน และเพื่อแจ้งกำหนดวันเวลาและสถานที่ในการจัดสรรหุ้นที่ได้รับการจองซื้อ

ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการกระตุ้นเตือนกลุ่มเป้าหมายให้จองซื้อหุ้นและต้องการให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติและรายละเอียดในการจองซื้อหุ้น บริษัทการบินไทย จำกัด จึงได้นำสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อแจ้งให้ทราบมาใช้ ได้แก่ จดหมายข่าว โดยมีเนื้อหาเพื่อย้ำเตือนพนักงานภายในให้ทราบถึงกำหนดวันสุดท้ายของการรับจองซื้อหุ้น นอกจากนี้ยังมีหนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้นต่อประชาชน จดหมายถาม-ตอบ ที่บริษัทฯ ได้นำมาใช้ต่อเนื่องจากช่วงของการเสนอขายหุ้น กิจกรรมศูนย์ข่าวเฉพาะกิจหรือศูนย์ฮอตไลน์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่บริษัทฯ จัดขึ้นในช่วงของการรับจองซื้อหุ้นโดยเฉพาะ ทั้งนี้เพื่อให้ความรู้และความเข้าใจแก่ประชาชนและพนักงานภายในเกี่ยวกับวิธีการจองซื้อหุ้น พร้อมรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง และจากที่กล่าวมาแล้วว่าเนื่องจากช่วงเวลานี้ บริษัทฯ ไม่สามารถใช้สื่อที่มีเนื้อหาเพื่อเชิญชวนโดยตรงได้ ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงได้นำสื่อที่มีเนื้อหาที่ให้ความรู้และความเข้าใจมานำเสนอแทนที่สื่อที่มีเนื้อหาเชิญชวน และได้นำวิธีการที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างดี เช่น กิจกรรมศูนย์ข่าวเฉพาะกิจมาใช้เพื่อให้ความต่อเนื่องและความเข้าใจถึงกลุ่มเป้าหมายของเนื้อหาสารเป็นการกระตุ้นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อหุ้นแทนการนำเสนอเนื้อหาสารที่เชิญชวน

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่จะต้องการรายงานข่าวความคืบหน้าเกี่ยวกับบรรยากาศการจองซื้อหุ้นให้แก่สื่อมวลชน ทั้งนี้ เพื่อสร้างภาพที่ดีให้แก่กิจกรรมการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นของบริษัทฯ ดังนั้น บริษัท การบินไทยฯ จึงได้นำสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์การมาใช้ สื่อที่นำมาใช้เหล่านี้ ได้แก่ การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร ข่าวแจก และหนังสือพิมพ์ ด้วยวิธีการนำเสนอในรูปแบบข่าวที่มีวิธีการเขียนในลักษณะสนับสุนนหรือเขียนเชียร์ นอกจากนี้สื่อที่มีเนื้อหาเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์การแล้ว บริษัทฯ ยังได้นำสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อแจ้งให้ทราบมาใช้ในการนี้อีกด้วย ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ ด้วยวิธีการนำเสนอในรูปแบบข่าว รวมทั้งข่าวแจก ซึ่งเป็นสื่อที่มีเนื้อหาทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์การและเป็นสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อแจ้งให้ทราบ

วัตถุประสงค์ประการสุดท้ายของการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่เรื่องดังกล่าวในช่วงระยะเวลาของการรับจองซื้อหุ้น คือ เพื่อแจ้งกำหนดวันเวลาและสถานที่ในการจัดสรรหุ้นที่ได้รับการจองซื้อ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังกล่าว บริษัทฯ จึงได้นำสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อแจ้งให้ทราบมาใช้ สื่อเหล่านี้

ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ด้วยวิธีการนำเสนอในรูปแบบข่าว และข่าวแจก

จะสังเกตได้ว่าในช่วงระยะเวลาของการรับจองซื้อหุ้น วัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ต่างจากช่วงระยะเวลาของการเสนอขายหุ้น ตรงที่ในช่วงระยะเวลาดังกล่าวได้มีการเชิญชวนประชาชนให้ซื้อหุ้นเหมือนช่วงระยะเวลาแรก เป็นเพราะตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้มีข้อกำหนดไว้ว่าไม่มีการเชิญชวนประชาชนให้ซื้อหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตั้งแต่ช่วงเปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงของการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้น จึงทำให้ในช่วงระยะเวลาของการรับจองซื้อหุ้นนี้จึงไม่ปรากฏสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อเชิญชวนนอกจากหนังสือชี้ชวนเพื่อขายหุ้นที่มีเนื้อหาเชิญชวนเฉพาะส่วนที่เป็นใบรับสมัครจองซื้อหุ้นเท่านั้น

ในช่วงหลังปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นั้น จากการวิเคราะห์พบว่า วัตถุประสงค์ที่บริษัท การบินไทยฯ ต้องการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการนำบริษัทฯ เข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ คือ เพื่อรายงานผลการจองซื้อหุ้น เพื่อรายงานความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกิจกรรมการจัดสรรหุ้นด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่สื่อมวลชนเกี่ยวกับการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดสรรหุ้น และเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่เสียไปขององค์กรในช่วงหลังจากจัดสรรหุ้นเรียบร้อยแล้ว

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่บริษัทฯ ต้องการรายงานผลการจองซื้อหุ้น และรายงานความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกิจกรรมการจัดสรรหุ้นด้วยคอมพิวเตอร์ บริษัทฯ จึงได้นำสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อแจ้งให้ทราบมาใช้ ได้แก่ ข่าวแจก และหนังสือพิมพ์ ด้วยวิธีการนำเสนอในรูปแบบข่าว และการแถลงข่าว

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่บริษัทฯ ต้องการให้ความรู้ความเข้าใจให้กับสื่อมวลชนเกี่ยวกับการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดสรรหุ้นครั้งนี้ บริษัทฯ จึงได้นำสื่อที่มีเนื้อหาที่เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจมาใช้ในการนี้ ได้แก่ กิจกรรมการบรรยายและสัมมนากลุ่มย่อยพร้อมสาธิตวิธีการให้สื่อมวลชนเหล่านี้ ทั้งนี้ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้จากการเรียนรู้ไปเผยแพร่ให้กับประชาชนได้อย่างถูกต้อง

วัตถุประสงค์ประการสุดท้ายของการสื่อสารเพื่อเผยแพร่เรื่องดังกล่าวในช่วงหลังปิดรับจองซื้อหุ้นจนถึงช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ คือ การเสริมภาพลักษณ์ที่เสียไปในช่วงหลังจากที่มีการจัดสรรหุ้นเสร็จ เพื่อบรรเทาวัตถุประสงค์ดังกล่าว บริษัทฯ จึงได้นำสื่อที่มีเนื้อหาที่เป็นการสร้างที่น่าเชื่อถือและส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรมาใช้ ได้แก่ ข่าวแจก และการให้สัมภาษณ์

สื่อมวลชนของผู้บริหาร และสื่อที่มีเนื้อหาที่เป็นการแข่งขันให้ทราบได้แก่ การแถลงข่าว ข่าวแจก ซึ่งเป็นข่าวที่มีเนื้อหาที่เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรและเป็นการแข่งขันให้ทราบ และหนังสือพิมพ์ ด้วยวิธีการนำเสนอในรูปแบบข่าว โดยเป็นการนำเสนอผลการดำเนินงานและสถานะทางการเงินของบริษัทฯ จากการเก็บข้อมูลพบว่า ในช่วงเวลานี้บริษัทฯ มิได้มีการเตรียมแผนเพื่อรองรับในกรณีที่เกิดภาพลบต่อหุ้นและบริษัท การบินไทยฯ แต่อย่างใด ดังนั้น การนำสื่อมาใช้ในช่วงนี้จึงเป็นไปตามแผนเฉพาะกิจเพื่อเสริมภาพลักษณ์ของการบินไทยในช่วง 2 สัปดาห์ก่อนนำหุ้นการบินไทยเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ดังนั้น การใช้สื่อเพื่อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังกล่าวจึงเป็นไปโดยมิได้มีการวางแผนล่วงหน้า ดังนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นกลยุทธ์ที่การบินไทยนำมาใช้ในการแก้ภาพลักษณ์ และจากการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ผ่านรูปแบบสื่อที่ใช้ในช่วงนี้ พบว่า มีเฉพาะสื่อที่มีเนื้อหาที่เป็นการแข่งขันสร้างความน่าเชื่อถือและส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร และสื่อที่มีเนื้อหาที่เป็นการแข่งขันให้ทราบเท่านั้น ซึ่งสื่อที่นำมาใช้ล้วนแต่เป็นสื่อมวลชนทั้งสิ้น ในการใช้สื่อเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในที่นี้ คือ ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนนั้น จะต้องเป็นการใช้สื่อที่มีเนื้อหาที่เป็นการแข่งขันให้ความรู้และความเข้าใจผสมกับสื่อที่มีเนื้อหาสร้างความน่าเชื่อถือและส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร รวมทั้งสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อแข่งขันให้ทราบประกอบกัน และเวลาที่นำมาใช้ในการนำเสนอจะต้องมากกว่า 2 สัปดาห์ เนื่องจาก การสร้างความเชื่อมั่นต้องใช้เวลา ต้องให้ความรู้ความเข้าใจ และยิ่งหากการบินไทยนำวิธีการสื่อสารสองทางเหมือนที่นำมาใช้ในช่วงของการเสนอขายหุ้นและช่วงรับจองซื้อหุ้นจะทำให้การสื่อสารในช่วงนี้ประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้น และจะทำให้การบินไทยสามารถรักษาภาพลักษณ์ไว้ได้ แทนที่จะต้องเสียภาพลักษณ์ไปโดยที่ไม่สามารถเรียกกลับคืนมาได้จากการขาดความต่อเนื่องของการสื่อสารหลังจากจัดสรรหุ้นเสร็จเรียบร้อยแล้ว และการที่มีได้ใช้สื่อที่มีเนื้อหาให้ความรู้และความเข้าใจในช่วงก่อนการนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ด้วยมุ่งแต่จะใช้สื่อที่เสริมสร้างภาพลักษณ์เพียงประเภทเดียว คือ สื่อมวลชน ซึ่งเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติในการแพร่กระจายข่าวสารมากกว่าจะเป็นสื่อที่ช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจร่วมกัน

2. น้ำหนักที่ให้กับเนื้อหาในแต่ละช่วงเวลาของการเผยแพร่ไม่มีสมดุล

จากการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่นำเสนอผ่านรูปแบบสื่อที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยจำแนกตามประเภทของเนื้อหาและวิเคราะห์ตามช่วงเวลา พบว่า ในช่วงของการเสนอขายหุ้นนั้นได้มีการนำสื่อที่นำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ได้อย่างดีและมีการนำสื่อที่มีเนื้อหาอื่นที่นอกเหนือจากวัตถุประสงค์มาใช้เพื่อเสริมเนื้อหาที่จำเป็น เช่น การนำสื่อที่มีเนื้อหาสร้างความน่าเชื่อถือและส่งเสริมภาพลักษณ์มาใช้เพื่อปูพื้นฐานแนวคิดที่เป็นการมองบริษัทฯ ในภาพรวมเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กลุ่มเป้าหมายก่อนได้รับการบอกกล่าวถึงการประกาศขายหุ้นของบริษัทฯ รวมทั้งได้รับความรู้และความเข้าใจในวิธีการจองซื้อหุ้น ก่อนที่บริษัทฯ จะเชิญชวนให้ซื้อหุ้นหรือเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อ

ส่งเสริมการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้ต่อไป ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ ได้ให้น้ำหนักเนื้อหาที่เผยแพร่โดยการใช้เนื้อหาทุกประเภท เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ โดยเฉพาะในช่วงแรกนี้ที่ต้องการบอกกล่าวและเชิญชวนให้ประชาชนภายนอกและพนักงานภายใน ได้ทราบถึงกิจกรรมการจัดสรรและจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ และร่วมเป็นเจ้าของการบินไทยด้วยการซื้อหุ้นดังกล่าว

ในช่วงของการเสนอขายหุ้นนั้น ก็ยังคงมีการใช้สื่อที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่บริษัทฯ ต้องการจะนำเสนอ ได้แก่ สื่อที่มีเนื้อหาเพื่อแจ้งให้ทราบ เพื่อให้ความรู้และความเข้าใจ รวมทั้งสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ถึงแม้ว่าช่วงนี้บริษัทฯ ไม่สามารถจะนำสื่อที่มีเนื้อหาเชิญชวนมาใช้ได้เนื่องจากเป็นช่วงเวลาปลอดข่าวสารของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และด้วยกฎของตลาดหลักทรัพย์ฯ นี้ จึงทำให้น้ำหนักที่ให้แก่เนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านสื่อประเภทต่างๆ ในช่วงนี้จึงลดลงจากช่วงระยะเวลาของการเสนอขายหุ้น

ในช่วงแรกหลังจากปิดรับจองซื้อหุ้น บริษัทฯ ยังคงใช้สื่อที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ คือ เพื่อรายงานผลการจองซื้อหุ้น และเพื่อรายงานความคืบหน้าของการจัดสรรหุ้นด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการนำเสนอความยุติธรรมที่บริษัทฯ มีให้กับผู้จองซื้อหุ้นทุกคน และหลังจากนั้น การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัด เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ก็ได้เจ็บหายไปตามกลางกระแสความวิกฤติทางการเมือง อันมีผลทำให้เศรษฐกิจในช่วงนี้ซบเซาและส่งผลทำให้หุ้นและบริษัท การบินไทย จำกัด เกิดภาพลบในสายตาของประชาชน บริษัทฯ จึงได้มีการใช้สื่ออีกครั้งเพื่อเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ด้วยการใช้สื่อที่มีเนื้อหาสร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้แก่บริษัทฯ ซึ่งได้แก่สื่อมวลชน ซึ่งนับว่าไม่เพียงพอสำหรับความเชื่อมั่นที่หายไปที่ประชาชนมีให้กับการบินไทย ประกอบกับช่วงเวลาของการแก้ภาพลักษณ์ที่เสียไปนั้นมีเพียง 2 สัปดาห์ จึงทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถทำอะไรให้ดีขึ้นได้ อันเป็นผลทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถตั้งราคาหุ้นไว้ในระดับที่ดีหลังจากที่หุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแล้ว ซึ่งในช่วงเวลานี้บริษัท การบินไทยฯ ควรที่จะให้น้ำหนักเนื้อหาของสื่อมากกว่าช่วงเวลาอื่นๆ เนื่องจากประสบปัญหาที่มีผลต่อภาพของบริษัทฯ โดยตรง แต่บริษัทฯ กลับให้ความสำคัญกับการใช้สื่อไม่ว่าจะเป็นรูปแบบและเนื้อหาในช่วงนี้น้อยที่สุด

ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ก่อนข้างประสบกับอุปสรรคในการค้นคว้าหาข้อมูล เนื่องจากเป็นการวิจัยในช่วงเวลาอันหลัง 5 ปี ด้วยเหตุนี้ ข้อมูลที่เป็นเอกสาร ซึ่งบางส่วนไม่ได้เก็บไว้ และบางส่วนได้ถูกทำลายไปแล้วตามกำหนดเวลา รวมทั้งข้อมูลที่เป็นบุคคล ซึ่งบางท่านได้ลาออกจากที่ทำงานเดิม และหลายท่านไม่สามารถจดจำข้อมูลได้อย่างแม่นยำ ประกอบกับข้อมูลที่เป็นเอกสารหลายส่วนขาดหายไป จึงทำให้ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลในรายละเอียดได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

1. หากมีการนำหุ้นที่เหลือออกจัดสรรและจำหน่ายให้แก่ประชาชนหรือองค์การจะด้วยวิธีการใดก็ตาม บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ควรมีการให้ความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมายที่บริษัทฯ ต้องการจัดจำหน่ายหุ้นให้ โดยความรู้ดังกล่าวควรมีเนื้อหาที่ลงในรายละเอียดที่มากกว่าวิธีการจับจองหุ้น นั่นคือ ควรเน้นถึงสิทธิประโยชน์ของผู้ซื้อ และความรับผิดชอบของบริษัทฯ ที่มีต่อผู้ซื้อไม่ว่าหุ้นนั้นจะได้กำไรหรือไม่ก็ตาม

2. บริษัทฯ ควรมีการปรับปรุงในเรื่องของการให้ข้อมูลแก่บรรดาผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ หลังจากที่ยุติไปหลังจากที่นำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ข้อมูลที่ควรจัดทำให้กับผู้ถือหุ้นเหล่านี้ ได้แก่ การรายงานความคืบหน้าของหุ้นการบินไทย โดยอาจจัดทำในรูปของจดหมายแผ่นพับ และส่งตรงถึงผู้ถือหุ้นโดยตรง ทั้งนี้ เพื่อแสดงถึงความสนใจที่จะดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

เนื่องจากการวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาที่เกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาสาร ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดรูปแบบและเนื้อหาสารของสื่อที่นำเสนอเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการใช้สื่อหรือการวางแผนการใช้สื่อสำหรับการนำองค์การเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ได้อย่างสมบูรณ์แบบต่อไปในอนาคต